

Trabajo Final de Ingeniería  
Universidad Abierta Interamericana



Cadena de Donación Banco de Alimentos web

Prof. Poncio Silvia y Prof. Audoglio Pablo

Alumna Ruiz Caren Natali

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Contenido                                                                                |    |
| Resumen.....                                                                             | 5  |
| Ficha de Seguimiento y Revisión.....                                                     | 5  |
| Cambios de Autor .....                                                                   | 5  |
| Revisiones .....                                                                         | 6  |
| Descripción del documento.....                                                           | 8  |
| A.    Resumen Ejecutivo .....                                                            | 9  |
| B.    Plan de Negocios.....                                                              | 10 |
| 1.    Descripción General .....                                                          | 10 |
| 1.1    Descripción Básica del Negocio .....                                              | 10 |
| 1.2    Situación Actual del Negocio .....                                                | 12 |
| 1.3    ¿Qué hace único a su negocio? .....                                               | 15 |
| 1.4    Describa los factores principales que considera que harán exitoso su proyecto. 16 |    |
| 1.5    Estrategia: Definir, Misión, Visión y Propósito Estratégico .....                 | 16 |
| 1.6    Identificación de la oportunidad de negocio.....                                  | 16 |
| 1.7    Capacidades centrales.....                                                        | 16 |
| 1.8    Propuesta de valor para el cliente .....                                          | 17 |
| 1.9    Valores nucleares de la organización .....                                        | 17 |
| 1.10    Enfoque e iniciativas estratégicas .....                                         | 17 |
| 1.11    Áreas claves de resultados: identificar y justificar.....                        | 18 |
| 1.12    Ingreso al sector: estrategias de inserción .....                                | 18 |
| 2.    Análisis estratégico .....                                                         | 19 |
| 2.1    Análisis del contexto.....                                                        | 19 |
| 2.1.1    Descripción del escenario local .....                                           | 19 |
| 2.1.2    Factores económicos .....                                                       | 19 |
| 2.1.3    Factores Políticos.....                                                         | 20 |
| 2.1.4    Factores Tecnológicos .....                                                     | 21 |
| 2.1.5    Descripción del escenario: escenario-meta .....                                 | 22 |
| 2.1.6    Análisis sectorial. Definición de Oportunidades y Amenazas del negocio          | 27 |
| 2.2    Análisis de competencia .....                                                     | 27 |
| 2.2.1    Principales competidores directos.....                                          | 27 |
| 2.2.2    Análisis de cadena de valor .....                                               | 29 |
| 2.2.3    Definición de factores críticos de éxito (FCE).....                             | 31 |
| 2.2.4    Fortalezas y debilidades del negocio .....                                      | 31 |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                                                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3. Análisis FODA .....                                                                                                                     | 32 |
| 3.1 Cuadro FODA .....                                                                                                                      | 32 |
| 3.2 Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas .....                                                                | 33 |
| 3.3 Conclusión: Atractivo de la Industria, Fortalezas del Negocio. ....                                                                    | 34 |
| 4. Segmentación.....                                                                                                                       | 35 |
| 4.1 Segmentación de consumidores y/o Negocios.....                                                                                         | 35 |
| 4.2 Identificación de grupos diferenciados de consumidores .....                                                                           | 35 |
| 4.3 ¿Quiénes son los potenciales usuarios/ compradores del negocio? .....                                                                  | 37 |
| 4.4 Pautas de comportamiento esperado de cada segmento.....                                                                                | 37 |
| 5. Plan de Acción.....                                                                                                                     | 38 |
| 5.1 Programas generales de acción.....                                                                                                     | 38 |
| 5.2 Programas específicos de acción .....                                                                                                  | 38 |
| 6. Plan de Marketing.....                                                                                                                  | 40 |
| 6.1 Objetivos.....                                                                                                                         | 40 |
| 6.2 Resultados esperados en materia de cobertura y participación .....                                                                     | 40 |
| 6.3 Metas de Posicionamiento .....                                                                                                         | 41 |
| 6.4 Producto. Estrategia de Producto .....                                                                                                 | 42 |
| 6.5 Precio. Estrategia de Precio.....                                                                                                      | 46 |
| 6.6 CIM Comunicaciones integradas de marketing .....                                                                                       | 48 |
| 6.7 Distribución .....                                                                                                                     | 55 |
| 7. Operaciones .....                                                                                                                       | 58 |
| 7.1 Organización de la empresa .....                                                                                                       | 58 |
| 7.2 Grupo fundador, composición del directorio, principales accionistas.....                                                               | 60 |
| 7.3 Composición del staff gerencial y perfil de los ejecutivos claves. ....                                                                | 60 |
| 7.4 Estructura prevista al lanzamiento y evolución.....                                                                                    | 60 |
| 7.5 Filosofía y sistema de trabajo .....                                                                                                   | 62 |
| 7.6 Requerimientos en materia de RRHH: descripción de la plantilla en los distintos momentos previstos de evolución de la estructura. .... | 63 |
| 8. PLAN FINANCIERO-ECONÓMICO .....                                                                                                         | 65 |
| 8.1 Modelo de Ingresos: .....                                                                                                              | 65 |
| 8.2 Modelo de Egresos: .....                                                                                                               | 68 |
| 8.3 Modelo de Inversión:.....                                                                                                              | 69 |
| 8.4 Amortizaciones y Depreciaciones: .....                                                                                                 | 70 |
| 8.5 Impuestos: Impuesto a las ganancias .....                                                                                              | 71 |
| 8.6 Impuestos a los Ingresos Brutos: .....                                                                                                 | 71 |

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| 8.7 Remuneraciones y cargas sociales:.....                | 71  |
| 8.7 Presupuesto Financiero: .....                         | 72  |
| 8.9 Evaluación de la Inversión: van y tir .....           | 73  |
| 8.10 Escenarios de Riesgo: .....                          | 74  |
| 8.11 Plan de Contingencia: .....                          | 75  |
| 8.12 Plan de Salida: .....                                | 76  |
| 9. FACTIBILIDADES.....                                    | 76  |
| 9.1 Técnica .....                                         | 76  |
| 9.2 Comercial .....                                       | 77  |
| 9.3 Administrativa .....                                  | 78  |
| 9.4 Legal.....                                            | 79  |
| 10. Aspectos descriptivos de la solución tecnológica..... | 80  |
| 10.1 Nombre del proyecto.....                             | 80  |
| 10.2 Descripción Del Proyecto .....                       | 80  |
| 10.3 Objetivos y Propósito .....                          | 82  |
| 10.4 Definición de Requerimientos .....                   | 82  |
| 10.5 Alcance, Criterio de aceptación y Entregables .....  | 94  |
| 10.6 Registro de stakeholder .....                        | 96  |
| 10.7 Cronograma de hitos del proyecto .....               | 96  |
| 11. Iteraciones del proyecto.....                         | 98  |
| 11.1 Modelo de Dominio .....                              | 98  |
| 11.2 Diagrama de clases detallado .....                   | 99  |
| 11.3 Diagrama de casos de uso .....                       | 100 |
| 11.4 Especificaciones de casos de usos.....               | 108 |
| 11.5 Anexos.....                                          | 128 |
| 11.6 Reportes .....                                       | 148 |
| 11.7 Manuales e Instructivos .....                        | 148 |
| C. Anexos.....                                            | 149 |
| Bibliografía.....                                         | 149 |
| Ilustraciones .....                                       | 150 |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

## Resumen

El trabajo que se presenta a continuación se enmarca en la modalidad de análisis de mercado, donde se ha realizado un análisis al modelo de negocio y el mercado de los bancos de alimentos a nivel mundial y regional. Además, se analiza a nivel tecnológico, viabilidad y manera de llevarlo a cabo en todos sus procesos.

Palabras clave: Banco de alimentos, alimentos, proveedores, usuarios, clientes, e-commerce, productos, ONG, donador.

## Ficha de Seguimiento y Revisión

### Cambios de Autor

| Fecha             | Autor      | Versión | Referencias del Autor                                           |
|-------------------|------------|---------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>15/04/2021</b> | Ruiz Caren | 1       | Versión inicial                                                 |
| <b>18/06/2021</b> | Ruiz Caren | 2       | Documento modificado según observaciones de la fecha 16/06/2021 |
| <b>10/07/2021</b> | Ruiz Caren | 3       | Documento modificado según observaciones de la fecha 08/07/2021 |
| <b>28/08/2021</b> | Ruiz Caren | 4       | Documento modificado según observaciones de la fecha 18/08/2021 |
| <b>9/09/2021</b>  | Ruiz Caren | 5       | Documento modificado según observaciones de la fecha 8/09/2021  |
| <b>16/09/2021</b> | Ruiz Caren | 6       | Documento modificado según observaciones de la fecha 15/09/2021 |
| <b>13/10/2021</b> | Ruiz Caren | 7       | Documento modificado según observaciones de la fecha 13/10/2021 |
| <b>15/06/2021</b> | Ruiz Caren | 2       | Documento modificado según observaciones de la fecha 15/06/2021 |
| <b>25/07/2021</b> | Ruiz Caren | 3       | Documento modificado según                                      |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                  |            |   |                                                                                                                                                            |
|------------------|------------|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  |            |   | observaciones de la fecha 20/07/2021                                                                                                                       |
| <b>4/10/2021</b> | Ruiz Caren | 4 | Documento modificado con nuevos requerimientos. Modificación de los hitos. Nuevos requerimientos funcionales, prototipos, casos de uso y especificaciones. |

## Revisiones

| Auditor               | Responsabilidad/Rol | Observación                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Fecha      |
|-----------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Poncio Silvia</b>  | Docente             | Modificar la forma en que se muestran las citas y eliminar cuadro sobre cálculos de la inversión inicial en el resumen ejecutivo.                                                                                                                                                                         | 16/06/2021 |
| <b>Audoglio Pablo</b> | Docente             | Agregar en el diagrama de clases detallado, clase Orden de compra el comedor.                                                                                                                                                                                                                             | 15/06/2021 |
| <b>Audoglio Pablo</b> | Docente             | Al perder las vistas del sistema, se aconsejó acomodar lo mejor posible las pantallas y modificar el flujo en algunas narraciones del sistema.                                                                                                                                                            | 20/07/2021 |
| <b>Poncio Silvia</b>  | Docente             | <b>Punto 5.2</b> Plan de acción específico: Eliminar metas y realizar el plan de acción en intems con menos detalles. Además, modificar el diagrama de Gantt, mostrando únicamente lo detallado en el plan de acción general.<br><b>Punto 4.2</b> Identificación de grupos diferenciados de consumidores: | 8/07/2021  |

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

|                      |         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |            |
|----------------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|                      |         | <p>Eliminar cuadro de datos e información relevada a partir de los filtros de mercado y aplicar los datos en cada sección de filtro sobre la gráfica.</p> <p><b>Punto 4.3</b> ¿Quiénes son los potenciales usuarios/ compradores del negocio?: Detallar lo analizado durante el filtro de mercado.</p> <p><b>Punto 4.4</b> Pautas de comportamiento esperado de cada segmento: Eliminar el usuario administrador, ya que, este es más apropiado describirlo en el proyecto tecnológico. Además, describir con mayor detalle el comportamiento del usuario, que opciones tiene para realizar dentro del e-commerce.</p> |            |
| <b>Poncio Silvia</b> | Docente | <p><b>Punto 6</b> Modificar la palabra e-commerce por B2C.</p> <p><b>Punto 6.3</b> Agregar a la ilustración 18 Mapa vincular el nombre del negocio.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 18/08/2021 |
| <b>Poncio Silvia</b> | Docente | <p><b>Punto 7.1</b> Modificar el organigrama, deshacer un nivel jerárquico y hacerlo de manera general.</p> <p><b>Punto 1.1</b> Agregar la cultura y la gráfica "Negocio y Cultura" de Saporosi</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 8/09/2021  |
| <b>Poncio Silvia</b> | Docente | <p><b>Punto 7.1</b> Modificar el organigrama, el departamento de marketing corresponde al departamento de comercialización.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 15/09/2021 |

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                      |         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |            |
|----------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|                      |         | <p>Agregar el departamento de I+D. Eliminar la palabra jefe, ya que, está caduco.</p> <p><b>Punto 7.2</b> Eliminar la personificación.</p> <p><b>Punto 7.3</b> Realizar las descripciones más generales, no ser específico.</p> <p><b>Punto 7.5</b> Incluir y detallar los valores nucleares de la organización.</p>                                                  |            |
| <b>Poncio Silvia</b> | Docente | <p><b>Punto 8.1</b> Modificar el modelo de ingreso de años por semestre y cambiar el sistema monetario de peso a dólar. Incluir una tabla de productos con sus precios y realizar un cruce de datos simulando posibles clientes para poder realizar el modelo de ingresos.</p> <p><b>Punto 8.4</b> Cambiar la referencia del ANEXO I por citas de las normas APA.</p> | 13/10/2021 |

## Descripción del documento

| Ítem                        | Detalle            |
|-----------------------------|--------------------|
| <b>Título del documento</b> | Cadena de Donación |
| <b>Autor</b>                | Caren Natali Ruiz  |
| <b>Fecha de creación</b>    | 15/04/2021         |
| <b>Última Actualización</b> | 27/11/2021         |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

## A. Resumen Ejecutivo

En la economía de todo el mundo se crea una nueva forma de hacer negocios a través del E-commerce. Este fenómeno crece de forma tan abrumadora que en poco tiempo se convierte en toda una tendencia socioeconómica y en los actuales momentos, ciertamente deja de ser una moda, y es un factor de peso para los negocios del futuro. Todas las cifras de los pasados años y las predicciones del futuro apuntan, a pesar de la crisis, a un crecimiento y expansión del e-commerce en Argentina.

Al ver los beneficios del e-commerce, se quiere implementar como solución innovadora a los problemas de donaciones de alimentos a comedores.

CADENA DE DONACIÓN es el primer banco de alimentos online de Argentina, que no necesita depósitos y espera convertirse en un referente para los nuevos bancos que se formen en el futuro en el territorio nacional. Se establece en primera instancia en la ciudad de Rosario, pero pretende en el corto plazo incentivar la creación de nuevas redes de alimentos en el país y potenciar su acción mediante la gestión de alianzas estratégicas que contribuyan a generar mayor impacto social en la reducción del hambre.

CADENA DE DONACIÓN BANCO DE ALIMENTOS WEB consiste en la definición de E-commerce del tipo Business to Customer (B2C), permitiendo que los usuarios que deseen contribuir con una donación de alimentos para uno o varios comedores puedan realizarlo de manera rápida, segura y cómoda. El donador realiza una compra en el e-commerce y elige el destino de la compra al comedor que más le guste, por medio de recursos humanos dentro de la organización (ONG) se realiza la conexión con proveedores quienes realizan la distribución de los pedidos directo a los comedores evitando de esta manera intermediarios para el almacenamiento de los alimentos donados y su distribución.

La finalidad de CADENA DE DONACIÓN es crear una red de distribución de alimentos simple dentro de Rosario en donde se acerca el donador, proveedor y comedor sin tener tantos intermediarios posibles. Además, de que se pueda evitar la labor de clasificación previo a la distribución, teniendo como fin reducir tiempos de domaras. Por otra parte, aprovecharemos la distribución directa de los proveedores para poder acercar a los comedores alimentos perecederos, ya que, no se corta la cadena de frío.

Los usuarios donadores registrados en la plataforma web son informados de su compra en todo momento, brindando transparencia en el negocio y confianza.

El modelo de ingresos está dado por la venta de alimentos, aunque no se tiene el fin de generar ganancias ya que queremos ser una organización sin fines de lucro. El cien por ciento de los ingresos proviene de donaciones de empresas. Estas donaciones toman la forma de servicios, infraestructura y dinero y tienen como destino cubrir los gastos operacionales y las necesidades de inversión proyectadas.

CADENA DE DONACIÓN se diferencia de otros al querer agilizar los procesos de donaciones, hacer llegar alimentos perecederos y sobre todo centrar la atención en los donadores haciendo una experiencia de usuario óptima.

La inversión inicial se estima en **U\$56.921,61**

|            |              |
|------------|--------------|
| <b>TIR</b> | <b>58%</b>   |
| <b>VAN</b> | USD 6.519,26 |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

El equipo de trabajo estará compuesto por los siguientes departamentos:

Dpto. Administrativo, Dto. Compras, Dto. IT, Dto. Recursos Humanos, Gerente General y Dto. de Marketing.

El riesgo que puede transitar CADENA DE DONACIÓN es que los usuarios no utilicen la web, debido al arraigo de la donación presencial, esto demuestra la barrera cultural existente.

En caso de éxito se ve reflejado con la aceptación por parte de los usuarios, crecimiento de las órdenes de compra y mayor cantidad de proveedores, para que todo esto sea posible, los usuarios donadores deben tener una buena experiencia de usuario en el momento de la compra y CADENA DE DONACIÓN debe ser reconocida.

La tecnología de la plataforma a utilizar hace que CADENA DE DONACIÓN pueda extenderse a otras ciudades.

La barrera de entrada al mercado es baja, se puede visualizar que los competidores no ofrecen el mismo servicio.

## **B. Plan de Negocios**

### **1. Descripción General**

#### **1.1 Descripción Básica del Negocio**

En este proyecto se desarrolla el plan de empresa para CADENA DE DONACIÓN BANCO DE ALIMENTOS WEB, y todos los aspectos necesarios para su puesta en marcha y su funcionamiento. El principal objetivo de este negocio se centra en ofrecer, a través de Internet, una gran variedad de alimentos. Se trata del estudio externo e interno de una pequeña organización sin fines de lucro que quiere aprovechar el actual crecimiento de dicha tendencia del e-commerce, beneficiándose también de las ventajas que ofrece tal como una reducción de costos o la oportunidad de cubrir más zonas geográficas a futuro, por otra parte, reducir tiempos de demoras. En este trabajo se detallan los pasos a seguir para la implantación del e-commerce y se estudia la viabilidad del proyecto.

La iniciativa nace como consecuencia de querer ayudar con la distribución de alimentos y aumentar la cantidad de donaciones en comedores comunitarios. Así como también reducir tiempos en el flujo de donaciones.

La posibilidad que ofrece Internet de vender online puesto que esta tendencia ha crecido en los últimos años debido a su gran variedad de ventajas, entre las que destacan en la literatura consultada:

- Es una oportunidad de minimizar costos, cuya razón está justificada en la ausencia de la necesidad de tener una estructura física para la venta y oferta de los productos.
- Es una oportunidad para llegar a más personas y aumentar el número de donadores, es decir, cubrir una zona geográfica mayor.
- La compra online no cuesta esfuerzo alguno, puesto que se puede hacer cómodamente desde casa y de una manera tan fácil como hacer Clic.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

- Permite ahorrar tiempo cuando no se tiene o cuando se tiene, pero se prefiere emplearlo en disfrutar de lo que nos gusta. Este punto es una ventaja importante en nuestra sociedad debido al ritmo de vida que existe en la actualidad.

La base de operaciones de CADENA DE DONACIÓN se constituye en la ciudad de Rosario, el tipo de e-commerce que se emplea es de tipo B2C porque es la que mejor se adapta a la organización.

El servicio que se brinda está orientado hacia la satisfacción de los donadores, trabajando siempre en la optimización de los servicios de pre y post venta.

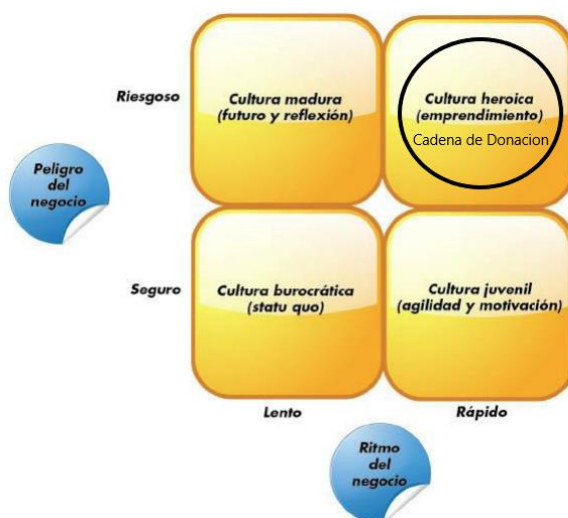
Como organización el objetivo planteado es ayudar a los comedores a hacer crecer su stock de alimentos y que los donadores tengan una muy buena experiencia de usuario y así poder ser reconocidos como una organización seria y confiable.

En la actualidad la organización busca ampliar sus donaciones por medio de un ecommerce, llegando a gran cantidad de donadores.

CADENA DE DONACIÓN está diseñado de forma clara y novedosa para captar la atención de los donadores. Dispone, entre otras cosas, de las fotografías de los productos con alguna breve descripción, los precios, las ofertas, promociones y descuentos, historia de la organización, información sobre envío, noticias, teléfono de contacto, etc.

También se utilizan las redes sociales para su divulgación. El uso de las mismas como herramienta de Social Commerce, por lo general, juegan un papel clave para las empresas u organizaciones. Las que se utilizan son Facebook e Instagram. En ellas se suben fotos de nuestra página web, actualidad y noticias, actualizándose todos los días. Se considera una vía importante para poner a más personas en conocimiento de CADENA DE DONACIÓN y para hacer publicidad.

CADENA DE DONACIÓN se guía por una serie de valores que son el pilar para el desarrollo de las tareas dentro de la organización. Se puede decir que estos valores corresponden a una **cultura heroica** debido al riesgo que presenta la barrera social, el arraigo de la donación presencial.



|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |



Ilustración 1 Flujo del negocio

Para saber más sobre el proyecto visualizar el video de presentación <https://youtu.be/F8TCDjz9RSs>

## 1.2 Situación Actual del Negocio

Se observa a través de los actuales e-commerce diferencias en cuanto a la experiencia de usuario, no existe un e-commerce con el fin de CADENA DE DONACIÓN. Los actuales se centran en la colaboración de dinero a través de tarjeta de crédito o débito. A continuación, se muestran imágenes de los e-commerce observados.

### Red Banco de alimentos

Red Bda (2021), es una asociación civil sin fines de lucro que agrupa a los Bancos de Alimentos en **Argentina**. Utiliza Donar online(2021), una página externa para la donación de dinero.

No cuenta con productos específicos.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

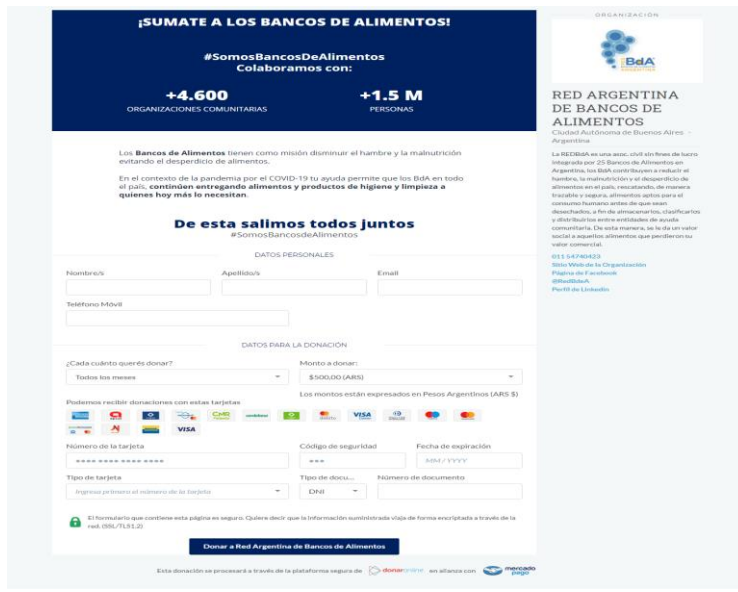


Ilustración 2 Captura de pantalla de la competencia

### Bar banco de alimentos rosario

Bar Banco Alimentos de Rosario (2021) recuperan alimentos que se encuentran fuera del circuito comercial pero que son aptos para consumo. Los almacenan y clasifican en el depósito para luego distribuirlos de forma rápida y eficaz en Entidades Beneficiarias de ayuda directa a las personas o familias que más lo necesitan.

Al igual que el Banco de Alimentos (Bda) utiliza un sitio externo para la donación de dinero. Donar online, (2021)

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

# COLABORÁ CON EL BANCO DE ALIMENTOS ROSARIO

Tu aporte será destinado a garantizar el acceso a la alimentación a más de 80.000 beneficiarios de la ciudad de Rosario y sus alrededores ¡Sumate! Juntos lo hacemos posible.

---

## DATOS PERSONALES

Nombre/s  Apellido/s  Email

Teléfono  Teléfono Móvil

Fecha de Nacimiento  

---

## DATOS PARA LA DONACIÓN

¿Cada cuánto querés donar?

Monto a donar:

Los montos están expresados en Pesos Argentinos (ARS \$)

Podemos recibir donaciones con estas tarjetas



Número de la tarjeta  Código de seguridad  Fecha de expiración

Tipo de tarjeta

Tipo de documento

☒ El formulario que contiene esta página es seguro. Quiere decir que la información suministrada viaja de forma encriptada a través de la red. (SSL/TLS1.2)

ORGANIZACIÓN



BANCO DE ALIMENTOS  
ROSARIO

## BANCO DE ALIMENTOS ROSARIO

Rosario - Argentina

Somos una organización sin fines de lucro y contribuimos a reducir el hambre y mejorar la nutrición, evitando el desperdicio de alimentos.

Acompañamos a 390 organizaciones sociales que brindan un servicio de alimentación gratuito a más de 81.000 personas - 80% niños- de Rosario y la región.

Nuestra misión es posible gracias a las donaciones de alimentos, servicios profesionales y de logística y dinero.

+54 341 5278731  
Sitio Web de la Organización  
Página de Facebook  
@BAR\_Rosario  
[BAR - Banco de Alimentos Rosario](#)

Esta donación se procesará a través de la plataforma segura de 

Ilustración 3 Captura de pantalla de la competencia

Mercado Libre (2021), cuenta con una sección en donde se pueden realizar donaciones, pero al igual que los demás se dona dinero a organizaciones específicas.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

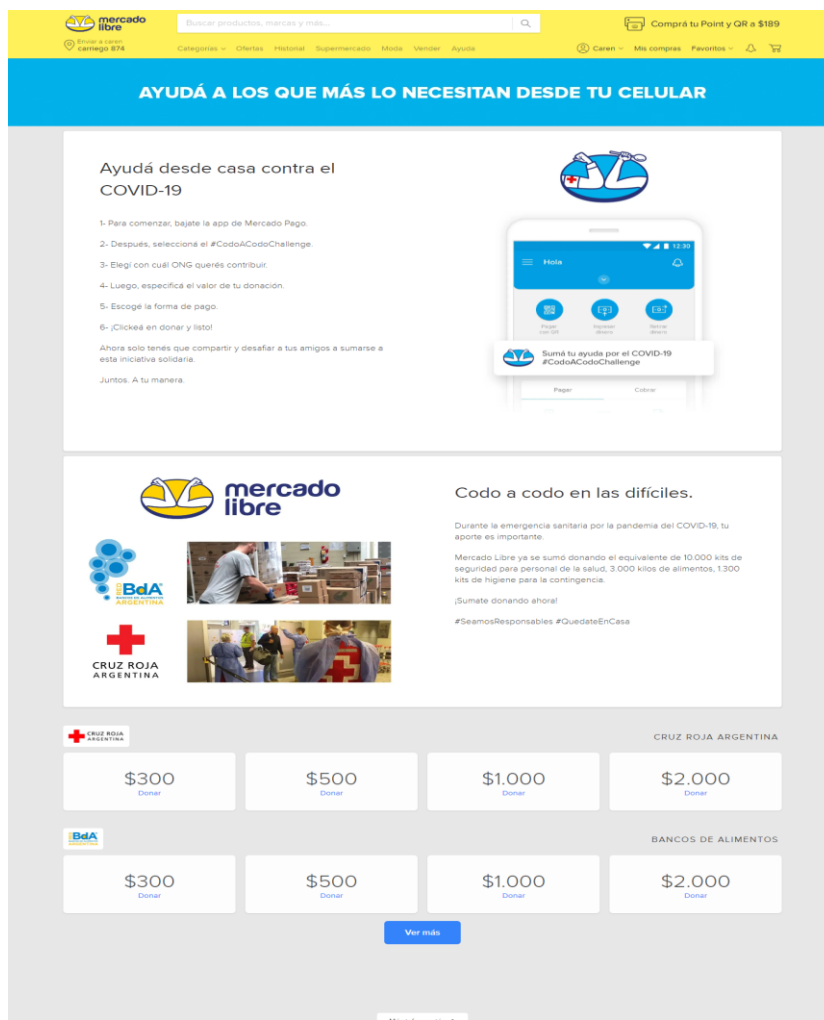


Ilustración 4 Captura de pantalla de la competencia

**Conclusión:** Actualmente no existe un e-commerce dedicado a la venta de productos alimenticios para la donación, solo se puede donar dinero por medio de tarjetas de crédito o débito a organizaciones (ONG) específicas. Una vez que se realiza la donación de dinero el donador no tiene mucha visibilidad con respecto a su donación.

### 1.3 ¿Qué hace único a su negocio?

A través del análisis se puede visualizar las siguientes ventajas que tiene CADENA DE DONACIÓN:

- **Visibilidad a los donadores:** Los donadores no donarían dinero si no que estarán donando productos alimenticios a un comedor en específico y por lo tanto es notificado desde el momento de la compra hasta que la donación se haya enviado.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

- **Reducir demoras:** La conexión directa de proveedores y comedores hace más rápida la entrega de productos, además, no se necesita de colaboración externa para el transporte.
- **Alimentos perecederos:** Se puede donar alimentos perecederos ya que no corta la cadena de frío al enviar el producto directamente al comedor.

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

A través del análisis se puede observar las siguientes ventajas competitivas:

- No existen competidores directos.
- No existen restricciones políticas, gubernamentales y legales vigentes. A abril de 2021 no se encuentran dictaminadas leyes y/o normas que restrinjan y/o comprometan la actividad que compete al proyecto.
- Idea innovadora para el sector ONG
- Poder de negociación con los clientes: Al ofrecer una solución innovadora y única en el mercado se puede decir que el poder de negociación es bajo.
- Poder de negociación con los proveedores: En el mercado actual existen muchos proveedores de alimentos, y si se llega al éxito esperado los proveedores tendrán un nivel bajo de negociación.

#### 1.5 Estrategia: Definir, Misión, Visión y Propósito Estratégico

Visión: Ser una organización eficiente que fomente la unidad y el compromiso para reducir el hambre.

Misión: Crear una red de conexión de alimentos incentivando la creación de nuevas redes de alimentos en el país y potenciar su acción mediante la gestión de alianzas estratégicas que contribuyan a generar mayor impacto social en la reducción del hambre.

Propósito Estratégico: La prioridad es aprovechar los recursos para poder generar una ayuda social a los comedores.

#### 1.6 Identificación de la oportunidad de negocio

Debido a la situación actual y a causa de la pandemia es evidente el aumento de pobreza en la sociedad y la falta de colaboración hacia los comedores comunitarios. Es por eso por lo que surge la idea de innovar la forma de realizar donaciones, aprovechando el auge del e-commerce y facilitando el distanciamiento social.

CADENA DE DONACIÓN quiere llevar facilidad y comodidad a los usuarios donadores y aumentar la cantidad de alimentos a los comedores.

#### 1.7 Capacidades centrales

La capacidad central con las que se cuenta y que se puede identificar como fortaleza que define a CADENA DE DONACIÓN es:

- **Vínculo con el usuario:** La experiencia de usuario es altamente satisfactoria, no solo es una simple compra si no que puede visualizarse a través del e-commerce que genera con su aporte.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### 1.8 Propuesta de valor para el cliente

- Experiencia de usuario: La web está pensada para su fácil utilización.
- Transparencia: Todos los movimientos de la compra son informados al usuario.
- Facilidad y comodidad: La web es intuitiva para realizar la compra, haciendo cómoda la experiencia.

### 1.9 Valores nucleares de la organización

- Innovación
- Transparencia
- Buen trato a los usuarios
- Trabajo colaborativo
- Respeto y Responsabilidad

### 1.10 Enfoque e iniciativas estratégicas

La estrategia competitiva se entiende como la forma mediante la cual una empresa se enfrenta a sus competidores para intentar obtener un rendimiento superior. La estrategia genérica utilizada por CADENA DE DONACIÓN es la estrategia de diferenciación. Según Porter (1990), en una estrategia de diferenciación, una empresa busca ser única en su sector industrial junto con algunas dimensiones que son ampliamente valoradas por los compradores. Selecciona uno o más atributos que muchos compradores en un sector industrial perciben como importantes, y se pone en exclusiva a satisfacer esas necesidades.

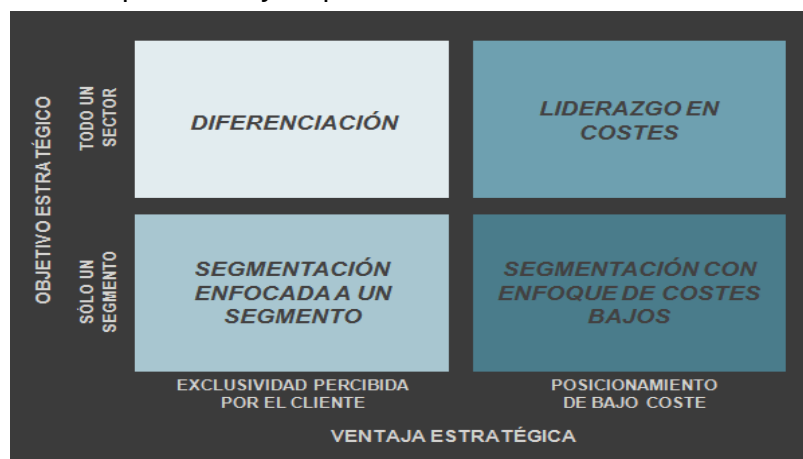


Ilustración 5 Estrategias Genéricas de Michael E. Porter.

Para determinar atributos únicos del producto se debe garantizar el mecanismo de aislamiento de la siguiente manera:

- Imagen externa: Imponer la marca a nivel Nacional a través de una campaña publicitaria, aprovechando la ausencia de competidores.
- Comunicación: Construir un fuerte canal de comunicación durante todo el proceso de compra.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

### 1.11 Áreas claves de resultados: identificar y justificar

#### Marketing Digital

Las herramientas del marketing digital son las que permiten el logro de los objetivos de marketing de la empresa a través de la aplicación de tecnologías digitales relacionadas dentro de Internet. Existen diferentes herramientas dentro del marketing digital, las mismas se diferencian por el formato que utilizan, el objetivo a cumplir, los costos asociados, entre otros. A continuación, se detalla la principal herramienta que CADENA DE DONACIÓN utiliza.

Facebook: Se actualiza cada día con fotos, se mostrarán algunos de los productos, noticias sobre los comedores asociados, actualidad, vídeos, ofertas y descuentos relacionados a CADENA DE DONACIÓN. Es una forma de estar en contacto constantemente con las personas, de hacer notar la organización y conseguir la confianza de los clientes. Con esta herramienta, además de la web, la empresa se muestra cercana al consumidor.

#### Atención al cliente

CADENA DE DONACIÓN cuenta con plena atención hacia el cliente durante todo el proceso de compra, la rapidez y calidad de la atención actúa como factor principal para

lograr la fidelidad del cliente. La comunicación se establece mediante redes sociales, teléfono, WhatsApp e email.

La fidelización se realiza mediante las redes sociales y mediante e-mails personalizados que enviaremos al cliente para seguir en contacto con él y que no se olvide de la organización.

#### Nueva forma donación

La donación mediante la web refleja la nueva posibilidad de todos los usuarios al colaborar con la comodidad y rapidez que ofrece el e-commerce.

### 1.12 Ingreso al sector: estrategias de inserción

La estrategia de inserción del proyecto es considera a partir de la matriz de

George Yip. Gerardo, (1997) "El modelo de YIP considera dos dimensiones: la cuantía de recursos que se utilizan para el ingreso, y el grado de diferenciación, con respecto a la coordenada producto-mercado que se está atacando, que ostenta el Ingresante." (pág. 100).

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

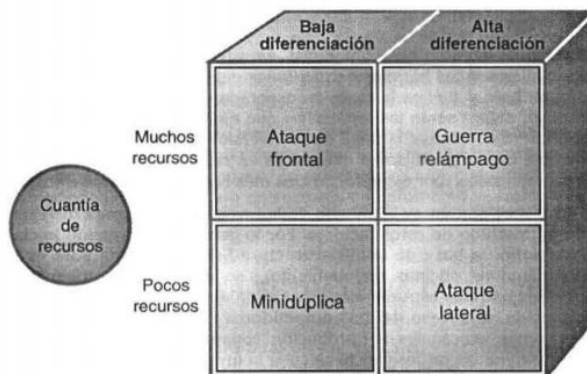


Ilustración 6 Matriz de Yip (Saporosi)

El tipo de estrategia de ingreso seleccionada según la matriz de YIP es **“ataque lateral”** donde con una inversión medida de los recursos se busca ganar posicionamiento con una alta diferenciación. La forma de ataque lateral se centra en la innovación tecnológica dejando obsoletos a los competidores.

## 2. Análisis estratégico

### 2.1 Análisis del contexto

#### 2.1.1 Descripción del escenario local

Luego de que la Organización Mundial de la Salud (OMS) declarara la pandemia por coronavirus (COVID-19), se implementaron medidas a nivel mundial con el objetivo de contener su progresión. Actualmente, Argentina se encuentra en el desafío de tomar medidas de tipo estratégicas como el confinamiento y el cese de actividades no esenciales con el fin de poder generar distanciamiento social y mantener bajo los casos de COVID, pese a esta estrategia Argentina cuenta con una de las mayores tasa de mortalidad por millón de habitantes del mundo y se encuentra en una crisis económica. Sin duda, la inflación en Argentina es uno de los factores que más peso tiene en la última década.

#### 2.1.2 Factores económicos

Santander Río (2021) Argentina tiene una larga historia de inestabilidad política y económica —con grandes fluctuaciones de crecimiento cada año. En 2020, el país tuvo una baja estimada del PIB de 11,8%, sobre todo debido al impacto de la pandemia de COVID-19. En su más reciente Informe sobre las Inversiones en el Mundo, el FMI revisó sus proyecciones de crecimiento del PIB de Argentina, indicando las cifras de 4,5% en 2021 y 2,7% en 2022 (con una diferencia de -0,4% y +0,2%, respectivamente, en comparación con la proyección de la OMC de octubre de 2020). El gobierno implementó medidas en respuesta a la crisis económica generada por la pandemia de COVID-19 que incluyeron un mayor gasto en salud (incluyendo las compras de equipamiento hospitalario y la construcción de clínicas y hospitales); soporte financiero a trabajadores y grupos vulnerables; apoyo para los sectores más golpeados a través de la exención de contribuciones de seguridad social; subvenciones para cubrir costos de sueldos, y préstamos subsidiados para actividades relacionadas con la construcción; implementación de un control de precios de alimentos y suministros médicos,

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

garantías crediticias para bancos que realizan préstamos a pymes para la producción de alimentos y suministros básicos; otorgar ciertas ayudas estatales para que las empresas afectadas por la cuarentena puedan pagar sueldos. Según las estimaciones del gobierno, estas medidas deberían representar 6% del PIB.

## Principales Sectores Económicos

A pesar de los recientes problemas económicos, Argentina sigue jugando un papel importante en la economía global, sobre todo por su producción agrícola. Este sector se basa sobre todo en la cría de ganado, la producción de cereales, los cítricos, el tabaco, el té y la uva (principalmente para la producción de vino). A nivel mundial, Argentina es el primer exportador y tercer productor mundial de productos derivados de la soja.

### 2.1.3 Factores Políticos

#### Argentina

Santander Río (2021). El presidente Alberto Fernández, que asumió en diciembre de 2019, fue electo presidente con la promesa de resucitar la economía argentina tras un largo período de recesiones económicas. En 2020, el gobierno logró un acuerdo con los acreedores para reestructurar 65 mil millones USD de la deuda exterior del país, lo que fue visto como el primer paso en la reconstrucción de la economía argentina y fue celebrado. Sin embargo, como el FMI no es una institución popular entre los argentinos, la negociación representó un riesgo político para Fernández. No obstante, el acuerdo les dará a los inversionistas una certeza legal y macroeconómica, lo que representa un gran paso para volver a un crecimiento con sentido, y es una parte fundamental de la estrategia del presidente para atraer nuevas inversiones, gestionando al mismo tiempo el problema de la deuda de Argentina y ocupándose de otros problemas como la inflación, la pobreza y el desempleo. Aunque la popularidad de Fernández decayó durante la pandemia de COVID-19, debido a las medidas que implican restricciones prolongadas de movilidad de las personas, así como por los efectos de la crisis económica —como el aumento de los índices de pobreza

### El comercio electrónico en el Código Civil y Comercial Unificado

Universidad de Buenos Aires (2021) El Código Civil y Comercial tiene regulaciones específicas que impactan en el comercio electrónico, como las siguientes:

- a.** La Codificación unificada (Ley 26.994), a partir del art. 1105 regula los llamados “contratos a distancia”.

Dice el artículo antes indicado: Contratos celebrados a distancia. Contratos celebrados a distancia son aquellos concluidos entre un proveedor y un consumidor con el uso exclusivo de medios de comunicación a distancia, entendiéndose por tales los que pueden ser utilizados sin la presencia física simultánea de las partes contratantes. En especial, se consideran los medios, electrónicos, telecomunicaciones, así como servicios de radio o televisión. Estas contrataciones se realizan en circunstancias donde resulta dificultoso comprender con claridad las características, modalidades, significados, costos y demás aspectos fundamentales del objeto de la contratación, máxime teniendo en cuenta que en este tipo de técnicas de venta el consumidor sólo percibe la imagen, mención o referencia del producto sin poder verificar cómo es en la realidad. El consumidor sólo conoce el bien o servicio adquirido

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

por la información (verbal o gráfica) que le es brindada por el proveedor, por lo que el producto real que en su oportunidad recibirá puede o no coincidir con la idea que de él se ha formado el adquirente; esta circunstancia justifica brindarle una opción de dejar sin efecto el vínculo, para el caso de que no se adecue el objeto de contratación a sus expectativas.

**b.** Satisfacción del deber de información (art. 1107). Se exige antes de aceptar los términos de la contratación que el consumidor sea informado a) del contenido mínimo del contrato, b) de la posibilidad de revocación y c) de todo lo necesario para usar correctamente el medio elegido, comprender los riesgos derivados de su empleo y quién los asume. Este deber ha de ser satisfecho antes que el sistema de la contratación por la Web imponga al consumidor la aceptación de los términos y condiciones, y en su cumplimiento, el empresario deberá facilitar de forma clara y comprensible, y en esa oportunidad, la información relevante, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato, sus condiciones jurídicas y económicas. Así se ha resuelto en la jurisprudencia comparada: Es insuficiente para ser considerados como aceptados, los términos y condiciones de contratación que solo figuran al pie de la “homepage” de un sitio de Internet y conforme a los cuales todo el que pase la página inicial presta su consentimiento. Máxime si el titular del sitio ni incluyó una ventana de aceptación que el usuario deba clickear antes de proseguir con la consulta de la web.

**c.** Derecho de revocación (Art. 1110). Dado el especial contexto en que se realizan estos negocios, el legislador ha querido dar tiempo al consumidor para pensar respecto a lo que ha concretado, con la alternativa de dejarlo sin efecto sin consecuencias, dándole una nueva oportunidad a fin de reflexionar detenidamente sobre la conveniencia del contrato celebrado, considerando que no tuvo esta posibilidad antes de contratar.

**Conclusión:** Aunque hay una incertidumbre con respecto a las políticas del actual gobierno, las políticas relacionadas a el e-commerce están bien definidas y ninguna de ellas es perjudicial al proyecto.

#### 2.1.4 Factores Tecnológicos

##### E-Commerce

Noticias ONU (2021), según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo, la UNCTAD, el sector del comercio electrónico experimentó un gran crecimiento en las ventas al por menor, pasando del 16% al 19% en 2020. El aumento se vio impulsado por las restricciones a la circulación adoptadas por varios países para luchar contra la pandemia del COVID-19.

CACE (2021) en Argentina el inicio de la cuarentena aceleró el proceso natural de adopción del eCommerce para nuevos consumidores, dejando como resultado de facturación un incremento por encima de los índices obtenidos en 2019. Con este panorama, podemos afirmar que cuatro de cada diez órdenes de compra en las tiendas, que ya vendían online, fueron de nuevos clientes. Más datos, en 2020 fueron vendidos 251 millones de productos,

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

un 72% más que en el año anterior, a través de 164 millones de órdenes de compra (un 84% más que en 2019) y el ticket promedio de compra fue de \$5.519.

En este contexto, donde hay consumidores online consolidados, registramos nuevos usuarios que llegan para quedarse.

### Acceso a Internet

INDEC (2021) en el cuarto trimestre de 2020, se registró que el 63,8% de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 90%, a internet. Además, los datos muestran que, en la Argentina, 88 de cada 100 personas emplean teléfono celular y 85 de cada 100 utilizan internet. Además, se registraron en promedio, 7.665.381 accesos a internet fijos. Esto significó un aumento de 1,8% respecto al cuarto trimestre de 2019. Por otro lado, los accesos fijos residenciales crecieron 3,1% sumando un total de 7.223.835

### Redes Sociales

El alcance de las redes sociales ha demostrado ser amplio y cada vez son más los usuarios que se unen a ellas, las empresas utilizan este beneficio para difundir su marca, propuestas, promociones, identidad, y todo aquello que se usa para darse a conocer.

