	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 1	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				



**UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA**

**FACULTAD: TECNOLOGIA INFORMATICA**

**PROFESORES: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa**


**MATERIA: TRABAJO FINAL DE INGENIERIA**

**ALUMNO: Pablo José Cósimo**

**AÑO: 2012**




UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 2
Facultad de Tecnología Informática		
Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa		
Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo: 34281
Sede:	Centro	Comisión: 5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!		

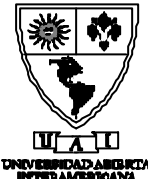
	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 3	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

## Contenido


Resumen Ejecutivo .....	11
1 Descripción General .....	13

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 4	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


1.1	Descripción básica del negocio.....	13
1.2	Situación actual del negocio .....	17
1.3	¿Qué hace único a su negocio?.....	17
1.4	Describa los factores principales que usted considera harán exitoso su proyecto .....	18
1.5	Estrategia: Misión, Visión y Propósito Estratégico .....	19
1.6	Identificación de la oportunidad de negocio .....	21
1.7	Capacidades centrales .....	23
1.8	Propuesta de valor para el cliente.....	23
1.9	Valores nucleares de la organización.....	24
1.10	Enfoque e iniciativas estratégicas.....	24
1.11	Áreas claves de resultados: identificar y justificar .....	25
1.12	Ingreso al sector: estrategias de inserción.....	26
2	Análisis estratégico.....	27
2.1	Análisis de Contexto.....	27
2.1.1	Descripción del escenario local.....	27
2.1.2	Factores económicos.....	29
2.1.3	Factores políticos .....	33
2.1.4	Descripción del escenario: escenario-meta .....	41
2.1.5	Factores económicos.....	41
2.1.6	Análisis sectorial. Definición de Oportunidades y Amenazas del negocio. ....	41
2.2	Análisis de la Competencia .....	42
2.2.1	Principales competidores directos.....	45
2.2.2	Análisis de cadena de valor .....	46
2.2.3	Definición de Factores Críticos de Éxito (FCE) .....	48
2.2.4	Fortalezas y debilidades del negocio. ....	48
3	Análisis FODA .....	49
3.1	Cuadro FODA.....	49
3.2	Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas .....	50
3.3	Conclusión: Atractivo de la Industria, Fortalezas del Negocio.....	51
4	Segmentación.....	53
4.1	Segmentación de consumidores y/o Negocios.....	53
4.2	Identificación de grupos diferenciados de consumidores.....	58
4.3	¿Quiénes son los potenciales usuarios/ compradores del negocio?.....	61
4.4	Pautas de comportamiento esperado de cada segmento. ....	62
5	Plan de Acción.....	63
5.1	Programas generales y específicos de acción .....	64
6	Plan de Marketing .....	73
6.1	Objetivos .....	73
6.2	Resultados esperados en materia de cobertura y participación.....	74
6.3	Metas de Posicionamiento.....	74
6.4	Producto. Estrategia de Producto .....	75
6.4.1	Describa el producto/ servicio (qué es y qué no es).....	75
6.4.2	¿Es un producto/ servicio durable, estacional? .....	77
6.4.3	¿Cuáles son las características de su producto/ servicio que usted considera influyen sobre la decisión de compra) .....	78
6.4.4	¿Existen estudios que respalden sus hipótesis.....	78
6.5	Precio. Estrategia de Precio .....	79
6.5.1	Condicionantes del precio .....	79

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 5	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