Shopify (2021), una investigación realizada por Shopify muestra cómo incide la participación en distintas redes en las ventas concretas de las empresas.

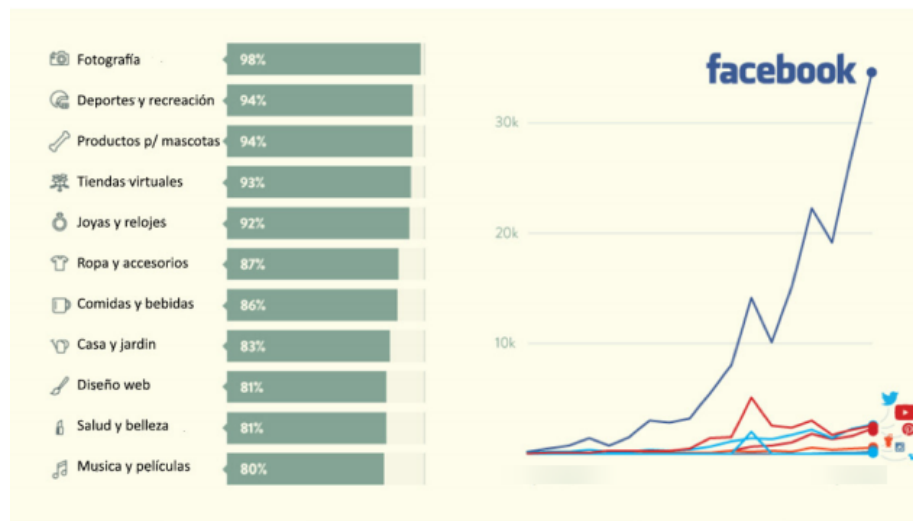


Ilustración 7 Gráfica de redes sociales

Lo que muestra la gráfica es el porcentaje del total de compras que se realizan a partir de redes sociales, que la mayoría provienen de Facebook.

#### 2.1.5 Descripción del escenario: escenario-meta

La ciudad de Rosario es el escenario meta del proyecto. **Rosario** es una ciudad situada en el sureste de la provincia de Santa Fe, Argentina, la tercera más poblada del país, solo superada por Buenos Aires y Córdoba. Es la cabecera del departamento homónimo.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

Constituye un importante centro cultural, económico, educativo, financiero y de entretenimiento y forma parte del denominado Triángulo agrario, junto con las localidades de Pergamino y Venado Tuerto.

La ciudad posee aproximadamente 992.594 habitantes y tiene una superficie total de 178,69 km<sup>2</sup>, de los cuales 120,37 están urbanizados.

### **2.1.5.1 Factores políticos-sociales**

#### **Impacto Covid-19**

##### **Desocupación**

Diario La Capital (2021) la desocupación en el Gran Rosario saltó al 13,6% en el cuarto trimestre del año. Es la segunda más alta del país, detrás de los partidos del Gran Buenos Aires. Así lo informó este jueves el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec).

La tasa de desempleo en la región es casi cinco puntos superiores a la del mismo mes del año pasado y 2,5 puntos más que en el tercer trimestre del año pasado, cuando el mercado laboral de la región había experimentado una recuperación en relación con los meses más duros de la cuarentena.

En términos interanuales, el índice de empleo en el Gran Rosario bajó desde el 42,2% de la población económicamente activa, al 40,3%. La tasa de actividad, que mide la oferta de mano de obra que se incorporó al mercado de trabajo, subió del 46,2% al 46,7%.

En definitiva, a fines de 2020 había en la región 31 mil desocupados más que el año anterior y 22 mil ocupados menos, frente a un aumento de la población activa de 11 mil personas.

Si la comparación se realiza con el trimestre anterior, lo que las cifras del Indec ponen en evidencia es que se frenó la recuperación que se venía registrando desde el peor momento de las restricciones por la cuarentena, entre abril y junio de 2020. En ese momento, la desocupación llegó al 17,9%. Tres meses después, bajó al 11,1%. Al finalizar 2020, volvió a subir al 13,6%. Si bien parte de este repunte en el desempleo se puede explicar por el aumento de la tasa de actividad, lo cierto es que este incremento fue más bien leve en esta comparación (0,2 punto porcentual). En cambio, fue mayor la caída de la tasa de ocupación, del 41,4% al 40,3%.

##### **Situación Covid-19 Santa Fe y Rosario**

El territorio santafesino es uno de los tres distritos con mayor cantidad de casos en Argentina. En la ciudad de Rosario ya hay más de 8.562 personas diagnosticadas como positivas y 2.645 personas fallecidas. La Municipalidad de Rosario informó en su reporte que en la ciudad se registraron 694 nuevos contagios de coronavirus y suman 133.231 desde el inicio de la pandemia.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |



Ilustración 8 Covid-19 en Rosario

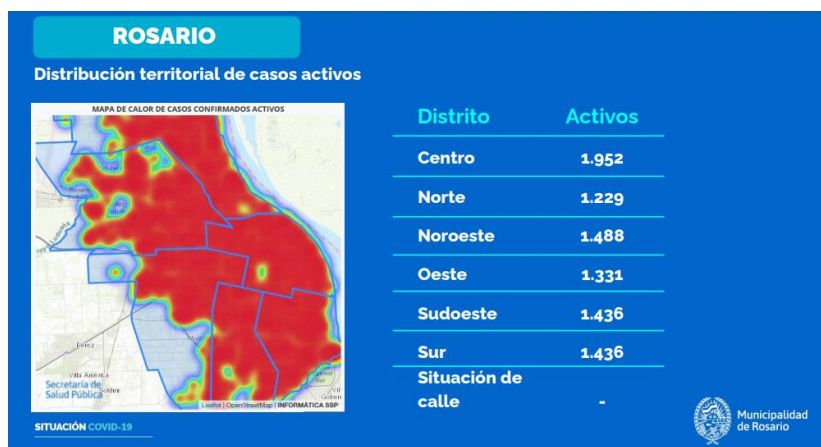


Ilustración 9 Distribución territorial de casos activos

El Ministerio de Salud de la provincia de Santa Fe reportó 1.833 nuevos casos. En total se registran 373.758 positivos.

Desde el inicio a nivel provincial las víctimas fatales suman 5.859.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |



Ilustración 10 Covid-19 en Santa Fe

### 2.1.5.2 Factores económicos – sociales

#### Rosario

Más del 70% de la producción de maquinaria agrícola argentina tiene su origen en la Región, con tecnologías pioneras a nivel mundial. De modo similar, la industria automotriz y de autopartes, y los complejos petroquímico, cárnico y textil evolucionan de manera constante. Es también reconocida por sus centros universitarios, su oferta calificada de profesionales y el establecimiento de un ambiente propicio para la investigación, constituyéndose en referencia internacional en el desarrollo científico y la innovación tecnológica. La ciudad de Rosario es el epicentro de una región metropolitana cuya economía se basa en el sector servicios y en la industria. Las actividades principales son la logística de ciudad portuaria, la actividad financiera y bursátil, los servicios, la importante presencia de Pymes y el incipiente desarrollo tecnológico en el área de las ciencias biológicas. La base de sustento de esa economía radica en el modelo de agronegocios. Las políticas de reducción del Estado y de debilitamiento general de la esfera de lo público aplicadas durante los noventa han configurado escenarios de pobreza estructural cuya eliminación requiere un tratamiento conjunto entre los tres niveles del Estado.

En Rosario la caída de los sectores productivos fue generalizada, el sector industrial y la construcción fueron los rubros donde mayor impacto tuvo la corrección cambiaria, adecuación de tarifas y tasas para financiamiento. Asimismo, el sector comercio y servicios privados de la ciudad registraron números en rojo.

#### Situación Covid-19

A causa de la pandemia se ven afectadas las actividades. Este informe de Movilidad Local muestra cómo ha cambiado el número de visitas a lugares.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

## Rosario

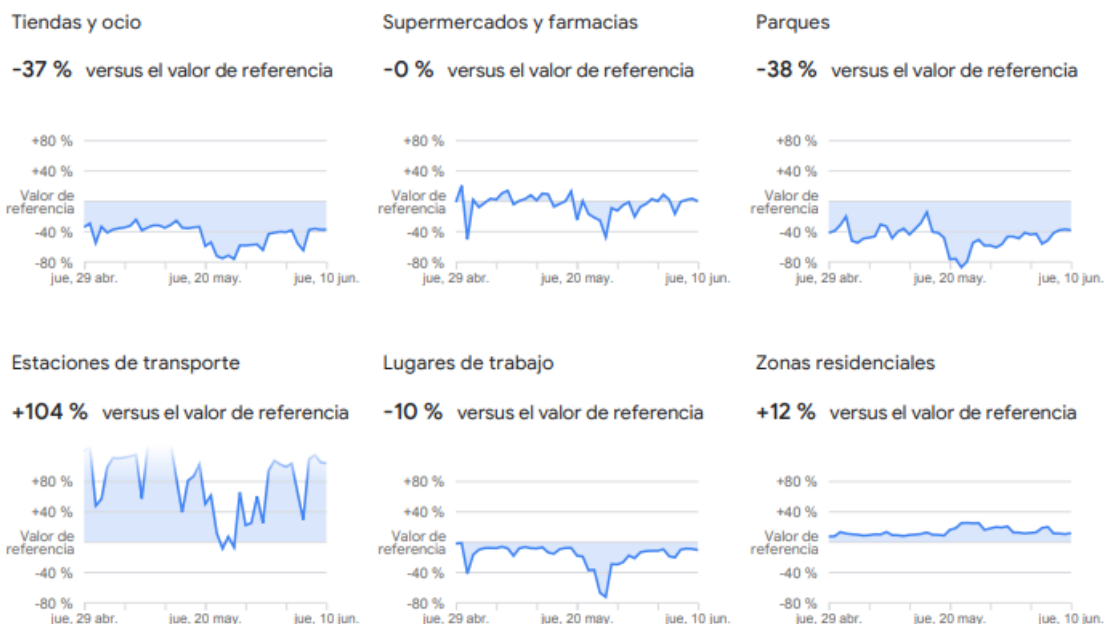


Ilustración 11 Gráficos de Movilidad Local

### 2.1.5.3 Factores tecnológicos

Los avances tecnológicos en la ciudad son evidentes, los comercios se vuelcan cada vez más a crear tiendas online y la sociedad se está adaptando a dicho cambio. Se puede destacar que debido a la crisis sanitaria hubo un impacto de forma positiva y con rapidez a la adopción de nuevas tecnologías, generando que las empresas, pymes o emprendimientos elijan el modo digital. Por todo lo demostrado, se cree que CADENA DE DONACIÓN está en un buen “timing” para lanzar el proyecto. A continuación, se puede ver todo lo mencionado en una gráfica.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

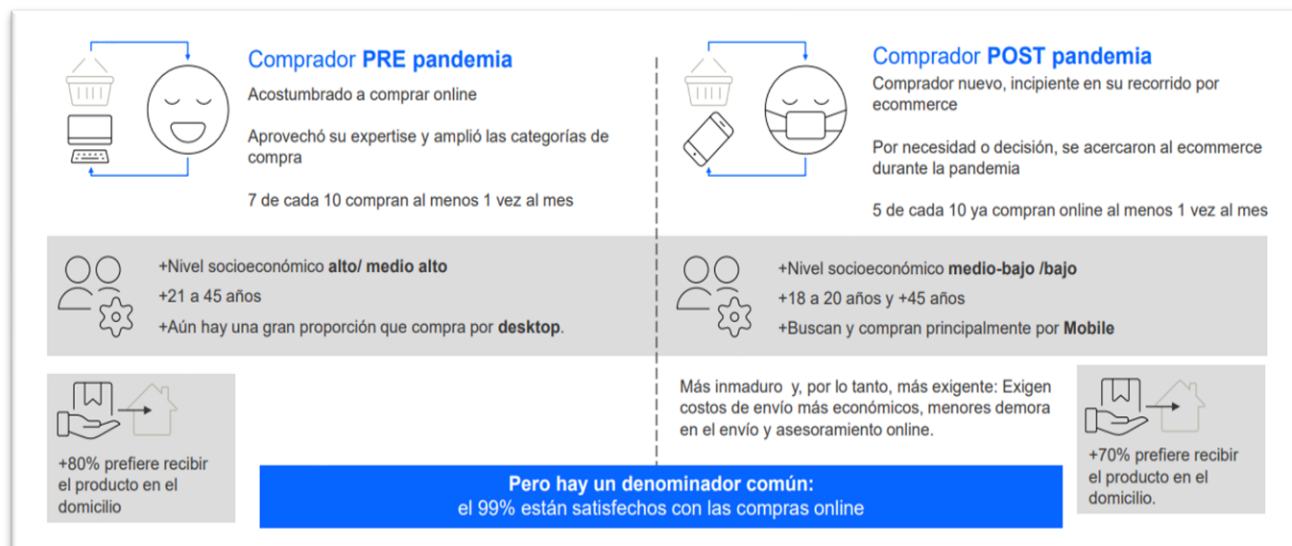


Ilustración 12 Factores tecnológicos - compradores pre y post pandemia

## 2.1.6 Análisis sectorial. Definición de Oportunidades y Amenazas del negocio

Del análisis y las conclusiones, surgen oportunidades y amenazas que, al explotar correctamente, son claves para el éxito del proyecto.

Como principal oportunidad se destaca que no existen competidores directos en el mercado, lo cual posiciona como innovador.

La incertidumbre económica generada por la inflación, el escenario político, la conflictividad social y las restricciones debido al Covid-19, puede limitar el éxito, pero no de una manera crítica. CADENA DE DONACIÓN es ideal por los crecientes aumentos de transacciones electrónicas y mayor cantidad de internautas. Además, el contexto actual genera muchos cambios y transforma, entre otras cosas, el modo de comprar. El aislamiento dio lugar a que el comercio electrónico se vea como una opción viable y segura para continuar con las operaciones que antes se solían realizar desde la presencialidad.

## 2.2 Análisis de competencia

### 2.2.1 Principales competidores directos

Para el análisis de la competencia se utiliza el modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter y su posterior evolución al modelo competitivo de red.

Saporosi, G. (2013), el paradigma de la red, algo así como el "inconsciente colectivo" de la comunidad de negocios en la actualidad, nos muestra una realidad más abarcadora. No es que estas fuerzas antes no existieran, sino que eran tomadas como variables de corrección al sólido modelo porteriano. Hoy deben formar parte del nuevo modelo competitivo de red. En lugar de un rectángulo, como empleó Porter, hoy necesitamos un heptágono. (pag:250)

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |



Ilustración 14 5 Fuerzas de Porter



Ilustración 13 Modelo Competitivo de Red

- **Competidores en el Mercado:** Actualmente no existe competidor directo en Argentina, en cambio, existen negocios que, si bien están pensados para tratar de solucionar la misma problemática, estas son engorrosas. Estos son: Red Banco de alimentos, Bar banco de alimentos rosario, Mercado Libre
- **Clientes:** Al ofrecer una solución innovadora y única en el mercado el poder de negociación con el cliente es bajo.
- **Proveedores:** El modelo de negocio de CADENA DE DONACIÓN está fuertemente establecido con los proveedores para el abastecimiento en productos al catálogo de la web y la distribución los pedidos directo a los comedores, por lo tanto, tienen un poder de negociación alto.
- **Productos Sustitutos:** Existen diferentes métodos de donación que quieren tratar la misma problemática, pero ninguno es tan innovador como CADENA DE DONACIÓN, por esto, actualmente no existe el riesgo de un producto sustituto directo.
- **Nuevos Competidores:** Es evidente esta problemática en Argentina, así como en el mundo, además la sociedad como así también el estado están en constante búsqueda de soluciones para combatir el hambre y la desnutrición

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

por esto la barrera de ingreso es baja y el riesgo de nuevos participantes es alto.

- **Complementadores:** Se pretende realizar alianzas estratégicas con proveedores que brinden precios bajos y productos de calidad, ampliando la demanda.
- **Acreedores:** Al tratarse de un proyecto social y tecnológico es posible a futuro pensar en líneas de créditos, organismos estatales y políticos que apoyen al proyecto.
- **Generadores de imágenes:** La formación de estrategias con empresas que tengan prestigio y trayectoria fortalece la imagen empresarial de CADENA DE DONACIÓN, así como alianzas con famosos que divulguen y apoyen la web.

### 2.2.2 Análisis de cadena de valor

La cadena de valor es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de actividades de una organización empresarial, generando valor al cliente.



Ilustración 15 Cadena de Valor

#### Actividades Primarias.

- **Logística interna:** La logística interna se caracteriza por la realización previa de prototipos para nuevos contenidos de la web. Al no tratarse de una empresa de fabricación de productos, la logística interna se encarga más de la

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

búsqueda de ideas, del desarrollo de prototipos, aspectos importantes para los usuarios, innovación, búsqueda de productos más vendidos, etc.

- **Operaciones:** Las operaciones son el proceso de desarrollo de las ideas propuestas con el objetivo de realizar nuevo contenido que innove el e-commerce, como, por ejemplo: la puesta en práctica de los prototipos de nuevos aspectos.
- **Logística externa:** La logística externa está dedicada a captar a los usuarios por medio de publicaciones en redes sociales.
- **Marketing y ventas:** Se realizan actividades de marketing en la web para dar a conocer la actividad principal, visión, misión y valores de CADENA DE DONACIÓN. Además, se lleva una campaña publicitaria agresiva en redes sociales, se renueva la imagen de la organización anualmente y planifica una estrategia de marketing local para Rosario.
- **Servicios postventa:** CADENA DE DONACIÓN realiza las tareas de servicio postventa mediante su página web de soporte, whatsapp y redes sociales. Estos medios sirven para reclamar cualquier problema que se haya obtenido con respecto a la compra de una donación, así como errores o transacciones incorrectas.

### Actividades de apoyo

- **Compras:** Los recursos que se necesitan para obtener una gran eficiencia es la compra de computadoras de última generación para llevar a cabo el desarrollo, licencias, selección de oficina, selección de proveedores.
- **Desarrollo de la Tecnología:** La tecnología que se utiliza es fundamental para la innovación, constantemente hay que estar cambiando aspectos del e-commerce para cumplir con los estándares de calidad, los requerimientos funcionales del proyecto y optimización de procesos. Capacidad de innovación en nuevos canales de distribución
- **Gestión de recursos humanos:** El equipo cuenta con personas calificadas, con entusiasmo y dedicación que se involucran en la cultura organizativa. CADENA DE DONACIÓN se destaca por los valores, ideales y cultura.
- **Infraestructura de la empresa:** El equipo de trabajo está compuesto por los siguientes departamentos:  
Dpto. Administrativo, Dto. Compras, Dto. IT, Dto. Recursos Humanos, Gerente General y Dto. de Marketing.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### 2.2.3 Definición de factores críticos de éxito (FCE)

Roberto Romero López, los FCE son variables que se deben tomar en cuenta antes y durante la realización de un proyecto, ya que aportan información valiosa para alcanzar las metas y objetivos de la empresa. Sin embargo, la determinación de que es o que no es un FCE se basa en lo general de un juicio subjetivo, ya que no existe una fórmula para determinar los FCE con claridad. Según King (2005), menciona que la creciente literatura de FCE no provee las herramientas para intervenir más efectivamente en las implementaciones o proyectos, sólo es una ayuda parcial para que se entiendan las implicaciones de sus acciones.

A partir del análisis de la competencia, de la organización, ambiental y de la estructura de la industria (5 fuerzas de Porter) son considerados Factores críticos de Éxito para el proyecto los siguientes:

- Capacidad de Innovación
- Tecnología
- Relación con los proveedores
- Eficiencia en la distribución de alimentos
- Mayor impacto social
- Transparencia con los clientes
- Usabilidad
- Publicidad

### 2.2.4 Fortalezas y debilidades del negocio

Para el análisis de las fortalezas y debilidades de la organización se utiliza la matriz de evaluación de factores internos (EFI).

| Factores           |                                     | Peso        | Calificación | Calificación Ponderada |
|--------------------|-------------------------------------|-------------|--------------|------------------------|
| <b>Debilidades</b> |                                     |             |              |                        |
| D1                 | Pérdida de interés de los usuarios. | 10%         | 3            | 0,3                    |
| D2                 | Fuertes exigencias de la comunidad. | 10%         | 2            | 0,2                    |
| <b>Fortalezas</b>  |                                     |             |              |                        |
| F1                 | Modelo de negocios robusto.         | 15%         | 4            | 0,6                    |
| F2                 | Amplios conocimientos técnicos.     | 10%         | 4            | 0,4                    |
| F3                 | Usabilidad                          | 15%         | 3            | 0,45                   |
| F4                 | Capacidad de innovación             | 20%         | 4            | 0,8                    |
| F5                 | Viabilidad operativa y técnica.     | 20%         | 3            | 0,6                    |
| <b>Totales</b>     |                                     | <b>100%</b> |              | <b>3,35</b>            |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

| Calificación |                 |
|--------------|-----------------|
| 4            | Muy importante  |
| 3            | Importante      |
| 2            | Poco importante |
| 1            | Nada importante |

**Conclusión:** La calificación ponderada da un balance positivo, esto significa que la organización tiene una posición interna fuerte.

### 3. Análisis FODA

#### 3.1 Cuadro FODA

| FODA                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fortalezas                                                                                                                                                                                                                                        | Oportunidades                                                                                                                                                                                                                                               | Cruce de variables                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplios conocimientos técnicos.</li> <li>• Usabilidad, fácil acceso a la web.</li> <li>• Viabilidad operativa y técnica.</li> <li>• Modelo de negocios robusto.</li> <li>• Proyecto innovador</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores político-legales bien definidos</li> <li>• Factores tecnológicos clave para la ventaja competitiva.</li> <li>• Sociedad cada vez más interesada en el e-commerce.</li> <li>• Poca competencia.</li> </ul> | <b>FO</b><br>Gracias a la sociedad que cada vez está más interesada en la compra online se va a aprovechar atraer a los usuarios con una interfaz amigable y tecnologías atractivas. Además, hay que destacar la poca competitividad en el mercado. | <b>DO</b><br>Es difícil mantener el interés del público, por esto, la actualización y mejoras van a ser constantes, ampliando más y más el contenido, productos, y todo lo que genere interés para el usuario. Si bien no existe trayectoria en el mercado, al no tener competencia, obtenemos una ventaja para generar una trayectoria basada en transparencia, confianza y dedicación. |
| Debilidades                                                                                                                                                                                                                                       | Amenazas                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pérdida de interés de los usuarios.</li> <li>• Fuertes exigencias de la comunidad.</li> <li>• No tener trayectoria en el mercado.</li> </ul>                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuertes cambios en la economía.</li> <li>• Posibilidad de un nuevo producto sustituto.</li> </ul>                                                                                                                  | <b>FA</b><br>CADENA DE DONACIÓN cuenta con un modelo de negocios sólido, con poca competencia en el mercado, lo que permite afrontar los cambios en la economía que se                                                                              | <b>DA</b><br>Con la economía actual es difícil poder concretar un proyecto que prospere y sea sustentable, sin contar que no se tiene una amplia trayectoria como respaldo, es por esto                                                                                                                                                                                                  |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                               |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>viven últimamente. El e-commerce tiene un acceso muy fácil y amigable, lo cual lo hace atractivo para una gran cantidad de usuarios. Los amplios conocimientos técnicos permiten estar siempre un paso adelante en el mercado.</p> | <p>por lo que el proyecto se enfoca en mejorar día a día y cumplir las demandas de la sociedad, siendo innovador y competir en un mercado poco explorado.</p> |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3.2 Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

#### Fortalezas

- Amplios conocimientos técnicos: CADENA DE DONACIÓN cuenta con profesionales que tienen habilidades especiales para afrontar nuevos retos y ser innovadores.
- Usabilidad, fácil acceso a la web: La web tiene la cualidad de ser sencilla de utilizar, facilitando al usuario en cuanto a funcionalidades y menús simples, priorizando que su visita sea satisfactoria y le resulte cómodo.
- Viabilidad operativa y técnica: Es posible realizar el proyecto sin ningún inconveniente desde el aspecto técnico y operativo.
- Modelo de negocios robusto: El modelo de negocio está bien definido y se tiene en cuenta cada uno de los participantes que tienen que aportar su trabajo para que el negocio funcione con éxito.
- Proyecto innovador: Como se analiza en el punto 1.2 “Situación Actual del Negocio” y en el punto 2.2 “Análisis de la competencia”, se visualiza la falta de competencia y productos sustitutos, haciendo al proyecto único e innovador en el mercado.

#### Oportunidades:

- Factores político-legales bien definidos: Existen leyes en Argentina para el comercio electrónico que ayudan a establecer la comercialización online de forma ordenada y beneficiosa para el usuario y la organización.
- Factores tecnológicos clave para la ventaja competitiva: Las tecnologías utilizadas para llevar a cabo el proyecto son las actuales innovaciones en e-commerce.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

- Sociedad cada vez más interesada en el e-commerce: Debido a la situación sanitaria en el mundo, hubo un impacto positivo en el comercio electrónico. Los usuarios adoptaron de forma natural las nuevas tecnologías y cómo fue obvio este impacto, las empresas y organizaciones se sumaron, haciendo cada vez más común la compra online.
- Poca competencia: Como se analiza en varios puntos, se ve que hay poca competencia en el mercado y no hay productos sustitutos fuertes que reemplazan a CADENA DE DONACIÓN.

#### **Debilidades:**

- Pérdida de interés de los usuarios: Para cumplir los objetivos se necesita de mucha interacción y colaboración de los usuarios, al ser un factor importante, se tiene en cuenta si no se cumple de forma positiva.
- Fuertes exigencias de la comunidad: La sociedad puede llegar a tener una expectativa muy alta de la web en cuanto a las donaciones que se reciban en los comedores.
- No tener trayectoria en el mercado: Al ser un proyecto innovador y nuevo sin trayectoria dentro del mercado, los Rosarinos no tienen conocimiento del funcionamiento y cuentan con poca información. CADENA DE DONACIÓN tiene que hacerse conocer y generar confianza.

#### **Amenazas:**

- Fuertes cambios en la economía: Como se analiza en el punto 2 “Análisis estratégico” se ve que Argentina está pasando por una crisis económica, por lo tanto, se tiene en cuenta las variaciones de este y las posibilidades económicas que puedan llegar a tener los Rosarinos, así como las inversiones en el proyecto.
- Posibilidad de un nuevo producto sustituto: Actualmente el proyecto es innovador y no existen competidores o producto sustituto, pero cabe la posibilidad de que a futuro exista.

### **3.3 Conclusión: Atractivo de la Industria, Fortalezas del Negocio.**

En conclusión, se observa que CADENA DE DONACIÓN tiene un modelo b2c innovador. En general, el funcionamiento de la organización no se ve afectado por grandes problemas internos, solo cuestiones ocasionales que en su mayoría se ven afectadas por factores externos. Teniendo en cuenta la situación actual y a futuro que se pronostica en e-commerce y la gran oportunidad de no contar con competidores o productos sustitutos, es importante adelantarse y ganar terreno mediante la comunicación y la publicidad para acaparar clientes y fidelizarlos. Es por eso por lo que se aplica una estrategia de marketing digital integral para fortalecerse en ese aspecto, tomando la iniciativa de integrarse en el mundo de internet, ofreciendo lo mejor a los clientes y a los comedores.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

## 4. Segmentación

### 4.1 Segmentación de consumidores y/o Negocios

Saporosi, G. (1997), la segmentación de un mercado consiste en el desarrollo de una coordinada producto-mercado específica dirigida a un grupo de consumidores con necesidades y proceso de compra específicos. (pág. 147)

La segmentación de mercado que concuerda con CADENA DE DONACIÓN es la segmentación geográfica, es decir que el público objetivo para los productos son clientes que están ubicados en la ciudad de Rosario o ciudades y regiones aledañas.

El objetivo de CADENA DE DONACIÓN es satisfacer una necesidad a los comedores ubicados en la ciudad de Rosario, y por esto mismo, se necesita estudiar los intereses y el comportamiento de compra de los rosarinos.

La solución apunta a clientes de cualquier sexo que sean mayor de 18 años y que posean una tarjeta de crédito o débito. Además, a proveedores que estén dispuestos a asociarse a CADENA DE DONACIÓN, entregando los pedidos en los comedores y aportando mayor cantidad de productos a un precio menor.

### 4.2 Identificación de grupos diferenciados de consumidores

Saporosi, G. (1997), conocer el comportamiento del consumidor y el timing del negocio nos permite calcular el tamaño de nuestro mercado. El dimensionamiento erróneo de los mercados es otra de las causas clínicas generadoras de problemas en las empresas. Podemos imaginar el proceso de dimensionamiento del mercado como un conjunto de “filtros” o “embudos” a través de los cuales “pasan” los consumidores y siguen unos pocos. (pág. 206)

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

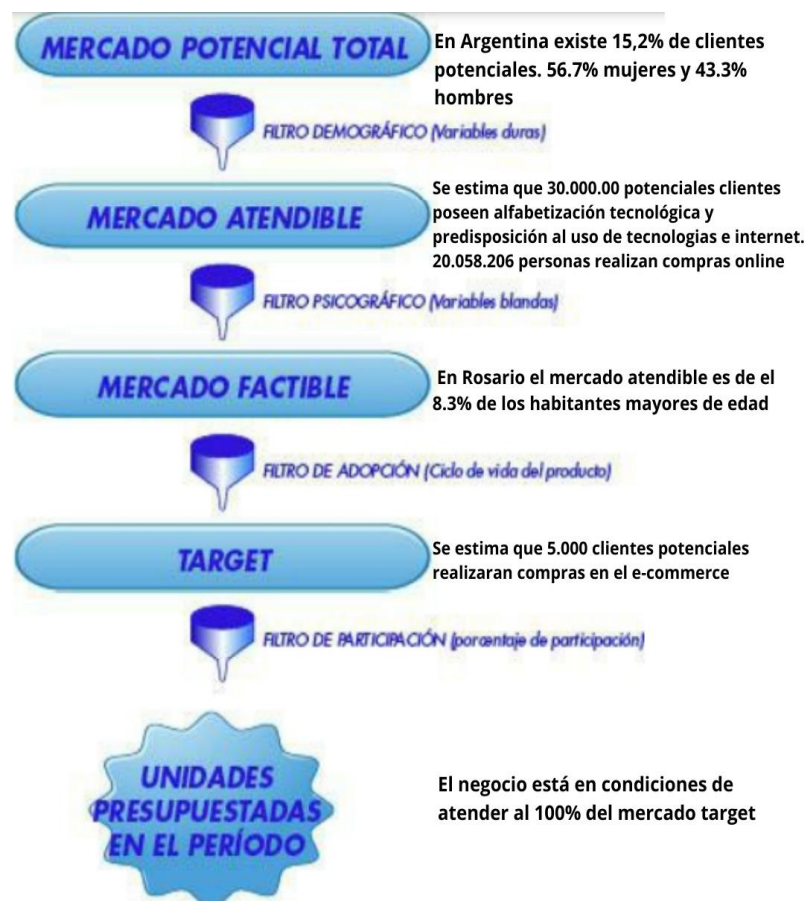


Ilustración 16 Filtro de Mercado

A continuación, se estima cuántos consumidores “pasarán” por este “filtro” con la matriz de portfolio del Boston Consulting Group.

CADENA DE DONACIÓN es un proyecto innovador en el mercado, posicionándose como atractivo del sector y, además, como ventaja competitiva al ser pionero en el mercado y no tener un producto sustituto. A CADENA DE DONACIÓN se considera como un producto estrella, se caracteriza por tener un cash flow equilibrado, ya que los grandes beneficios obtenidos se compensan con las grandes necesidades de dinero para financiar el crecimiento y mantener la cuota de mercado. Situado en la fase de crecimiento, presenta mejores posibilidades para obtener beneficios, como elevar la barrera de entrada en el mercado, entre otros.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |



Ilustración 17 Matriz BGC para el filtro de adopción

#### 4.3 ¿Quiénes son los potenciales usuarios/ compradores del negocio?

Por medio del análisis de filtros de mercado se llegó a la conclusión que CADENA DE DONACIÓN estima con **5.000 potenciales clientes** que realizarán compras online. Estos posibles clientes son mayores de 18 años con la posibilidad de contar con una tarjeta de crédito o débito, internet y un dispositivo tecnológico para realizar la compra. Además, se estima del mercado atendible que 30.000.00 potenciales clientes poseen alfabetización tecnológica y predisposición al uso de tecnologías e internet. También se sabe que 20.058.206 personas realizan compras online. Datos importantes para determinar nuestro target y poder agrandarlo.

Los clientes tienen un conjunto de necesidades específicas en común:

- Estar dispuesto a realizar una donación pagando un precio menor que en el mercado y al mismo tiempo satisfacer la necesidad de donación ágil.
- Conocer la organización por medio de medios tecnológicos y estar al tanto de lo realizado con las donaciones.

El negocio está en condiciones de atender al 100% del mercado target, teniendo en cuenta que tiene un gran potencial en cuanto a tamaño y crecimiento a futuro.

#### 4.4 Pautas de comportamiento esperado de cada segmento.

La navegabilidad del e-commerce es intuitiva y fácil para el usuario; de esta manera, se prevé que abandone la página por haberse perdido. Así, la usabilidad y la perdurabilidad cobran especial relevancia en este concepto.

Dada la naturaleza de la solución se puede observar un perfil de usuario en la navegación del sitio web:

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

- Usuarios Finales:** Los clientes pueden acceder al sitio en cualquier momento, CADENA DE DONACIÓN brinda toda la información que precisan en poco tiempo y de manera fácil. Los usuarios que entran al sitio buscan realizar una donación a un comedor. Dentro del sitio existen diferentes categorías en donde cada una tiene alimentos perecederos y no perecederos. El usuario puede optar por una canasta variada o productos individuales, este decide a qué comedor va a ir dirigido.  
La compra se abona con tarjeta de crédito o débito, una vez que finaliza el proceso de pago CADENA DE DONACIÓN informa por medio de emails el flujo del pedido, brindando transparencia y confianza.

## 5. Plan de Acción

La agenda estratégica integra todas las tareas necesarias que son requeridas para determinar las direcciones (objetivos) del negocio.

Para Hax (2003) entrar en los detalles de la ejecución en la organización, garantiza los alineamientos de la estrategia y la ejecución.

### 5.1 Programas generales de acción

Se definen los siguientes planes generales de acción para llevar a cabo el proyecto:

- Plan de Negocio:** Análisis y definición del negocio, definición de cultura, misión, visión y valores, estrategias de ingresos y competitivas. Determinación de los consumidores y los competidores en el mercado.
- Plan de Management y operaciones:** La gestión de **operaciones** ayuda a gestionar y controlar de forma eficaz los recursos de la organización para mantener satisfechos a los clientes.
- Plan Económico/Financiero:** Análisis de cómo se va a obtener el capital necesario para poner en marcha el proyecto, cómo se va a sostener el funcionamiento y cómo se va a financiar el crecimiento de éste y, finalmente, qué beneficio va a generar la inversión realizada.
- Plan Tecnológico:** Análisis, despliegue y seguimiento de las líneas de acción tecnológicas de corto mediano y largo plazo, diagnóstico y pronóstico **tecnológico**.

### 5.2 Programas específicos de acción

#### Plan de Negocio

- Definición del negocio
- Análisis del mercado
- Análisis de la competencia

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### Plan de Management y operaciones

- Marketing, definir el target del mercado
- Desarrollar plan de venta y comercial

### Plan económico/financiero

- Desarrollar cálculos económicos – financieros (VAN y TIR)

### Plan Tecnológico

- Análisis del proyecto (analizar factibilidad y requerimientos iniciales)
- Diseño de los prototipos
- Codificación
- Pruebas y testing
- Implementación

### Diagrama de Gantt

| Posición | Fecha de inicio | Fecha de finalización | Hito o actividad                |
|----------|-----------------|-----------------------|---------------------------------|
| 1        | 1/4/2021        | 11/4/2021             | Inicio – Plan de negocio        |
| 2        | 11/4/2021       | 30/4/2021             | Plan de marketing y operaciones |
| 3        | 1/5/2021        | 31/5/2021             | Plan económico/financiero       |
| 4        | 1/6/2021        | 21/7/2021             | Plan tecnológico                |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |



## 6. Plan de Marketing

### 6.1 Objetivos

El objetivo por lograr a corto plazo es que CADENA DE DONACIÓN se convierta en el B2C utilizado por la mayoría de los usuarios que deseen realizar una donación, siendo así, conocido por la ciudad de Rosario y regiones aledañas. Además, se espera como consecuencia positiva, muchos proveedores queriendo brindar sus productos a CADENA DE DONACIÓN.

El objetivo a largo plazo es convertirse en un referente para los nuevos bancos que se formen en el territorio nacional, incentivando la creación de nuevas redes de alimentos en el país y potenciando su acción mediante la gestión de alianzas estratégicas que contribuyan a generar mayor impacto social en la reducción del hambre.

Al ser un proyecto innovador se tienen muchas expectativas de que, con una estrategia bien lograda, los resultados pueden ser muy beneficiosos para lograr el éxito.

### 6.2 Resultados esperados en materia de cobertura y participación

- Alcanzar un gran número de usuarios registrados en el sitio.
- Ser reconocidos a nivel regional y nacional para poder elevar la barrera de entrada.
- Cautivar a los proveedores.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### 6.3 Metas de Posicionamiento

Gerardo (1997) expresa que, posicionar una coordenada producto-mercado significa trabajar en la forma en que será percibida por los consumidores. Ocurre que la lógica no necesariamente es la mejor estrategia al tratar con mentes humanas, por eso el proceso de posicionamiento requiere el aporte de varias disciplinas. (pág. 124)

Se utilizan dos herramientas para este análisis, la primera es la matriz de posicionamiento relativo, detectando en el grupo consumidor una serie de atributos cruciales para la coordenada producto-mercado. Y por último el mapa vincular.

El análisis completo de la matriz de posicionamiento permite saber qué CADENA DE DONACIÓN se encuentra muy bien posicionado ante los competidores, por sus **mejores características** en servicio y tecnología.

| Nuestro producto con respecto a los consumidores |                                  |                 |              |                              |
|--------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------|--------------|------------------------------|
| Importancia para los consumidores                | <b>Extremadamente Importante</b> |                 |              | Distribución                 |
|                                                  | <b>Muy Importante</b>            | Notable/Popular |              | Transparencia en la donación |
|                                                  | <b>Importante</b>                |                 | Precio       | Tecnología                   |
|                                                  |                                  | <b>Peor</b>     | <b>Igual</b> | <b>Mejor</b>                 |

El método vincular capta específicamente la relación que está establecida o que puede llegar a establecerse entre un consumidor y un producto.

CADENA DE DONACIÓN se ubica en la sección de **Polo Pragmático**, ya que está orientado a priorizar los objetivos a alcanzar de los comedores comunitarios, ofreciendo un recurso para mejorar la capacidad.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

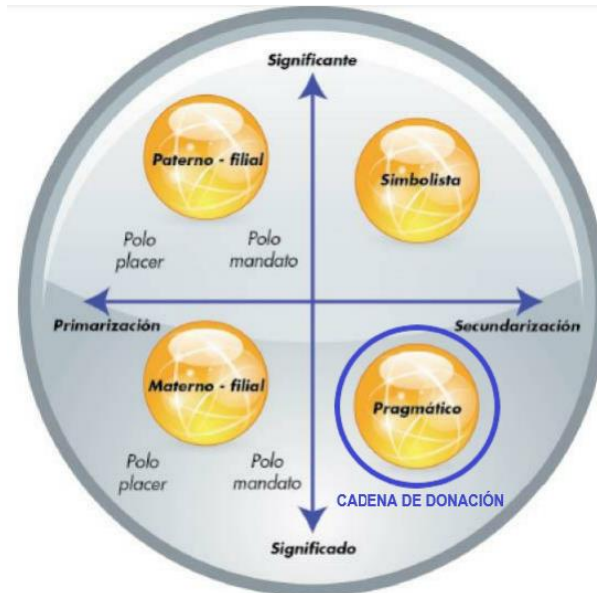


Ilustración 18 Mapa vincular

## 6.4 Producto. Estrategia de Producto

### 6.4.1 Describa el producto/ servicio (qué es y qué no es)

CADENA DE DONACIÓN es un B2C dedicado a la venta de productos alimenticios que cuenta con diferentes categorías, no perecederos, perecederos y productos de limpieza e higiene personal. La compra está destinada a un comedor comunitario, el que elija el usuario al momento de la compra. El B2C está pensado para brindar la máxima satisfacción al usuario, y tener clientes deleitados.

Al ser una empresa que brinda productos intangibles, aprovecha al máximo el tener un **producto aumentado** y se les brinda a los usuarios una promesa de satisfacción simbólica, “la reducción del hambre”, “ayuda a la sociedad”.



Ilustración 19 Interpretación del producto

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |



Ilustración 20 Tangibilidad de la intangibilidad

#### 6.4.2 ¿Es un producto/ servicio durable, estacional?

Diario El País, (2020). El Gobierno brinda comida a más de 11 millones de personas, pero el hambre llega, sobre todo, a los más jóvenes: el 62,9% del total de población infantil y adolescente está en situación de pobreza monetaria mientras que la red de comedores sociales está colapsada.

La capital, (2021). **Un 20 por ciento de la población de Rosario, más de 200 mil personas, reciben asistencia alimentaria del Estado** en un contexto en el que no solo crecen los casos de Covid sino también la inflación, y es elevado el índice de desempleo (el aglomerado tiene el segundo nivel más alto de desocupación en el país con el 13,6 por ciento, por encima del 11 a nivel nacional, según el Indec). Canalizada a través de mil organizaciones sociales, entre comedores comunitarios, merenderos y copas de leche, la demanda se mantiene y tiende a crecer a pesar de que la zona es una de las más ricas de la Argentina.

Como se puede observar la situación actual en Rosario y el país, ha aumentado la cantidad de personas que necesitan ayuda de comedores comunitarios, si bien esta situación se presenta diariamente es notable el aumento de necesidades en época invernal. De esta manera, CADENA DE DONACIÓN se convierte en un **servicio estacional**.

#### 6.4.3 ¿Cuáles son las características de su producto/ servicio que usted considera influyen sobre la decisión de compra?

Las características sobresalientes son las siguientes:

- **Comunicación con los usuarios**: el B2C ofrece variadas vías de comunicación para que los usuarios se sientan cómodos ante consultas e inquietudes. Además, se notifica durante el flujo de compra cada movimiento de su pedido haciendo transparente la compra.
- **Comodidad y facilidad**: La web es intuitiva para realizar la compra, haciendo cómoda la experiencia. Haciendo fácil la donación.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

- **Precios:** Al aliarse con proveedores directos, los precios son bajos. Teniendo esto como una ventaja competitiva hacia los competidores.
- **Innovación:** Al ser el pionero, dedicado a la distribución de alimentos a comedores comunitarios en forma online, es innovador y no se encuentra una experiencia igual en el mercado.

#### 6.4.4 ¿Existen estudios que respalden sus hipótesis?

##### Auge del e-commerce

CACE (2021), el comercio electrónico en Argentina creció durante 2020 un 124% respecto al año anterior y registró una facturación de \$905.143 millones de pesos. Esta cifra surge del Estudio Anual de Comercio Electrónico en Argentina que realiza Kantar Insights para la Cámara Argentina de Comercio Electrónico ([www.cace.org.ar](http://www.cace.org.ar)).

En medio de la coyuntura de la Pandemia Covid-19 el comercio electrónico se convirtió en el protagonista durante el 2020 ya que fue una gran alternativa para que los usuarios puedan adquirir productos de forma online y segura, quedándose en sus hogares. En este sentido, muchos consumidores realizaron sus compras por primera vez a través de dicho canal y de a poco fueron incorporando nuevas categorías de productos. Se pudo observar y destacar la maduración del canal online registrando una suma de más de 1.284.960 nuevos compradores, sumando un total de 20.058.206 compradores online.

##### Aumento de pobreza en el país

INDEC (2020), los números que brindó el Indec (Instituto Nacional de Estadística y Censos) marcaron que, en el país, el 42% de la población es pobre. Santa Fe no está ajeno a estas cifras, tal es así que en el Gran Santa Fe el relevamiento del segundo semestre de 2020 indicó que hay un 28% de hogares en situación de pobreza; personas 39,8 %; hogares en situación de indigencia 6 %; y 9,1 % personas indigentes.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

| 2° semestre 2020 <sup>(1)</sup>                          |    |         |
|----------------------------------------------------------|----|---------|
| Incidencia de la pobreza en hogares                      | %  | 31,6    |
| Tamaño promedio del hogar pobre en personas              |    | 4,10    |
| Tamaño promedio del hogar pobre en adulto equivalente    |    | 3,28    |
| Canasta básica total promedio del hogar pobre (a)        | \$ | 50.854  |
| Ingreso total familiar promedio del hogar pobre (b)      | \$ | 29.567  |
| Brecha monetaria promedio de los hogares pobres (b-a)    | \$ | -21.287 |
| Brecha porcentual promedio de los hogares pobres (b-a)/a | %  | 41,9    |

<sup>(1)</sup> Los resultados del segundo semestre de 2020 no incluyen el aglomerado Ushuaia-Río Grande (ver punto "Acerca de la cobertura geográfica" en el Anexo metodológico del presente informe).

**Fuente:** INDEC, Dirección de Encuesta Permanente de Hogares.

Los valores expuestos significan que, en promedio, los hogares indigentes tienen una distancia de \$8.708 entre sus ingresos y el valor de la LI. En términos porcentuales, esto implica que sus ingresos en promedio se encuentran 40,4% por debajo de la LI. En el caso de los hogares pobres, la distancia se refiere a la LP y es de \$21.287, lo que implica una brecha de 41,9%.

A fin de caracterizar a la población en condición de pobreza, en los cuadros 3.1 y 3.2 se presenta la distribución por tramos de edad seleccionados.

### Ilustración 21 Brecha de la pobreza

#### Población por condición de pobreza según grupos de edad. Segundo semestre de 2020 <sup>(1)</sup>

| Grupos de edad | Pobres       |                   |                      | Total de pobres | No pobres    |
|----------------|--------------|-------------------|----------------------|-----------------|--------------|
|                | Total        | Pobres indigentes | Pobres no indigentes |                 |              |
|                |              |                   | %                    |                 |              |
| <b>Total</b>   | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      | <b>100,0</b>         | <b>100,0</b>    | <b>100,0</b> |
| 0-14           | 23,5         | 35,1              | 31,3                 | 32,3            | 17,2         |
| 15-29          | 24,0         | 28,5              | 27,9                 | 28,1            | 21,0         |
| 30-64          | 41,3         | 35,3              | 36,9                 | 36,5            | 44,7         |
| 65 y más       | 11,2         | 1,1               | 3,9                  | 3,2             | 17,1         |

<sup>(1)</sup> Los resultados del segundo semestre de 2020 no incluyen el aglomerado Ushuaia-Río Grande (ver punto "Acerca de la cobertura geográfica" en el Anexo metodológico del presente informe).

**Nota:** en algunos casos, la suma de los porcentajes de población pueden no coincidir con el porcentaje total, debido a que los valores están redondeados a un decimal.

**Fuente:** INDEC, Dirección de Encuesta Permanente de Hogares.

### Ilustración 22 Población por condición de pobreza según grupos de edad.

#### Aumento de las necesidades en la sociedad y los comedores comunitarios

La capital (2020) producto de la crisis económica agudizada en los últimos meses por la pandemia, un nuevo sector se vio arrojado a una situación de fragilidad económica y social, llegando a necesitar algo tan básico como un plato de comida. Hoy, a los históricamente postergados, se le sumó una nueva franja de población de la clase media céntrica que

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

requiere alimentos y no cuenta con las redes de contención barriales, como ollas populares, merenderos y copas de leche.

El ciudadano web (2020), Graciela está a cargo de un comedor en el oeste de Rosario que duplicó la demanda de comida durante la cuarentena. En Argentina, el 63% de los hogares en barrios populares tiene a una mujer al frente y son quienes sostienen espacios comunitarios para dar contención en épocas de crisis.

Para hacer la comida y entregarla abrieron un comedor y merendero. Está sobre las vías del ferrocarril, en Felipe Moré y Uruguay. Desde el primer día empezaron a llegar familias del barrio y de zonas vecinas a buscar un plato de comida. Dan almuerzo los lunes y sábados y hacen la copa de leche los miércoles. Antes de la pandemia de coronavirus recibían a 200 personas. Hoy llega el doble.

## 6.5 Precio. Estrategia de Precio

### 6.5.1 Condicionantes del precio

Gerardo (1997) expresa que, la elección de un precio requiere coherencia interna y coherencia externa. La coherencia interna exige que el precio contemple los costos del producto y atienda las necesidades de rentabilidad de la empresa. La coherencia extrema exige detectar las expectativas del mercado en relación con el valor del producto. es decir, lo que los compradores están dispuestos a pagar por el producto. (pág. 134)

En cuanto a la coherencia interna, el análisis fundamental pasa por la estructura de costos del producto. A continuación, se muestra una estructura típica de precios.



Ilustración 23 Típica estructura de costos

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

El precio del proyecto está determinado por:

### **Factores internos**

- **Producto:**
  - **Proveedores:** La fijación de precios se ven condicionadas por la asociación de proveedores. A gran cantidad de proveedores de primeras marcas asociados, mejores precios a ofrecer.
  - **Marketing:** Debido a que CADENA DE DONACIÓN está en una etapa de crecimiento, y el producto está en la etapa de introducción de acuerdo con el ciclo de vida, se debe crear conciencia y prueba del producto en el mercado.
  - **Costos:** Se tiene en cuenta los costos fijos de mantenimiento del sistema, marketing y sueldos de los integrantes de la organización.

### **Factores externos**

- **Competidores:** Se debe tener en cuenta la actuación de los competidores frente al ingreso de mercado y los nuevos participantes. Esto va a afectar la fijación de precios. CADENA DE DONACIÓN pretende brindar precios bajos para estimular la compra.
- **Mercado:** Las decisiones de fijación de precios se ven condicionadas por los hábitos y costumbres del mercado y por la cultura o formación económica de los consumidores.

### **6.5.2 Estrategia de precio**

Gerardo (1997) para mí, el precio es la cantidad mágica que hace que un producto “aparezca” en el mercado. Me baso para esta afirmación en un chiste del genial Tato Bores: ‘Una señora fue a comprar una plancha. Cuando el vendedor le dijo el precio, la señora se horrorizó; “¿cómo es posible?, ¡aquí enfrente cuesta la mitad», replicó la señora. El vendedor le dijo muy tranquilo: “Señora, entonces cómprela ahí enfrente”, Y la señora se lamentó “Es que ahí enfrente no tienen más”. Entonces el vendedor sentó las bases de mi teoría: “Señora, cuando nosotros no tengamos más planchas, también las vamos a poner a ese precio»’. (pág. 136)

La estrategia de precio que más se adecua a CADENA DE DONACIÓN es una **estrategia activa a precios bajos** debido a que el objetivo principal es el consumo masivo.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |



Ilustración 24 Matriz de estrategias de precio

## 6.6 CIM Comunicaciones integradas de marketing

### 6.6.1 Descripción de la planificación estratégica de las acciones de comunicación

La comunicación con los clientes es de suma importancia para CADENA DE DONACIÓN, es una de las estrategias y ventaja competitiva con la que se cuenta, y a través de esta, se quiere obtener la lealtad de los clientes y una buena reputación. Todas las actividades que se realicen van a estar relacionadas con la misión, visión y objetivos de la organización. De esta manera, se llega a proyectar una imagen sólida y responsable que afecta positivamente la apreciación de los clientes, logrando lealtad a la marca.

CADENA DE DONACIÓN realiza las siguientes acciones como comunicaciones iniciales:

| PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA                                 |                   |              |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                         |
|--------------------------------------------------------------|-------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| OBJETIVOS                                                    | PÚBLICO           | CANALES      | CONTENIDO                                                                 | CRONOGRAMA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | RESPONSABLE/ RECURSOS                                                   |
| Optimizar el flujo de información durante el flujo de compra | Cliente           | • Emails     | Emails informativos, dando a conocer el estado de situación de la compra. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Primer email: informa que la compra está siendo procesada.</li> <li>• Segundo email: en caso de que el pago esté aprobado, se le informa y adjunta su factura.</li> <li>• Tercer email: Se notifica cuando el pedido está siendo preparado.</li> <li>• Cuarto email: se informa que el pedido llegó a destino.</li> </ul> | Personal de la organización que esté en el puesto de gestión de ventas. |
| 1.Promocionar las diferentes                                 | Cliente y Usuario | • Newsletter | Información de diferentes                                                 | • Envío mensual de información                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Departamento de marketing                                               |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    |                                                                                                      |                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <p>actividades que se realizan en la organización para generar transparencia y lealtad.</p> <p><b>2.</b> Dar a conocer el B2C, la misión, visión y valores de la organización.</p> <p><b>3.</b> Establecer una relación con el público.</p> <p><b>4.</b> Lograr una mayor cantidad de ventas.</p> |                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Redes sociales</li> </ul>                                     | <p>actividades que se realizan dentro de la organización y promociones que contenga el e-commerce.</p> | <p>promocional y acontecimientos relevantes de la organización a los suscriptores de la web.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>En redes sociales se realizan publicaciones diarias, fotografías, instrucciones de cómo realizar una compra, información sobre los comedores comunitarios, etc.</li> </ul> |                         |
| Atención de consultas e inquietudes                                                                                                                                                                                                                                                               | Cientes y Usuarios | <ul style="list-style-type: none"> <li>WhatsApp</li> <li>Teléfono</li> <li>Redes sociales</li> </ul> | Atención personalizada para poder cesar inquietudes o consultas, referidas a la compra u organización. | Se tiene un número telefónico al cual los usuarios/clientes se podrán comunicar por WhatsApp, llamadas o mensajes de texto. Además, se atiende consultas a través de mensajería de redes sociales, Instagram y Facebook.                                                                                           | Departamento de ventas. |

### 6.6.2 Diseño de Sitio web (7C"y pantallas descriptivas)

Kottler & Armstrong (2008), crear un sitio web es una cosa, lograr que la gente lo visite es otra muy distinta. La clave es crear suficiente valor e interés para que los consumidores acudan al sitio, permanezcan ahí un rato, y regresen. (pág. 449)

Se utiliza el modelo denominado "Las 7C", propone siete componentes del diseño como base para lograr una interfaz eficaz.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |



Ilustración 25 Modelo 7C

**Contexto:** Se utiliza un contexto agradable y de fácil navegación, las interfaces se desarrollan con el objetivo de facilitar el acceso y generar compras ágiles.

Las dimensiones del contexto son:

- **Función:** Aquí se encuentran las divisiones de secciones (alimentos perecederos, no perecederos y productos de limpieza o higiene), herramientas de navegación, números de teléfonos y botón de contacto rápido a través de WhatsApp.
- **Estática:** Aquí se puede ver en el sitio imágenes informativas, páginas estáticas abocadas a informar sobre las políticas de seguridad y privacidad, cómo comprar y los datos de los comedores comunitarios.

Media Clic (2021). El color es probablemente la forma de impacto visual más poderosa que podemos utilizar en nuestro marketing. La mente del ser humano responde emocionalmente ante el color. Creado por la percepción de la luz que sugiere el tono. Al ser especialmente sensible a los cambios de luz, los colores “disparan” un potente mensaje en nuestra mente. Dando como resultado una reacción concreta.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |



Ilustración 26 Psicología del color

A continuación, se muestra un resumen de los principales colores explicando cómo la mente los percibe tanto de manera positiva o negativa.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

| Color    | Significado                                                                      | Su uso aporta                                                                                                        | El exceso produce                                        |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| BLANCO   | Pureza, inocencia, optimismo                                                     | Purifica la mente a los más altos niveles                                                                            | ---                                                      |
| LAVANDA  | Equilibrio                                                                       | Ayuda a la curación espiritual                                                                                       | Cansado y desorientado                                   |
| PLATA    | Paz, tenacidad                                                                   | Quita dolencias y enfermedades                                                                                       | ---                                                      |
| GRIS     | Estabilidad                                                                      | Inspira la creatividad<br>Simboliza el éxito                                                                         | ---                                                      |
| AMARILLO | Inteligencia, alentador, tibieza, precaución, innovación                         | Ayuda a la estimulación mental<br>Aclara una mente confusa                                                           | Produce agotamiento<br>Genera demasiada actividad mental |
| ORO      | Fortaleza                                                                        | Fortalece el cuerpo y el espíritu                                                                                    | Demasiado fuerte para muchas personas                    |
| NARANJA  | Energía                                                                          | Tiene un agradable efecto de tibieza<br>Aumenta la inmunidad y la potencia                                           | Aumenta la ansiedad                                      |
| ROJO     | Energía, vitalidad, poder, fuerza, apasionamiento, valor, agresividad, impulsivo | Usado para intensificar el metabolismo del cuerpo con efervescencia y apasionamiento<br>Ayuda a superar la depresión | Ansiedad de aumentos, agitación, tensión                 |
| PÚRPURA  | Serenidad                                                                        | Útil para problemas mentales y nerviosos                                                                             | Pensamientos negativos                                   |
| AZUL     | Verdad, serenidad, armonía, fidelidad, sinceridad, responsabilidad               | Tranquiliza la mente<br>Disipa temores                                                                               | Depresión, aflicción, pesadumbre                         |
| AÑIL     | Verdad                                                                           | Ayuda a despejar el camino a la consciencia del yo espiritual                                                        | Dolor de cabeza                                          |
| VERDE    | Ecuanimidad inexperta, acaudalado, celos, moderado, equilibrado, tradicional     | Útil para el agotamiento nervioso<br>Equilibra emociones<br>Revitaliza el espíritu<br>Estimula a sentir compasión    | Crea energía negativa                                    |
| NEGRO    | Silencio, elegancia, poder                                                       | Paz. Silencio                                                                                                        | Distante, intimidatorio                                  |

Ilustración 27 Paleta de sentidos

El color que identifica a la misión y visión de CADENA DE DONACION es el color azul-blanco para el sitio de compra y rojo-negro para el logo.

**Contenido:** El sitio tiene contenido de valor, tanto gráficos y textuales, como noticias, promociones y eventos de descuentos, por lo cual los visitantes regresan.

Las dimensiones en contenido son:

- Basado en información: Sección destinada a contenido informativo, resaltando títulos y comunicando con tono positivo.
- Basado en la oferta: En la página principal se observan títulos resaltando ofertas especiales y debajo los productos con precios de rebajas. Se utiliza la herramienta Google Analytics para analizar los productos más visitados, y así, colocarlos en oferta, aumentando las ventas.

**Comunidad:** Crear una comunidad de donantes asegura un tráfico recurrente en la web. CADENA DE DONACIÓN presenta reseñas para que los donantes puedan expresar su experiencia al comprar. Además, se tiene enlaces a redes sociales y se envía información sobre promociones o eventos importantes a los suscriptores de noticias.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

**Conversión:** Una conversión ocurre cuando el usuario visita una web y realiza acciones deseables, en CADENA DE DONACIÓN podrán suscribirse al newsletter, chatear con un asesor, realizar una compra. Además, las dimensiones en la personalización son poder seleccionar el comedor comunitario destino y preparar una canasta variada durante el proceso de compra.

**Comunicación:** La principal función del servicio es mejorar la comunicación y las transacciones entre nuestros proveedores y los donadores, aplicando herramientas como correo electrónico, chats en redes sociales, teléfono y formularios de contacto en donde podrán hacer llegar las inquietudes.

**Conexión:** Además de las promociones y envío de emails informativos se utiliza publicidad en Instagram para aumentar la conexión con los usuarios y así poder llegar a mayores donaciones.

**Comercio:** El sitio es de tipo B2C, y sus dimensiones son

- Carrito de compras
- Registro de identidad
- Certificado de Seguridad
- Registro de pedidos
- Pago tercerizado (MERCADO PAGO)
- Selección de envío

### **Pantallas:**

Reseñas

¿Cómo fue tu experiencia?

Estoy muy feliz con la donación

caren

Envíe una canasta de alimentos, llegó en tiempo y forma.

27/9/2021

Muy buena página web

Luis

La donación que envié llegó al comedor comunitario. Sin ningún problema

27/9/2021

prev

next

MI CUENTA

MI CUENTA

MIS PEDIDOS

NEWSLETTER

OK

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

#### PRODUCTOS NO PERECEDEROS









FIDEOS MATARAZZO

**\$80**

COMPRAR

FIDEOS MATARAZZO

**\$100**

COMPRAR

PACK DE AGUA

**\$300**

COMPRAR

ARROZ LUCHETTI

**\$100**

★★★★★

COMPRAR

#### PRODUCTOS PERECEDEROS









FIDEOS MATARAZZO

**\$100**

COMPRAR

PACK DE AGUA

**\$300**

COMPRAR

ARROZ LUCHETTI

**\$100**

★★★★★

COMPRAR

LECHE

**\$80**

COMPRAR

#### PERFUMERÍA





ALCOHOL

**\$150**

COMPRAR

JABÓN

**\$100**

★★★★★

COMPRAR

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

Bienvenidos A Cadena De Donación



[MI CUENTA](#)
[MI COMPRA](#)

[PERFUMERIA](#)
[ALIMENTOS NO PERECEDEROS](#)
[PROMOCIONES](#)
[ALIMENTOS PERECEDEROS](#)



## EN ESTE MOMENTO DIFÍCIL, ¡TE NECESITAMOS!

Ayuda a los comedores comunitarios  
con una compra online, nos  
encargamos del envío.


Entrega inmediata


Envío Gratis Directo  
al Comedor


Beneficios con  
Bancos y Tarjetas


Ayuda Social  
Tecnológica


Atención al Cliente

## 6.7 Distribución

### 6.7.1 Factores condicionantes de la distribución Principales canales

#### Mercado-meta

- **Ubicación geográfica:** El mercado meta es la ciudad de Rosario. Cualquier comedor comunitario y proveedor de la ciudad tendrá la posibilidad de asociarse a CADENA DE DONACIÓN.
- **Competencia:** Como se analizó en el punto 2.2, al no existir competidor directo no es un condicionante.
- **Consumidores:** Uno de los beneficios que brinda el B2C es la globalización y ubicuidad, los consumidores pueden encontrarse en cualquier lugar del país y realizar una compra o consulta, por esto, el e-commerce debe contener información sobre cómo comprar, además se debe tener la capacidad de informar por todos los medios de comunicación.
- **Infraestructura física del mercado:** Al ser un e-commerce y tener como canal de distribución principal Internet, el mercado a donde está dirigido posee la estructura necesaria para ofrecer la comercialización. Por lo cual no es un condicional que afecte al proyecto, dado que son los proveedores responsables de realizar las entregas y contacto físico en el caso de la venta-entrega de los productos.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

## Producto

- **Intermediarios:** El negocio tiene como intermediario a los proveedores asociados, son los encargados de realizar la entrega de la compra al comedor comunitario seleccionado. Este es un factor determinante para la distribución que afecta de forma directa al proyecto.

Gerardo, (1997) ahora aparece el “marketing del distribuidor”, es decir, el marketing que tiene que hacer el canal para vender. Ya no basta con poner los productos “a disposición” del público; ahora hay que hacerlos atractivos, hay que “marketinearlos”. (pág. 217)



Ilustración 28 El cliente y el marketing del distribuidor

El aspecto “consumidor” sigue siendo influenciado por el “marketing del fabricante”, se va a promocionar el sitio web por redes sociales. A través de YouTube se presenta la organización a los usuarios [https://youtu.be/5eTb\\_qAJBGg](https://youtu.be/5eTb_qAJBGg).

El aspecto “shopper” es influenciado por el “marketing de entrada”, y su objetivo es “atraer”, en el caso de CADENA DE DONACIÓN el objetivo es atraer donadores para aumentar la cantidad de alimentos en los comedores comunitarios y por esto, el marketing de entrada es la buena atención, siendo transparente en el proceso.

El aspecto “buyer” es influenciado por el “marketing de salida”, y su objetivo es hacer que el cliente recorra las diferentes secciones del negocio y compre más productos que los que había ido a comprar. La estrategia de CADENA DE DONACIÓN es promocionar a los usuarios los precios bajos y su calidad, para esto, se debe asegurar a los proveedores el incremento de compra, para que estén dispuestos a mejorar los precios.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

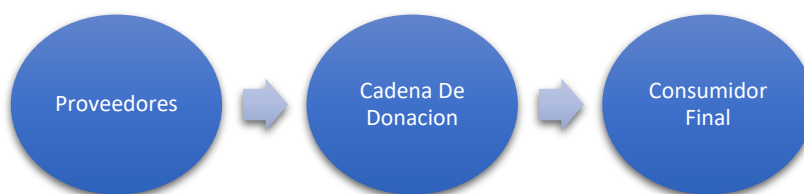
### 6.7.2 Estrategia de distribución

La estrategia de distribución que se utiliza será de tipo **Masivo**, siendo el más representativo para la organización, debido a que se tiene productos de consumo popular de bajo precio y el objetivo es obtener una mayor cobertura y alcance.

A su vez, será **Intensiva** para llegar rápidamente a todo el mercado a través de publicidades.

### 6.7.3 Canales (tipo y nivel)

El canal es de tipo **indirecto corto, siendo de nivel 3** ya que es indispensable contar con proveedores de alimentos para el abastecimiento de stock y su distribución.



### 6.7.4 Análisis de localización de puntos de venta propios

CADENA DE DONACIÓN no tiene como objetivo a corto o mediano plazo tener puntos de ventas físicos. El servicio que se brinda está orientado hacia la satisfacción de los donadores, trabajando siempre en la optimización de los servicios de pre y post venta. Por esto mismo el e-commerce brinda todos los beneficios para obtener clientes deleitados.

### 6.7.5 Opciones de asociación

Las asociaciones que tiene CADENA DE DONACIÓN son para el servicio del pago, abastecimiento de stock y envío de la compra.



**Mercado Pago:** Es la mayor plataforma de cobros online de la Argentina. La herramienta permite cobrar por Internet a través de diferentes opciones: correo electrónico, redes sociales, sitio web, una aplicación de celular o un dispositivo conectado a cualquier teléfono o Tablet.



**Proveedores:** Abastecen los productos del sitio web y son los encargados de realizar las entregas a los comedores comunitarios.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### 6.7.6 Gestión del JIT just in time

La logística Just In Time (JIT) persigue reducir el coste de la gestión y las pérdidas en almacenes provocadas por acciones innecesarias, así, no se produce bajo ninguna predicción, sino sobre pedidos reales. Justo a Tiempo significa elaborar los productos exactos que se necesitan, en las cantidades justas, en el momento apropiado para completar el proceso productivo.

Lo atractivo de CADENA DE DONACIÓN es ser el primer banco de alimentos online que no precisa depósitos físicos de almacenamiento por lo tanto se cuenta con un sistema de inventario, producción y distribución vinculado permanentemente con los proveedores. El proceso de abastecimiento de la tienda web está relacionado directamente con los proveedores, estos nos brindan un catálogo de productos de los cuales se exhiben en el sitio web y una vez realizada la compra, los encargados de la distribución son los mismos proveedores. Se depende del stock de estos, quienes nos informan a través de un sistema de gestión interno. De esta manera se intenta ahorrar dinero en procesos internos.

## 7. Operaciones

### 7.1 Organización de la empresa

CADENA DE DONACIÓN cuenta con varios departamentos.

- Dto. De comercialización, Dto. IT, Dto. Recursos Humanos, Gerente General y Dto. de Marketing.

Los mismos cuentan con una cantidad baja de especialistas ya que, la organización se encuentra en la etapa de introducción, según el ciclo de vida.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

## Organigrama

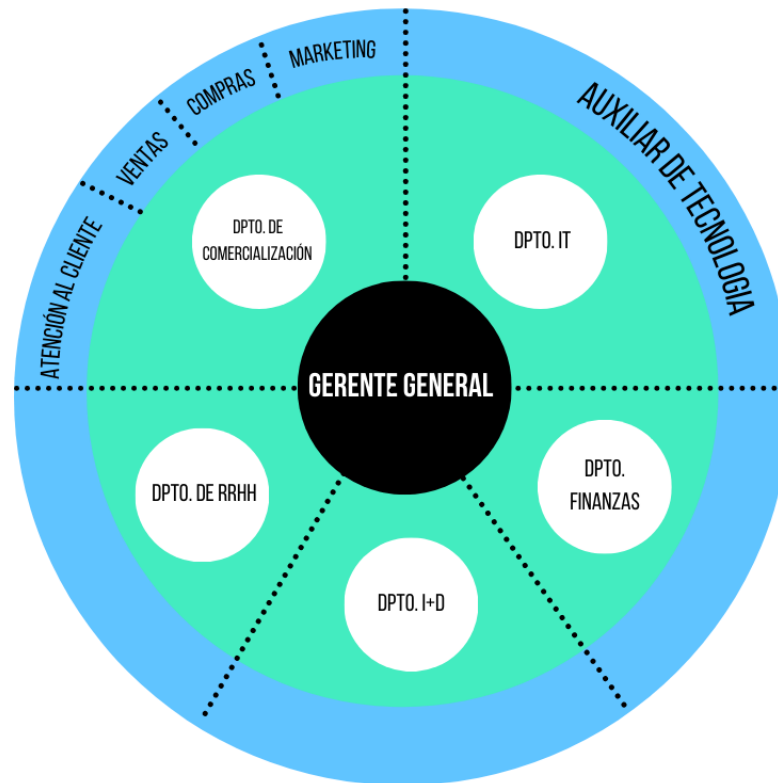


*Ilustración 29 Organigrama*

## Tipo de estructura

Al tratarse de una empresa joven innovadora, destinado a promover la comunicación y el libre flujo de información dentro de toda la organización, la misma se representa con una estructura circular o también denominada estructura de red

Los niveles jerárquicos se muestran mediante círculos concéntricos, de adentro hacia afuera. Así, los niveles de autoridad están representados por un círculo central que se corresponde con la autoridad máxima de la organización y a su alrededor círculos concéntricos que constituyen un nivel de organización.

## Comunicación

Al tener una estructura de red es necesario establecer un buen sistema de comunicación organizado entre todos los niveles. **El flujo de comunicación es de tipo transversal**, permitiendo una libre comunicación entre todos los miembros, aumentando la resolución de problemas de manera inmediata. Este tipo de flujo crea el ambiente necesario para que los empleados puedan participar en diferentes áreas y lograr un mayor nivel de interacción.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

## **Toma de decisiones**

La toma de decisiones y operaciones son descentralizadas, permitiendo la iniciativa local y la autonomía. En la organización las decisiones no están programadas, sino que estas se toman dependiendo de la situación que se intenta resolver. Las estrategias de negocio son discutidas con el Gerente General.

### **7.2 Grupo fundador, composición del directorio, principales accionistas.**

CADENA DE DONACIÓN es una organización sin ánimo de lucro (OSAL), entidad cuyo fin no es la persecución de un beneficio económico sino que principalmente se persigue una finalidad social, altruista, humanitaria, artística o comunitaria.

El grupo fundador está conformado por una sola persona quien es el entrepreneur.

### **7.3 Composición del staff gerencial y perfil de los ejecutivos claves.**

A continuación, se presentan los departamentos. En el punto 7.6 se describen en más detalle.

- Gerente General
- Dpto. RRHH
- Dpto. IT
- Dpto. I+D
- Dpto. Comercialización
- Dpto. Finanzas

### **7.4 Estructura prevista al lanzamiento y evolución**

Al lanzamiento se requiere de manera indispensable el gerente general y los siguientes departamentos, comercialización, IT y finanzas. Estas áreas están comunicadas de manera directa.

## **Estructura al lanzamiento**

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

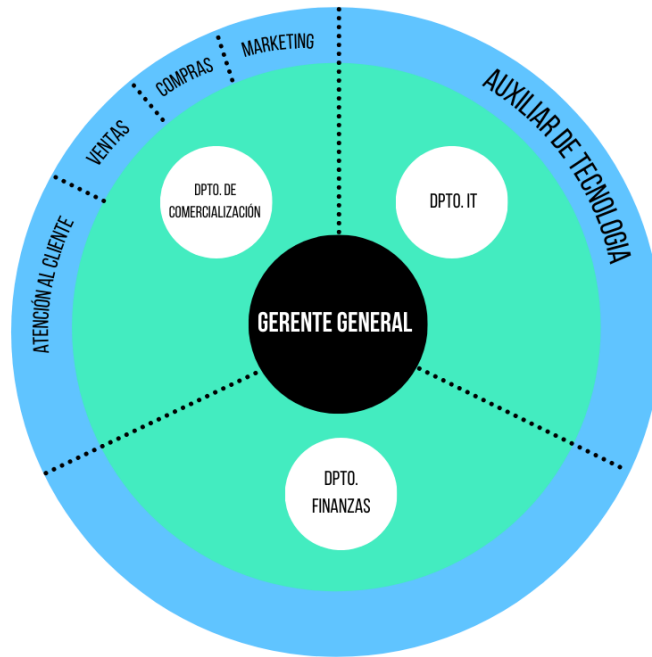


*Ilustración 30 Organigrama inicial al lanzamiento*

### **Estructura en la evolución**

La etapa de crecimiento se va a dar con el incremento del proyecto, mayor cantidad de clientes y servicios hacia ellos, por lo tanto, se precisa de personal para poder hacer frente a las demandas y necesidades de los clientes.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

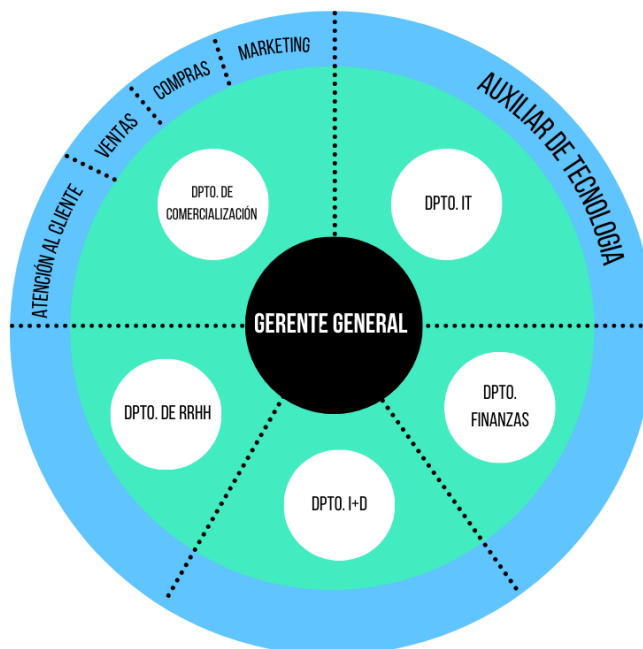


*Ilustración 31 Organigrama en la evolución*

### 7.5 Filosofía y sistema de trabajo

Gerardo (1997) expresa que, antes de escribir un plan de negocios, hay que asegurarse de tener muy claros los objetivos personales, porque la mística o la filosofía de la organización, como se dice vulgarmente, van a gobernar la redacción y el diseño de ese plan. “Los empresarios se parecen a los productos que fabrican”, dijo alguna vez el economista norteamericano Galbraith, y la experiencia parece darle la razón (pág. 63)

Los valores que se busca formar en la organización son el trabajo colaborativo para la resolución de problemas, evitar conflictos personales, fomentar el respeto y la responsabilidad. Además, incentivar la libre expresión de ideas permitiendo la toma de decisiones en cada área.

La cultura empresarial de la organización es trabajo en equipo, buenas relaciones interpersonales, fuertes lazos sociales dentro de la organización y sentido de pertenencia. Además, el esfuerzo por el trabajo constante para la innovación y buen trato hacia los usuarios mostrando transparencia en cada compra.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

## 7.6 Requerimientos en materia de RRHH: descripción de la plantilla en los distintos momentos previstos de evolución de la estructura.

|                                                                                                                          |                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre del cargo:</b> Dpto. Finanzas                                                                                  | <b>Número de personas que ocupan el cargo:</b> 1                                                                                                                            |
| <b>Propósito</b>                                                                                                         | <b>Funciones Principales</b>                                                                                                                                                |
| La función financiera se encarga de la administración y control de los recursos financieros que utiliza la organización. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de costos y presupuestos.</li> <li>• Búsqueda de Financiación</li> <li>• Administración de recursos financieros</li> </ul> |

|                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre del cargo:</b> Gerente General                                                                                                                                                                                                      | <b>Número de personas que ocupan el cargo:</b> 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Propósito</b>                                                                                                                                                                                                                              | <b>Funciones Principales</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Establecer los objetivos, políticas y programas de la organización, que conlleven al buen control y funcionamiento de esta, la adecuada prestación de servicios y la satisfacción tanto de los clientes como de las personas que la integran. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar estrategias y planificar los objetivos generales y específicos de la organización a corto y largo plazo para lograr el crecimiento constante.</li> <li>• Encargado de transmitir la misión y visión de la organización.</li> <li>• Organizar la estructura de la organización actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.</li> <li>• Dirigir la organización, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.</li> <li>• Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar desviaciones o diferencias</li> <li>• Velar por el cumplimiento de políticas, normas y procedimientos de la empresa.</li> <li>• Garantizar el mejoramiento continuo de los servicios prestados</li> </ul> |

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

|                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre del cargo:</b> Dto. de RRHH                                                                                                                 | <b>Número de personas que ocupan el cargo:</b> 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Propósito</b>                                                                                                                                      | <b>Funciones Principales</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Definir políticas y estrategias de recursos humanos destinadas a dotar la organización de personal idóneo, talentos para llevar a cabo los objetivos. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proponer las políticas de recursos humanos, documentando las mismas, asesorando, controlando y evaluando su aplicación.</li> <li>• Promover capacitaciones del personal de acuerdo con las necesidades de la organización.</li> <li>• Garantizar la correcta liquidación de las remuneraciones del personal de acuerdo con las leyes vigentes.</li> <li>• Implementar políticas de comunicación que aumente el compromiso y dedicación del personal.</li> </ul> |

|                                                                                                                                                                                      |                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre del cargo:</b> Dpto. I+D                                                                                                                                                   | <b>Número de personas que ocupan el cargo:</b> 1                                                        |
| <b>Propósito</b>                                                                                                                                                                     | <b>Funciones Principales</b>                                                                            |
| Desarrollo de nuevas tecnologías que faciliten el trabajo de la organización, procesos óptimos, tener un mayor conocimiento sobre el producto o departamento, competencia y mercado. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reinventar el negocio y obtener mayores beneficios.</li> </ul> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre del cargo:</b> Dpto. de Comercialización                                                                                                                                                                                                                | <b>Número de personas que ocupan el cargo:</b> 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Propósito</b>                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Funciones Principales</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Planificar y determinar las herramientas adecuadas para capturar y hacer leales a los clientes dentro de la organización.<br>Elaborar e implementar propuestas que optimicen la calidad del servicio y potenciar relaciones comerciales con aliados estratégicos. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir estrategias y planes orientados a maximizar la rentabilidad comercial.</li> <li>• Informar al Gerente General los resultados obtenidos.</li> <li>• Elaborar estrategias publicitarias y de promoción.</li> <li>• Elaborar propuestas a la gerencia sobre nuevos productos, basados en las necesidades de los clientes.</li> </ul> |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|  |                                                                                                                                                                                                                     |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar al usuario en consultas e inquietudes.</li> <li>• Administrar las compras a los proveedores.</li> <li>• Administrar las ventas que se realizan en la web</li> </ul> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre del cargo:</b> Dpto. IT                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Número de personas que ocupan el cargo:</b> 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Propósito</b>                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>Funciones Principales</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Responsable de organizar y gestionar área de desarrollo de sistemas informáticos de la organización, procurando el uso óptimo y eficiente de recursos, liderando el proyecto y desarrollo de los sistemas para lograr resultados esperados en tiempo, costos y forma. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitorear el cumplimiento de las actividades de desarrollo de la web y el rediseño de procesos automatizados.</li> <li>• Documentar los sistemas a través de manuales.</li> <li>• Elaborar y gestionar presupuestos necesarios para la materialización del plan estratégico de sistemas.</li> <li>• Controlar la aplicación de políticas y procedimientos de Backup y Restore de la información, asegurando la continuidad del negocio.</li> </ul> |

## 8. PLAN FINANCIERO-ECONÓMICO

### 8.1 Modelo de Ingresos:

Para el modelo de ingresos se realizó una proyección de ventas correspondiente al target obtenido en el punto 4.3 a partir de una lista de productos junto con posibles perfiles de clientes por compras.

| Proyección de ventas |                       |           |                          |          |                                 |          |
|----------------------|-----------------------|-----------|--------------------------|----------|---------------------------------|----------|
| Id producto          | Productos Perecederos |           | Productos No Perecederos |          | Productos de limpieza e higiene |          |
|                      | Nombre de Producto    | Precio    | Nombre de Producto       | Precio   | Nombre de Producto              | Precio   |
| 1                    | Leche                 | USD 1,50  | Azúcar                   | USD 2,50 | Jabón de tocador                | USD 1,50 |
| 2                    | Manteca               | USD 1,50  | Arroz                    | USD 2,50 | Detergente                      | USD 1,50 |
| 3                    | Queso                 | USD 6,05  | Fideo                    | USD 2,00 | Desodorante                     | USD 2,00 |
| 4                    | Pan                   | USD 3,93  | Polenta                  | USD 2,00 | Lavandina                       | USD 2,00 |
| 5                    | Huevos                | USD 4,03  | Aceite                   | USD 3,00 | Alcohol                         | USD 1,50 |
| 6                    | Carne                 | USD 31,00 | Latas de tomate          | USD 2,50 | Artículos de limpieza/varios    | USD 3,00 |

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

|   |          |           |                       |          |  |  |
|---|----------|-----------|-----------------------|----------|--|--|
| 7 | Frutas   | USD 20,00 | Bidón de agua mineral | USD 1,01 |  |  |
| 8 | Verduras | USD 20,00 | Leche en polvo        | USD 2,00 |  |  |

|       | Perfiles de clientes                              | Cantidad de clientes | Monto de compra | Total         |
|-------|---------------------------------------------------|----------------------|-----------------|---------------|
| Mes 1 | Cliente de compra mínima                          | 50                   | USD 12,00       | USD 600,00    |
|       | Canasta básica Prod. ID 1,2,3 de las 3 categorías | 50                   | USD 21,05       | USD 1.052,50  |
|       | Canasta completa Prod. Perecederos                | 20                   | USD 88,01       | USD 1.760,20  |
|       | Canasta completa Prod. no Perecederos             | 20                   | USD 17,51       | USD 350,20    |
|       | Canasta completa Prod. de limpieza                | 5                    | USD 11,50       | USD 57,50     |
| Mes 1 |                                                   |                      | Total           | USD 3.412,70  |
| Mes 2 | Cliente de compra mínima                          | 100                  | Mismos importes | USD 1.200,00  |
|       | Canasta básica Prod. ID 1,2,3 de las 3 categorías | 100                  |                 | USD 2.105,00  |
|       | Canasta completa Prod. Perecederos                | 40                   |                 | USD 3.520,40  |
|       | Canasta completa Prod. no Perecederos             | 40                   |                 | USD 700,40    |
|       | Canasta completa Prod. de limpieza                | 10                   |                 | USD 115,00    |
| Mes 2 |                                                   |                      | Total           | USD 6.825,40  |
| Mes 3 | Cliente de compra mínima                          | 200                  | Mismos importes | USD 2.400,00  |
|       | Canasta básica Prod. ID 1,2,3 de las 3 categorías | 200                  |                 | USD 4.210,00  |
|       | Canasta completa Prod. Perecederos                | 50                   |                 | USD 4.400,50  |
|       | Canasta completa Prod. no Perecederos             | 50                   |                 | USD 875,50    |
|       | Canasta completa Prod. de limpieza                | 15                   |                 | USD 172,50    |
| Mes 3 |                                                   |                      | Total           | USD 11.010,50 |
| Mes 4 | Cliente de compra mínima                          | 300                  | Mismos importes | USD 3.600,00  |
|       | Canasta básica Prod. ID 1,2,3 de las 3 categorías | 300                  |                 | USD 6.315,00  |
|       | Canasta completa Prod. Perecederos                | 100                  |                 | USD 8.801,00  |
|       | Canasta completa Prod. no Perecederos             | 100                  |                 | USD 1.751,00  |
|       | Canasta completa Prod de limpieza                 | 20                   |                 | USD 230,00    |
| Mes 4 |                                                   |                      | Total           | USD 20.697,00 |
| Mes 5 | Cliente de compra mínima                          | 500                  | Mismos importes | USD 6.000,00  |
|       | Canasta básica Prod ID 1,2,3 de las 3 categorías  | 500                  |                 | USD 10.525,00 |
|       | Canasta completa Prod Perecederos                 | 200                  |                 | USD 17.602,00 |
|       | Canasta completa Prod no Perecederos              | 200                  |                 | USD 3.502,00  |
|       | Canasta completa Prod de limpieza                 | 30                   |                 | USD 345,00    |
| Mes 5 |                                                   |                      | Total           | USD 37.974,00 |
| Mes 6 | Cliente de compra mínima                          | 600                  | Mismos importes | USD 7.200,00  |
|       | Canasta básica Prod ID 1,2,3 de las 3 categorías  | 560                  |                 | USD 11.788,00 |
|       | Canasta completa Prod Perecederos                 | 300                  |                 | USD 26.403,00 |
|       | Canasta completa Prod no Perecederos              | 300                  |                 | USD 5.253,00  |
|       | Canasta completa Prod de limpieza                 | 40                   |                 | USD 460,00    |
| Mes 6 |                                                   |                      | Total           | USD 51.104,00 |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                               | Semestre     |              |               |               |               |               | Total                 |
|-------------------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|
|                               | 1            | 2            | 3             | 4             | 5             | 6             |                       |
| <b>Cantidad de ventas</b>     | 145          | 290          | 515           | 820           | 1430          | 1800          | <b>TARGET 5000</b>    |
| <b>Ventas Proyectadas</b>     | USD 3.412,70 | USD 6.825,40 | USD 11.010,50 | USD 20.697,00 | USD 37.974,00 | USD 51.104,00 | <b>USD 131.023,60</b> |
| <b>Total de ganancia, 40%</b> | USD 1.365,08 | USD 2.730,16 | USD 4.404,20  | USD 8.278,80  | USD 15.189,60 | USD 20.441,60 | <b>USD 52.409,44</b>  |

Para el análisis de ingresos se empleó el software Power BI, donde se observan graficas con respecto a los ingresos trimestrales, totales de ventas y las ganancias en un escenario normal y con un escenario de riesgo aplicando el plan de contingencia que se describe en el punto 8.11.

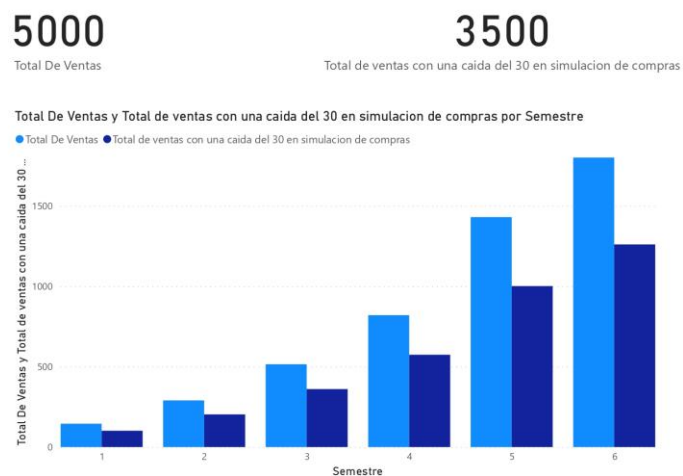


*Ilustración 32 Gráfica de ventas totales PowerBI*

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

40% DE GANANCIAS EN LAS VENTAS

**52,41 mil**

Suma de Column8

50% DE GANANCIAS EN LAS VENTAS  
CON UNA CAIDA

**53,47 mil**

Suma de Column9

Ganancias del 40 por ciento y Ganancias con 50 por ciento  
por Semestre

● Ganancias del 40 por ciento ● Ganancias con 50 por ciento

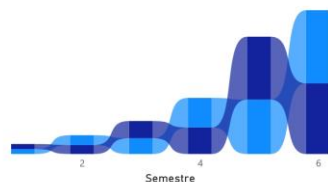


*Ilustración 33 Gráfica de ganancias PowerBI*

**Conclusión:** Con un total de 5.000 ventas se obtiene una ganancia del 40% sobre cada una, llegando a un total de **USD 52.409,44** de ganancia.

## 8.2 Modelo de Egresos:

El modelo de egresos se encuentra formado por los costos fijos (servicios) y los costos variables (remuneraciones).