6.5.2 Estrategia de precio.....	80
6.6 CIM Comunicaciones integradas de marketing.....	83
6.6.1 Descripción de la planificación estratégica de las acciones de comunicación .....	83
6.6.2 Diseño de Sitio web ( 7 "C" y pantallas descriptivas).....	84
6.7 Distribución.....	90
6.7.1 Factores condicionantes de la distribución Principales canales.....	90
6.7.2 Estrategia de distribución.....	91
6.7.3 Canales (tipo y nivel) .....	91
6.7.4 Análisis de localización de puntos de venta propios.....	91
6.7.5 Opciones de asociación .....	92
6.7.6 Gestión del JIT just in time.....	92
7 Operaciones.....	92
7.1 Organización de la empresa.....	92
7.2 Grupo fundador, composición del directorio, principales accionistas.....	93
7.3 Composición del staff gerencial y perfil de los ejecutivos claves.....	93
7.4 Estructura prevista al lanzamiento y evolución.....	94
7.5 Filosofía y sistema de trabajo .....	94
7.6 Requerimientos en materia de RRHH: descripción de la plantilla en los distintos momentos previstos de evolución de la estructura. ....	95
8 Plan Económico Financiero.....	103
8.1 Modelo de Ingresos.....	104
8.2 Modelo de Egresos.....	115
8.3 Amortizaciones y Depreciaciones.....	119
8.4 Impuesto a las Ganancias .....	120
8.5 Impuesto Ingresos Brutos.....	120
8.6 Impuesto IVA.....	122
8.7 Remuneraciones y Cargas Sociales.....	125
8.8 Presupuesto Financiero .....	128
8.9 Evaluación de la inversión .....	130
8.10 Flujo de Fondos .....	134
8.11 Escenarios de Riesgo.....	134
8.12 Plan de Contingencia.....	134
8.13 Plan de Salida .....	135
8.14 Gráfico de Cartera de Clientes vs Ventas Esperadas.....	136
9 Factibilidades.....	136
9.1 Técnica .....	136
9.1.1 Hardware.....	137
9.1.1.1 Servidor Producción.....	137
9.1.1.2 Diagrama de Solución .....	139
9.1.1.3 Registración de Dominio.....	140
9.1.2 Software.....	140
9.1.3 Arquitectura de la aplicación.....	141
9.1.4. Recursos Humanos.....	142
9.1.5 Comunicaciones .....	143
9.1.6 Requerimientos para el Usuario .....	143
9.1.7 Seguridad.....	144
9.2 Comercial.....	145
9.2.1 Segmentación del Mercado .....	145

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 6	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

9.2.2 Nichos del mercado .....	150
9.2.3 Competencia y Acuerdos.....	152
9.2.4 Estrategia de Precios.....	153
9.2.5 Costos.....	155
9.3 Administrativa .....	156
9.3.1 Recursos vigentes a la fecha.....	156
9.3.2 Recursos a Contratar .....	157
9.3.3 Tercerización.....	158
9.3.4 Responsabilidad de los RRHH .....	158
9.3.5 Gestión de Inventarios.....	158
9.3.6 Costos Fijos y Variables .....	159
9.3.6.1 Recursos Humanos .....	159
9.3.7 Gestión del proyecto .....	160
9.4 Legal.....	161
9.4.1 Derechos y Obligaciones .....	161
9.4.2 Contrato de Licencia .....	162
9.4.3 Organización del negocio .....	163
9.4.4 Régimen tributario.....	164
9.4.5 Logo y Marca .....	164
9.4.6 Costos.....	164
10 Aspectos Descriptivos de la Solución Tecnológica .....	165
10.1 Descripción Reducida del negocio .....	165
10.2 Análisis de beneficios .....	166
10.3 Fundamentos de la solución Tecnológica .....	167
10.3.1 Propósito.....	167
10.3.2 Objetivos.....	169
10.3.3 Limitaciones de la solución .....	169
10.4 Análisis del uso.....	170
10.5 Perfiles de los usuarios .....	170
10.6 Escenarios de uso .....	171
10.7 Estrategias para la selección de la plataforma tecnológica .....	173
Para el desarrollo de la solución se utilizarán las siguientes tecnologías: .....	173
10.8 Estrategia de seguridad.....	176
10.9 Descripción de Áreas funcionales.....	177
10.9.1 Requerimientos .....	177
Requerimientos Funcionales .....	177
Requerimientos No Funcionales.....	181
Requerimientos del negocio.....	181
10.9.2 Alcance .....	181
10.9.3 Lista de características y funciones.....	184
10.9.4 Fuera del alcance .....	186
11 Análisis.....	187
11.1 Descripción y análisis de cada área funcional.....	187
11.1.1 Casos de Uso por áreas funcionales .....	188
Actores del sistema .....	189
Home del Sistema.....	189
11.1.2 Listado de casos de uso por área funcional.....	190
11.1.3 Diagrama de Caso de Uso: Administrador .....	192
11.1.4 Diagrama de Paquetes de Clases por Capa.....	193