### Costos Fijos

| Servicios           | Semestre   |            |            |            |            |            | Total        |
|---------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|
|                     | 1          | 2          | 3          | 4          | 5          | 6          |              |
| Internet            | USD 20,00  | USD 20,20  | USD 20,81  | USD 21,43  | USD 22,07  | USD 22,74  | USD 127,24   |
| Alquiler de oficina | USD 200,00 | USD 202,00 | USD 208,06 | USD 214,30 | USD 220,73 | USD 227,35 | USD 1.272,45 |
| Impuestos           | USD 20,00  | USD 20,20  | USD 20,81  | USD 21,43  | USD 22,07  | USD 22,74  | USD 127,24   |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### Costos variables

|                        | Remuneraciones         | Semestre     |              |              |              |              |              | Total        |
|------------------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                        |                        | 1            | 2            | 3            | 4            | 5            | 6            |              |
| Dpto. Gerencial        | Gerente General        | USD 1.000,00 | USD 1.000,10 | USD 1.000,20 | USD 1.000,30 | USD 1.000,40 | USD 1.000,50 | USD 6.001,50 |
| Dpto. Comercialización | Líder de ventas        | USD 405,58   | USD 405,62   | USD 405,66   | USD 405,70   | USD 405,74   | USD 405,78   | USD 2.434,09 |
|                        | Líder de compras       | USD 405,58   | USD 405,62   | USD 405,66   | USD 405,70   | USD 405,74   | USD 405,78   | USD 2.434,09 |
|                        | Atención al cliente    | USD 354,89   | USD 354,93   | USD 354,96   | USD 355,00   | USD 355,03   | USD 355,07   | USD 2.129,87 |
|                        | Líder de Marketing     | USD 405,58   | USD 405,62   | USD 405,66   | USD 405,70   | USD 405,74   | USD 405,78   | USD 2.434,09 |
| Dpto. IT               | Líder IT               | USD 600,00   | USD 600,06   | USD 600,12   | USD 600,18   | USD 600,24   | USD 600,30   | USD 3.600,90 |
|                        | Programador 1          | USD 500,00   | USD 500,05   | USD 500,10   | USD 500,15   | USD 500,20   | USD 500,25   | USD 3.000,75 |
|                        | Programador 2          | USD 500,00   | USD 500,05   | USD 500,10   | USD 500,15   | USD 500,20   | USD 500,25   | USD 3.000,75 |
| Dpto. I+D              | Líder de investigación | USD 405,58   | USD 405,62   | USD 405,66   | USD 405,70   | USD 405,74   | USD 405,78   | USD 2.434,09 |
| Dpto. RRHH             | Líder de RRHH          | USD 405,58   | USD 405,62   | USD 405,66   | USD 405,70   | USD 405,74   | USD 405,78   | USD 417,96   |
| Dpto. Finanzas         | Contador               | USD 600,00   | USD 600,06   | USD 600,12   | USD 600,18   | USD 600,24   | USD 600,30   | USD 618,31   |

### Conclusión:

Se precisa de un total de **USD 35.032,05** para cubrir los egresos semestrales.

| Total de servicios + remuneraciones Semestre |              |              |              |              |              | Total                |
|----------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------------|
| 1                                            | 2            | 3            | 4            | 5            | 6            |                      |
| USD 5.822,79                                 | USD 5.825,75 | USD 5.833,58 | USD 5.841,63 | USD 5.849,90 | USD 5.858,41 | <b>USD 35.032,05</b> |

### 8.3 Modelo de Inversión:

La inversión inicial se compone de **Activo fijo, Diferido o Intangibles y Capital de Trabajo.**

| Conceptos                              | Unidad     | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total          |
|----------------------------------------|------------|----------|----------------|----------------------|
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>                   |            |          |                |                      |
| Sillas de oficina                      | Mobiliario | 20       | USD 131,20     | USD 2.624,00         |
| Computadoras                           | Mobiliario | 13       | USD 1.013,00   | USD 13.169,00        |
| Escritorios                            | Mobiliario | 4        | USD 253,00     | USD 1.012,00         |
| Alquiler de oficina                    | Mobiliario | 1        | USD 300,00     | USD 3600,00          |
| <b>Subtotal</b>                        |            |          |                | <b>USD 20.405,00</b> |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS o INTANGIBLES</b> |            |          |                |                      |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                     |          |    |               |                      |
|-------------------------------------|----------|----|---------------|----------------------|
| Constitución legal y administrativa | Servicio | 1  | USD 1200,00   | USD 1200,00          |
| <b>Subtotal</b>                     |          |    |               | <b>USD 1200,00</b>   |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>           |          |    |               |                      |
| Mano de obra                        | Servicio | 13 | USD 28.506,39 | USD 28.506,39        |
| Servicios primordiales              | Servicio | 3  | USD 1.552,42  | USD 1.526,93         |
| <b>Subtotal</b>                     |          |    |               | <b>USD 36.558,98</b> |
|                                     |          |    | <b>TOTAL</b>  | <b>USD 58.163,98</b> |

**Conclusión:** Para poder iniciar el proyecto se necesita de una inversión inicial de **USD 51.638,33**, de los cuales se tiene USD 20.405,00 en activos fijos, USD1200,00 en activos diferidos y USD36.558,98 en capital de trabajo.

#### 8.4 Amortizaciones y Depreciaciones:

Agroproyectos (2021), la **depreciación** en activos fijos se entiende como el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él.

Argentina, (2021) Gráfico de depreciación lineal de un bien mueble en general, con la influencia de los distintos estados de este.

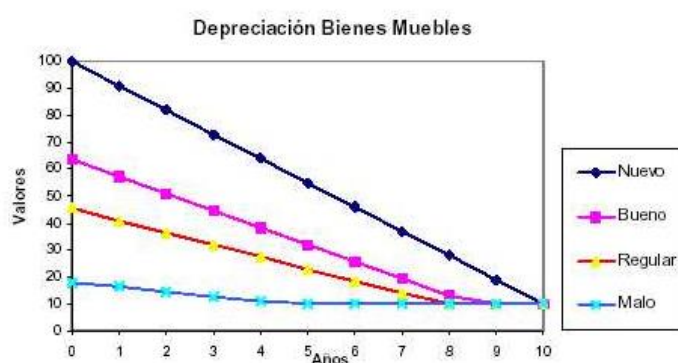


Ilustración 34 Depreciación lineal de un bien mueble

Según la normativa vigente, Resolución-22-2006-116942 se lleva a cabo los siguientes cálculos con respecto a la TABLA ORIENTATIVA DE VIDA ÚTIL DE LOS BIENES.

| <b>DEPRECIACIONES</b> |                              |                          |                             |                             |
|-----------------------|------------------------------|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| <b>Concepto</b>       | <b>Valores para cálculos</b> |                          |                             |                             |
| <b>Activos Fijo</b>   | <b>Valor Actual</b>          | <b>Vida útil en años</b> | <b>Depreciación por año</b> | <b>Depreciación por mes</b> |
| Sillas de oficina     | USD 2.624,00                 | 10                       | USD 262,40                  | USD 21,87                   |
| Computadoras          | USD 13.169,00                | 3                        | USD 4.389,67                | USD 365,81                  |
| Escritorios           | USD 1.012,00                 | 10                       | USD 101,20                  | USD 8,43                    |
|                       |                              | <b>Total</b>             | <b>USD 4.753,27</b>         | <b>USD 396,11</b>           |

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

| Concepto                                             | Valores para cálculos |                     |                      |
|------------------------------------------------------|-----------------------|---------------------|----------------------|
| Servicios                                            | Valor Actual          | Plazos del servicio | Amortización por mes |
| Alquiler de oficina                                  | USD 3.600,00          | 12                  | USD 300,00           |
| Constitución legal y administrativa (patentes, etc.) | USD 1.200,00          | 12                  | USD 100,00           |
|                                                      | <b>Total</b>          |                     | <b>USD 400,00</b>    |

**Conclusión:** Hay que tener en cuenta el valor de depreciaciones y amortizaciones en el precio del producto para poder reponer los activos fijos cuando la vida útil de estos haya culminado y poder pagar los servicios. Todos los meses se necesita ahorrar **USD 396,11**.

### 8.5 Impuestos: Impuesto a las ganancias

Argentina (2021), según la [Ley N° 20.628](#) están exentas de esta obligación las ganancias de instituciones internacionales o nacionales sin fines de lucro, con personería jurídica y sede central en nuestro país.

Con la obtención de este certificado la entidad solicitante podrá:

- No ingresar el Impuesto a las Ganancias.
- No ser pasible de las retenciones y/o percepciones en el Impuesto a las Ganancias.
- No ser pasible de las retenciones y/o percepciones en el IVA.
- Estar alcanzada por las alícuotas reducidas, o exentas, del impuesto sobre los créditos y débitos en cuentas bancarias y otras operatorias.

### 8.6 Impuestos a los Ingresos Brutos:

Santa Fe, 2021. **Artículo 160 - Actividades, hechos, actos u operaciones exentas.**

Están exentos del pago del impuesto los ingresos brutos generados por las actividades, hechos, actos u operaciones siguientes:

- Instituciones nacionales o internacionales sin fines de lucro.

### 8.7 Remuneraciones y cargas sociales:

Para el cálculo de cargas sociales se tiene en cuenta la jubilación del 11%, obra social del 3% y 3% de la Ley 19.032. Además, se adiciona un 5% como incentivo a la asistencia y puntualidad.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

| Conceptos                              | Unidad |
|----------------------------------------|--------|
| Sueldo                                 | -      |
| Jubilación - Ley 24.241                | 11%    |
| Ley 19.032 - INSSJP                    | 3%     |
| Obra Social                            | 3%     |
| Adicional por asistencia y puntualidad | 5%     |

| Remuneraciones         | Base total Semestral |              |            |              |
|------------------------|----------------------|--------------|------------|--------------|
|                        | Total                | Descuentos   | Adicional  | Haberes      |
| Gerente General        | USD 6.001,50         | USD 1.020,26 | USD 300,08 | USD 5.281,32 |
| Líder de ventas        | USD 2.434,09         | USD 413,80   | USD 121,70 | USD 2.142,00 |
| Líder de compras       | USD 2.434,09         | USD 413,80   | USD 121,70 | USD 2.142,00 |
| Atención al cliente    | USD 2.129,87         | USD 362,08   | USD 106,49 | USD 1.874,29 |
| Líder de Marketing     | USD 2.434,09         | USD 413,80   | USD 121,70 | USD 2.142,00 |
| Líder IT               | USD 3.600,90         | USD 612,15   | USD 180,05 | USD 3.168,79 |
| Programador 1          | USD 3.000,75         | USD 510,13   | USD 150,04 | USD 2.640,66 |
| Programador 2          | USD 3.000,75         | USD 510,13   | USD 150,04 | USD 2.640,66 |
| Líder de investigación | USD 2.434,09         | USD 413,80   | USD 121,70 | USD 2.142,00 |
| Líder de RRHH          | USD 417,96           | USD 71,05    | USD 20,90  | USD 367,80   |
| Contador               | USD 618,31           | USD 105,11   | USD 30,92  | USD 544,11   |

### 8.7 Presupuesto Financiero:

El presupuesto financiero está constituido por el total de ingresos, el total de egresos y su diferencia.

|                                   |                       |
|-----------------------------------|-----------------------|
| <b>Inversión Inicial Semanal:</b> | <b>- USD 9.694,00</b> |
| <b>Inversión Inicial Total:</b>   | <b>USD 58.163,98</b>  |

|                               |                      | Semestre             |                   |                     |                      |                      |                      |
|-------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                               | Inversión            | 1                    | 2                 | 3                   | 4                    | 5                    | 6                    |
| <b>Ingresos</b>               |                      | USD 3.412,70         | USD 6.825,40      | USD 11.010,50       | USD 20.697,00        | USD 37.974,00        | USD 51.104,00        |
| <b>Egresos</b>                |                      | USD 5.822,79         | USD 5.825,75      | USD 5.833,58        | USD 5.841,63         | USD 5.849,90         | USD 5.858,41         |
| <b>Flujo de efectivo neto</b> | <b>-USD 9.694,39</b> | <b>-USD 2.410,09</b> | <b>USD 999,65</b> | <b>USD 5.176,92</b> | <b>USD 14.855,37</b> | <b>USD 32.124,10</b> | <b>USD 45.245,59</b> |

**Conclusión:** Como se puede observar en el inicio del proyecto se presentan pérdidas, pero a medida que avanza en el tiempo se recupera de manera significativa.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

### 8.9 Evaluación de la Inversión: van y tir

Existen una serie de líneas de actuación y de evaluación que pueden permitir tener una visión más objetiva respecto a la decisión de inversión que se quiere llevar a cabo y que va a determinar a lo largo del desarrollo del proyecto si éste es exitoso no. El **valor actual neto** (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto.

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

El retorno sobre la inversión (ROI) es una razón financiera que compara el beneficio o la utilidad obtenida en relación con la inversión realizada.

#### VAN

El cálculo del **VAN** en el proyecto **es positivo**, esto indica que el proyecto es viable, ya que el valor actual de los flujos es mayor al desembolso inicial.

|                                |              |
|--------------------------------|--------------|
| <b>Valor actual neto (VAN)</b> | USD 6.519,26 |
|--------------------------------|--------------|

#### TIR

El cálculo de la TIR en el proyecto es mayor a cero, esto indica que el proyecto devuelve el capital invertido más una ganancia adicional, el **proyecto es rentable**

|             |     |
|-------------|-----|
| <b>TASA</b> | 10% |
| <b>TIR</b>  | 58% |

#### ROI

El cálculo de ROI del proyecto presenta pérdidas en el primer mes, sin embargo, es mayor el recupero de inversión en los siguientes meses.

|            | Semestre |     |     |      |      |      |
|------------|----------|-----|-----|------|------|------|
|            | 1        | 2   | 3   | 4    | 5    | 6    |
| <b>ROI</b> | -28%     | 12% | 60% | 173% | 373% | 526% |

#### PAYBACK

El Payback se define como el tiempo necesario para que los ingresos generados por un proyecto de inversión cubran al desembolso inicial requerido.

|                 |             |                  |
|-----------------|-------------|------------------|
| <b>Pay-back</b> | 3,635168825 | 3 años y 6 meses |
|-----------------|-------------|------------------|

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

## 8.10 Escenarios de Riesgo:

### Escenario de riesgo 1 – Ingresa un competidor y genera caída en ventas.

- Una caída de las unidades vendidas en un 30%
- Una reducción de los precios en un 5% para poder elevar la barrera de ingreso. 5% menos de ganancia.
- No habría cambios en los pagos de salarios y servicios.

|                                            | Semestre     |              |              |               |               |               | Total                 |
|--------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|
|                                            | 1            | 2            | 3            | 4             | 5             | 6             |                       |
| <b>Escenario 1 ventas caídas en un 30%</b> | 101,5        | 203          | 360,5        | 574           | 1001          | 1260          | <b>3500</b>           |
| <b>Ventas Proyectadas</b>                  | USD 2.851,33 | USD 5.023,55 | USD 9.627,16 | USD 14.788,68 | USD 35.170,90 | USD 39.480,59 | <b>USD 106.942,21</b> |
| <b>Total de ganancia, 35%</b>              | USD 997,97   | USD 1.758,24 | USD 3.369,51 | USD 5.176,04  | USD 12.309,82 | USD 13.818,21 | <b>USD 37.429,77</b>  |

|                 |               |
|-----------------|---------------|
| <b>TIR</b>      | 9%            |
| <b>VAN</b>      | -USD 1.013,21 |
| <b>Pay-back</b> | 6 años        |

|            | Semestre |      |      |     |      |      |
|------------|----------|------|------|-----|------|------|
|            | 1        | 2    | 3    | 4   | 5    | 6    |
| <b>ROI</b> | -45%     | -34% | -11% | 16% | 121% | 143% |

**Conclusión:** El VAN y ROI se presentan de manera negativa, por lo tanto, el proyecto se desestima.

### Escenario de riesgo 2 – Devaluación.

La devaluación generaría los siguientes cambios:

- Una caída de las unidades vendidas en un 15%
- Un aumento de los precios en un 10%

|            |              |
|------------|--------------|
| <b>TIR</b> | 16%          |
| <b>VAN</b> | USD 3.783,38 |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|            | Semestre |      |     |     |      |     |
|------------|----------|------|-----|-----|------|-----|
|            | 1        | 2    | 3   | 4   | 5    | 6   |
| <b>ROI</b> | -40%     | -21% | 16% | 42% | 173% | 81% |

**Conclusión:** El VAN y ROI se presentan de manera positiva, por lo tanto, el proyecto no se desestima. Aunque se presentan pérdidas en los dos primeros meses.

### 8.11 Plan de Contingencia:

Para el escenario de riesgo 1 indicado en el punto 8.10, el plan de contingencia que se va a llevar a cabo trata lo siguiente:

- No aumentar la cantidad de empleados, mantener la estructura al lanzamiento.
- No realizar descuento del 5%.
- Tratar con los proveedores que ofrezcan descuentos para poder incrementar las ganancias hasta un 50%

Este plan da como resultado los siguientes índices, egresos e ingresos:

|                                   | Inversión    | Semestre        |                 |                 |              |               |              |
|-----------------------------------|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|---------------|--------------|
|                                   |              | 1               | 2               | 3               | 4            | 5             | 6            |
| <b>Ingresos con 30% menos</b>     |              | USD<br>1.425,67 | USD<br>2.511,78 | USD<br>4.813,58 | USD 7.394,34 | USD 17.585,45 | USD19.740,30 |
| <b>Egresos ESTRUCTURA INICIAL</b> | -USD7.712,28 | USD<br>4.771,63 | USD<br>4.772,11 | USD<br>4.772,58 | USD 4.773,06 | USD 4.773,54  | USD 4.774,02 |
| <b>ROI</b>                        |              | -43%            | -29%            | 1%              | 34%          | 166%          | 194%         |

|                |         |
|----------------|---------|
| <b>TIR</b>     | 19%     |
| <b>VAN</b>     | 0       |
| <b>Payback</b> | 11 años |

**Conclusión:** Si bien se observan pérdidas en los primeros 2 meses, la situación mejora a partir del cuarto mes generando ganancias. Además, presenta TIR y VAN positivos, demostrando que el proyecto es rentable.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

## 8.12 Plan de Salida:

En caso de que el plan de contingencia no prospere, se debe plantear una salida del mercado de la mejor manera posible, intentando recuperar mayor parte de la inversión realizada.

Para esto, se toman las siguientes medidas:

- Dado que la mayor parte de la inversión se ha realizado sobre personal para el desarrollo de las tareas, es muy complicado recuperar lo invertido a través de bienes tangibles, por lo que, se coloca a la venta la marca cadena de donación y el código fuente asociado al e-commerce.
- El personal contratado será reubicado a otras áreas y se le asignan funciones acordes a su perfil, de esta manera, se evita el despido y tener que realizar la liquidación de sueldos por esta causa.
- Los bienes tangibles se venderán.
- Realizar asesoría legal.

| Plan de Salida      | Costos               |
|---------------------|----------------------|
| Venta de mobiliario | USD 25.207,50        |
| Venta de E-commerce | USD 60.000,00        |
| Venta de marca      | USD 2.000,00         |
| Asesoría legal      | -USD 200,00          |
| <b>Total</b>        | <b>USD 87.007,50</b> |
| Inversión inicial   | USD 58.163,98        |
| Pedida              | USD 28.843,52        |

## 9. FACTIBILIDADES

### 9.1 Técnica

Desde el punto de vista de la viabilidad técnica, el proyecto no presenta impedimentos para llevarlo a cabo satisfactoriamente, la tecnología disponible en la actualidad permite una implementación segura sin evidencias de dificultades en cuanto a resistencia, durabilidad, operatividad y controles de seguridad necesarios para este ámbito.

Se afirma esta situación debido a que:

- Se cuenta con recursos informáticos actualizados, hardware con procesadores Intel y el software Microsoft para la administración y Linux para el desarrollo e implementación.
- El dominio de Internet que se desea utilizar es [www.cadenadedonacion.com.ar](http://www.cadenadedonacion.com.ar), a la fecha del presente informe se encuentra disponible para su adquisición.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

- Los recursos humanos abocados a las tareas cuentan con conocimientos básicos de informática, sin complicaciones para llevar sus responsabilidades, de surgir alguna necesidad o inquietud se cuenta con documentación y capacitaciones.
- Se utiliza software open source para el desarrollo. Las tecnologías utilizadas son:
  - Servidor Web: Apache
  - Servidor de base de datos: MySQL
  - Lenguaje de programación Web: PHP
  - Framework: Magento, es Open Source
- La seguridad es administrada en diferentes niveles. Las claves son encriptadas con MD5 y se cuenta con procedimientos Login y Logout para la validación de los usuarios.
- La organización cuenta con Internet wifi 300 Megas (Internet para empresas) y el proveedor es TELECOM FIBERCORP.

Por lo expuesto, concluyo que no se observan impedimentos desde el punto de vista técnico que no permita llevar adelante el proyecto.

## 9.2 Comercial

En este estudio se trata de determinar cuál será la aceptación y el uso del servicio, es decir, determinar el mercado. Se observa la demanda, la competencia y el análisis del precio, los cuales fueron analizados en profundidad en los puntos anteriores de este documento.

La viabilidad comercial está basada en las siguientes conclusiones positivas:

- Aumento de ventas online.
- Interés de los usuarios debido a la innovación.
- Apoyo social a los comedores comunitarios.
- Nula competencia.

### Mercado:

El mercado al que apunta se puede definir de la siguiente manera en base a la segmentación ya realizada:

Geográficamente se encuentra en Argentina, provincia Santa Fe, ciudad de Rosario. Sin embargo, el beneficio del e-commerce garantiza la participación de usuarios a nivel país.

Como primera instancia se descarta el ámbito internacional, pero si se proyecta el crecimiento dentro del país.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

Demográficamente, CADENA DE DONACIÓN está pensado para donadores que cuenten con edad legal para poder realizar transacciones con tarjeta de crédito o débito. Por lo tanto, la edad mínima con la que deben cumplir es de 18 años.

Según la segmentación psicográfica, la organización apunta a alfabéticos tecnológicos que busquen realizar una donación a un comedor comunitario de la ciudad de Rosario de una manera innovadora.



### **Competencia:**

Dado que se ha realizado un análisis de la competencia en el punto 2.2 el cual determina que los competidores actuales no presentan amenaza para el proyecto. CADENA DE DONACIÓN es un producto innovador frente a lo que existe en el mercado actualmente.

**Conclusión:** El segmento al que se apunta es existente y lo suficientemente grande para que CADENA DE DONACIÓN tenga éxito. Hoy en día, gracias al auge del e-commerce este segmento se agranda con rapidez, más personas tienen la intención de realizar compras online. Por lo tanto, no se presentan impedimentos en la factibilidad comercial.

### **9.3 Administrativa**

Planteada la estructura de la organización, los roles y perfiles necesarios para el desarrollo del proyecto en el punto 7, se llega a la conclusión que se cuenta con lo necesario para hacer viable el proyecto en lo administrativo. Además, Cadena de Donación se destaca por ser una empresa joven e innovadora en el mercado sin contar con competencia directa haciéndolo más confiable y atractivo.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

#### 9.4 Legal

Se tomaron como referencia las siguientes leyes:

- **Ley de Protección de Datos Personales, Ley 25.326**, tiene por objeto la protección integral de los datos personales asentados en archivos, registros, bancos de datos, u otros medios técnicos de tratamiento de datos, sean éstos públicos, o privados destinados a dar informes, para garantizar el derecho al honor y a la intimidad de las personas, así como también el acceso a la información que sobre las mismas se registre, de conformidad a lo establecido en el artículo 43, párrafo tercero de la Constitución Nacional.
- A partir de la **Ley 25.326** se adapta la norma ISO 17799 "Tecnología de la Información – Técnicas de seguridad – Código para la práctica de la gestión de la seguridad de la información", además de la norma ISO 9001:2015.
- **Licencia para software Microsoft**, todo software instalado con su correspondiente hardware debe ser original, bajo pena de ser castigado por copias ilegales.
- **El comercio electrónico en el Código Civil y Comercial Unificado:**
  - **La Codificación unificada (Ley 26.994), a partir del art. 1105** regula los llamados "contratos a distancia".  
9. Dice el artículo antes indicado: Contratos celebrados a distancia. Contratos celebrados a distancia son aquellos concluidos entre un proveedor y un consumidor con el uso exclusivo de medios de comunicación a distancia, entendiéndose por tales los que pueden ser utilizados sin la presencia física simultánea de las partes contratantes. En especial, se consideran los medios electrónicos, telecomunicaciones, así como servicios de radio o televisión. Estas contrataciones se realizan en circunstancias donde resulta dificultoso comprender con claridad las características, modalidades, significados, costos y demás aspectos fundamentales del objeto de la contratación, máxime teniendo en cuenta que en este tipo de técnicas de venta el consumidor solo percibe la imagen, mención o referencia del producto sin poder verificar cómo es en la realidad. El consumidor solo conoce el bien o servicio adquirido por la información (verbal o gráfica) que le es brindada por el proveedor, por lo que el producto real que en su oportunidad recibirá puede o no coincidir con la idea que de él se ha formado el adquirente; esta circunstancia justifica brindarle una opción de dejar sin efecto el vínculo, para el caso de que no se adecue el objeto de contratación a sus expectativas.
  - **Satisfacción del deber de información (art. 1107)**. Se exige antes de aceptar los términos de la contratación que el consumidor será informado a) del contenido mínimo del contrato, b) de la posibilidad de

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

revocación y c) de todo lo necesario para usar correctamente el medio elegido, comprender los riesgos derivados de su empleo y quién los asume. Este deber ha de ser satisfecho antes que el sistema de la contratación por la Web imponga al consumidor la aceptación de los términos y condiciones, y en su cumplimiento, el empresario deberá facilitar de forma clara y comprensible, y en esa oportunidad, la información relevante, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato, sus condiciones jurídicas y económicas. Así se ha resuelto en la jurisprudencia comparada: Es insuficiente para ser considerados como aceptados, los términos y condiciones de contratación que solo figuran al pie de la “homepage” de un sitio de Internet y conforme a los cuales todo el que pase la página inicial presta su consentimiento. Máxime si el titular del sitio ni incluyó una ventana de aceptación que el usuario deba clickear antes de proseguir con la consulta de la web.

- **Derecho de revocación (Art. 1110).** Dado el especial contexto en que se realizan estos negocios, el legislador ha querido dar tiempo al consumidor para pensar respecto a lo que ha concretado, con la alternativa de dejarlo sin efecto sin consecuencias, dándole una nueva oportunidad a fin de reflexionar detenidamente sobre la conveniencia del contrato celebrado, considerando que no tuvo esta posibilidad antes de contratar.
- **Ley de confidencialidad sobre información y productos, Ley 24.766:** Ley de confidencialidad y productos que estén legítimamente bajo control de una persona y se divulgue indebidamente de manera contraria a los usuarios comerciales honestos.

La organización cumple con todas las normativas vigentes, por esto mismo, no existen impedimentos legales para el desarrollo del proyecto.

## 10. Aspectos descriptivos de la solución tecnológica

### 10.1 Nombre del proyecto

El proyecto se denomina CADENA DE DONACIÓN, haciendo referencia a la red que se quiere llevar a cabo.

**Siglas del proyecto:** La denominación corta que se determinó es C.D.W

### 10.2 Descripción Del Proyecto

CADENA DE DONACIÓN es el primer banco de alimentos online de Argentina, que no necesita depósitos y espera convertirse en un referente para los nuevos bancos que se formen en el futuro en el territorio nacional. Se establece en primera instancia en la ciudad de Rosario, pero pretende en el corto plazo incentivar la creación de nuevas redes de alimentos

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

en el país y potenciar su acción mediante la gestión de alianzas estratégicas que contribuyan a generar mayor impacto social en la reducción del hambre.

El propósito de CADENA DE DONACIÓN es crear una red para conectar, el donador, los proveedores y los comedores, de manera que todo el proceso de donación sea lo más rápido posible. El donador va a realizar una compra en el e-commerce y va a elegir entre la lista de comedores, una vez realizada la compra la ONG es quien se encarga de realizar el pedido al proveedor para que este mismo traslade el pedido directo al comedor, tratando así de reducir tiempo y costos, tiempos de clasificación de alimentos, reducción de personal y transporte. A continuación, se muestra el flujo de compra y envío.



Ilustración 35 Flujo del pedido en la web

Algunos de los beneficios de implementar el e-commerce son:

- Es una oportunidad de minimizar costos, cuya razón está justificada en la ausencia de la necesidad de tener una estructura física para la venta y oferta de los productos.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

- Es una oportunidad para llegar a más personas y aumentar el número de donadores, es decir, cubrir una zona geográfica mayor.
- La compra online no cuesta esfuerzo alguno, puesto que se puede hacer cómodamente desde casa y de una manera tan fácil como hacer Clic.
- Permite ahorrar tiempo cuando no se tiene o cuando se tiene, pero se prefiere emplearlo en disfrutar de lo que nos gusta. Este punto es una ventaja importante en nuestra sociedad debido al ritmo de vida que existe en la actualidad.

### 10.3 Objetivos y Propósito

#### 10.3.1 Propósito

**General:** Identificar los principales requerimientos para así ir comprendiendo los objetivos y oportunidades de tal modo que se pueda presentar el diseño de un sistema de información totalmente funcional que cumpla con todos los requerimientos de información.

**Específico:** El proyecto consiste en la elaboración de un e-commerce B2C para una organización sin fines de lucro con el fin de solucionar los inconvenientes administrativos que enfrenta la organización actualmente y, a su vez, brindar herramientas que favorezcan el crecimiento de este.

#### 10.3.2 Objetivos

El objetivo de implementar el e-commerce es atraer clientes, crear una plataforma amistosa para los usuarios y sobre todo ser conocidos en la ciudad de Rosario.

### 10.4 Definición de Requerimientos

#### 10.4.1 Requerimientos Funcionales

| Ref# | Función                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | - <b>Inicio de sesión:</b> Los usuarios y administradores podrán ingresar con una clave y un usuario siempre y cuando sean existentes y estén activos. La clave de cada usuario debe estar encriptada.                                                                                                               |
| 2    | - <b>Cerrar sesión:</b> El usuario y administrador deberán poder cerrar la sesión en el sistema. Este será con un botón de fácil acceso.                                                                                                                                                                             |
| 3    | - <b>Recuperar Clave:</b> los usuarios podrán recuperar su clave ingresando su email. La nueva clave será enviada al email registrado. El usuario debe existir en el sistema y tener una dirección de email válida. Con el enlace que obtendrá en el email podrá ingresar nuevamente y cambiarla por una más segura. |

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gestión de productos:</b> los productos se podrán cargar, modificar y eliminar. Cada producto estará asociado a una categoría de productos. Se debe tener en cuenta los siguientes atributos: nombre, descripción, precio, imagen, categoría a la que está asociado el producto, cantidad.</li></ul> <p>El único que podrá realizar los cambios de productos es el administrador</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 5 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gestionar usuarios:</b></li></ul> <p>Los usuarios administradores tendrán acceso a la información de cada cliente, lo único que no podrán visualizar es la clave. Además, podrán agregar nuevos usuarios, modificar sus datos y eliminarlos.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Registro de usuarios:</b> los usuarios se podrán registrar en el sistema, tendrán acceso a los datos de su cuenta en una página MI CUENTA en donde podrán modificar sus datos si lo desean.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 7 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gestión de venta:</b> Las ventas que se ingresan serán las que los usuarios realicen en la web, no se podrán eliminar ni tampoco modificar las ventas ingresadas solo se puede cambiar el estado dependiendo si se ingresó el pago, se modifica de la siguiente manera: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) una vez que ingreso el pago se notifica al usuario que el pago fue efectuado y su pedido se va a preparar, junto con esta notificación se envía la factura de compra.</li> <li>2) Una vez que la ONG prepara el pedido para el proveedor se notifica al cliente que su pedido está en camino.</li> <li>3) Cuando el proveedor entrega el pedido se le notifica al usuario que su pedido llegó a destino.</li> </ol> <p>El detalle de la venta contendrá los productos, precio de cada producto, su cantidad, si se le aplica algún descuento, la totalidad y los datos del cliente al cual se le realizó la venta.</p> </li></ul> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Reportes de ventas:</b> Se podrá generar reportes de facturación por mes y un reporte con los productos más vendidos.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gestión de Compra:</b> Los usuarios podrán realizar la compra de productos siempre que tenga stock y esté habilitado para la venta. Podrán comprar uno o varios productos con tarjeta de crédito o débito.</li> </ul> <p>Podrán eliminar los productos que agrego en el flujo de la compra, modificar el atributo "cantidad" y agregar productos durante el flujo de compra (Antes que finalicen la compra)</p>                                                                                       |
| 11 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Reportes de búsquedas:</b> Se generará un reporte con las últimas búsquedas.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 12 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gestión de comedores:</b> En la web el usuario podrá visualizar el nombre del comedor con sus datos de domicilio y teléfono. Los administradores deberán poder agregar, eliminar o modificar dichos datos.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 13 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Emails de ventas:</b> El administrador podrá enviar los emails de transacciones dependiendo el estado de su pedido, esto lo realizará por medio del panel de administración.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 14 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Newsletter:</b> El usuario podrá suscribirse al boletín de noticias. El administrador tendrá acceso a la lista de usuario y podrá enviar un email masivo por mes, notificando a los usuarios información importante de la organización</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 15 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Reseña de compras:</b> El usuario podrá realizar comentarios de las compras realizadas y se deben mostrar en la pantalla home.</li> <li>- <b>El administrador:</b> El administrador podrá aprobar o desaprobar la reseña de los usuarios, así también como eliminarlos o modificarlos.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                     |
| 16 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Formulario de contacto:</b> El usuario podrá completar un formulario de consultas y el administrador desde el panel de control deberá responder con un email.</li> <li>- <b>Whatsapp:</b> Se debe mostrar en la web el icono de WhatsApp y su número de teléfono para que los usuarios puedan contactarse de manera directa.</li> <li>- <b>Links a redes sociales:</b> Se debe mostrar en la web los iconos que al hacer clic se lleve al usuario a las redes sociales de la organización.</li> </ul> |
| 17 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Sistema para conectar con proveedores SRM:</b> Los proveedores deben poder visualizar los pedidos que estén con estado "pagado" para comenzar a preparar. Una vez entregado el proveedor debe cambiar el estado del pedido a "enviado", este</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                               |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | se elimina de la lista del proveedor y la ONG debe poder visualizar el pedido en la lista de los enviados.                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 18 | - <b>Página dedicada a informar:</b> Se debe mostrar información sobre cómo comprar para el usuario.                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 19 | - <b>Mínimo de compra:</b> El usuario debe poder comprar un mínimo de \$1.000, en el caso de que no agregue al carrito la cantidad mínima se debe mostrar un mensaje de error indicando que para terminar la compra debe insertar un total mínimo y ocultar el botón que lleva a terminar la compra, cuando se inserte la compra mínima se vuelve a mostrar el botón. |

#### 10.4.2 Requerimientos no funcionales

| Ref# | Eficiencia                                                                                                              |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | - <b>Base de datos:</b> Los datos del sitio deben guardarse en una base de datos relacional.                            |
| 2    | - <b>Código:</b> El sistema debe poder reutilizar módulos de código para que la aplicación tenga una mejor performance. |
| 3    | - <b>Sistema:</b> La clave de los usuarios debe estar encriptada y debe ser conocida únicamente por el usuario.         |
| Ref# | Usabilidad                                                                                                              |
| 1    | - <b>Aplicación web:</b> La web debe ser responsive y debe ser amigable con el usuario                                  |
| 2    | - <b>Aplicación web:</b> Se debe poder acceder desde cualquier dispositivo con acceso a internet                        |
| 3    | - <b>Aplicación web:</b> La interfaz se mostrará en español.                                                            |

#### 10.4.3 Minutas de Reunión

| MINUTA DE REUNIÓN  |                                    |              |         |           |         |
|--------------------|------------------------------------|--------------|---------|-----------|---------|
| Fecha:             | 1/05/21                            | Hora Inicio: | 10:30hs | Hora Fin: | 11:00hs |
| Lugar:             | Universidad Abierta Interamericana |              |         |           |         |
| Participantes      |                                    |              |         |           |         |
| Cliente            |                                    |              | Empresa |           |         |
| Cadena de donación |                                    |              |         |           |         |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Objetivos de la Reunión</b>                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mostrar los bocetos de las vistas ideadas para el sistema.</li> <li>- Conocer paso a paso el proceso de una venta.</li> </ul>                                                                                                                                      |
| <b>Temas Principales Tratados</b>                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proceso de ingreso de compra: Método de selección de productos por grilla de productos.</li> <li>- Gestión de clientes: Como ingresan a la web</li> <li>- Gestión de productos: carga de productos</li> <li>- Gestión de comedores: Carga de comedores.</li> </ul> |
| <b>Temas Secundarios Tratados</b>                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verificar que se modifique el stock y costo de los productos.</li> </ul>                                                                                                                                                                                           |
| <b>Próximos Pasos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- En la próxima reunión se desea profundizar sobre detalles del sistema</li> <li>- Conversar sobre permiso de los usuarios</li> </ul>                                                                                                                                |

| MINUTA DE REUNIÓN                                                                                                                                                                                  |                                    |              |         |           |         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------|---------|-----------|---------|
| Fecha:                                                                                                                                                                                             | 4/05/21                            | Hora Inicio: | 10:30hs | Hora Fin: | 11:30hs |
| Lugar:                                                                                                                                                                                             | Universidad Abierta Interamericana |              |         |           |         |
| Participantes                                                                                                                                                                                      |                                    |              |         |           |         |
| Cliente                                                                                                                                                                                            |                                    |              | Empresa |           |         |
| Cadena de donación                                                                                                                                                                                 |                                    |              |         |           |         |
| Objetivos de la Reunión                                                                                                                                                                            |                                    |              |         |           |         |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Conocer detalles específicos de la UI (interfaz del usuario) para agilizar.</li><li>- Conocer detalles sobre el módulo de seguridad del sistema.</li></ul> |                                    |              |         |           |         |
| Temas Principales Tratados                                                                                                                                                                         |                                    |              |         |           |         |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Detalle de las especificaciones del interfaz de usuario.</li><li>- Módulo de seguridad, como es el tema de permisos para los usuarios</li></ul>            |                                    |              |         |           |         |
| Temas Secundarios Tratados                                                                                                                                                                         |                                    |              |         |           |         |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

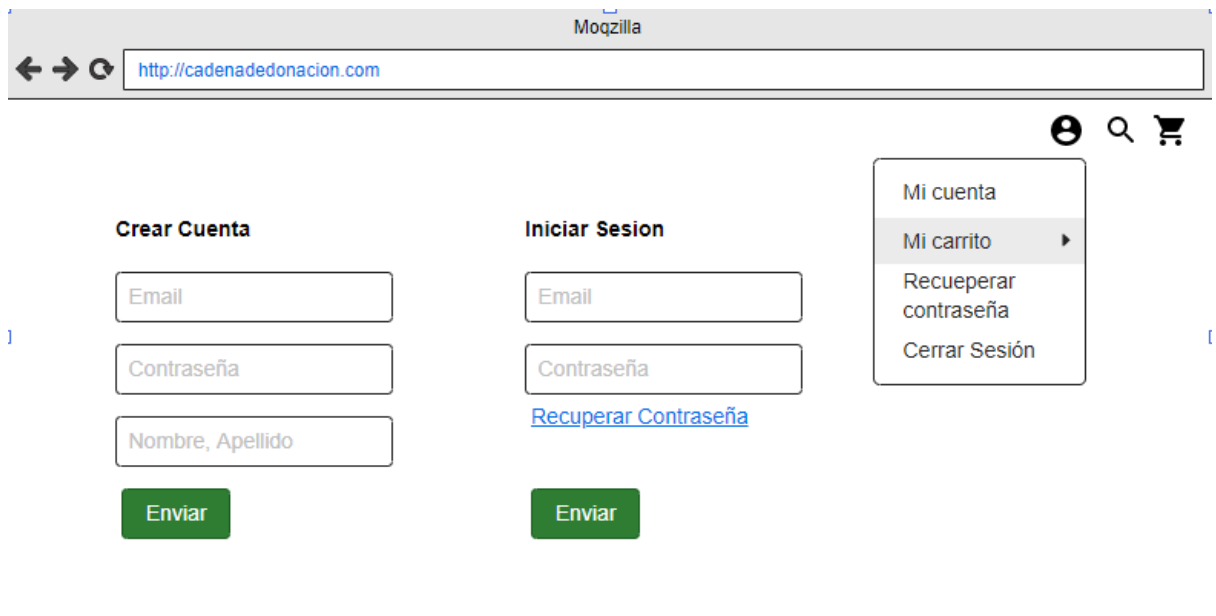
- Inclusión de accesos rápidos para agilizar el proceso de carga de ventas y compras.

#### Próximos Pasos

- En la próxima reunión se desea mostrar avances del sistema

### 10.4.4 Prototipos

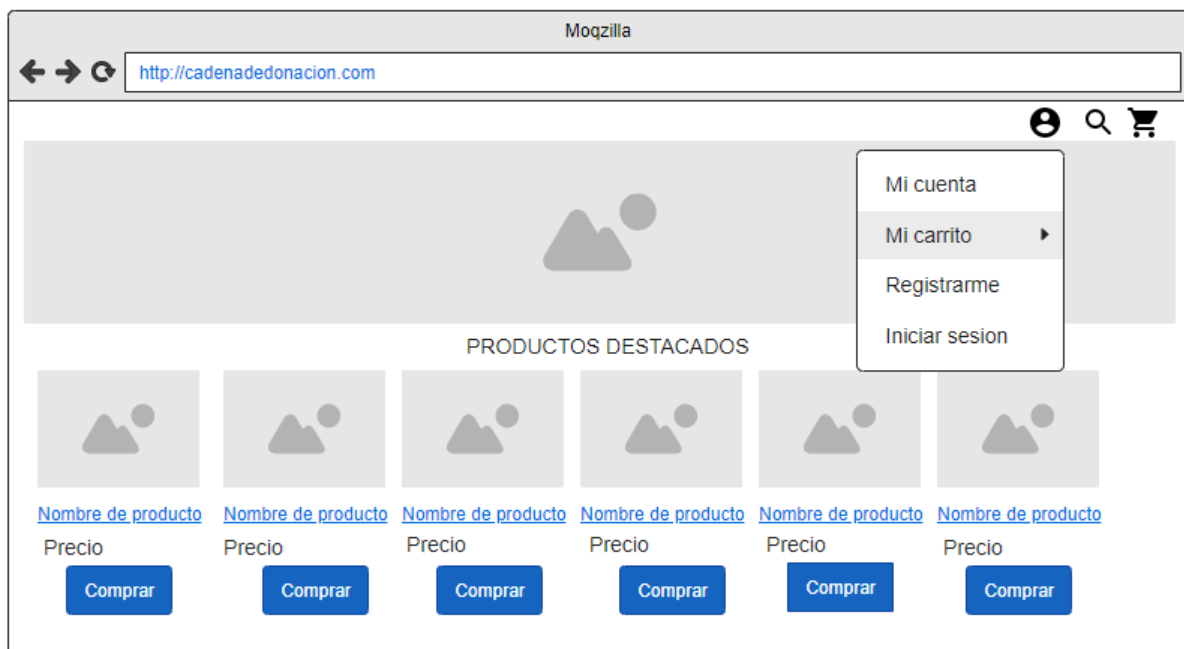
#### Login Usuario y Crear Cuenta



The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying 'http://cadenaadonacion.com'. The page layout includes a header with navigation icons (user, search, cart) and a sidebar menu with options: 'Mi cuenta', 'Mi carrito', 'Recuperar contraseña', and 'Cerrar Sesión'. The main content area is divided into two columns: 'Crear Cuenta' and 'Iniciar Sesión'. The 'Crear Cuenta' column has input fields for 'Email', 'Contraseña', and 'Nombre, Apellido', followed by an 'Enviar' button. The 'Iniciar Sesión' column has input fields for 'Email' and 'Contraseña', a 'Recuperar Contraseña' link, and an 'Enviar' button.

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

## Home



Mozilla

← → ↻ <http://cadena de donacion.com>

Mi cuenta  
Mi carrito  
Registrarme  
Iniciar sesion

PRODUCTOS DESTACADOS

Nombre de producto Precio Comprar

Nombre de producto Precio Comprar

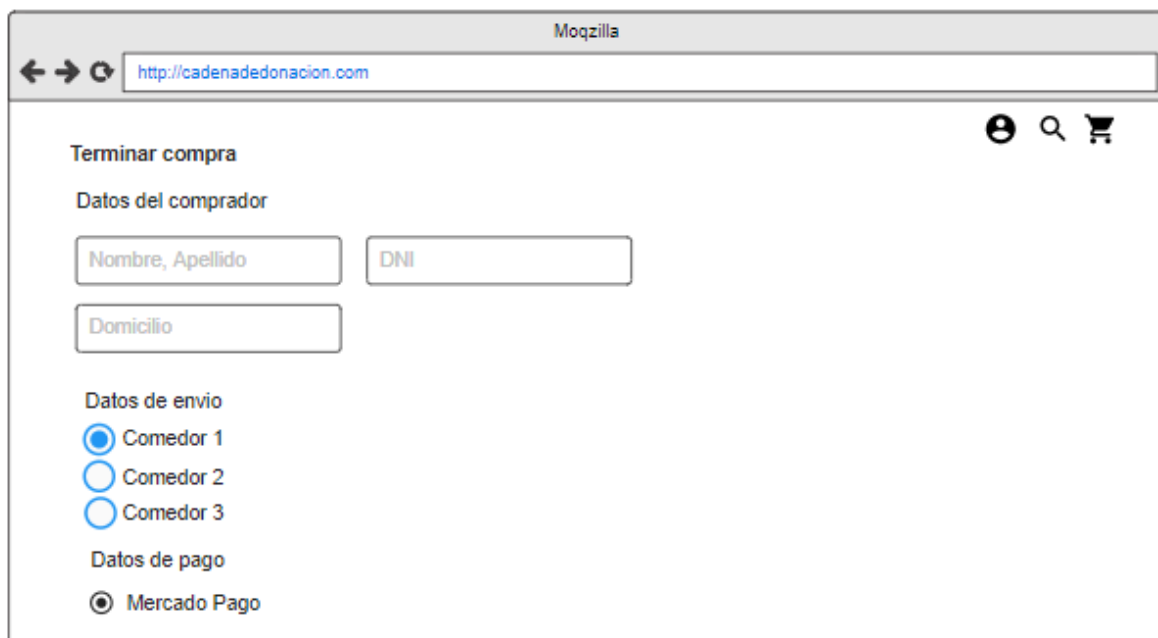
Nombre de producto Precio Comprar

Nombre de producto Precio Comprar

Nombre de producto Precio Comprar

Nombre de producto Precio Comprar

## Terminar compra



Mozilla

← → ↻ <http://cadena de donacion.com>

Terminar compra

Datos del comprador

Nombre, Apellido DNI

Domicilio

Datos de envio

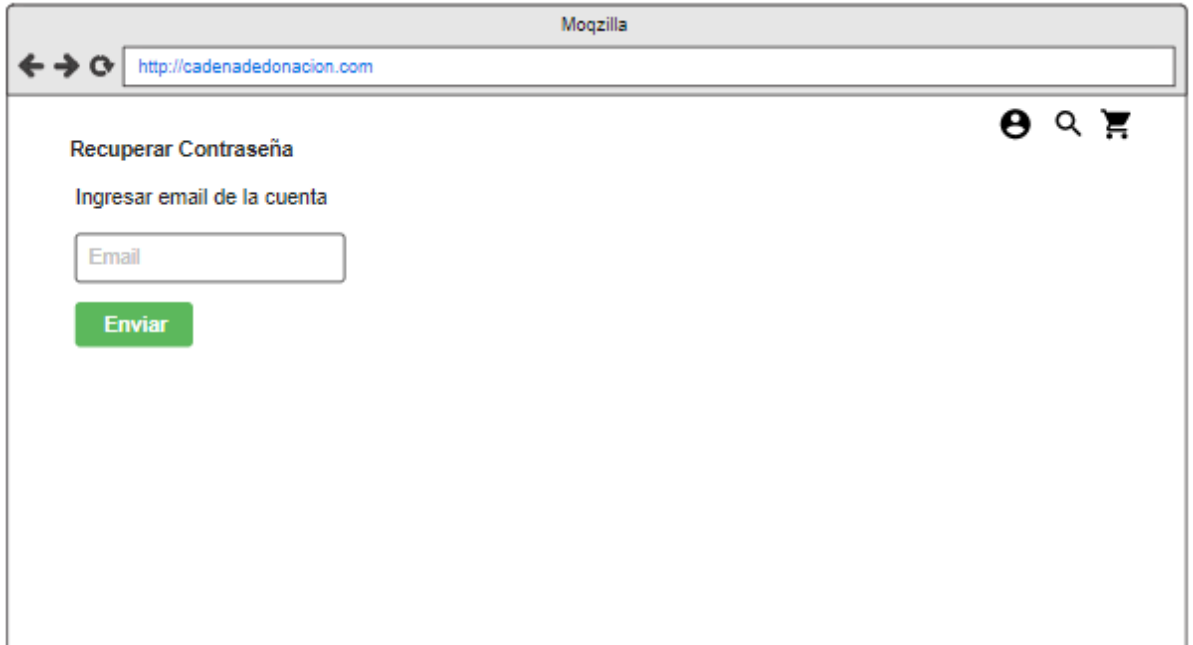
☒ Comedor 1  
☐ Comedor 2  
☐ Comedor 3

Datos de pago

☒ Mercado Pago

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### Recuperar contraseña



Moqzilla

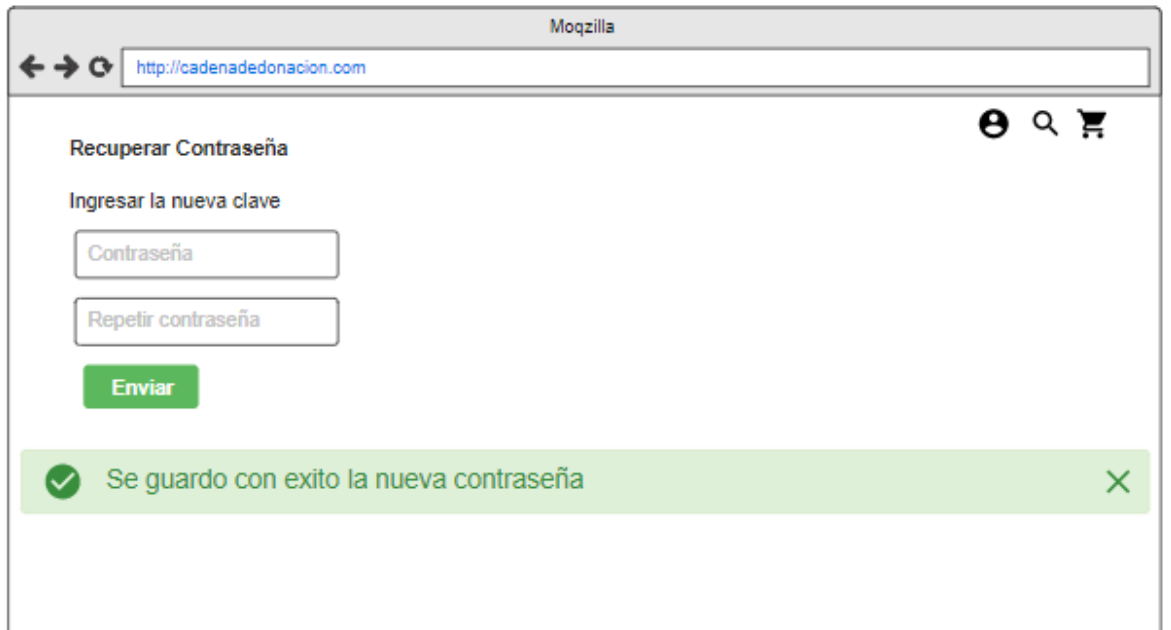
← → ↻ <http://cadenadedonacion.com>

⊞ 🔍 🛒

**Recuperar Contraseña**

Ingresar email de la cuenta

**Enviar**



Moqzilla

← → ↻ <http://cadenadedonacion.com>

⊞ 🔍 🛒

**Recuperar Contraseña**

Ingresar la nueva clave

**Enviar**

✓ Se guardo con exito la nueva contraseña ✕

|                                                |                                                    |             |        |      |                   |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### Login Administrador

### Reseña de compras.

## Reseñas

¿Cómo fue tu experiencia?

**Estoy muy feliz con la donación**

**caren**

Envie una canasta de alimentos, llego en tiempo y forma.

27/9/2021

**Muy buena pagina web**

**Luis**

La donación que envié llego al comedor comunitario. Sin ningun problema

27/9/2021

prev  
next

---

[MI CUENTA](#)

MI CUENTA

MIS PEDIDOS

[NEWSLETTER](#)

OK

© 2021 Cadena de Donación

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

Bienvenidos A Cadena De Donación

## Cadena de Donación

### ESCRIBE TU PROPIA RESEÑA

¿COMO EVALÚA LA COMPRA?

|              |                       |                       |                       |                       |                       |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|              | ★☆☆☆☆                 | ★★★★☆                 | ★★★★★                 | ★★★★★                 | ★★★★★                 |
| CALIDAD      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| CALIFICACIÓN | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| PRECIO       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Por favor seleccione una por una de las calificaciones de arriba

CUENTA TU EXPERIENCIA \*

INGRESAR UN DATO VÁLIDO.

RESUMEN DE SU RESEÑA \*

INGRESAR UN DATO VÁLIDO.

NOMBRE \*

INGRESAR UN DATO VÁLIDO.

ENVIAR RESEÑA

### Newsletter

#### NEWSLETTER

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

## SUSCRIPCIÓN AL BOLETÍN DE NOTICIAS

☒ Suscripción General

[« Volver](#)

[GUARDAR](#)

*Formulario de contacto, Botón de WhatsApp y Páginas informativas.*

**Cadena de  
Donación**

### Horarios de atención

Lunes a viernes de 8 a 16 hs.



444-0221



[cadenadedonacion@gmail.com](mailto:cadenadedonacion@gmail.com)

Escribinos, estamos mas cerca de lo que pensas

### INFORMACIÓN PERSONAL

Nombre Completo \*

E-mail \*

Teléfono \*

\* Campos obligatorios

[SIGUIENTE](#)



Entrega inmediata



Envío Gratis Directo  
al Comedor



Beneficios con  
Bancos y Tarjetas



Ayuda Social  
Tecnológica



Atención al Cliente



|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |



[MI CUENTA](#)
[MI COMPRA](#)



Cadena de Donación es una organización sin fines de lucro con el objetivo de ayudar a comedores comunitarios en su abastecimiento.

La finalidad de CADENA DE DONACIÓN es crear una red de distribución de alimentos simple dentro de Rosario en donde se acerca el donador, proveedor y comedor sin tener tantos intermediarios posibles. Además, de que se pueda evitar la labor de clasificación previo a la distribución, teniendo como fin reducir tiempos de domaras. Por otra parte, aprovecharemos la distribución directa de los proveedores para poder acercar a los comedores alimentos perecederos, ya que, no se corta la cadena de frío.

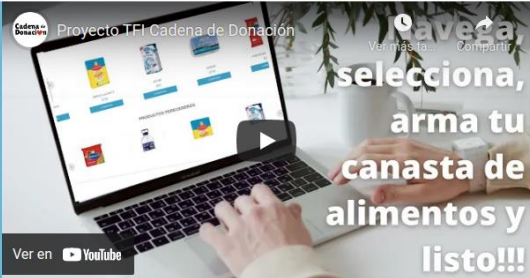
La pobreza infantil alcanza a más de 8 millones de chicos y chicas

Hoy, no logran cubrir sus necesidades alimentarias y otros bienes básicos. Cadena de Donación para contribuir a que no se enfermen, reciban una alimentación adecuada y tengan garantizados sus derechos. No pueden esperar.

Con una canasta mínima de \$1000 pesos estas ayudando a lograr los objetivos de los comedores comunitarios.

**CONOCÉ LAS PUBLICACIONES DE CADENA DE DONACIÓN**

Cadena de Donación publica informes y datos relacionados al los comedores comunitarios y su accionar en redes sociales.



Proyecto TFI Cadena de Donación

**navega, selecciona, arma tu canasta de alimentos y listo!!!**

Ver en 

[MI CUENTA](#)  
[MI CUENTA](#)  
[MIS PEDIDOS](#)

[SEGUINOS](#)  




[INSTITUCIONAL](#)  
[CONTACTO](#)  
[QUIÉNES SOMOS](#)  
[SOBRE MI](#)

[NEWSLETTER](#)

© 2021 Cadena de Donación

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

## Gestión de pedido Proveedores.

|                                                                                    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

## 10.5 Alcance, Criterio de aceptación y Entregables

| DESCRIPCIÓN DEL ALCANCE DEL PRODUCTO                                                                                                                                                                                                     |                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>REQUISITOS QUE INCLUYE:</b> FUNCIONALIDAD QUE EL PRODUCTO POSEERA. CONDICIONES O CAPACIDADES QUE DEBE POSEER O SATISFACER EL PRODUCTO PARA CUMPLIR CON CONTRATOS, NORMAS, ESPECIFICACIONES, U OTROS DOCUMENTOS FORMALMENTE IMPUESTOS. | <b>REQUISITOS QUE EXCLUYE:</b> FUNCIONALIDAD QUE EL PRODUCTO NO POSEERA. |
| Inicio de sesión                                                                                                                                                                                                                         |                                                                          |
| Gestión de usuarios                                                                                                                                                                                                                      |                                                                          |
| Recuperar Clave                                                                                                                                                                                                                          |                                                                          |
| Gestión de productos                                                                                                                                                                                                                     |                                                                          |
| Gestión de clientes                                                                                                                                                                                                                      |                                                                          |
| Gestión de comedores                                                                                                                                                                                                                     |                                                                          |
| Gestión de ventas                                                                                                                                                                                                                        |                                                                          |
| Factura de venta                                                                                                                                                                                                                         |                                                                          |
| Reportes de ventas                                                                                                                                                                                                                       |                                                                          |
| Gestión de stock                                                                                                                                                                                                                         |                                                                          |
| Módulo de pago                                                                                                                                                                                                                           |                                                                          |
| Cerrar sesión                                                                                                                                                                                                                            |                                                                          |
| Auditoria del usuario administrador                                                                                                                                                                                                      |                                                                          |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                              |  |
|----------------------------------------------|--|
| Conexión con los proveedores                 |  |
| Páginas informativas                         |  |
| Botón de whatsapp y formularios de contacto  |  |
| Reseñas de los usuarios y gestión de reseñas |  |

| <b>CRITERIOS DE ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO:</b> <i>ESPECIFICACIONES O REQUISITOS DE RENDIMIENTO, FUNCIONALIDAD, ETC., QUE DEBEN CUMPLIRSE PARA QUE SE ACEPTÉ EL PRODUCTO.</i> |                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CONCEPTOS</b>                                                                                                                                                           | <b>CRITERIOS DE ACEPTACIÓN</b>                                                                                    |
| Cumplir con todos los requisitos establecidos para el sistema.                                                                                                             | Todos los requisitos funcionales deben estar desarrollados completamente.                                         |
| Periodo de desarrollo                                                                                                                                                      | Entregar en tiempo y forma cada etapa establecida en el cronograma.                                               |
| Intuitivo                                                                                                                                                                  | Botones con nombre y funciones precisas.                                                                          |
| Auditoría                                                                                                                                                                  | Se debe tener un seguimiento de los movimientos de los usuarios, además se debe poder generar un informe de este. |
| Seguridad                                                                                                                                                                  | Jerarquía de usuarios, con distintos permisos de acuerdo con el tipo de usuario                                   |

| <b>ENTREGABLES DEL PROYECTO:</b> <i>PRODUCTOS ENTREGABLES INTERMEDIOS Y FINALES QUE SE GENERARÁN EN CADA FASE DEL PROYECTO.</i> |                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| <b>FASE DEL PROYECTO</b>                                                                                                        | <b>PRODUCTOS ENTREGABLES</b> |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                                        |                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Análisis de requisitos y análisis de diseño preliminar | Entregable #1. Debe contener: Análisis de requisitos, modelo del dominio, diagramas de casos de uso, especificación de casos de uso, revisión de requisitos y diagramas de robustez |
| Implementación final del sistema.                      | Entregable #2. Debe contener: Sistema final junto con los patrones de diseño y anexos.                                                                                              |

### 10.6 Registro de stakeholder

| IDENTIFICACIÓN |                                                 |              |                                      | EVALUACIÓN                                                                                                             |                      |                                      | CALIFICACIÓN    |                          |
|----------------|-------------------------------------------------|--------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------|-----------------|--------------------------|
| Nombre         | Organización                                    | Localización | Rol en el proyecto                   | Expectativas principales                                                                                               | Influencia Potencial | Fase de mayor interés                | Interno Externo | Apoyo/ Neutral/ Opositor |
| Caren Ruiz     | Alumna de la Universidad Abierta Interamericana | Rosario      | Analista de sistemas / Desarrollador | Identificar las necesidades del cliente y representarlas en un documento de requerimientos y codificación del proyecto | Alta                 | Proyecto en inicio, desarrollo y fin | Interno         | Apoyo                    |
| Pablo Audoglio | Universidad Abierta Interamericana              | Rosario      | Docente                              | Verificar y corregir cada etapa del proyecto                                                                           | Alta                 | Proyecto en inicio, desarrollo y fin | Interno         | Apoyo                    |
| ONG            | Cadena de donación                              | Rosario      | Cliente                              | Verificar y aportar en cada etapa del proyecto                                                                         | Alta                 | Proyecto en inicio, desarrollo y fin | Interno         | Apoyo                    |

### 10.7 Cronograma de hitos del proyecto

| Posición | Fecha de inicio | Fecha de finalización | Hito o actividad | Duración de la tarea |
|----------|-----------------|-----------------------|------------------|----------------------|
|----------|-----------------|-----------------------|------------------|----------------------|

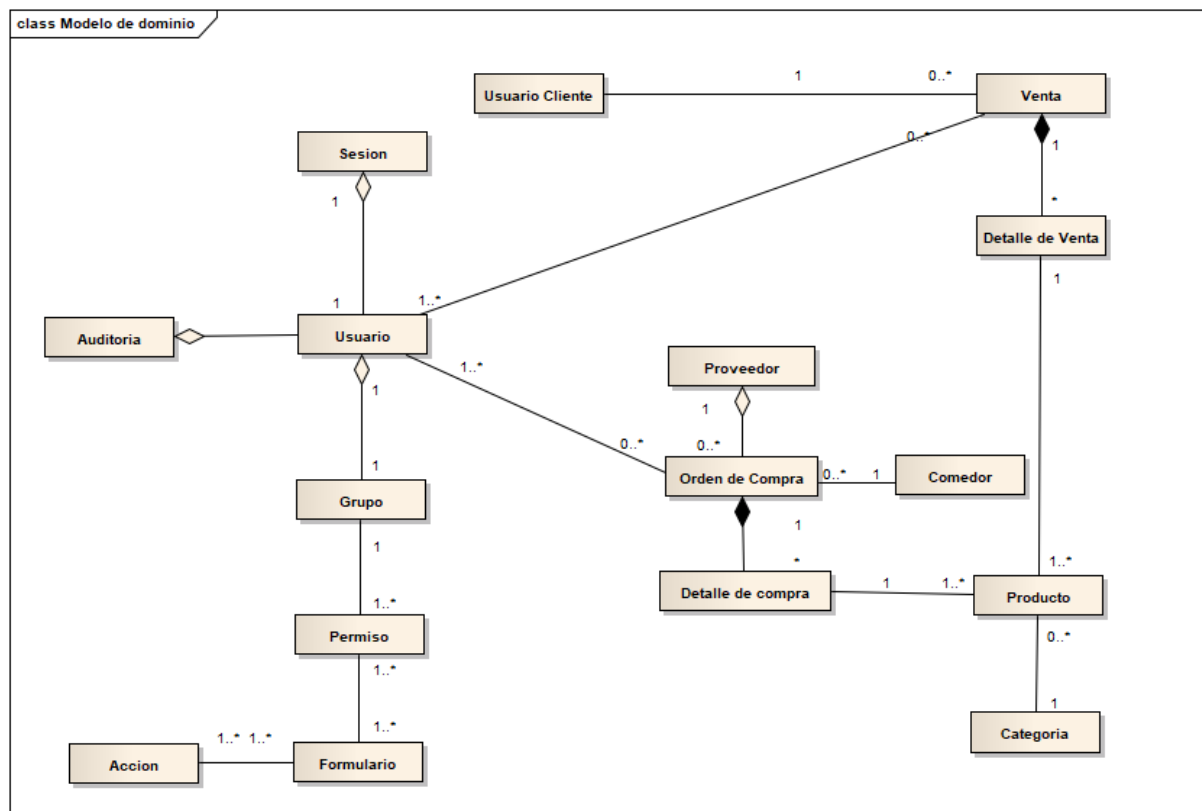
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|    |            |            |                                                           |    |
|----|------------|------------|-----------------------------------------------------------|----|
| 1  | 1/5/2021   | 4/5/2021   | Descripción del proyecto, reunión con el cliente          | 4  |
| 2  | 4/5/2021   | 9/5/2021   | Definición de requerimientos Funcionales y no funcionales | 6  |
| 3  | 9/5/2021   | 11/5/2021  | Reuniones con el cliente, minutas de reunión              | 3  |
| 4  | 11/5/2021  | 16/5/2021  | Primeros prototipos                                       | 6  |
| 5  | 17/5/2021  | 19/5/2021  | Definición de entregables y criterios de aceptación       | 3  |
| 6  | 20/5/2021  | 24/5/2021  | Diseño de las interfaces y navegación                     | 5  |
| 7  | 3/6/2021   | 23/6/2021  | Back end. Desarrollo de la capa de datos                  | 21 |
| 8  | 24/6/2021  | 4/7/2021   | Back end. Desarrollo de la capa negocio                   | 11 |
| 9  | 5/7/2021   | 15/7/2021  | Front end. Desarrollo de las interfaces                   | 11 |
| 10 | 16/7/2021  | 20/7/2021  | Implementación                                            | 5  |
| 11 | 21/7/2021  | 26/7/2021  | Testing de caja negra                                     | 6  |
| 12 | 27/7/2021  | 1/8/2021   | Testing de caja blanca                                    | 6  |
| 13 | 15/8/2021  | 20/8/2021  | Definición de nuevos requerimientos                       | 5  |
| 14 | 20/8/2021  | 29/8/2021  | Primeros prototipos                                       | 9  |
| 15 | 30/8/2021  | 9/9/2021   | Definición de entregables y criterios de aceptación       | 10 |
| 16 | 9/9/2021   | 29/9/2021  | Desarrollo de interfaces                                  | 21 |
| 17 | 30/9/2021  | 21/10/2021 | Back end. Desarrollo de la capa de negocio                | 22 |
| 18 | 21/10/2021 | 31/10/2021 | Testing de caja negra                                     | 11 |
| 19 | 31/10/2021 | 3/11/2021  | Testing de caja blanca                                    | 4  |
| 20 | 3/11/2021  | 24/11/2021 | Desarrollo de interfaces PROVEEDORES                      | 22 |
| 21 | 24/11/2021 | 15/12/2021 | Back end. Desarrollo de la capa de negocio PROVEEDORES    | 22 |

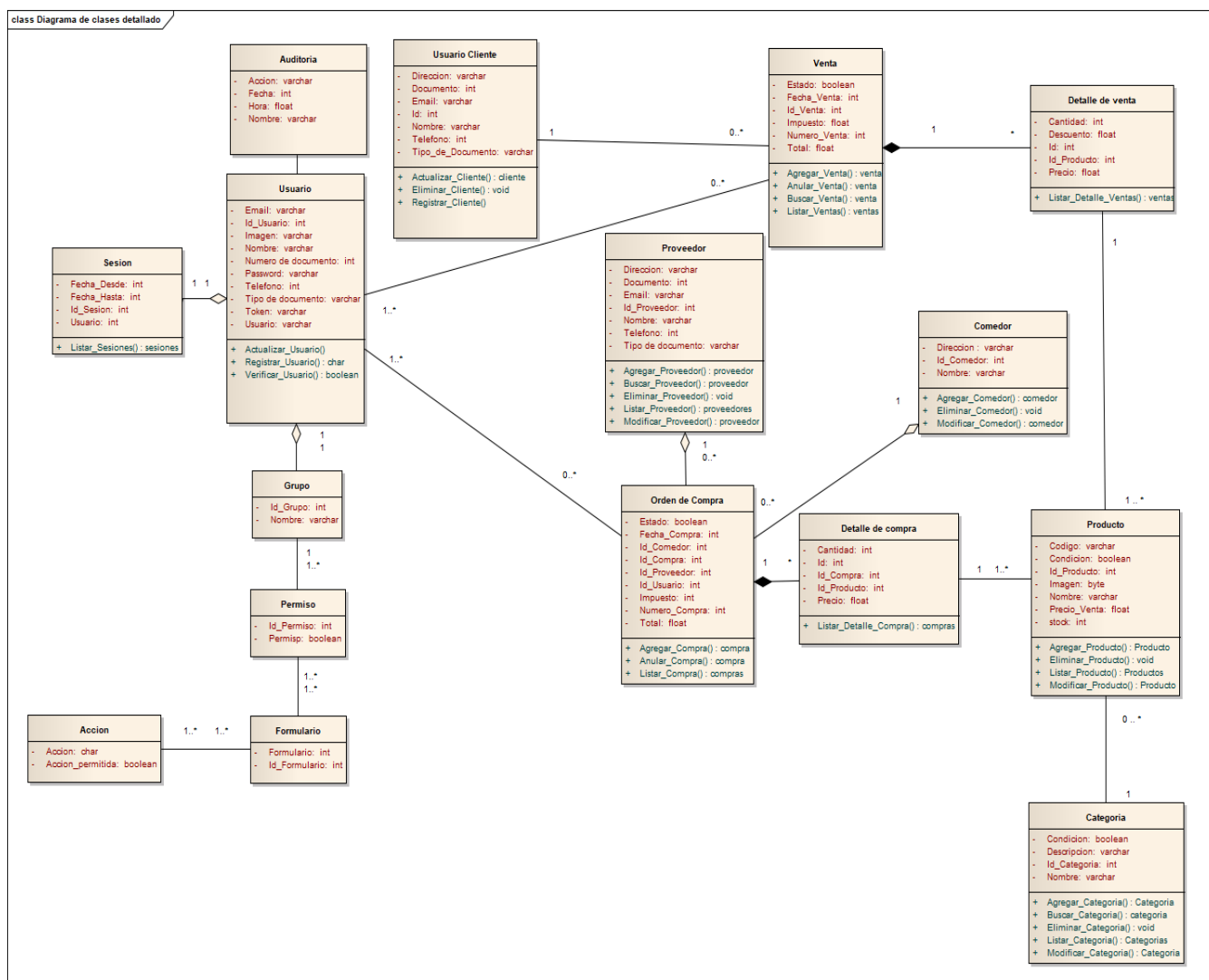
|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

## 11. Iteraciones del proyecto

### 11.1 Modelo de Dominio



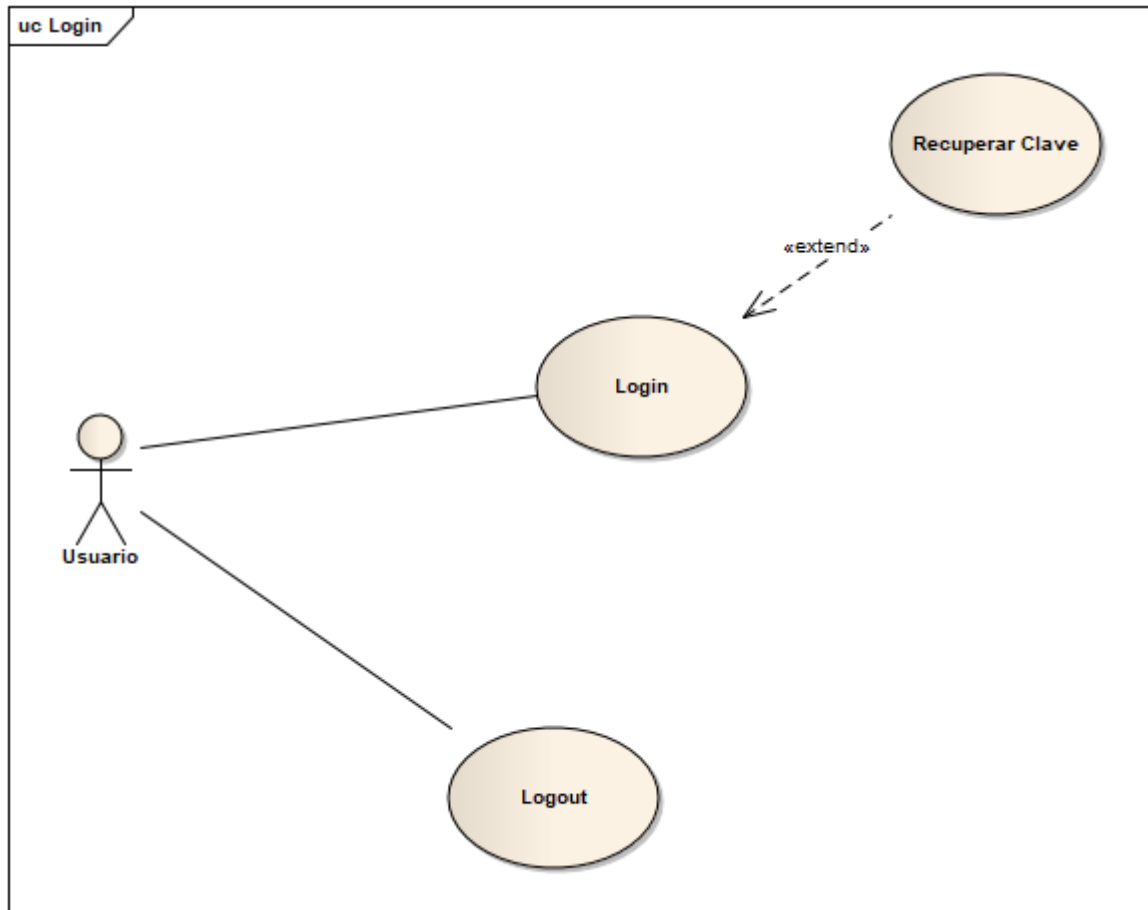
## 11.2 Diagrama de clases detallado



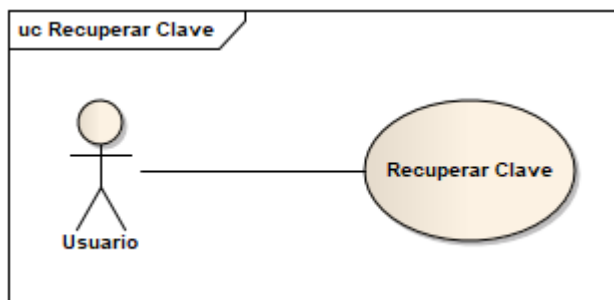
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### 11.3 Diagrama de casos de uso

#### *Inicio de sesión – Login – Logout*

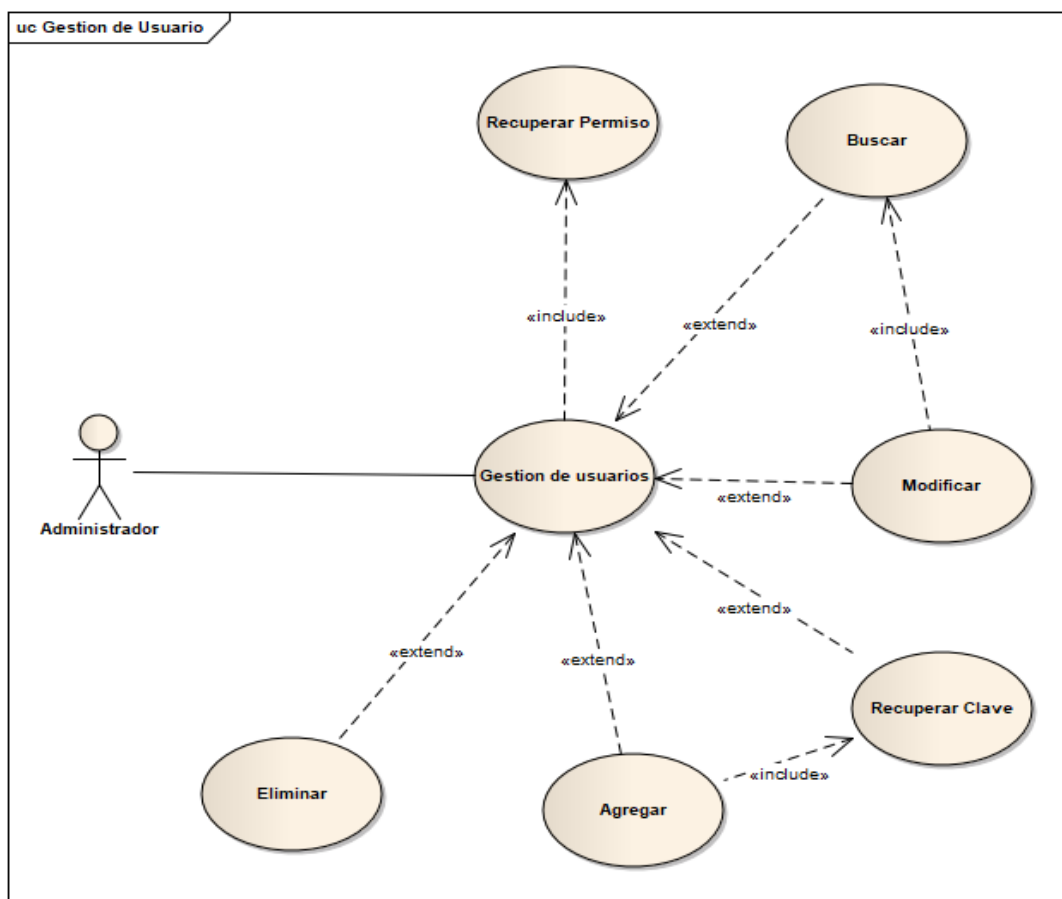


#### *Recuperar Clave*



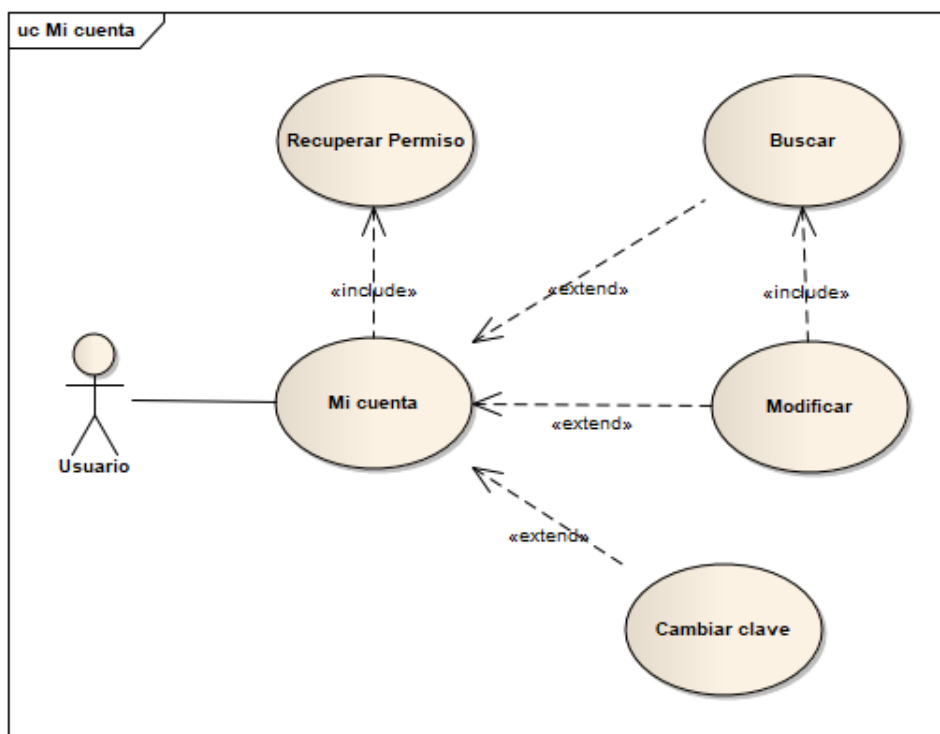
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### Gestión de Usuarios Administrador



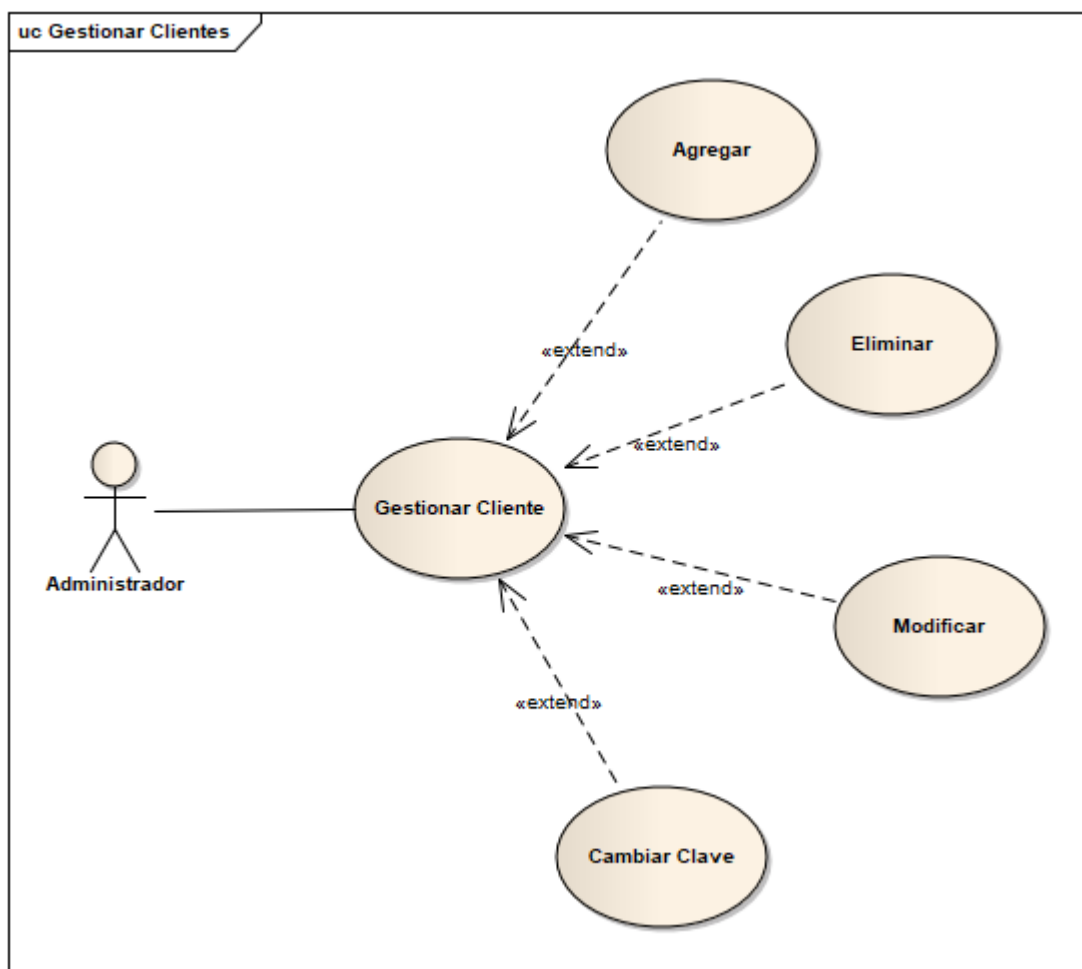
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### *Mi cuenta – Usuario*



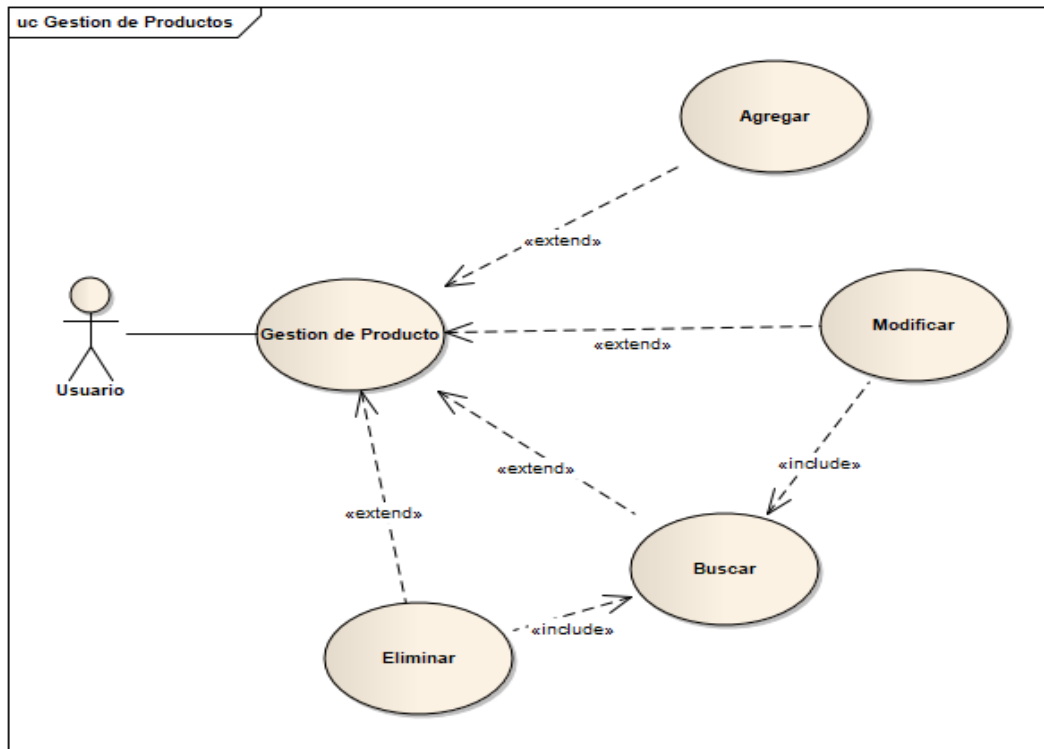
|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

### Gestión de clientes



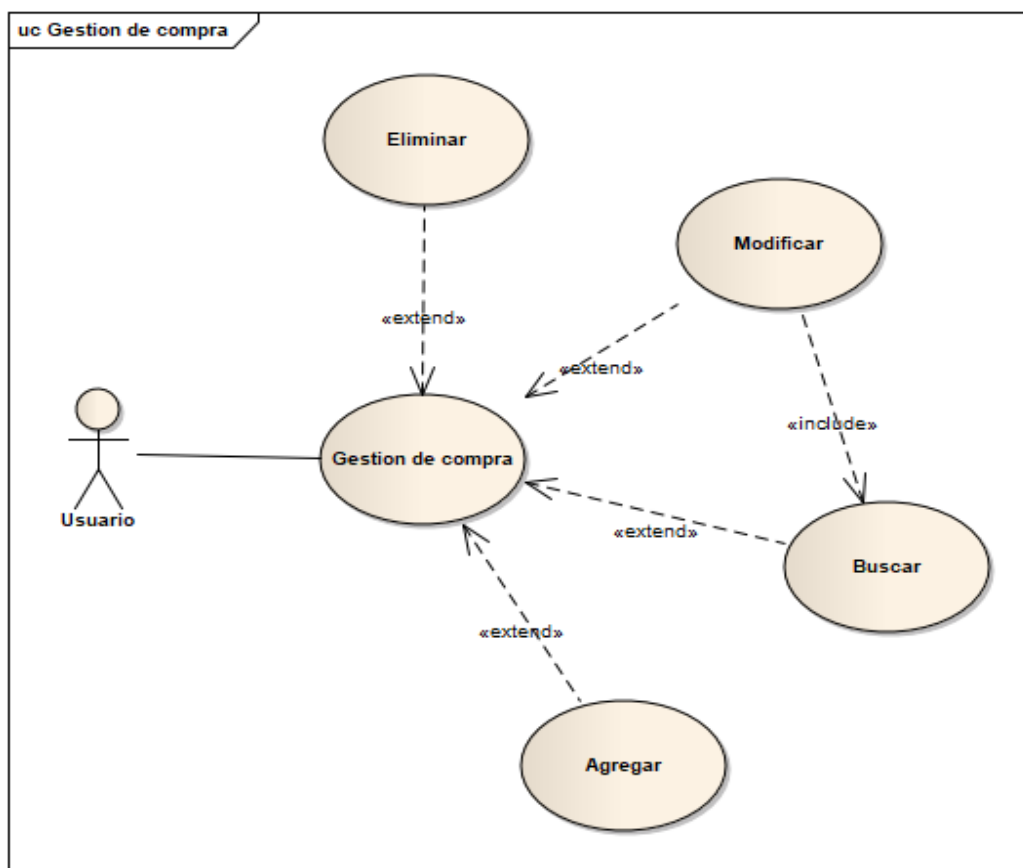
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### Gestión de productos.