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 7	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

11.1.5 Casos de Uso Administrador .....	194
CU - 001 - 001 - Gestor de Operadores.....	194
CU - 001 - 002 - Gestor de Familias .....	198
CU - 001 - 003 - Consultar Patentes.....	203
CU - 001 - 004 - Bitácora .....	206
CU - 001 - 005 - Realizar Backup .....	209
CU - 001 - 006 - Realizar Restore.....	212
CU - 001 - 007 - Bloquear Usuarios.....	215
CU - 001 - 008 - Asignar Familia Patente.....	218
CU - 001 - 012 - Gestor de Tablas Genéricas.....	222
11.1.6 Diagrama de Caso de Uso: Cliente .....	229
11.1.8 Diagrama de Paquetes de Clases por Capa.....	230
11.1.9 Casos de Uso Cliente.....	231
CU - 002 - 001 - Gestor de Cliente Empresa .....	231
CU - 002 - 002 - Historial de Pedidos.....	236
CU - 005 - 001 - Buscar Empresa de Entrega.....	239
CU - 005 - 002 - Agendar Clientes .....	246
CU - 005 - 003 - Publicar Pedido .....	251
CU - 005 - 004 - Mis Templates .....	256
CU - 005 - 005 - Mis Calificaciones .....	260
CU - 005 - 006 - Mis Preguntas.....	265
CU - 005 - 007 - Mis Publicaciones.....	272
11.1.10 Diagrama de Caso de Uso: Proveedores.....	275
11.1.11 Diagrama de Paquetes de Clases por Capa .....	276
11.1.12 Casos de Uso Proveedor .....	277
CU - 003 - 001 - Gestor de Proveedores.....	277
CU - 003 - 002 - Gestor de Empleados .....	287
CU - 003 - 003 - Referencias.....	291
CU - 003 - 004 - Gestor de Zonas y Precios .....	295
CU - 004 - 001 - Administrar Pedido.....	299
CU - 004 - 002 - Historial de Entregas.....	303
CU - 004 - 003 - Historial de Entregas.....	306
CU - 004 - 004 - Mis Facturas.....	309
11.1.13 Diagrama de Caso de Uso: Generales .....	314
11.1.14 Casos de Uso Generales .....	315
CU - 001 - 009 - Log In.....	315
CU - 001 - 010 - Log Out .....	318
CU - 001 - 011 - Recuperar Clave.....	320
CU - 001 - 013 - Registrarse .....	323
11.1.13 Diagrama de Caso de Uso: Operador.....	326
11.1.14 Diagrama de Paquetes de Clases por Capa .....	328
11.1.15 Casos de Uso Operador .....	329
CU - 006 - 001 - Gestor Categorías e Ítems.....	329
CU - 006 - 002 - Gestor de Noticias.....	333
CU - 006 - 003 - Bloquear Publicación.....	337
CU - 007 - 001 - Gestor de Facturas.....	340
CU - 007 - 002 - Listar Cobros Pendientes.....	346
CU - 007 - 003- Listar Cuenta Corriente.....	348
CU - 007 - 004 - Generar Facturas.....	351

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 8	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