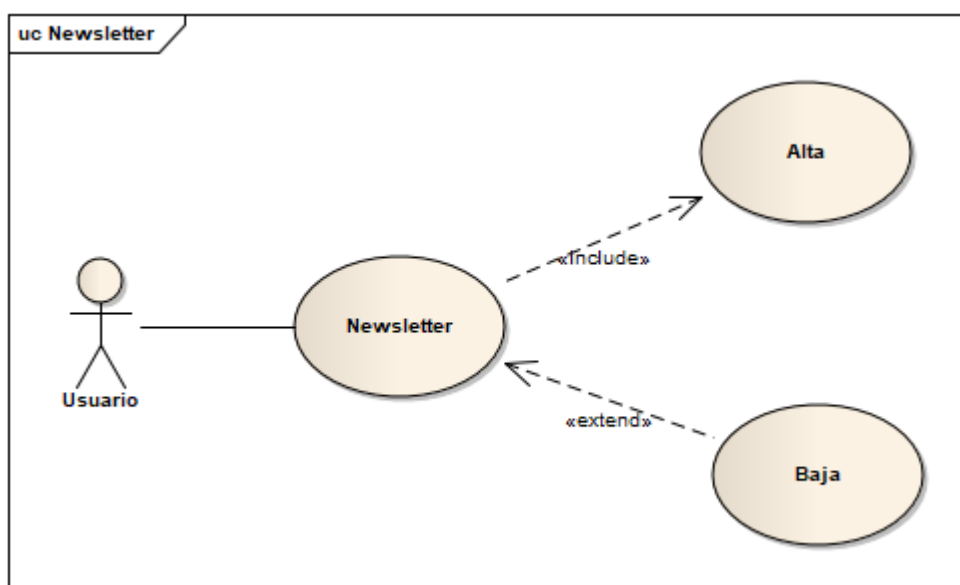


|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

### Gestión de compra

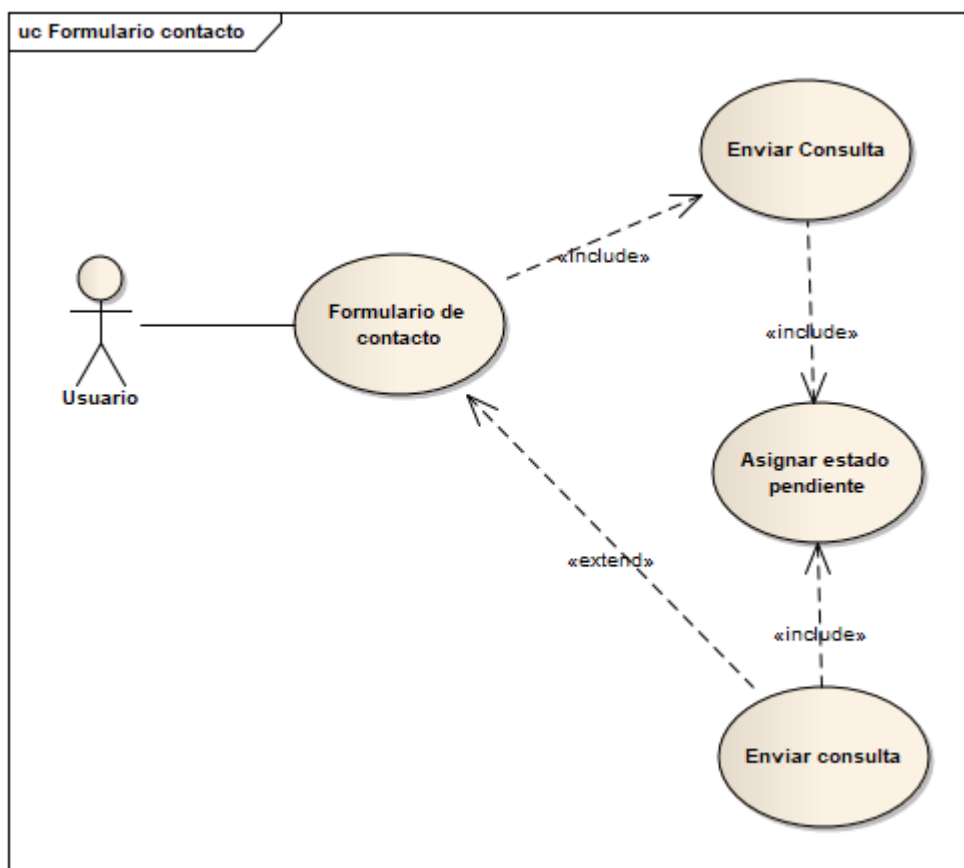


### Newsletter

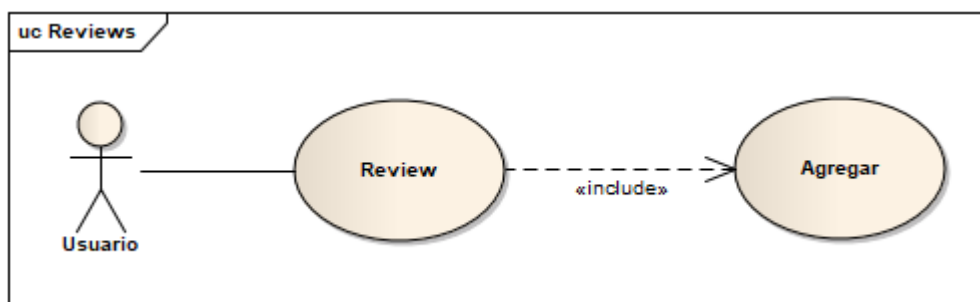


|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### Formulario de Contacto

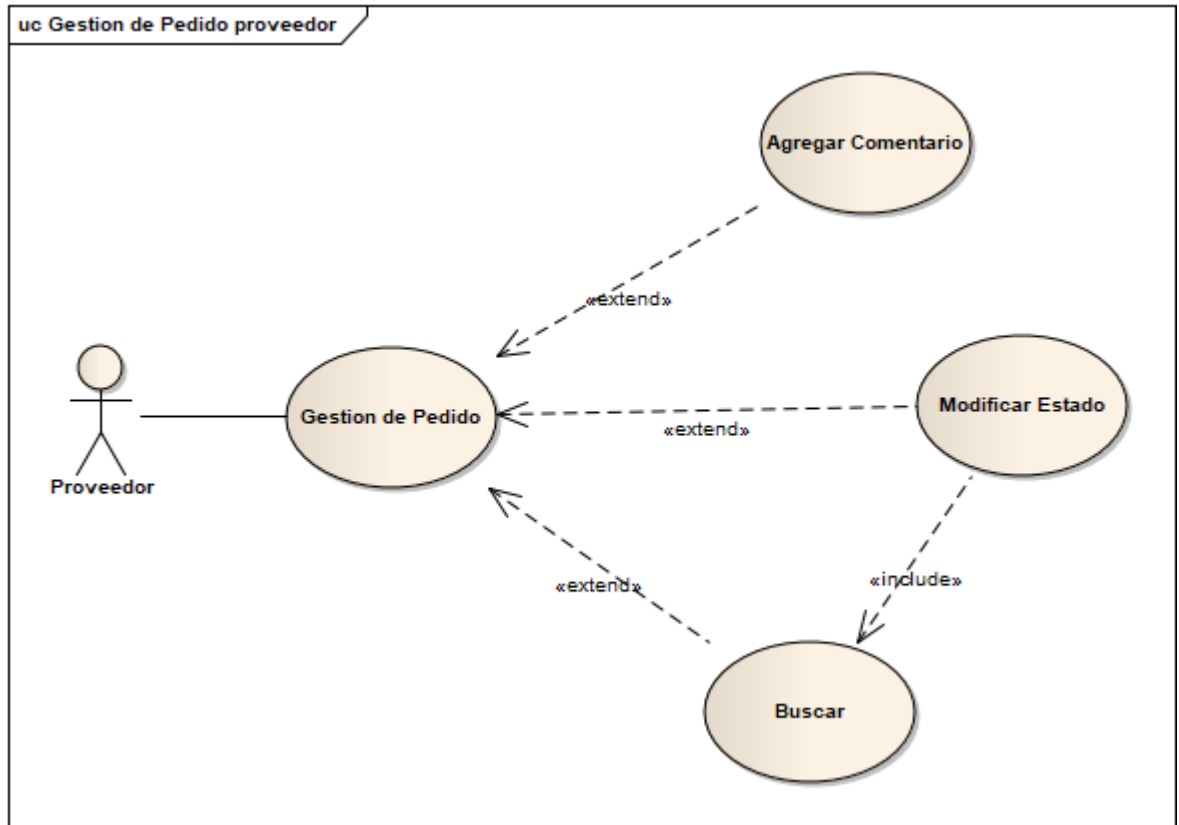


### Reseña de compra

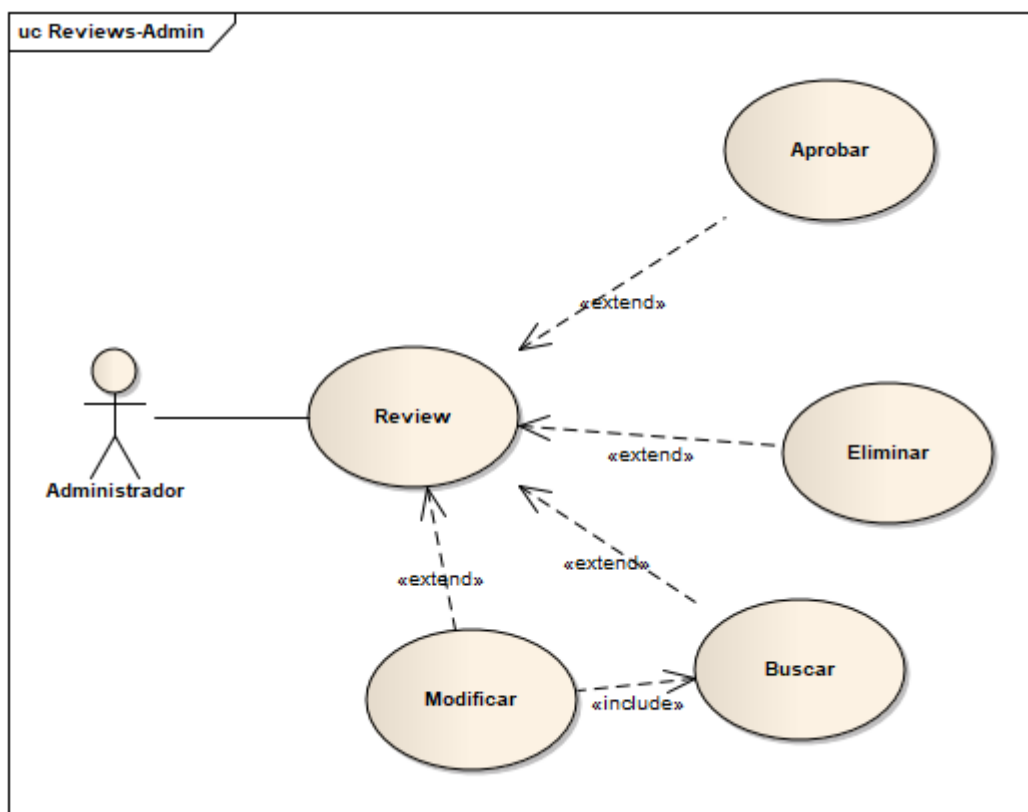


|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

### Gestión de pedido proveedores



|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |



## 11.4 Especificaciones de casos de usos

### Login

|                     | Caso de Uso                                                                                             | Fecha: 14/05/2021 |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Nombre              | Login                                                                                                   |                   |
| Referencias         |                                                                                                         |                   |
| Autor               | Caren Ruiz                                                                                              |                   |
| Revisor             | Ing. Pablo Audoglio                                                                                     |                   |
| Versión             | 0001                                                                                                    |                   |
| Estado              | Por validar                                                                                             |                   |
| Descripción         | El actor podrá ingresar al sistema mediante clave y usuario                                             |                   |
| Actores             | Usuario, Administrador                                                                                  |                   |
| Precondición        | Los actores deben tener un usuario y una clave, su cuenta debe estar activa y tener acceso a las vistas |                   |
| Puntos de Extensión | de 1- Recuperar Clave                                                                                   |                   |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                          |                                                                                                                                              |                                  |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>Curso Básico</b>      |                                                                                                                                              |                                  |
| 1                        | El sistema muestra el formulario "LOGIN" con los campos: usuario, clave, el botón ingresar y el enlace de "RECUPERAR CLAVE"                  |                                  |
| 2                        | El actor completa los campos y Clicea el botón ingresar.                                                                                     |                                  |
| 3                        | El sistema encripta los datos y los verifica en la base de datos.                                                                            |                                  |
| 4                        | El sistema verifica que la clave y el usuario sean correctos y este activo para poder ingresar.                                              |                                  |
| 5                        | El sistema recupera los permisos del actor.                                                                                                  |                                  |
| 6                        | El sistema retorna por pantalla las vistas a las cuales tiene acceso.                                                                        |                                  |
| <b>Curso Alternativo</b> |                                                                                                                                              |                                  |
| 4.1                      | El sistema retorna un mensaje de error.<br>Los motivos pueden ser los siguientes:<br>*Clave errónea<br>*Usuario erróneo<br>*Cuenta inactiva. |                                  |
| 2.1                      | El actor hace Clic en el botón "Ingresar". Sin completar los campos.                                                                         |                                  |
| 2.2                      | El sistema retorna por pantalla un mensaje <u>informando</u> : "debe completar todos los campos requeridos".                                 |                                  |
| <b>Postcondición</b>     |                                                                                                                                              | El actor ha ingresado al sistema |

### *Recuperar clave*

|                     |                                                                                                                             |                   |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|                     | Caso de Uso                                                                                                                 | Fecha: 14/05/2021 |
| Nombre              | Recuperar Clave                                                                                                             |                   |
| Referencias         |                                                                                                                             |                   |
| Autor               | Caren Ruiz                                                                                                                  |                   |
| Revisor             | Ing. Pablo Audoglio                                                                                                         |                   |
| Versión             | 0001                                                                                                                        |                   |
| Estado              | Por validar                                                                                                                 |                   |
| Descripción         | En el caso de que el actor haya olvidado su clave podrá recuperarla                                                         |                   |
| Actores             | Administrador / Usuario                                                                                                     |                   |
| Precondición        | El actor deberá tener su cuenta activa y el email asociado a la cuenta.                                                     |                   |
| Puntos de Extensión | de                                                                                                                          |                   |
| Curso Básico        |                                                                                                                             |                   |
| 1                   | El sistema muestra el formulario “LOGIN” con los campos: usuario, clave, el botón ingresar y el enlace de “RECUPERAR CLAVE” |                   |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                          |                                                                                                                  |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2                        | El actor Clicea el enlace RECUPERAR CLAVE                                                                        |
| 3                        | El sistema muestra el formulario RECUPERAR CLAVE con el campo email y el botón enviar.                           |
| 4                        | El sistema verifica que el usuario ingresado exista en base de datos.                                            |
| 5                        | El sistema automáticamente envía un email con un link a la dirección de correo ingresado.                        |
| 6                        | El actor hace Clic en el link.                                                                                   |
| 7                        | El sistema muestra un formulario de restablecimiento con los campos de contraseña nueva y confirmar contraseña   |
| 8                        | El actor completa el formulario de restablecimiento con su nueva contraseña                                      |
| 9                        | El sistema retorna por pantalla un mensaje informando el éxito en el guardado de contraseña.                     |
| <b>Curso Alternativo</b> |                                                                                                                  |
| 4.1                      | El sistema verifica que el email ingresado no está activo o es inexistente.                                      |
| 4.2                      | El sistema no envía el email a la dirección de correo ingresado por el actor.                                    |
| 5.1                      | El actor nunca recibe el link para poder generar una nueva contraseña por lo tanto no puede ingresar al sistema. |
| <b>Postcondición</b>     | El actor ha recuperado su clave.                                                                                 |

### *Cambiar Clave*

|                            |                                                                                                          |                          |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                            | <b>Caso de Uso</b>                                                                                       | <b>Fecha: 14/05/2021</b> |
| <b>Nombre</b>              | Cambiar Clave                                                                                            |                          |
| <b>Referencias</b>         |                                                                                                          |                          |
| <b>Autor</b>               | Caren Ruiz                                                                                               |                          |
| <b>Revisor</b>             | Ing. Pablo Audoglio                                                                                      |                          |
| <b>Versión</b>             | 0001                                                                                                     |                          |
| <b>Estado</b>              | Por validar                                                                                              |                          |
| <b>Descripción</b>         | En el caso de que el actor quiera cambiar su clave podrá realizarlo en la página de Mi cuenta.           |                          |
| <b>Actores</b>             | Usuario                                                                                                  |                          |
| <b>Precondición</b>        | El actor deberá estar logueado y saber su contraseña.                                                    |                          |
| <b>Puntos de Extensión</b> |                                                                                                          |                          |
| <b>Curso Básico</b>        |                                                                                                          |                          |
| 1                          | El sistema muestra el formulario "Mi Cuenta" con los campos para poder realizar el cambio de contraseña. |                          |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                          |                                                                                            |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2                        | El actor ingresa nueva clave y su clave actual.                                            |
| 3                        | El sistema verifica que la contraseña ingresada exista en la base de datos.                |
| 4                        | El sistema cambia la contraseña actual por la ingresada en la base de datos.               |
| 5                        | El sistema muestra por pantalla un mensaje de éxito, se cambió correctamente la contraseña |
| <b>Curso Alternativo</b> |                                                                                            |
| 4.1                      | Se verifica que las contraseñas no coinciden.                                              |
| 4.2                      | El sistema retorna por pantalla un mensaje de error, las contraseñas no coinciden.         |
| 5.1                      | El actor no pudo cambiar la contraseña                                                     |
| <b>Postcondición</b>     | El actor ha cambiado su clave.                                                             |

#### *Gestión de productos – Agregar producto*

|                     |                                                                                                               |                   |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|                     | Caso de Uso                                                                                                   | Fecha: 14/05/2021 |
| Nombre              | Agregar producto                                                                                              |                   |
| Referencias         |                                                                                                               |                   |
| Autor               | Caren Ruiz                                                                                                    |                   |
| Revisor             | Ing. Pablo Audoglio                                                                                           |                   |
| Versión             | 0001                                                                                                          |                   |
| Estado              | Por validar                                                                                                   |                   |
| Descripción         | En el caso de que el actor quiera agregar un producto                                                         |                   |
| Actores             | Usuario                                                                                                       |                   |
| Precondición        | El actor deberá estar logueado y tener acceso para poder realizar la acción deseada.                          |                   |
| Puntos de Extensión |                                                                                                               |                   |
| Curso Básico        |                                                                                                               |                   |
| 1                   | El sistema muestra la lista de “Productos” con los atributos de cada uno.                                     |                   |
| 2                   | El actor realiza una acción de agregar un nuevo producto, haciendo Clic en el botón “agregar producto”        |                   |
| 3                   | El sistema muestra por pantalla los campos para que sean completados por los usuarios.                        |                   |
| 4                   | El actor completa los campos y hace Clic en el botón “guardar”                                                |                   |
| 5                   | El sistema muestra por pantalla un mensaje de éxito, se agregó correctamente el producto en la base de datos. |                   |
| Curso Alternativo   |                                                                                                               |                   |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                      |                                                                                           |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.1                  | El actor olvida completar los campos obligatorios                                         |
| 4.2                  | El sistema retorna por pantalla un mensaje de error, "completar los campos obligatorios". |
| 5.1                  | El producto no se guardó en la base de datos                                              |
| <b>Postcondición</b> | El actor ha agregado un producto a la base de datos.                                      |

#### *Gestión de Productos – Eliminar producto*

|                            | <b>Caso de Uso</b>                                                                                                 | <b>Fecha: 14/05/2021</b> |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| <b>Nombre</b>              | Eliminar producto                                                                                                  |                          |
| <b>Referencias</b>         |                                                                                                                    |                          |
| <b>Autor</b>               | Caren Ruiz                                                                                                         |                          |
| <b>Revisor</b>             | Ing. Pablo Audoglio                                                                                                |                          |
| <b>Versión</b>             | 0001                                                                                                               |                          |
| <b>Estado</b>              | Por validar                                                                                                        |                          |
| <b>Descripción</b>         | En el caso de que el actor quiera eliminar un producto                                                             |                          |
| <b>Actores</b>             | Usuario                                                                                                            |                          |
| <b>Precondición</b>        | El actor deberá estar logueado y tener acceso para poder realizar la acción deseada.                               |                          |
| <b>Puntos de Extensión</b> |                                                                                                                    |                          |
| <b>Curso Básico</b>        |                                                                                                                    |                          |
| 1                          | El sistema muestra la lista de "Productos" con los atributos de cada uno.                                          |                          |
| 2                          | El actor realiza una acción de eliminar un nuevo producto existente, haciendo Clic en el botón "eliminar producto" |                          |
| 3                          | El sistema muestra por pantalla un mensaje para confirmar la eliminación.                                          |                          |
| 4                          | El actor acepta la eliminación haciendo Clic en "aceptar"                                                          |                          |
| 5                          | El sistema muestra por pantalla un mensaje de éxito, se eliminó correctamente el producto en la base de datos.     |                          |
| <b>Curso Alternativo</b>   |                                                                                                                    |                          |
| 4.1                        | El actor no acepta la eliminación haciendo Clic en "cancelar"                                                      |                          |
| 4.2                        | El sistema retorna por pantalla un mensaje de error, no se eliminó el producto                                     |                          |
| <b>Postcondición</b>       | El actor ha eliminado un producto de la base de datos.                                                             |                          |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### *Gestión de producto – Modificar Producto*

|                            | <b>Caso de Uso</b>                                                                   | <b>Fecha: 14/05/2021</b>                                                                                        |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre</b>              | Modificar producto                                                                   |                                                                                                                 |
| <b>Referencias</b>         |                                                                                      |                                                                                                                 |
| <b>Autor</b>               | Caren Ruiz                                                                           |                                                                                                                 |
| <b>Revisor</b>             | Ing. Pablo Audoglio                                                                  |                                                                                                                 |
| <b>Versión</b>             | 0001                                                                                 |                                                                                                                 |
| <b>Estado</b>              | Por validar                                                                          |                                                                                                                 |
| <b>Descripción</b>         | En el caso de que el actor quiera modificar un producto                              |                                                                                                                 |
| <b>Actores</b>             | Administrador                                                                        |                                                                                                                 |
| <b>Precondición</b>        | El actor deberá estar logueado y tener acceso para poder realizar la acción deseada. |                                                                                                                 |
| <b>Puntos de Extensión</b> |                                                                                      |                                                                                                                 |
| <b>Curso Básico</b>        |                                                                                      |                                                                                                                 |
|                            | 1                                                                                    | El sistema muestra la lista de “Productos” con los atributos de cada uno.                                       |
|                            | 2                                                                                    | El actor busca el producto en la lista y selecciona haciendo Clic en el producto que quiere modificar.          |
|                            | 3                                                                                    | El sistema muestra por pantalla los campos de manera editable.                                                  |
|                            | 4                                                                                    | El actor modifica el/los campos y hace Clic en el botón “guardar”                                               |
|                            | 5                                                                                    | El sistema comprueba que los campos obligatorios estén completos                                                |
|                            | 6                                                                                    | El sistema muestra por pantalla un mensaje de éxito, se modificó correctamente el producto en la base de datos. |
| <b>Curso Alternativo</b>   |                                                                                      |                                                                                                                 |
|                            | 5.1                                                                                  | El actor olvida completar los campos obligatorios                                                               |
|                            | 4.2                                                                                  | El sistema retorna por pantalla un mensaje de error, “completar los campos obligatorios”.                       |
|                            | 5.1                                                                                  | El producto no se modificó en la base de datos                                                                  |
| <b>Postcondición</b>       | El actor ha modificado un producto.                                                  |                                                                                                                 |

### *Gestión de Compra - Agregar producto al carrito*

|  | <b>Caso de Uso</b> | <b>Fecha: 14/05/2021</b> |
|--|--------------------|--------------------------|
|--|--------------------|--------------------------|

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                            |                                                                                                                           |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre</b>              | Agregar producto al carrito                                                                                               |
| <b>Referencias</b>         |                                                                                                                           |
| <b>Autor</b>               | Caren Ruiz                                                                                                                |
| <b>Revisor</b>             | Ing. Pablo Audoglio                                                                                                       |
| <b>Versión</b>             | 0001                                                                                                                      |
| <b>Estado</b>              | Por validar                                                                                                               |
| <b>Descripción</b>         | En el caso de que el actor quiera agregar un producto al carrito de compras                                               |
| <b>Actores</b>             | Usuario                                                                                                                   |
| <b>Precondición</b>        | El actor debe entrar a la web                                                                                             |
| <b>Puntos de Extensión</b> |                                                                                                                           |
| <b>Curso Básico</b>        |                                                                                                                           |
| 1                          | El sistema muestra todos los productos que tengan stock y estén habilitados para la venta, su precio y un botón "comprar" |
| 2                          | El actor hace Clic en el botón "comprar"                                                                                  |
| 3                          | El sistema muestra por pantalla un mensaje que se agregó correctamente el producto en el carrito.                         |
| <b>Curso Alternativo</b>   |                                                                                                                           |
| 3.1                        | El sistema muestra por pantalla un mensaje de error, "no se agregó correctamente el producto, volver a intentar"          |
| 3.2                        | El actor debe volver a realizar el paso 2.                                                                                |
| 5.1                        | El producto no se agregó correctamente en el carrito de compras.                                                          |
| <b>Postcondición</b>       | El actor ha agregado un producto al carrito de compra.                                                                    |

#### *Gestión de Compra – Modificar producto del carrito*

|                    |                                                                                                |                          |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                    | <b>Caso de Uso</b>                                                                             | <b>Fecha: 14/05/2021</b> |
| <b>Nombre</b>      | Modificar producto                                                                             |                          |
| <b>Referencias</b> |                                                                                                |                          |
| <b>Autor</b>       | Caren Ruiz                                                                                     |                          |
| <b>Revisor</b>     | Ing. Pablo Audoglio                                                                            |                          |
| <b>Versión</b>     | 0001                                                                                           |                          |
| <b>Estado</b>      | Por validar                                                                                    |                          |
| <b>Descripción</b> | En el caso de que el actor quiera modificar un producto que agregó al carrito con anterioridad |                          |
| <b>Actores</b>     | Usuario                                                                                        |                          |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                            |                                                                                                             |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Precondición</b>        | El actor deberá tener productos agregados en el carrito                                                     |
| <b>Puntos de Extensión</b> |                                                                                                             |
| <b>Curso Básico</b>        |                                                                                                             |
| 1                          | El sistema muestra la pantalla de "Carrito" en donde se puede ver los productos agregados.                  |
| 2                          | El actor busca el producto en la lista, modifica "la cantidad" del producto y le da Clic al botón "refresh" |
| 3                          | El sistema verifica el stock del producto.                                                                  |
| 4                          | El sistema muestra por pantalla la cantidad actualizada.                                                    |
| <b>Curso Alternativo</b>   |                                                                                                             |
| 3.1                        | El sistema verifica que no hay stock                                                                        |
| 3.2                        | El sistema retorna por pantalla un mensaje de error, "no hay stock disponible"                              |
| 4.1                        | La cantidad del producto no se modificó.                                                                    |
| <b>Postcondición</b>       | El actor ha modificado la cantidad del producto.                                                            |

#### *Gestión de Compra – Comprar*

|                            |                                                                                                                                                                |                          |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                            | <b>Caso de Uso</b>                                                                                                                                             | <b>Fecha: 14/05/2021</b> |
| <b>Nombre</b>              | Comprar                                                                                                                                                        |                          |
| <b>Referencias</b>         |                                                                                                                                                                |                          |
| <b>Autor</b>               | Caren Ruiz                                                                                                                                                     |                          |
| <b>Revisor</b>             | Ing. Pablo Audoglio                                                                                                                                            |                          |
| <b>Versión</b>             | 0001                                                                                                                                                           |                          |
| <b>Estado</b>              | Por validar                                                                                                                                                    |                          |
| <b>Descripción</b>         | En el caso de que el actor quiera finalizar la compra.                                                                                                         |                          |
| <b>Actores</b>             | Usuario                                                                                                                                                        |                          |
| <b>Precondición</b>        | El actor deberá tener productos agregados en el carrito y tener una cuenta creada.                                                                             |                          |
| <b>Puntos de Extensión</b> |                                                                                                                                                                |                          |
| <b>Curso Básico</b>        |                                                                                                                                                                |                          |
| 1                          | El sistema muestra la pantalla de "Carrito" en donde se puede ver los productos agregados                                                                      |                          |
| 2                          | El actor hace Clic en "finalizar compra"                                                                                                                       |                          |
| 3                          | El sistema verifica que el usuario esté logueado.                                                                                                              |                          |
| 4                          | El sistema muestra por pantalla los diferentes pasos que debe completar el actor.<br>- Información de pago: Datos personales, como nombre, apellido, teléfono. |                          |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Método de envío: debe elegir el comedor al cual va a ir dirigido el pedido.</li> <li>- Datos de tarjeta: debe completar con la tarjeta de débito o crédito.</li> <li>- Resumen de compra: el sistema muestra en detalle los productos agregados con un botón de “terminar compra”</li> </ul> |
| 5                        | El actor completa cada paso.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 6                        | El sistema verifica en cada paso que los campos obligatorios estén completos y los datos correctos de tarjeta.                                                                                                                                                                                                                        |
| 7                        | El actor finaliza la compra haciendo Clic en el botón “Finalizar compra”                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 8                        | El sistema retorna por pantalla un mensaje de éxito justo con el id de la compra.                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Curso Alternativo</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 6.1                      | El sistema verifica que los datos de la tarjeta no son correctos.                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 6.1.1                    | El sistema verifica que los campos obligatorios no están completos                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 6.2                      | El sistema muestra por pantalla mensaje de error, tarjeta no válida                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 6.1.1                    | El sistema muestra por pantalla mensaje de error, “completar los campos obligatorios”                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Postcondición</b>     | El actor ha finalizado la compra.                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

### Newsletter Alta

|                            |                                                                                                |                          |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                            | <b>Caso de Uso</b>                                                                             | <b>Fecha: 03/10/2021</b> |
| <b>Nombre</b>              | Alta al newsletter                                                                             |                          |
| <b>Referencias</b>         |                                                                                                |                          |
| <b>Autor</b>               | Caren Ruiz                                                                                     |                          |
| <b>Revisor</b>             | Ing. Pablo Audoglio                                                                            |                          |
| <b>Versión</b>             | 0001                                                                                           |                          |
| <b>Estado</b>              | Por validar                                                                                    |                          |
| <b>Descripción</b>         | En el caso de que el actor quiera suscribirse al newsletter                                    |                          |
| <b>Actores</b>             | Usuario                                                                                        |                          |
| <b>Precondición</b>        | El actor debe entrar a la web                                                                  |                          |
| <b>Puntos de Extensión</b> | Baja                                                                                           |                          |
| <b>Curso Básico</b>        |                                                                                                |                          |
| 1                          | El sistema muestra por pantalla una sección con un input para ingresar el email.               |                          |
| 2                          | El actor ingresa su email.                                                                     |                          |
| 3                          | El sistema muestra por pantalla un mensaje que se agregó correctamente el email al newsletter. |                          |
| 4                          | El sistema envía al email del actor emails informativos.                                       |                          |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                          |                                                                                                                      |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Curso Alternativo</b> |                                                                                                                      |
| 3.1                      | El sistema muestra por pantalla un mensaje de error, "no se agregó correctamente el email, ingresar un email válido" |
| 3.2                      | El actor debe volver a realizar el paso 2.                                                                           |
| <b>Postcondición</b>     | El actor se ha suscripto al newsletter.                                                                              |

#### *Newsletter Baja*

|                            |                                                                                                                     |                          |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                            | <b>Caso de Uso</b>                                                                                                  | <b>Fecha: 03/10/2021</b> |
| <b>Nombre</b>              | Baja al newsletter                                                                                                  |                          |
| <b>Referencias</b>         |                                                                                                                     |                          |
| <b>Autor</b>               | Caren Ruiz                                                                                                          |                          |
| <b>Revisor</b>             | Ing. Pablo Audoglio                                                                                                 |                          |
| <b>Versión</b>             | 0001                                                                                                                |                          |
| <b>Estado</b>              | Por validar                                                                                                         |                          |
| <b>Descripción</b>         | En el caso de que el actor quiera eliminar la suscripción al newsletter                                             |                          |
| <b>Actores</b>             | Usuario                                                                                                             |                          |
| <b>Precondición</b>        | El actor debe entrar a la web y estar logueado                                                                      |                          |
| <b>Puntos de Extensión</b> |                                                                                                                     |                          |
| <b>Curso Básico</b>        |                                                                                                                     |                          |
| 1                          | El usuario debe estar logueado e ir a la página MI CUENTA, sección suscripción al newsletter.                       |                          |
| 2                          | El actor hace clic en el enlace suscripción al newsletter                                                           |                          |
| 3                          | El sistema muestra por pantalla un checkbox y un botón guardar                                                      |                          |
| 4                          | El actor hace clic en el checkbox, destilando la opción de suscripción y por último, hace clic en el botón guardar. |                          |
| 5                          | El sistema muestra por pantalla un mensaje de éxito, "Se encuentra dado de baja del boletín de noticias"            |                          |
| <b>Curso Alternativo</b>   |                                                                                                                     |                          |
| 3.1                        | El actor no hace clic en el botón guardar. Por lo tanto, sigue suscripto al newsletter.                             |                          |
| <b>Postcondición</b>       | El actor se ha dado de baja de la suscripción al newsletter.                                                        |                          |

#### *Formulario de contacto*

|  |                    |                          |
|--|--------------------|--------------------------|
|  | <b>Caso de Uso</b> | <b>Fecha: 03/10/2021</b> |
|--|--------------------|--------------------------|

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                            |                                                                                            |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre</b>              | Envío de formulario                                                                        |
| <b>Referencias</b>         |                                                                                            |
| <b>Autor</b>               | Caren Ruiz                                                                                 |
| <b>Revisor</b>             | Ing. Pablo Audoglio                                                                        |
| <b>Versión</b>             | 0001                                                                                       |
| <b>Estado</b>              | Por validar                                                                                |
| <b>Descripción</b>         | En el caso de que el actor quiera enviar una consulta a través del formulario de contacto. |
| <b>Actores</b>             | Usuario                                                                                    |
| <b>Precondición</b>        | El actor debe entrar a la web                                                              |
| <b>Puntos de Extensión</b> | Enviar consulta                                                                            |
| <b>Curso Básico</b>        |                                                                                            |
| 1                          | El usuario debe ir a la página de FORMULARIO.                                              |
| 2                          | El sistema muestra por pantalla un formulario con el botón ENVIAR                          |
| 3                          | El actor completa los campos obligatorios y da clic en el botón enviar.                    |
| 4                          | El sistema comprueba los campos obligatorios.                                              |
| 5                          | El sistema muestra mensaje de éxito, "se envió correctamente el mensaje"                   |
| <b>Curso Alternativo</b>   |                                                                                            |
| 3.1                        | El actor no completa los campos obligatorios y da clic en el botón enviar.                 |
| 3.2                        | El sistema muestra mensaje de error, "Campo obligatorio"                                   |
| <b>Postcondición</b>       | El actor ha enviado una consulta.                                                          |

### Reseñas

|                     |                                                                   |                          |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                     | <b>Caso de Uso</b>                                                | <b>Fecha: 03/10/2021</b> |
| <b>Nombre</b>       | Agregar una reseña de la compra                                   |                          |
| <b>Referencias</b>  |                                                                   |                          |
| <b>Autor</b>        | Caren Ruiz                                                        |                          |
| <b>Revisor</b>      | Ing. Pablo Audoglio                                               |                          |
| <b>Versión</b>      | 0001                                                              |                          |
| <b>Estado</b>       | Por validar                                                       |                          |
| <b>Descripción</b>  | En el caso de que el actor quiera enviar una reseña de la compra. |                          |
| <b>Actores</b>      | Usuario                                                           |                          |
| <b>Precondición</b> | El actor debe entrar a la web                                     |                          |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

| Puntos de Extensión      |                                                                            |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| <b>Curso Básico</b>      |                                                                            |
| 1                        | El usuario debe ir a la página de RESEÑAS.                                 |
| 2                        | El sistema muestra por pantalla un formulario con el botón ENVIAR          |
| 3                        | El actor completa los campos obligatorios y da clic en el botón enviar.    |
| 4                        | El sistema comprueba los campos obligatorios.                              |
| 5                        | El sistema muestra mensaje de éxito, "se envió correctamente la reseña"    |
| <b>Curso Alternativo</b> |                                                                            |
| 3.1                      | El actor no completa los campos obligatorios y da clic en el botón enviar. |
| 3.2                      | El sistema muestra mensaje de error, "Campo obligatorio"                   |
| <b>Postcondición</b>     | El actor ha enviado una reseña.                                            |

### Gestión de pedidos

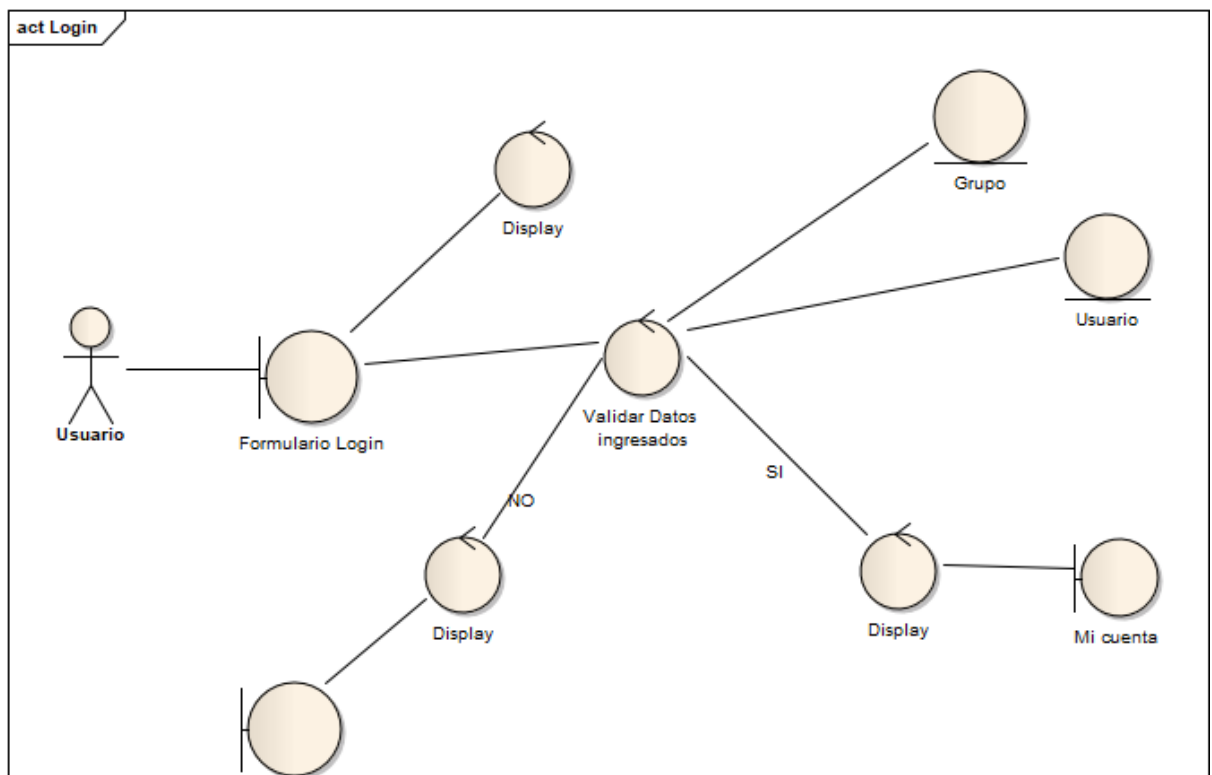
|                     | Caso de Uso                                                                                     | Fecha: 21/11/2021 |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>Nombre</b>       | Gestión de pedidos                                                                              |                   |
| <b>Referencias</b>  |                                                                                                 |                   |
| <b>Autor</b>        | Caren Ruiz                                                                                      |                   |
| <b>Revisor</b>      | Ing. Pablo Audoglio                                                                             |                   |
| <b>Versión</b>      | 0001                                                                                            |                   |
| <b>Estado</b>       | Por validar                                                                                     |                   |
| <b>Descripción</b>  | El proveedor visualiza un pedido nuevo para preparar y enviar.                                  |                   |
| <b>Actores</b>      | Proveedor                                                                                       |                   |
| <b>Precondición</b> | El actor debe tener un usuario y una contraseña activa y valida.                                |                   |
| Puntos de Extensión |                                                                                                 |                   |
| <b>Curso Básico</b> |                                                                                                 |                   |
| 1                   | El usuario debe ingresar al panel de administración "PROVEEDORES"                               |                   |
| 2                   | El sistema muestra por pantalla un formulario con todos los pedidos que se encuentran pagos.    |                   |
| 3                   | El actor hace clic en uno de los pedidos.                                                       |                   |
| 4                   | El sistema muestra por pantalla los detalles del pedido.                                        |                   |
| 5                   | El actor hace clic en el botón "enviar" para cambiar el estado del pedido a enviado, entregado. |                   |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                      |                                                              |
|----------------------|--------------------------------------------------------------|
| 6                    | El sistema muestra por pantalla un mensaje de éxito.         |
| <b>Postcondición</b> | El actor ha enviado el pedido y cambio su estado a “enviado” |

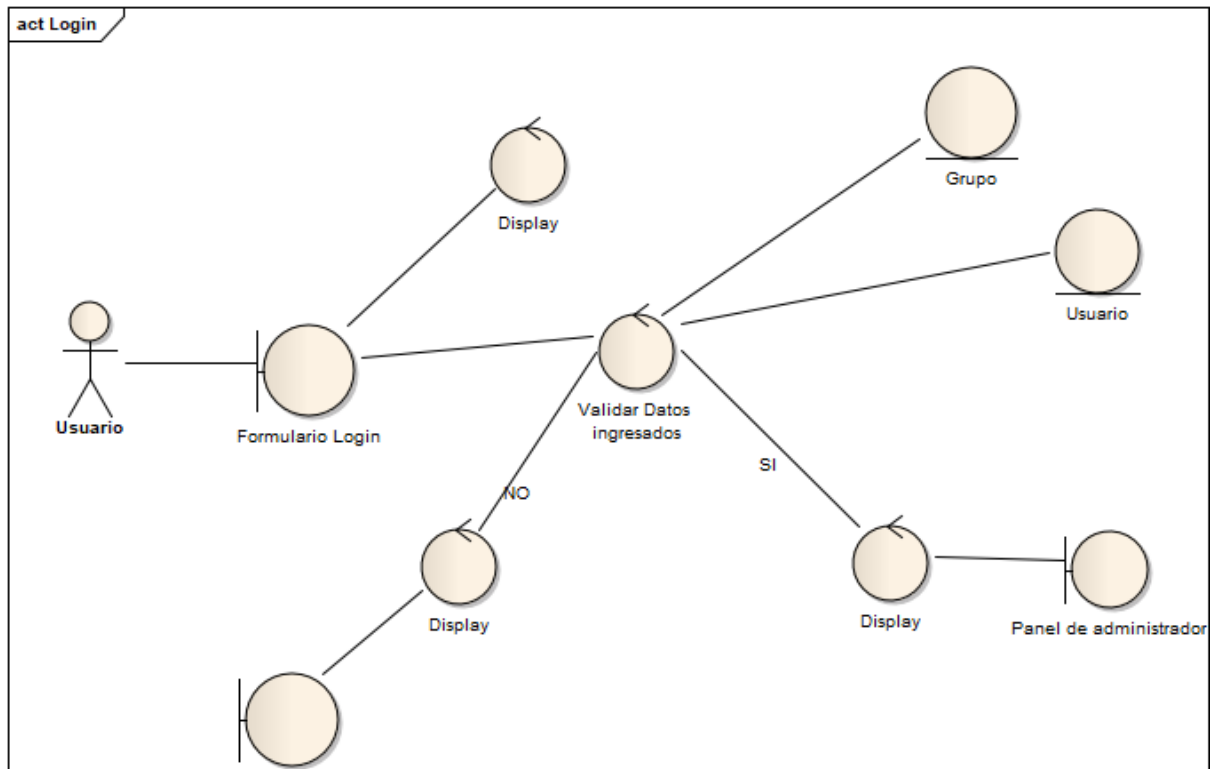
### 10.8.5 Diseño de Robustez

#### Login – Usuario

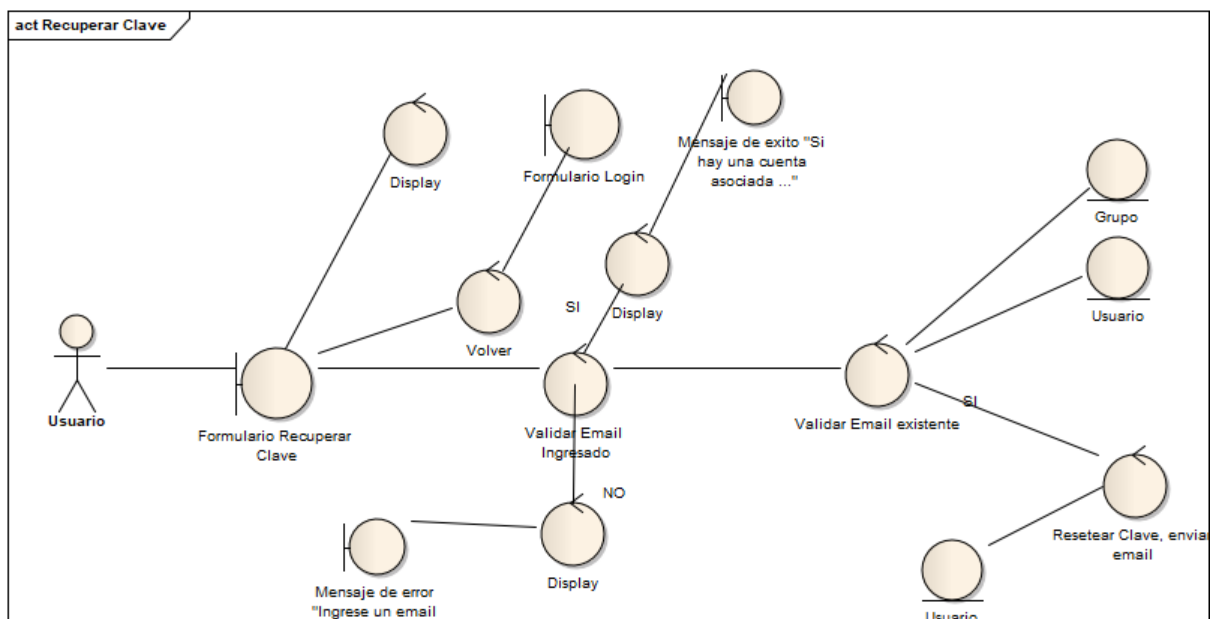


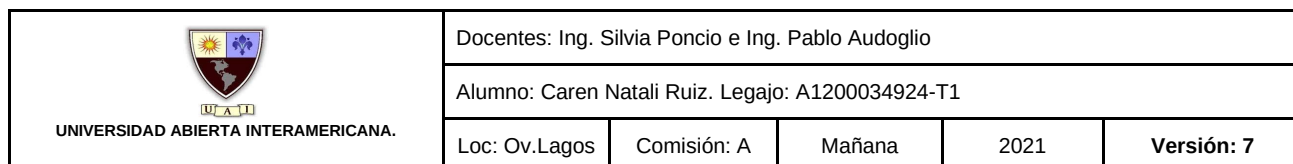
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### Login- Administrador

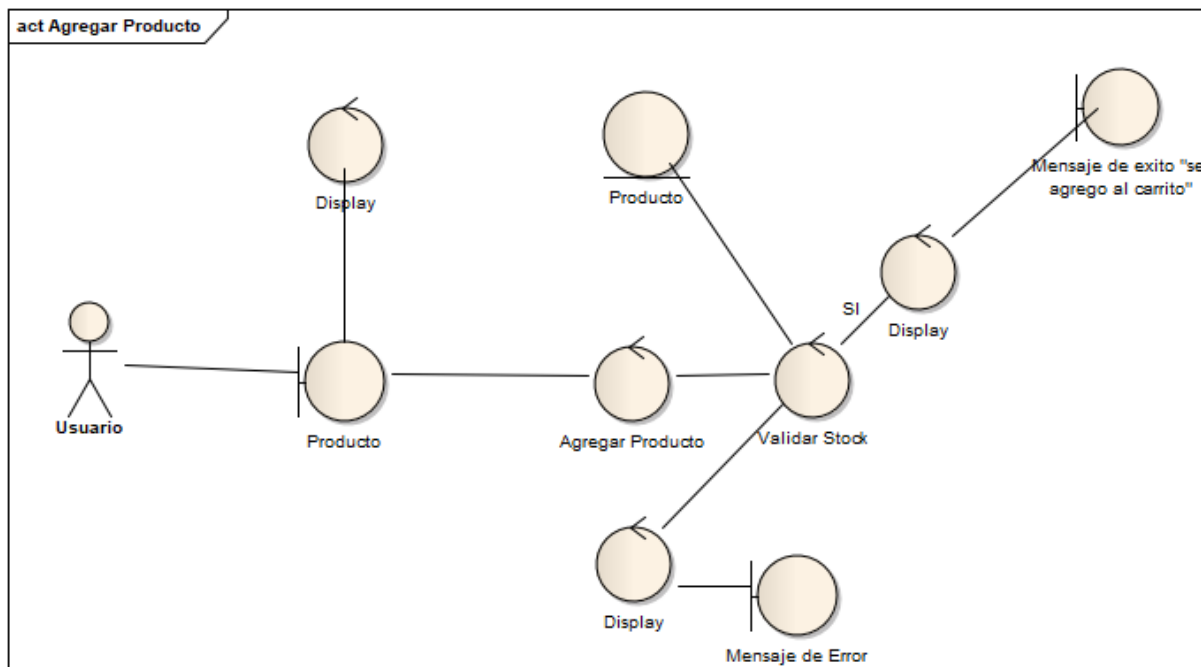


### Recuperar Clave

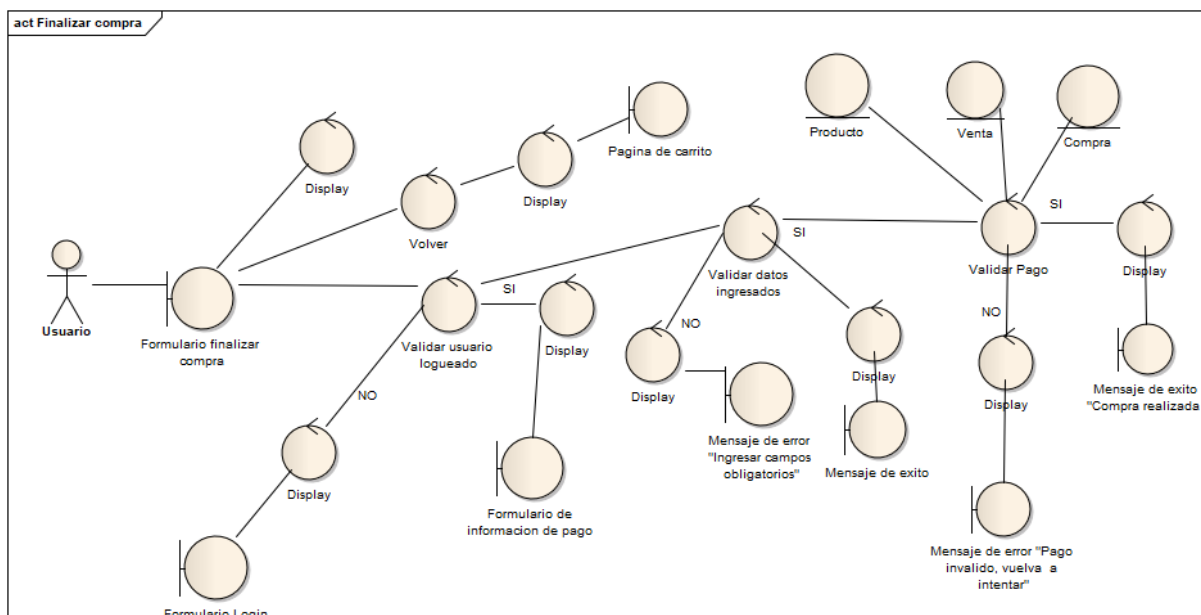




[Agregar Producto al carrito](#)

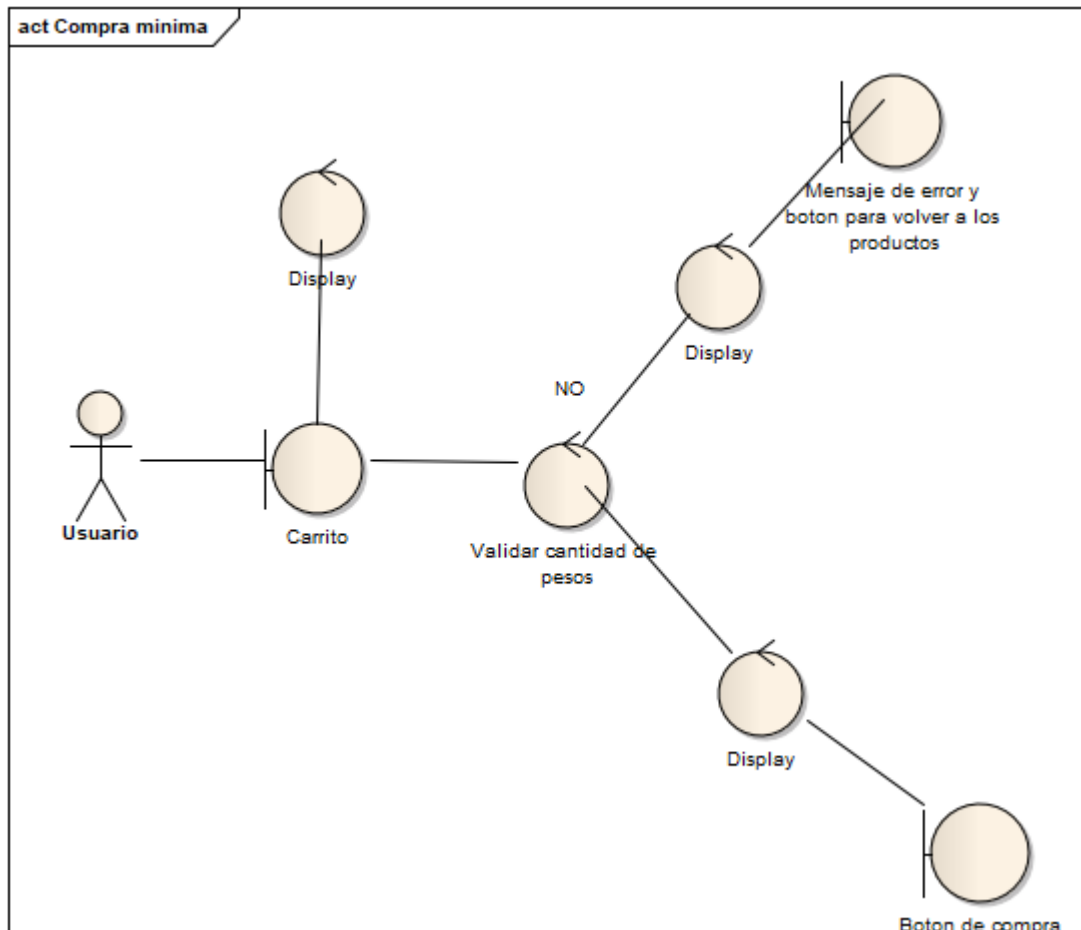


[Finalizar compra](#)

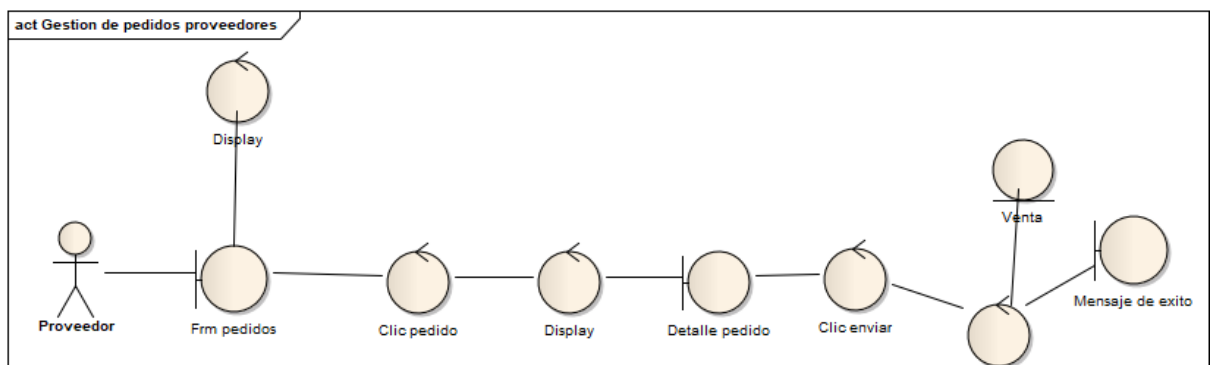


|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### Mínimo de compra



### Gestión de pedido proveedores



### 10.8.6 Revisión del diseño preliminar – Lista de cotejo

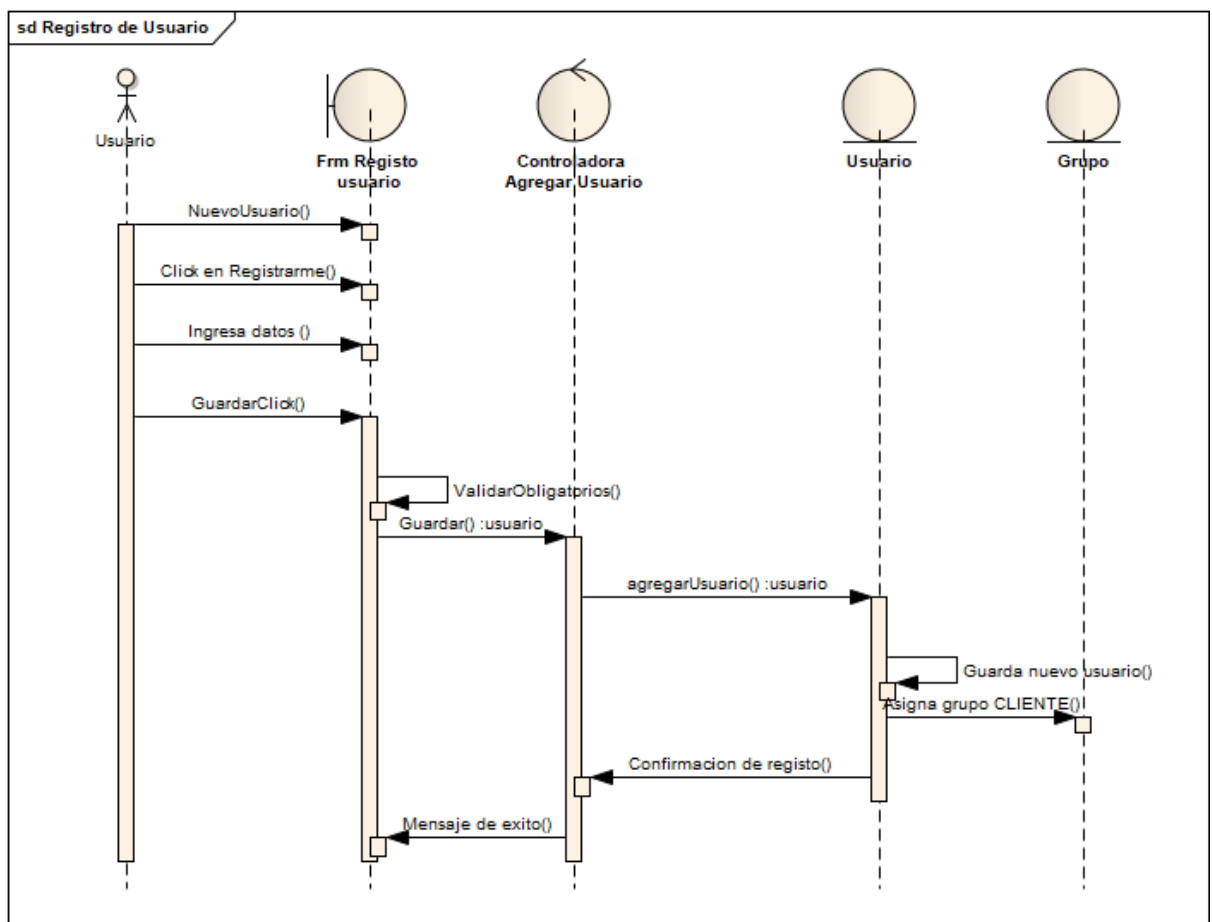
|   |                                                                                                               |   |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 1 | Asegurar que el modelo de dominio describa al menos el 80% de las abstracciones más importantes del problema. | ✓ |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|   |                                                                                                    |   |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 2 | Evitar el síndrome del gran documento monolítico                                                   | ✓ |
| 3 | Distinguir los diferentes tipos de requerimientos (funcionales y no funcionales)                   | ✓ |
| 4 | Crear estimaciones desde los casos de usos, no desde los requerimientos funcionales.               | ✓ |
| 5 | No temer a los ejemplos cuando se escriban los requerimientos funcionales.                         | ✓ |
| 6 | Poner los casos de usos en el contexto de la interfaz de usuario                                   | ✓ |
| 7 | Para cada caso de uso, verificar que el texto del caso de uso coincida con el diagrama de robustez | ✓ |

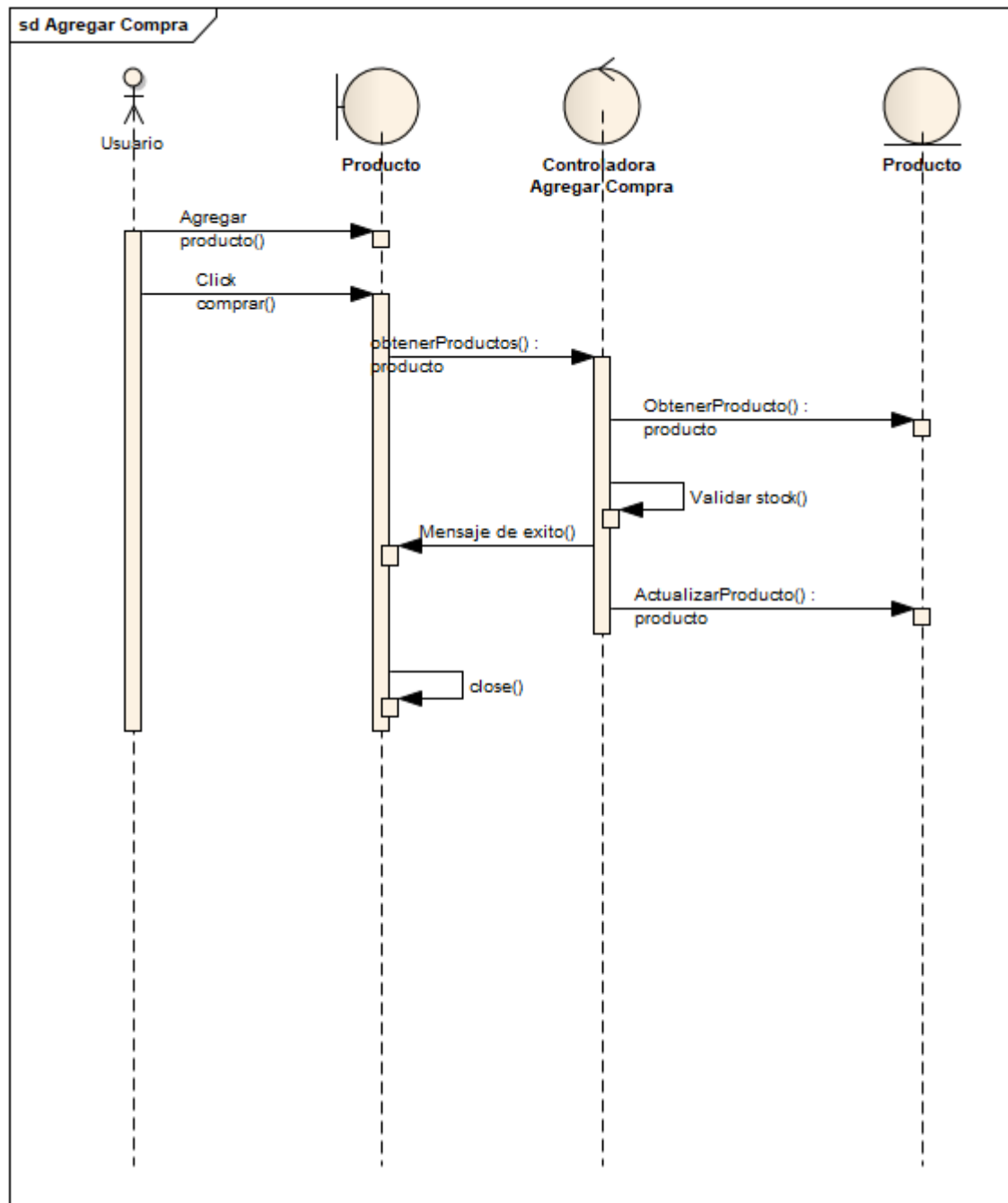
### 10.8.7 Diagramas de secuencia

#### Registro de nuevo usuario



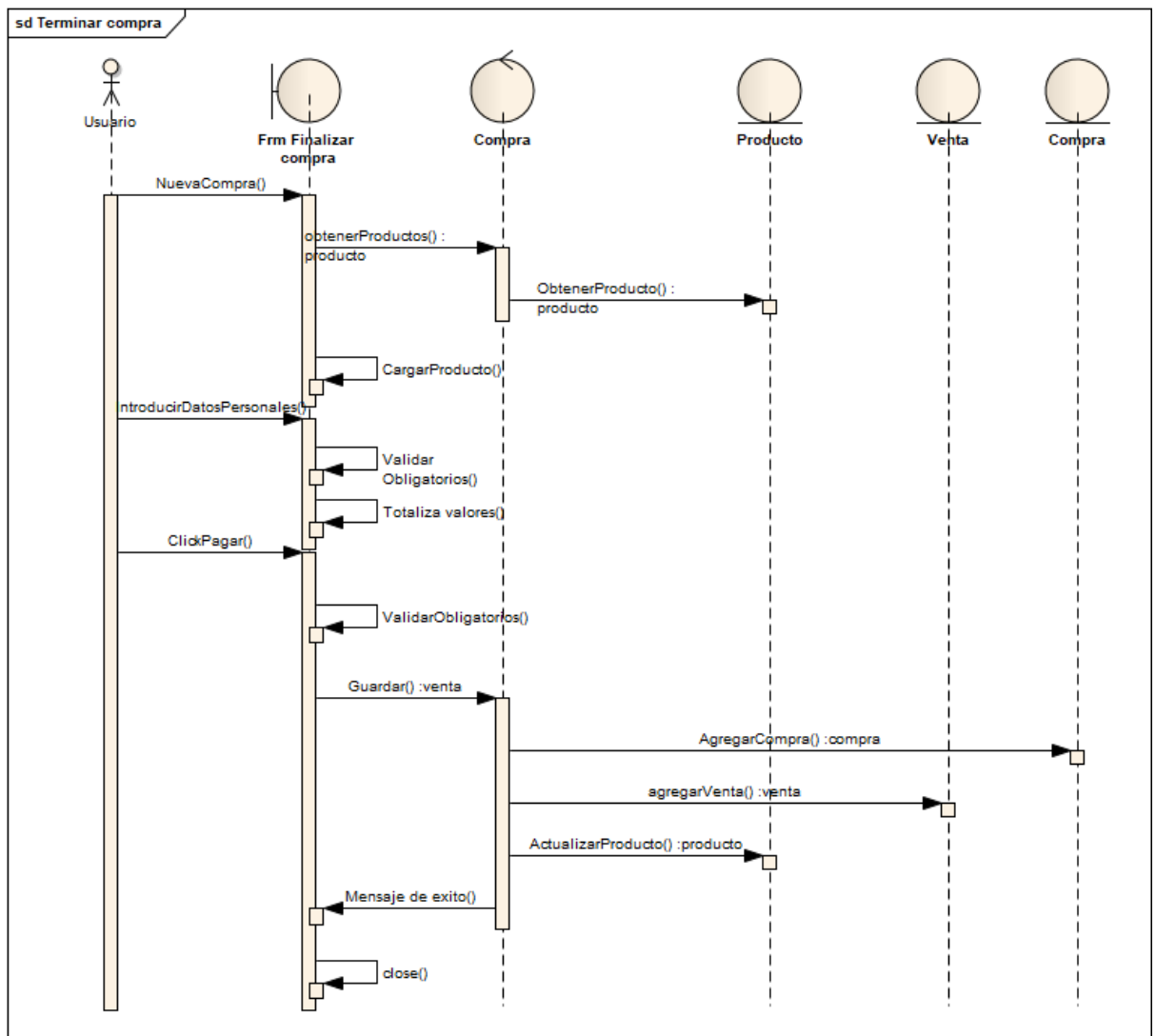
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### Agregar producto al carrito



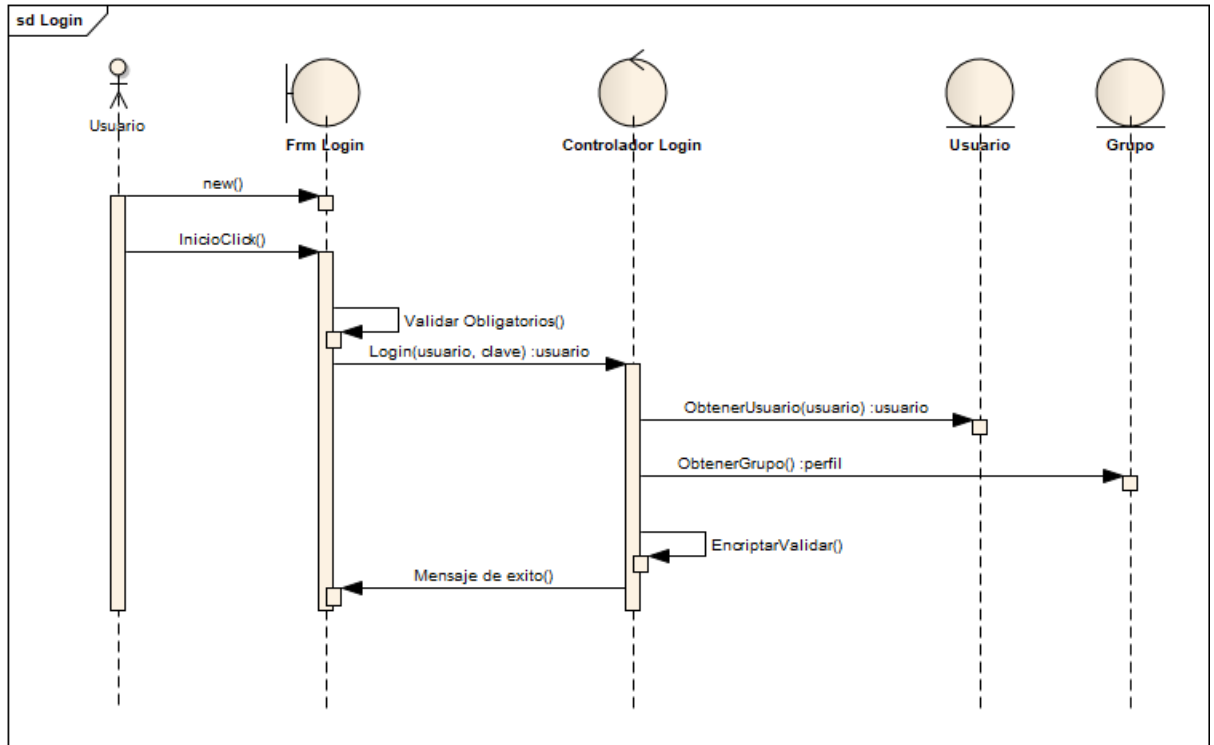
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### Finalizar compra

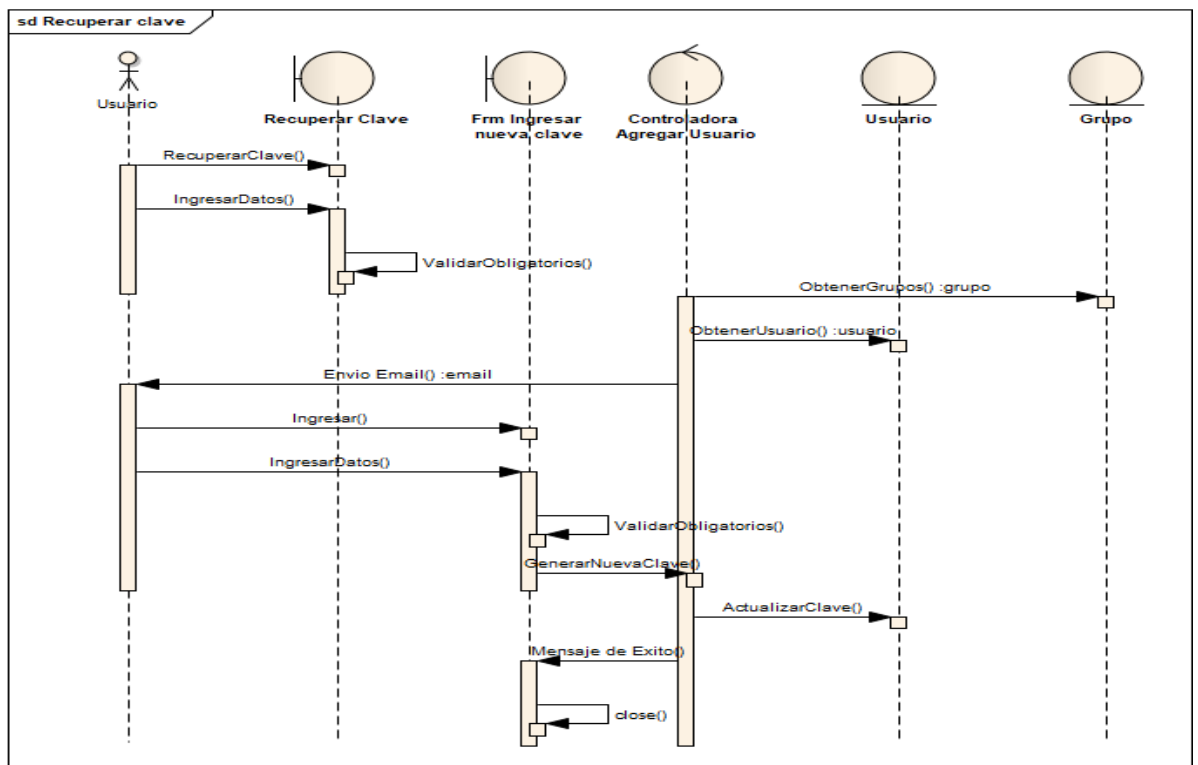


|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

## Login



## Recuperar clave



|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

## 11.5 Anexos

### 11.5.1 Seguridad

En este punto se describe la estrategia utilizada referente a la seguridad implementado en el proyecto.

#### **Módulo de Seguridad:**

Se propone un módulo de seguridad que controle los ingresos de los usuarios al sistema mediante una autenticación conformada por una dirección de email y una contraseña.

- Las contraseñas se resguardan en la base de datos, para proteger la confidencialidad de la contraseña, y que no sea accesible por cualquier persona se utiliza la función hash MD5. De esta manera, no se pueden visualizar o recuperar. En caso de que el usuario pierda su contraseña, deberá volver a generar una nueva.

#### **Políticas de Backup:**

El e-commerce cuenta con una política de backup para asegurar la estabilidad e integridad de la información.

Los objetivos de la política de backup son:

- Salvaguardar los activos de información
- Evitar la pérdida de datos en el caso de una eliminación accidental o corrupción de datos, error del sistema, o de desastre.
- Permitir la restauración oportuna de información y procesos de negocio, en caso de tales eventos.

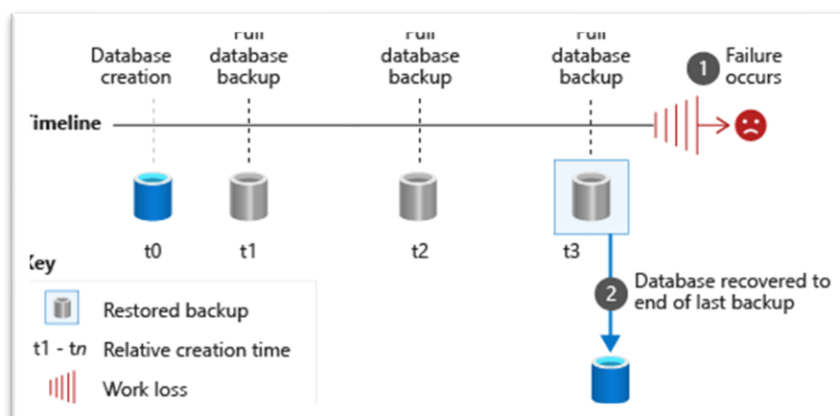
Los respaldos se realizarán de acuerdo con el siguiente esquema:

- Copia de seguridad incremental diaria cada 24 horas.
- Las copias de seguridad se realizarán a las 00 horas.
- Se realizan backups primarios y secundarios en ubicaciones diferentes.
- El encargado de realizar los respaldos será un administrador.

Las copias de seguridad serán utilizadas/revisadas únicamente para:

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

- Para identificar problemas y tomar medidas correctivas, reducir los riesgos asociados con copias de seguridad fallidas.
- La restauración se llevará a cabo con la copia de seguridad más reciente, como se muestra en la siguiente imagen.



### 11.5.2 Resguardo y Restauración

Como se explica en las **políticas de backup**, el administrador del sistema será encargado de realizar todos los días, una copia de seguridad nocturna de la base de datos.

Para realizar los backup se utilizó el programa Sql Backup and FTP, es opensource y tiene un panel de administración muy intuitivo en donde se puede programar con fecha y hora los respaldo desde cualquier navegador web, enviar copias de seguridad a una carpeta específica, recibir alertas por correo electrónico y administrar las copias de seguridad de forma sencilla.

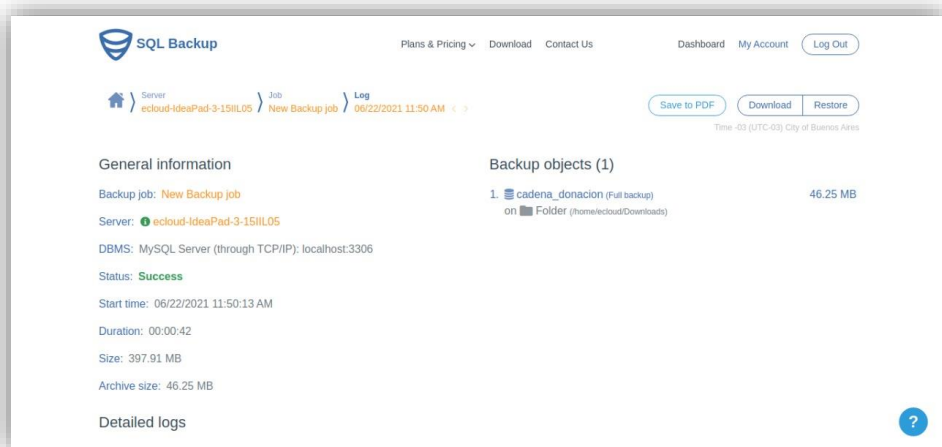
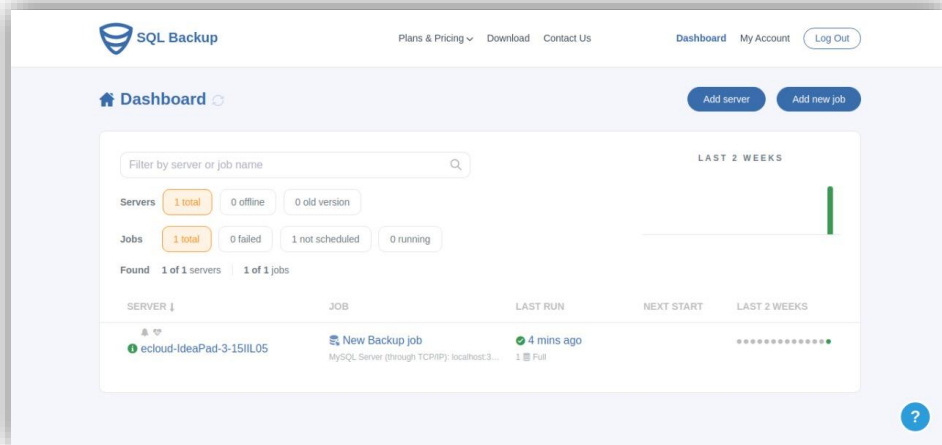
A continuación, se detalla el esquema de los respaldos:

1. Lugar donde se guardarán las copias de seguridad: home/ecloud/Desktop/Backups
2. Formato de nombre: cadena-de-donacionAAAAMMDDHHMM.zip, siendo:
  - AAAA: Año en el que se realizó la copia de seguridad.
  - MM: Mes en el que se realizó la copia de seguridad.
  - DD: Día en el que se realizó la copia de seguridad.
  - HH: Hora en que se realizó la copia de seguridad.
  - MM: Minuto en que se realizó la copia de seguridad.

3. Se harán copias de seguridad de la base de datos productiva de dos maneras:

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

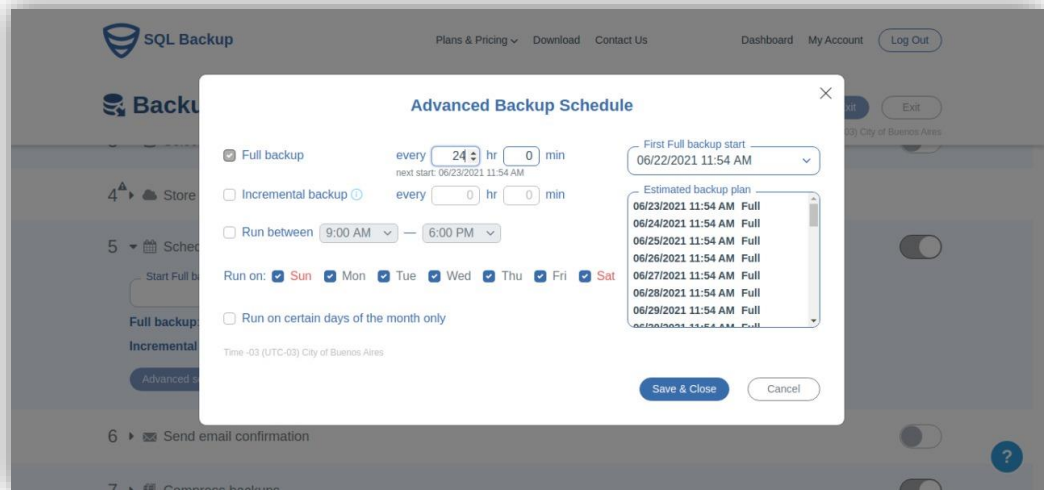
- **Manual:** Se ingresa al panel de administración de Sql Backup and FTP y se extrae inmediatamente.



- **Automático:** Se programa el periodo con el cual se quiera realizar la copia de seguridad, de esta manera se guardará automáticamente a la fecha y hora elegida

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

en la carpeta que se asignó para guardar todas las bases de datos.



### 11.5.3 Métricas de Software

#### 11.5.3.1 Métrica por conteo de caso de uso

##### Actores

| Identificación |                     | Tipo     |          |          |
|----------------|---------------------|----------|----------|----------|
| ID             | Actores             | Simple   | Medio    | Complejo |
| 1              | ACTOR ADMINISTRADOR |          | 1        |          |
| 2              | ACTOR COMPRADOR     | 1        |          |          |
| <b>Total</b>   |                     | <b>1</b> | <b>1</b> | <b>0</b> |

##### Caso de uso

|                        |      |
|------------------------|------|
| <b>Esfuerzo Total:</b> | 1117 |
| <b>Productividad:</b>  | 12   |

| Identificación |                                  | Tipo   |       |          |
|----------------|----------------------------------|--------|-------|----------|
| ID             | Casos de Uso                     | Simple | Medio | Complejo |
| 1              | Login                            |        | 1     |          |
| 2              | Gestión de productos - Buscar    | 1      |       |          |
| 3              | Gestión de productos - Modificar |        | 1     |          |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|              |                                                  |            |          |          |
|--------------|--------------------------------------------------|------------|----------|----------|
| 4            | Gestión de productos - Alta                      | 1          |          |          |
| 5            | Gestión de productos - Baja                      | 1          |          |          |
| 6            | Gestión de usuarios - Buscar                     | 1          |          |          |
| 7            | Gestión de usuarios - Alta                       | 1          |          |          |
| 8            | Gestión de usuarios - Baja                       | 1          |          |          |
| 9            | Gestión de usuarios - Modificación               |            | 1        |          |
| 10           | Gestión de usuarios - Resetear clave             |            | 1        |          |
| 11           | Recuperar clave                                  |            | 1        |          |
| 12           | Gestión de clientes - Alta                       | 1          |          |          |
| 13           | Gestión de clientes - Baja                       | 1          |          |          |
| 14           | Gestión de clientes - Buscar                     | 1          |          |          |
| 15           | Gestión de clientes - Modificación               |            | 1        |          |
| 16           | Gestión de ventas - Buscar                       | 1          |          |          |
| 17           | Gestión de ventas - Modificar                    |            | 1        |          |
| 18           | Gestión de ventas - Alta                         | 1          |          |          |
| 19           | Gestión de compra - Alta                         | 1          |          |          |
| 20           | Gestión de compra - Buscar                       | 1          |          |          |
| 21           | Gestión de compra - Modificar                    |            | 1        |          |
| 22           | Gestión de pedido proveedor - Modificar          |            |          | 1        |
| 23           | Gestión de pedido proveedor – Agregar comentario | 1          |          |          |
|              |                                                  |            | 1        |          |
| <b>Total</b> |                                                  | <b>14</b>  | <b>9</b> | <b>1</b> |
|              |                                                  | <b>175</b> |          |          |

| Esfuerzo por Caso de Uso |     |     |     |     |    |      |        |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|----|------|--------|
| Total                    | SAR | SAN | DEV | STE | IT | TEAM | Estim. |
| 64                       | 7   | 11  | 29  | 13  | 3  | 1    | 1      |
| 32                       | 4   | 5   | 14  | 7   | 1  | 1    | 0      |
| 64                       | 7   | 11  | 29  | 13  | 3  | 1    | 1      |
| 32                       | 4   | 5   | 14  | 7   | 1  | 1    | 0      |
| 32                       | 4   | 5   | 14  | 7   | 1  | 1    | 0      |
| 32                       | 4   | 5   | 14  | 7   | 1  | 1    | 0      |
| 32                       | 4   | 5   | 14  | 7   | 1  | 1    | 0      |
| 32                       | 4   | 5   | 14  | 7   | 1  | 1    | 0      |
| 64                       | 7   | 11  | 29  | 13  | 3  | 1    | 1      |
| 64                       | 7   | 11  | 29  | 13  | 3  | 1    | 1      |
| 64                       | 7   | 11  | 29  | 13  | 3  | 1    | 1      |
| 32                       | 4   | 5   | 14  | 7   | 1  | 1    | 0      |
| 32                       | 4   | 5   | 14  | 7   | 1  | 1    | 0      |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|              |            |            |            |            |           |             |               |
|--------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-------------|---------------|
| 32           | 4          | 5          | 14         | 7          | 1         | 1           | 0             |
| 64           | 7          | 11         | 29         | 13         | 3         | 1           | 1             |
| 32           | 4          | 5          | 14         | 7          | 1         | 1           | 0             |
| 64           | 7          | 11         | 29         | 13         | 3         | 1           | 1             |
| 32           | 4          | 5          | 14         | 7          | 1         | 1           | 0             |
| 32           | 4          | 5          | 14         | 7          | 1         | 1           | 0             |
| 32           | 4          | 5          | 14         | 7          | 1         | 1           | 0             |
| 64           | 7          | 11         | 29         | 13         | 3         | 1           | 1             |
| 96           | 11         | 16         | 43         | 20         | 4         | 2           | 1             |
| 64           | 7          | 11         | 29         | 13         | 3         | 1           | 1             |
| 32           | 4          | 5          | 14         | 7          | 1         | 1           | 0             |
| 1117         | 128        | 186        | 499        | 230        | 46        | 19          | 9             |
| <b>Total</b> | <b>SAR</b> | <b>SAN</b> | <b>DEV</b> | <b>STE</b> | <b>IT</b> | <b>TEAM</b> | <b>Estim.</b> |

### Ajustes Técnicos

| Factores Técnicos                                          | Peso |
|------------------------------------------------------------|------|
| Sistema Distribuido                                        | 2    |
| Objetivo de Performance                                    | 1    |
| Eficiencia del usuario final                               | 1    |
| Procesamiento interno Complejo                             | 1    |
| Reusabilidad                                               | 1    |
| Facilidad de instalación                                   | 0,5  |
| Facilidad de uso                                           | 0,5  |
| Portabilidad                                               | 2    |
| Facilidad de Cambio                                        | 1    |
| Concurrencia                                               | 1    |
| Características especiales de Seguridad                    | 1    |
| Acceso directo de terceras partes                          | 1    |
| Requiere facilidades de entrenamiento especial del usuario | 1    |

| Selección                                                                                               | Puntaje (0 -5) | Base para Cálculo |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------|
| Se preparan y transfieren datos que se procesan en otro componente                                      | 2              | 4                 |
| Tiempo de respuesta crítico durante horas pico, pero no se requiere diseño de utilización de procesador | 2              | 2                 |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                                                       |   |     |
|-----------------------------------------------------------------------|---|-----|
| Se requieren de uno a tres ítems                                      | 1 | 1   |
| Se requieren dos ítems                                                | 2 | 2   |
| Se emplea "reutilización con" componentes reutilizables               | 1 | 1   |
| Se requiere un proceso de instalación en particular                   | 1 | 0,5 |
| Sólo se requiere copia de seguridad automática                        | 1 | 0,5 |
| Se requiere instalación en muchos usuarios, pero en un único ambiente | 1 | 2   |
| Se requieren dos ítems de los mencionados                             | 2 | 2   |
| La aplicación es usada por más de tres usuarios simultáneamente       | 3 | 3   |
| Se requiere un ítem de los mencionados                                | 1 | 1   |
| Se requieren tres ítems de los mencionados                            | 3 | 3   |
| Se requieren dos ítems de los mencionados                             | 2 | 2   |

### ***Ajustes ambientales***

|                        |      |
|------------------------|------|
| <b>Esfuerzo Total:</b> | 1117 |
| <b>Productividad:</b>  | 12   |

| <b>Factores Ambientales</b>                     | <b>Peso</b> |
|-------------------------------------------------|-------------|
| <b>Experiencia con el proceso de desarrollo</b> | 1,5         |
| <b>Experiencia en el dominio del problema</b>   | 0,5         |
| <b>Experiencia en Orientación a Objetos</b>     | 1           |
| <b>Capacidad del analista líder</b>             | 0,5         |
| <b>Motivación</b>                               | 1           |
| <b>Requisitos Estables</b>                      | 2           |
| <b>Recursos Humanos Part-time</b>               | -1          |
| <b>Dificultad del lenguaje de programación</b>  | -1          |

| <b>Puntaje<br/>(0 - 5)</b>                     | <b>Puntaje<br/>(0-5)</b> | <b>Base para<br/>Cálculo</b> |
|------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------|
| El equipo no está familiarizado con el proceso | 3                        | 4,5                          |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                                      |    |     |
|------------------------------------------------------|----|-----|
| Todo el equipo es novato                             | 3  | 1,5 |
| Todo el equipo es novato                             | 1  | 1   |
| El analista líder es novato                          | 2  | 1   |
| El equipo no está motivado                           | 5  | 5   |
| Habrà muchos cambios e inseguridad en los requisitos | 4  | 8   |
| No hay recursos part-time                            | 0  | 0   |
|                                                      | -4 | 4   |

### ***Distribución del esfuerzo estimado***

| Distribución de Esfuerzo por ROL |             |             |
|----------------------------------|-------------|-------------|
| Rol                              | %           | horas       |
| SAR                              | 12%         | 128         |
| IT                               | 4%          | 46          |
| SAN                              | 17%         | 186         |
| DEV                              | 45%         | 499         |
| STE                              | 21%         | 230         |
| TEAM                             | 2%          | 19          |
| (estimación)                     | 1%          | 8           |
| <b>Total</b>                     | <b>100%</b> | <b>1117</b> |

| Distribución de Esfuerzo por FASE |             |             |
|-----------------------------------|-------------|-------------|
| Fase                              | %           | horas       |
| Inception                         | 13%         | 145         |
| Elaboration                       | 17%         | 190         |
| Construction                      | 60%         | 670         |
| Transition                        | 10%         | 112         |
| <b>Total</b>                      | <b>100%</b> | <b>1117</b> |

### ***Parámetros***

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

| Resumen por hojas      | Simple | Medio | Alto | Total  |
|------------------------|--------|-------|------|--------|
| Actores (UUCP)         | 1      | 1     | 0    | 3      |
| Casos de Uso (UUCP)    | 13     | 8     | 0    | 175    |
| Ajustes Técnicos (TCF) |        |       |      | 0,89   |
| Ajustes Team (EF)      |        |       |      | 0,5875 |

|                |  |  |  |      |
|----------------|--|--|--|------|
| UCP            |  |  |  | 93   |
| Productividad  |  |  |  | 12   |
| Esfuerzo Total |  |  |  | 1117 |

### Referencias

**UUCP** = unadjust use case point

**UCP** = use case point

#### *11.5.3.2 Métricas orientadas a la función*

Estas se centran en la funcionalidad o utilidad del programa.

| Parámetros                      | Cuenta |   | Simple | Medio | Complejo |                                          |       |
|---------------------------------|--------|---|--------|-------|----------|------------------------------------------|-------|
| Número de entradas de usuario   | 5      | x | 3      | 4     | 6        | =                                        | 15    |
| Número de salidas de usuario    | 14     | x | 4      | 5     | 7        | =                                        | 56    |
| Número de peticiones de usuario | 2      | x | 3      | 4     | 7        | =                                        | 6     |
| Número de archivos              | 0      | x | 7      | 10    | 15       | =                                        | 0     |
| Número de interfaces externas   | 1      | x | 5      | 7     | 10       | =                                        | 7     |
|                                 |        |   |        |       |          | Cuenta (T) PUNTOS DE FUNCION SIN AJUSTAR | 84    |
|                                 |        |   |        |       |          | PUNTOS DE FUNCION AJUSTADOS              | 84.84 |

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

| NA | Incidental | Moderado | Medio | Significativo | Esencial |
|----|------------|----------|-------|---------------|----------|
|----|------------|----------|-------|---------------|----------|

| N°                               | Preguntas                                                                                                                            | Valor     |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1                                | ¿Requiere el sistema copias de seguridad y de recuperación fiables?                                                                  | 5         |
| 2                                | ¿Se requiere comunicación de datos?                                                                                                  | 3         |
| 3                                | ¿Existen funciones de procesamiento distribuido?                                                                                     | 1         |
| 4                                | ¿Es crítico el rendimiento?                                                                                                          | 3         |
| 5                                | ¿Se ejecutaría el sistema en un entorno operativo existente y fuertemente utilizado?                                                 | 3         |
| 6                                | ¿Requiere el sistema entrada de datos interactiva?                                                                                   | 4         |
| 7                                | ¿Requiere la entrada de datos interactiva que las transacciones de entrada se lleven a cabo sobre múltiples pantallas u operaciones? | 1         |
| 8                                | ¿Se actualizan los archivos maestros de forma interactiva?                                                                           | 0         |
| 9                                | ¿Son complejas las entradas, las salidas, los archivos o las peticiones?                                                             | 1         |
| 10                               | ¿Es complejo el procesamiento interno?                                                                                               | 2         |
| 11                               | ¿Se ha diseñado el código para ser reutilizable?                                                                                     | 4         |
| 12                               | ¿Están incluidas en el diseño la conversión y la instalación?                                                                        | 4         |
| 13                               | ¿Se ha diseñado el sistema para soportar múltiples instalaciones en diferentes organizaciones?                                       | 1         |
| 14                               | ¿Se ha diseñado la aplicación para facilitar los cambios y para ser fácilmente utilizada por el usuario?                             | 4         |
| Total Fi(Factores de corrección) |                                                                                                                                      | <b>36</b> |

PFA = Puntos de Función Ajustados =  $\Sigma \text{PFSA} * [0.65 + 0.01 * \Sigma(\text{fi})]$

PFA =  $84 * [0.65 + 0.01 * 36]$

**PFA = 84.84**

### Conclusiones

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| Horas PF promedio                        | 8hs |
| Líneas de código por PF                  | 20  |
| Horas totales estimadas para el proyecto | 929 |

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                  |                                     |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| Días estimados                   | 39                                  |
| Cantidad de horas reales por día | 4hs                                 |
| Días de trabajo                  | 929hs/4hs= 233 días                 |
| Meses de trabajo                 | 233 días / 30 días(mes) = 7.7 meses |

#### 11.5.4 Arquitectura

Magento emplea el sistema de base de datos relacional MySQL y el lenguaje de programación PHP. Aplica las prácticas de la programación orientada a objetos y la arquitectura modelo–vista–controlador. También utiliza el modelo entidad–atributo–valor para almacenar los datos.

##### 11.5.4.1 Arquitectura Modelo-Vista-Controlador

El patrón de arquitectura MVC define la organización independiente del Modelo (objetos de negocio), la Vista (interfaz de interacción con el usuario u otro sistema) y el Controlador (que define el flujo de trabajo de la aplicación). De esta manera, podemos subdividir el sistema en tres capas, consiguiendo tratar, de manera independiente: los datos y la lógica de negocio, la interfaz y el módulo de gestión de eventos y comunicaciones. De esta forma se consigue facilitar la tarea de desarrollar aplicaciones y su posterior mantenimiento.

A continuación, se explicarán los tres componentes principales de este modelo:

- **Modelo:** constituye la representación de la información con la que opera el sistema y gestiona todos los accesos a dicha información implementando también los privilegios de acceso descritos en la lógica de negocio. El Modelo envía a la Vista la información que solicita para mostrar. Las peticiones de acceso o manipulación de información llegan al Modelo a través del Controlador.

- **Vista:** presenta el Modelo en un formato adecuado para interactuar con él, es decir la interfaz de usuario.

- **Controlador:** es el encargado de responder a los eventos (normalmente interacciones del usuario con el interfaz) e invoca peticiones al modelo cuando se realiza alguna solicitud de información. El controlador funciona como intermediario o middleware entre la Vista y el Modelo.

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

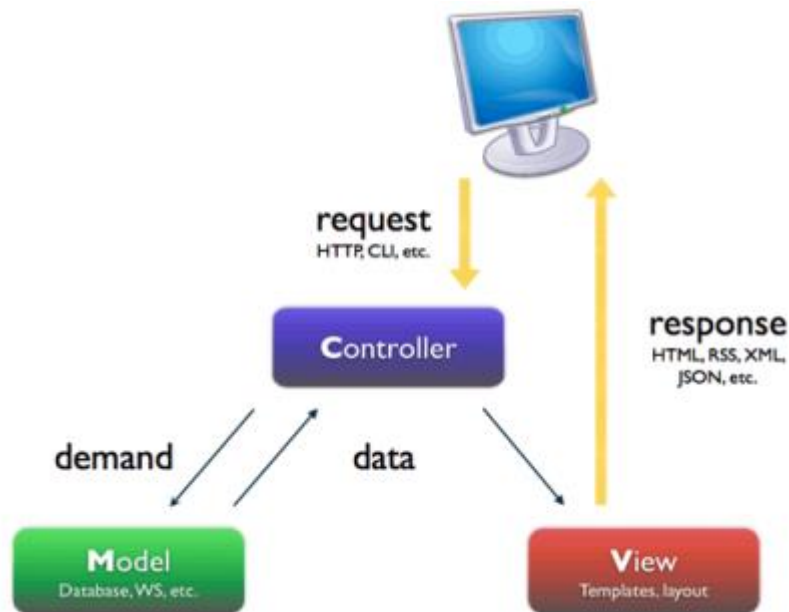


Ilustración 36 Arquitectura MVC

El MVC en Magento está implementado de la siguiente manera. Los controladores están situados en la carpeta `app/code/local/controller`

Los modelos en `app/code/local/model`

Las vistas en `app/design/frontend/rwd/default`

### 11.5.5 Patrones de Diseño

#### Patrón de diseño creacional singleton:

**Garantizar que una clase tenga una única instancia.** ¿Por qué querría alguien controlar cuántas instancias tiene una clase? El motivo más habitual es controlar el acceso a algún recurso compartido, por ejemplo, una base de datos o un archivo.

Funciona así: imagina que has creado un objeto y al cabo de un tiempo decides crear otro nuevo. En lugar de recibir un objeto nuevo, obtendrás el que ya habías creado.

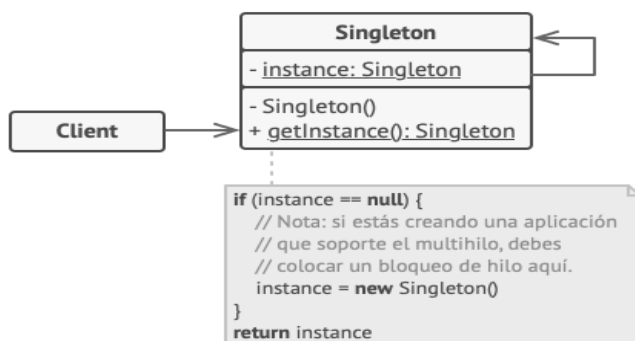
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

```

app > design > frontend > ecloud > theme > template > bltheme > homeproducts.phtml
24  */
25  ?>
26
27  <?php
28  // Instancio la clase de catalog/product
29  $product= Mage::getSingleton('catalog/product');
30  $_products = $this->getProducts();
31  ?>
32
33
34  <?php if ($_products['productCollection'] && $_products['productCollection']->getSize())
35  <div class="container">
36      <div class="widget widget-new-products">
37          <div class="widget-title">
38              <h4><?php echo $_products['title'] ?></h4>
39          </div>
40          <div class="widget-products">
41              <?php echo $this->getPagerHtml() ?>
42              <?php $_columnCount = 4; ?>
43              <?php $i=0; ?>
44              <ul class="owl-carousel products-grid products-grid--max-<?php echo $_column
45                  <?php foreach ($_products['productCollection']->getItems() as $_product)
46                  <?php $i++; ?>
47                  <?php if($i < 9) : ?>
48                      <li class="item"<?php if((($i-1)%$_columnCount==0): ?> first<?php
49                      <?php $_imgSize = 210; ?>
50                      <?php // The image size is locked at 210 for this for displa
51                      <a href="<?php echo $_product->getProductUrl() ?>" title="<?
52                      
55                      <h3 class="product-name"><a href="<?php echo $_product->

```

## Estructura:



## Patrón de comportamiento Iterador:

El patrón iterador es un patrón de diseño que permite que un objeto atraviese los elementos de otra clase. Permite el recorrido secuencial por una estructura de datos compleja sin exponer sus detalles internos.

Ruta: app/code/local/\_Sap/Theme/Block/Homeproducts.php (línea 37)

Mage::getModel('catalog/product')->getCollection();

De esta manera, obtenemos la colección de objetos, en este caso productos, contenida en otro objeto.

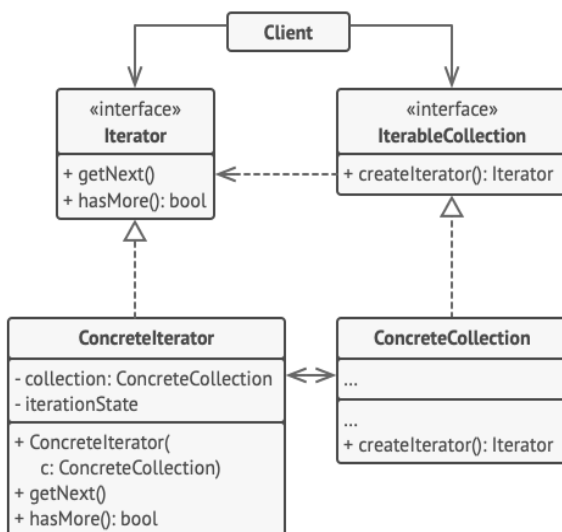
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

```

26
27 class Sap_Theme_Block_Homeproducts extends Mage_Catalog_Block_Product_List
28 {
29
30     public function getProducts()
31     {
32         $category_id = $this->getData('category');
33         $title = $this->getData('title');
34
35         if ($category_id) {
36             $layer = $this->getLayer();
37             $category = Mage::getModel('catalog/category')->load($category_id);
38             if($category->getData('entity_id') != ""){
39                 $origCategory = $layer->getOriginalCategory();
40                 $layer->setCurrentCategory($category);
41                 $this->addModelTags($category);
42
43                 $this->_productCollection = $layer->getProductCollection();
44
45                 if (sizeof($this->_productCollection) > 1){
46                     // $this->prepareSortableFieldsByCategory($layer->getOriginalCategory());
47                     if ($origCategory) {
48                         $layer->setCurrentCategory($origCategory);
49                     }
50
51                     $data = array(
52                         'title' =>$title,
53                         'productCollection' =>$this->_productCollection

```

#### Estructura:



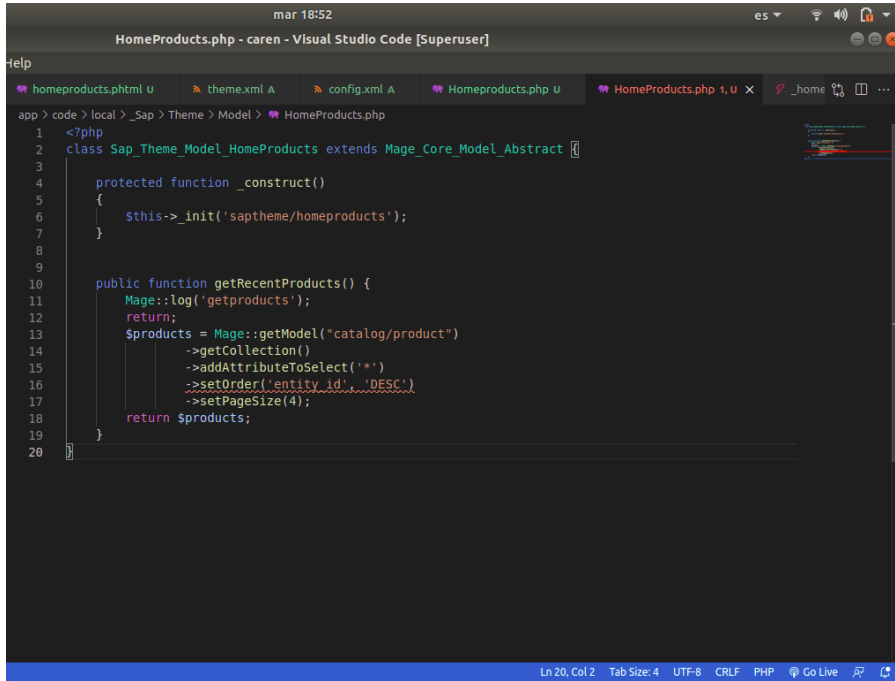
#### Patrón de diseño creacional constructor:

Permite producir diferentes tipos y representaciones de un objeto utilizando el mismo código de construcción. Se utiliza para la creación etapa por etapa de un objeto complejo combinando objetos simples. El propósito de un constructor privado o protegido es evitar que la clase sea instanciada desde fuera de la clase.

**Ruta:** app/code/local/\_Sap/Theme/Model/HomeProducts.php

Inicializa saptheme/homeproducts

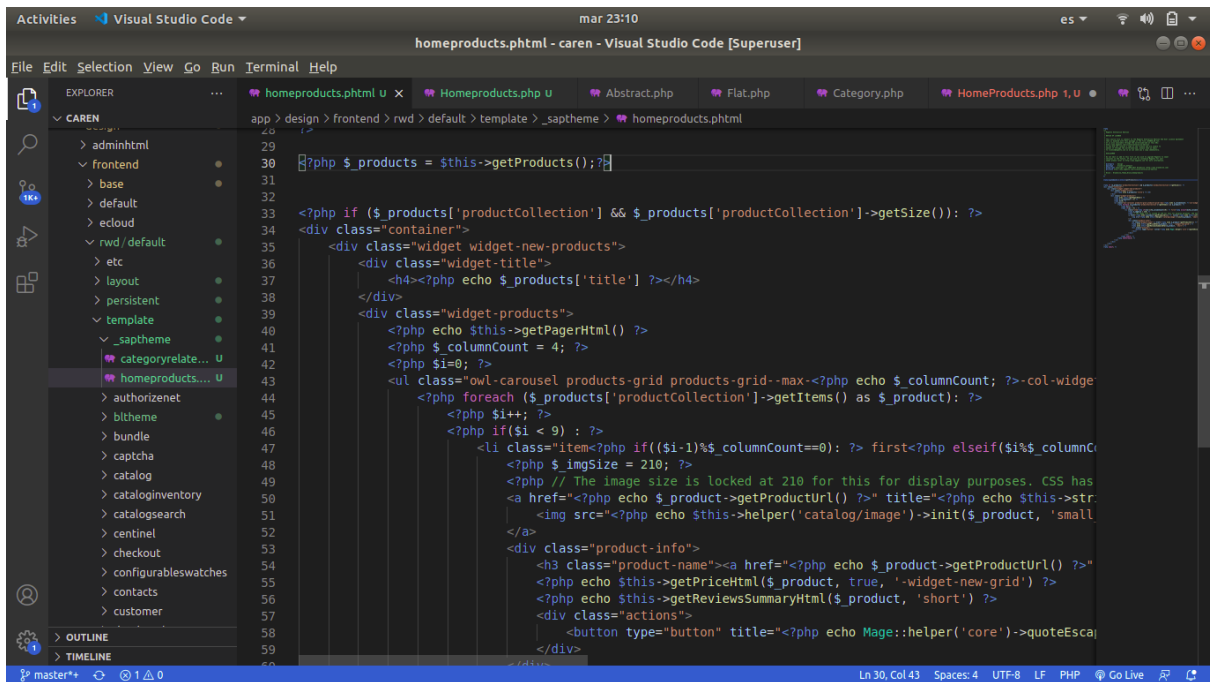
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |



```

1 <?php
2 class Sap_Theme_Model_HomeProducts extends Mage_Core_Model_Abstract {
3
4     protected function _construct()
5     {
6         $this->_init('saptheme/homeproducts');
7     }
8
9
10    public function getRecentProducts() {
11        Mage::log('getproducts');
12        return;
13        $products = Mage::getModel("catalog/product")
14            ->getCollection()
15            ->addAttributeToSelect('*')
16            ->setOrder('entity_id','DESC')
17            ->setPageSize(4);
18        return $products;
19    }
20 }

```



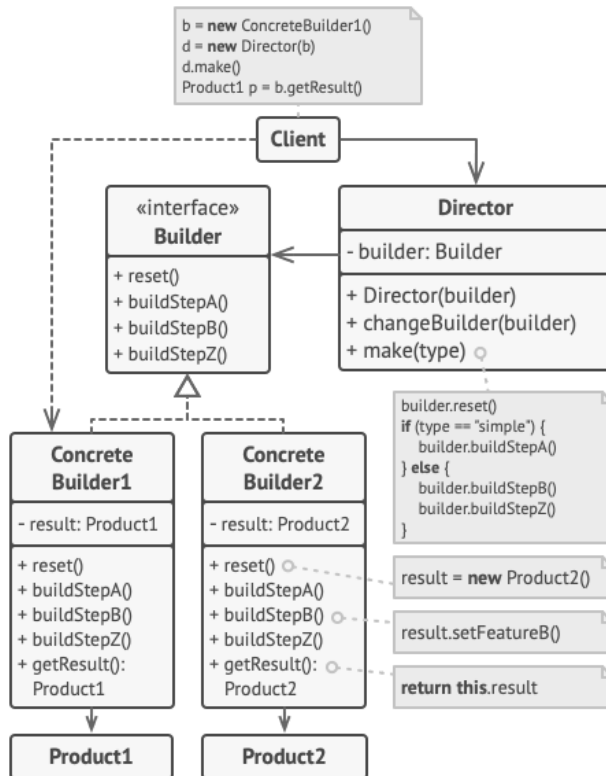
```

1 <?php $products = $this->getProducts();?>
2
3 <?php if ($products['productCollection'] && $products['productCollection']->getSize()): ?>
4     <div class="container">
5         <div class="widget widget-new-products">
6             <div class="widget-title">
7                 <h4><?php echo $products['title'] ?></h4>
8             </div>
9             <div class="widget-products">
10                <?php echo $this->getPagerHtml() ?>
11                <?php $columnCount = 4; ?>
12                <?php $i=0; ?>
13                <ul class="owl-carousel products-grid products-grid--max-<?php echo $columnCount; ?>-col-widge">
14                    <?php foreach ($products['productCollection']->getItems() as $_product): ?>
15                        <?php $i++; ?>
16                        <?php if($i < 9) : ?>
17                            <li class="item"><?php if((($i-1)%$_columnCount==0): ?> first<?php elseif($i%$_columnC
18                                <?php $imgSize = 210; ?>
19                                <?php // The image size is locked at 210 for this for display purposes. CSS has
20                                <a href="<?php echo $product->getProductUrl() ?>" title="<?php echo $this->str
21                                    
24                                    <h3 class="product-name"><a href="<?php echo $product->getProductUrl() ?>"
25                                    <?php echo $this->getPriceHtml($product, true, '-widget-new-grid') ?>
26                                    <?php echo $this->getReviewsSummaryHtml($product, 'short') ?>
27                                    <div class="actions">
28                                        <button type="button" title="<?php echo Mage::helper('core')->quoteEsca
29                                </div>
30                            </li>
31                        </?php ?>
32                    </ul>
33                </div>
34            </div>
35        </div>
36    </div>
37 </?php ?>

```

## Estructura:

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |



### 11.5.6 Pruebas de Software

Los casos de prueba están a cargo de Caren Ruiz.

#### Caso de Estudio

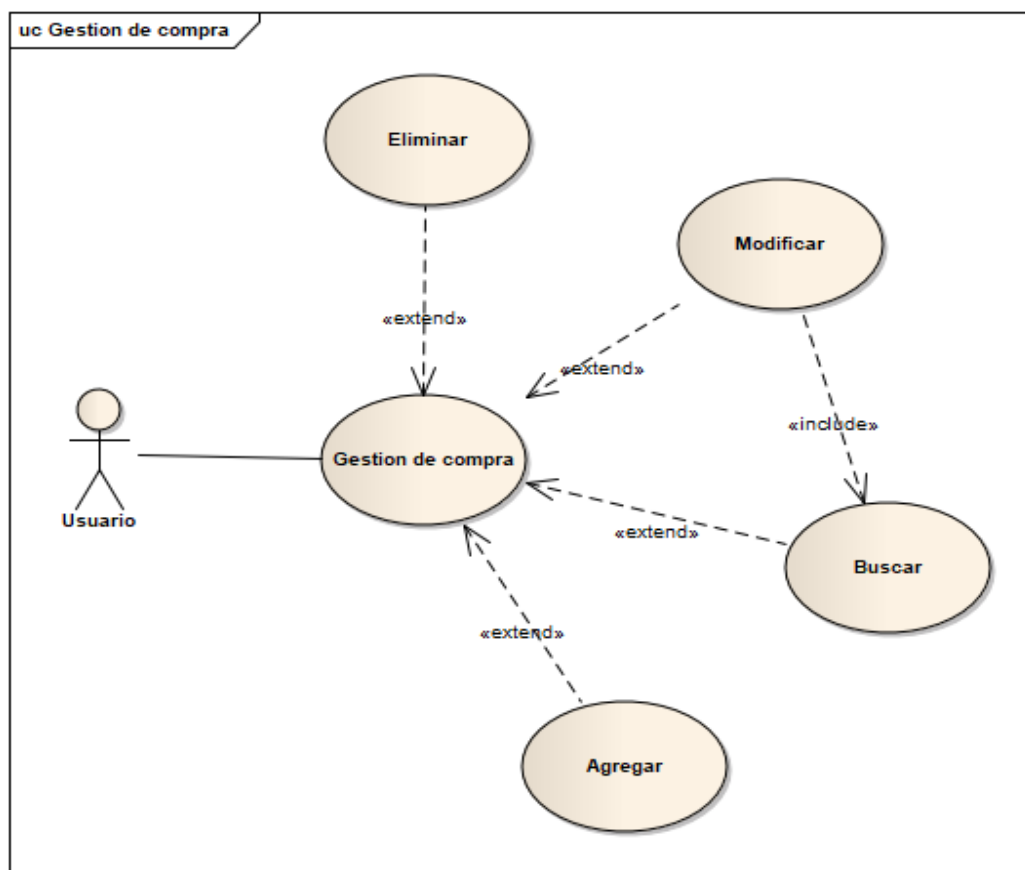
Se realizará un estudio de caja negra sobre el caso de uso “Gestión de compra”

#### Requerimientos

Un usuario podrá realizar la compra de uno o varios productos, el producto debe tener un precio de venta, stock disponible (mayor a 0), nombre e imagen. Una vez que agrego uno o varios productos a la lista puede realizar modificaciones en su stock o eliminar dicho producto.

#### Diagrama de caso de uso

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |



**Técnica de pruebas de caja negra:** Requerimiento funcional / Caso de uso

| Situación – Agregar un producto                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Descripción:</b> El usuario ingresa al sistema y agrega un producto a la lista de compra |                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Caso 1 Dato de entrada                                                                      | Clic en el botón comprar de un producto                                                                                                                                                                                                                  |
| Caso 1 Dato de salida                                                                       | Se agrega 1 producto a la lista de compra. Se muestra por pantalla mensaje de éxito, visible el producto y la cantidad.                                                                                                                                  |
| Situación – Eliminar un producto                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Descripción:</b> El usuario elimina un producto de la lista de compra                    |                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Caso 1 Dato de entrada                                                                      | Clic en el botón “Quitar de la lista”                                                                                                                                                                                                                    |
| Caso 1 Dato de salida                                                                       | Se muestra por pantalla mensaje para asegurar la eliminación del producto.<br>1- clic en aceptar: Se muestra por pantalla mensaje de éxito, se eliminó el producto de la lista de compra.<br>2- Clic en cancelar: No se elimina el producto de la lista. |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

| <b>Situación –Modificar un producto</b>                                                   |                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Descripción:</b> El usuario modifica la cantidad de un producto de la lista de compra. |                                                                                                         |
| Caso 1 Dato de entrada                                                                    | Clic en el input numérico del producto, modificar el valor y dar Clic en el botón “OK”                  |
| Caso 1 Dato de salida                                                                     | Se modifica correctamente la cantidad.                                                                  |
| Caso 2 Dato de entrada                                                                    | Clic en el input numérico del producto, modificar el valor por alfanumérico y dar Clic en el botón “OK” |
| Caso 2 Dato de salida                                                                     | No se modifica el valor numérico anterior. Datos ingresados incorrectamente.                            |

### 11.5.7 Gestión de Riesgos

En esta sección se identifican todas las complicaciones que pueden surgir en el proyecto, se les da una prioridad, una clasificación y una evaluación, pero lo más importante son los planes de contingencia, evaluar que se hará si ocurren esos riesgos y las distintas alternativas que dejan para solucionar los problemas que provocan. Los indicadores también servirán mucho para poder realizar prevenciones en tiempo y forma y así evitar los futuros riesgos.

#### 1. Riesgos Posibles:

| <b>Riesgos</b>                                             | <b>Categoría</b>          | <b>Descripción</b>                                                                                       |
|------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Falta de tiempo para finalizar el proyecto.                | Proyecto                  | Estimación errónea                                                                                       |
| No tener clientes registrados, no tener tráfico en la web. | Producto                  | La web no llega a ser reconocida por los usuarios, o no llega a captar clientes debido a diseño erróneo. |
| Falta de comunicación entre pares.                         | Proyecto/Producto         | La comunicación puede fallar alterando el producto final.                                                |
| Perdida de datos                                           | Proyecto/Producto/Negocio | Por motivos varios existe la posibilidad de perder datos.                                                |
| Falla en el sistema                                        | Proyecto/Producto/Negocio | Cercana a la fecha de entrega el sistema puede presentar fallas.                                         |
| Análisis inadecuado del modelo de datos                    | Proyecto/Producto/Negocio | Equivocaciones en el modelo de datos.                                                                    |
| Documentación insuficiente                                 | Proyecto/Producto/Negocio | No se realiza el relevamiento correctamente.                                                             |

#### 2. Listados de Riesgos Potenciales

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

| Tipo de Riesgo | Riesgos Potenciales                        |
|----------------|--------------------------------------------|
| Estimación     | Falta de tiempo para terminar el proyecto. |
| Tecnología     | Falla en el sistema                        |
| Tecnología     | No tener clientes debido a la usabilidad   |
| Personas       | Falta de comunicación entre pares.         |
| Personas       | Documentación insuficiente.                |

### 3. Listado de priorización de riesgo

| Nº | Riesgo                                      | Probabilidad | Efectos     |
|----|---------------------------------------------|--------------|-------------|
| 1  | No tener clientes debido a la usabilidad    | 2-Bajo       | 3-Tolerable |
| 2  | Falta de tiempo para finalizar el proyecto. | 4-Alto       | 2-Serio     |
| 3  | Falla en el sistema                         | 3-Moderado   | 2-Tolerable |
| 4  | Falta de comunicación entre pares.          | 2-Bajo       | 3-Tolerable |
| 5  | Documentación Insuficiente                  | 2-Bajo       | 2-Serio     |

### 4. Anulación de Riesgos

| Riesgo                                     | Estrategia                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Falta de tiempo para terminar el proyecto. | Establecer con el cliente un acuerdo sobre la extensión de tiempo para finalizar el proyecto. Realizar y entregar los módulos fundamentales para el cliente. |
| No tener clientes debido a la usabilidad   | Identificar el problema en la web para poder generar nuevos diseños de pantallas.                                                                            |
| Falla en el sistema                        | Identificar la falla, solucionarla y realizar periódicamente testeos generales y específicos de los módulos.                                                 |
| Documentación Insuficiente                 | Volver a realizar un relevamiento más detallado del sistema.                                                                                                 |
| Falta de comunicación entre pares.         | Los integrantes del proyecto realizarán reuniones de consulta y revisión durante el desarrollo del proyecto.                                                 |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

### 11.5.8 Auditoría

La auditoría se va a llevar a cabo sobre los usuarios administradores, se va a registrar los movimientos que tengan dentro del sistema. Además, se instala Google Analytics, herramienta que sirve para poder obtener los movimientos de los usuarios dentro del e-commerce.

#### Políticas:

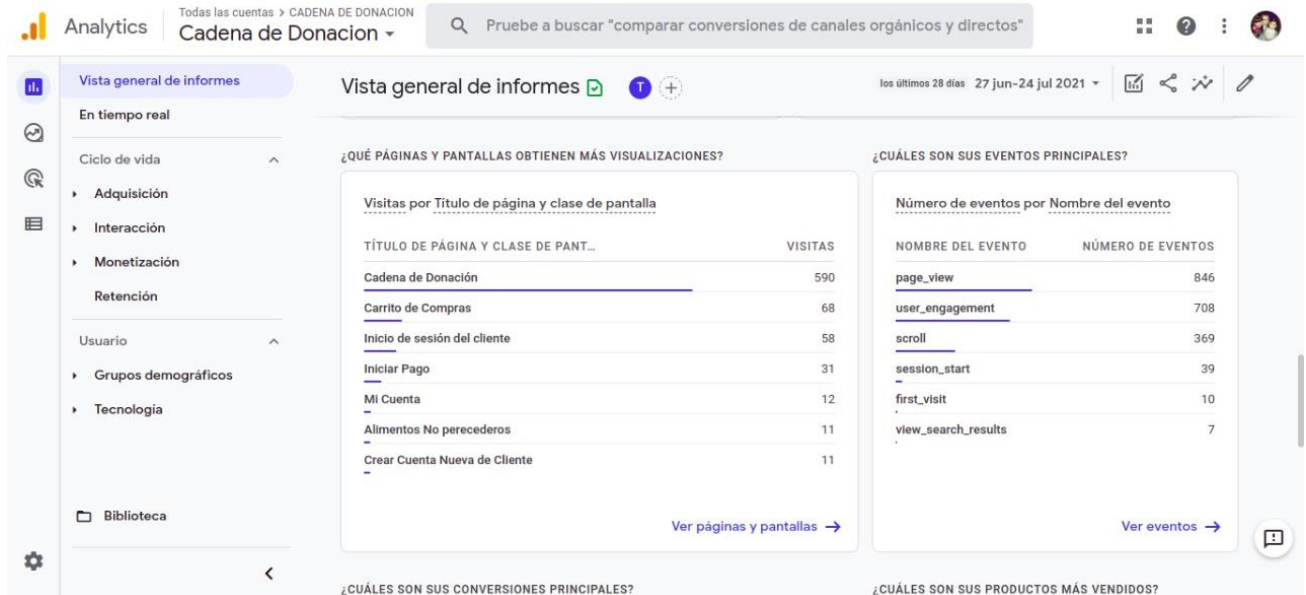
|               | Descripción                                                    | Auditoria                                                                                                                                                              |
|---------------|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Insert</b> | Se insertan nuevos datos al sistema.                           | El usuario administrador ingresa nuevos registros al sistema. Se van a observar los nuevos atributos, fecha, hora y nombre de usuario responsable.                     |
| <b>Update</b> | Se actualizan todos o algunos datos del sistema, según módulo. | Se muestran los datos anteriores, que fue modificado, horario, fecha y nombre de usuario que realizó la acción. Además, se muestran los datos viejos y los nuevos.     |
| <b>Delete</b> | Se eliminan datos del sistema, según módulo.                   | Se inserta un nuevo registro en la tabla de auditoría con los datos exactos del registro previo a su eliminación, la fecha de la eliminación y el usuario responsable. |
| <b>Login</b>  | El administrador ingresa al sistema                            | Se guarda la fecha de inicio de sesión, el nombre del usuario que ingresó.                                                                                             |

#### Pantalla del sistema:

| History                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                             |                                                        |                      |                      |                      |                      |                      |                              |                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------------|---------------------|
| <div> <div> <div>Página</div> <div>2</div> <div>de 2 páginas</div> </div> <div> <div>Ver</div> <div>20</div> <div>por página</div> </div> <div>Número total 25 de registros encontrados</div> </div> <div> <div>Grid Customization</div> <div>Restablecer filtro</div> <div>Busqueda</div> </div> |                             |                                                        |                      |                      |                      |                      |                      |                              |                     |
| Date/Time                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Object Type                 | Object ID                                              | Acción               | Estatus              | Usuario              | Remote Address       | Mensaje              | Enlace                       | Acción              |
| Desde: <input type="text"/><br>A: <input type="text"/>                                                                                                                                                                                                                                            | <input type="text"/>        | Desde: <input type="text"/><br>A: <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |                              |                     |
| 12/7/2021 23:30:35                                                                                                                                                                                                                                                                                | Mage_Core_Model_Config_Data | 1648                                                   | INSERT               | Success              | admin                | 127.0.0.1            |                      | -                            | <a href="#">Ver</a> |
| 12/7/2021 23:29:01                                                                                                                                                                                                                                                                                | Mage_Admin_Model_User       | 3                                                      | LOGIN                | Success              | admin                | 127.0.0.1            |                      | -                            | <a href="#">Ver</a> |
| 12/7/2021 22:02:23                                                                                                                                                                                                                                                                                | Mage_Catalog_Model_Product  | 1565                                                   | UPDATE               | Success              | admin                | 127.0.0.1            |                      | <a href="#">Go To Object</a> | <a href="#">Ver</a> |
| 12/7/2021 21:50:39                                                                                                                                                                                                                                                                                | BL_CustomGrid_Model_Grid    | 106                                                    | INSERT               | Success              | admin                | 127.0.0.1            |                      | -                            | <a href="#">Ver</a> |
| 12/7/2021 21:45:42                                                                                                                                                                                                                                                                                | Mage_Admin_Model_User       | 3                                                      | LOGIN                | Success              | admin                | 127.0.0.1            |                      | -                            | <a href="#">Ver</a> |

#### Google Analytics:

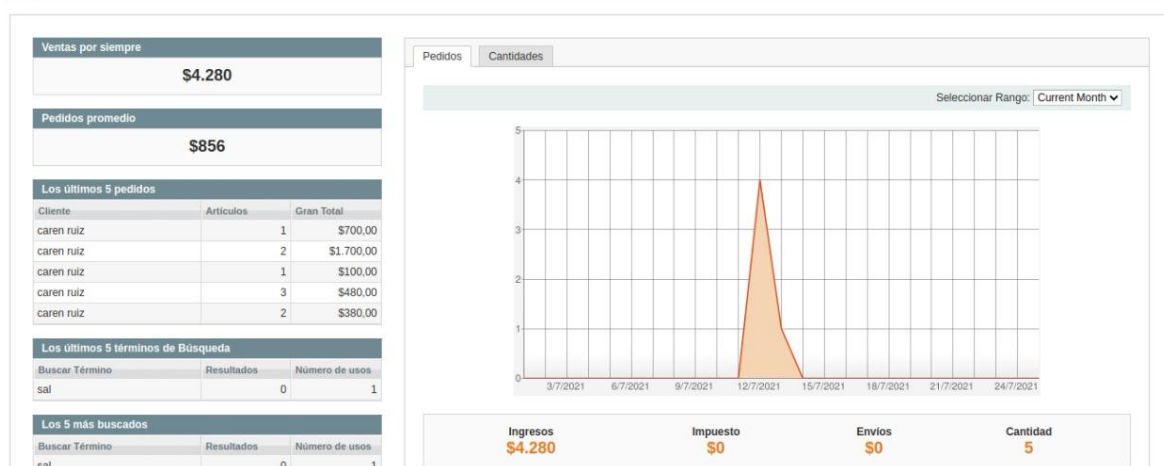
|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |



## 11.6 Reportes

El administrador va a poder visualizar y descargar reportes de los últimos pedidos, de productos más buscados. Además, se cuenta con la herramienta de Google Analytics donde se pueden generar reportes de eventos sobre el cliente.

Tablero



## 11.7 Manuales e Instructivos

El manual de usuario se puede ver en el documento llamado **Manual\_de\_usuario.doc**

|                                                                                                                          |                                                    |             |        |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|------------|
| <br>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA. | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |            |
|                                                                                                                          | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | Versión: 7 |

## C. Anexos

### Bibliografía

- Agroproyectos*. (2021). Obtenido de Agroproyectos: <https://agroproyectos.org/depreciacion-vida-util-activos-fijos/>
- Argentina*. (2021). Obtenido de Argentina: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-22-2006-116942/texto>
- Argentina*. (2021). Obtenido de Argentina: [argentina.gob.ar](http://argentina.gob.ar)
- Argentina*. (2021). Obtenido de Argentina: <https://www.argentina.gob.ar/certificar-la-exencion-en-el-impuesto-las-ganancias>
- Armstrong, K. &. (2008). *Fundamentos del Marketing*. Pearson Educación .
- Ba Rosario*. (2021). Obtenido de Ba Rosario: <http://barosario.org.ar>
- CACE*. (2021). Obtenido de CACE: <https://www.cace.org.ar/noticias-el-consumidor-que-llego-al-ecommerce-llego-para-quedarse>
- CACE*. (2021). Obtenido de CACE: <https://www.cace.org.ar/noticias-el-comercio-electronico-crecio-un-124-y-supero-los-novecientos-mil-millones-de-pesos-en-ventas>
- Diario El Pais* . (16 de Noviembre de 2020). Obtenido de Diario El Pais : <https://elpais.com/planeta-futuro/2020-11-16/la-inseguridad-alimentaria-se-agudiza-en-argentina-por-la-pandemia.html>
- Diario La Capital* . (25 de Marzo de 2021). Obtenido de Diario La Capital : <https://www.lacapital.com.ar/economia/la-desocupacion-llego-al-136-el-gran-rosario-es-la-segunda-mas-alta-del-pais-n2649906.html>
- Donar online*. (2021). Obtenido de Donar online: <https://www.donaronline.org/>
- El ciudadano web* . (2020). Obtenido de El ciudadano web : <https://www.elciudadanoweb.com/mujeres-que-luchan-como-es-sostener-un-comedor-barrial-en-tiempos-de-pandemia/>
- Fundacion Banco Municipal*. (2021). Obtenido de Fundacion Banco Municipal: <http://fundacionbmr.org.ar/rosario-data/perfil-rosario/>
- Gerardo, S. (1997). Clinica empresaria. En S. Gerardo, *Clinica empresaria* (pág. 100).
- INDEC*. (2021). Obtenido de INDEC: <https://www.indec.gob.ar/>
- La capital* . (2020). Obtenido de La Capital : <https://www.elciudadanoweb.com/mujeres-que-luchan-como-es-sostener-un-comedor-barrial-en-tiempos-de-pandemia/>
- La capital*. (23 de Abril de 2021). Obtenido de La capital: <https://www.lacapital.com.ar/la-ciudad/el-20-ciento-la-poblacion-rosario-recibe-asistencia-alimentaria-n2653934.html>
- Media Clic*. (2021). Obtenido de Media Clic: <https://www.mediaClic.es/blog/neuromarketing-utilizar-los-colores-vender-mas/>
- Mercado Libre*. (2021). Obtenido de Mercado Libre: <https://www.mercadolibre.com.ar/codo-a-codo-donaciones>
- Noticias ONU*. (2021). Obtenido de Noticias ONU : <https://news.un.org/es/story/2021/05/1491592>

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

Porter, M. (1985). Ventaja Competitiva: crear y sostener un desempeño superior. En M. Porter, *Ventaja Competitiva: crear y sostener un desempeño superior*.

Red Bda. (2021). Obtenido de Red Bda: <https://www.redbda.org.ar>

Roberto Romero López, S. A. (s.f.). *FACTORES CRITICOS DE ÉXITO: UNA ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD*.

Santa Fe. (2021). Obtenido de Santa Fe: [https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/download/135388/669641/#:~:text=Est%C3%A1n%20exentos%20del%20pago%20del,este%20T%C3%ADulo%20\(art%C3%ADculo%20164\)%3B](https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/download/135388/669641/#:~:text=Est%C3%A1n%20exentos%20del%20pago%20del,este%20T%C3%ADulo%20(art%C3%ADculo%20164)%3B)

Santander Rio. (2021). Obtenido de Santander Rio: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/argentina/politica-y-economia>

Saporosi, G. (2013). Clinica Empresaria . En G. Saporosi, *Clinica Empresaria* (pág. 250).

Shopify. (2021). Obtenido de Shopify: <https://es.shopify.com/>

Universidad de Buenos Aires . (2021). Obtenido de Universidad de Buenos Aires : <http://www.uba.ar/>

## Ilustraciones

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Ilustración 1 Flujo del negocio                                         | 12 |
| Ilustración 2 Captura de pantalla de la competencia                     | 13 |
| Ilustración 3 Captura de pantalla de la competencia                     | 14 |
| Ilustración 4 Captura de pantalla de la competencia                     | 15 |
| Ilustración 5 Estrategias Genéricas de Michael E. Porter.               | 17 |
| Ilustración 6 Matriz de Yip (Saporosi)                                  | 19 |
| Ilustración 7 Gráfica de redes sociales                                 | 22 |
| Ilustración 8 Covid-19 en Rosario                                       | 24 |
| Ilustración 9 Distribución territorial de casos activos                 | 24 |
| Ilustración 10 Covid-19 en Santa Fe                                     | 25 |
| Ilustración 11 Gráficos de Movilidad Local                              | 26 |
| Ilustración 12 Factores tecnológicos - compradores pre y post pandemia  | 27 |
| Ilustración 13 Modelo Competitivo de Red                                | 28 |
| Ilustración 14 5 Fuerzas de Porter                                      | 28 |
| Ilustración 15 Cadena de Valor                                          | 29 |
| Ilustración 16 Filtro de Mercado                                        | 36 |
| Ilustración 17 Matriz BGC para el filtro de adopción                    | 37 |
| Ilustración 18 Mapa vincular                                            | 42 |
| Ilustración 19 Interpretación del producto                              | 42 |
| Ilustración 20 Tangibilidad de la intangibilidad                        | 43 |
| Ilustración 21 Brecha de la pobreza                                     | 45 |
| Ilustración 22 Población por condición de pobreza según grupos de edad. | 45 |
| Ilustración 23 Típica estructura de costos                              | 46 |
| Ilustración 24 Matriz de estrategias de precio                          | 48 |
| Ilustración 25 Modelo 7C                                                | 50 |
| Ilustración 26 Psicología del color                                     | 51 |

|                                                                                                                                 |                                                    |             |        |      |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------|
| <br><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA.</b> | Docentes: Ing. Silvia Poncio e Ing. Pablo Audoglio |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Alumno: Caren Natali Ruiz. Legajo: A1200034924-T1  |             |        |      |                   |
|                                                                                                                                 | Loc: Ov.Lagos                                      | Comisión: A | Mañana | 2021 | <b>Versión: 7</b> |

|                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Ilustración 27 Paleta de sentidos</i>                         | 52  |
| <i>Ilustración 28 El cliente y el marketing del distribuidor</i> | 56  |
| <i>Ilustración 29 Organigrama</i>                                | 59  |
| <i>Ilustración 30 Organigrama inicial al lanzamiento</i>         | 61  |
| <i>Ilustración 31 Organigrama en la evolución</i>                | 62  |
| <i>Ilustración 32 Depreciación lineal de un bien mueble</i>      | 70  |
| <i>Ilustración 33 Flujo del pedido en la web</i>                 | 81  |
| <i>Ilustración 34 Arquitectura MVC</i>                           | 139 |