CU - 007 - 005 - Asentar Pagos y Cobros .....	354
CU - 007 - 006 - Gestor de Cuentas .....	359
11.1.16 Diagramas de Secuencia Genéricos .....	364
11.1.17 Diagrama de Clases por área funcional.....	366
Administrador .....	366
Cliente.....	370
Operador .....	372
Proveedor .....	375
11.2 Diagrama de paquetes .....	377
11.3 Diagrama de componentes.....	379
11.4 Diagrama Entidad Relación .....	380
Diccionario de Datos.....	381
Encuesta .....	385
EncuestaOpcion .....	386
Factura .....	386
Publicacion .....	391
Ticket.....	395
Stored Procedures .....	399
1.5 Diagrama de despliegue.....	401
11.6 Diagrama de Clases de toda la solución .....	402
Negocio.....	402
Framework .....	405
C. Anexos .....	406
1 Contenido.....	406
1.1 Normas de Calidad .....	406
NORMA IRAM 36052 .....	406
Aplicación Norma ISO 9003 .....	419
1.2 Normativa Legal.....	431
Ley 11.723 de Propiedad Intelectual.....	431
Ley N° 24766 de Datos Personales.....	441
Ley 25.326 de Protección de los Datos Personales .....	445
1.2 Anexos específicos del proyecto. ....	457
Especificación Técnica del Webservice de Autenticación y Autorización AFIP .....	457
Manual de desarrollador para el WS de AFIP.....	463
Webservice Global Weather .....	465
Formato RSS Atom .....	465
1.3 Bibliografía Consultada.....	466
1.4 Referencias .....	467



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 9	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilabo			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Ficha de seguimiento y revisión

### Cambios del autor

Fecha	Autor	Versión	Referencia de los cambios
21/04/2011	Cósimo, Pablo José	1.0	Generación de documento
19/05/2011	Cósimo, Pablo José	1.0	Primer Entrega Negocios/Tecnología
06/06/2011	Cósimo, Pablo José	1.1	Revisión de Primer Entrega Tecnología
15/06/2011	Cósimo, Pablo José	1.2	Segunda Entrega Tecnología
02/07/2011	Cósimo, Pablo José	1.3	Segunda Entrega Negocios
06/07/2011	Cósimo, Pablo José	1.3	Tercera Entrega Tecnología
11/07/2011	Cósimo, Pablo José	1.3	Revisión de Tercer Entrega Tecnología
20/07/2011	Cósimo, Pablo José	1.4	Tercera Entrega Negocios
25/07/2011	Cósimo, Pablo José	1.4.1	Actualización de Entrega de Negocios
16/09/2011	Cósimo, Pablo José	1.5	Inicio Puntos 8 y 9
24/10/2011	Cósimo, Pablo José	1.5.1	Actualización
01/11/2011	Cósimo, Pablo José	1.5.2	Actualización
15/11/2011	Cósimo, Pablo José	1.6	Actualización y Plan Económico Financiero
23/11/2011	Cósimo, Pablo José	1.7	Actualización de Factibilidades
24/11/2011	Cósimo, Pablo José	1.8	Actualización de Factibilidades
25/11/2011	Cósimo, Pablo José	1.9	Actualización de Factibilidades
26/11/2011	Cósimo, Pablo José	2.0	Actualización de Factibilidades
27/11/2011	Cósimo, Pablo José	2.1	Actualización Plan Económico Financiero
28/11/2011	Cósimo, Pablo José	2.2	Actualización Plan Económico Financiero
10/12/2011	Cósimo, Pablo José	2.3	Actualización de Graficos

### Revisiones


Auditor	Versión aprobada	Responsabilidad/Rol	Fecha
Susana Darín	1.4	Evaluador Negocios	18/07/2011
Pablo Vilabo	1.3	Evaluador Tecnología	11/07/2011
Gaston Addati	2.2	Evaluador Negocios	29/11/2011

### Descripción del Documento

Item	Detalle
Título del documento	Proyecto de Negocio "EntregaYa!"
Autor	Cósimo, Pablo José
Fecha de Creación	21/04/2011
Última Actualización	10/12/2011



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 10
Facultad de Tecnología Informática		
Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa		
Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo: 34281
Sede:	Centro	Comisión: 5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!		

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 11		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

## **Resumen Ejecutivo**

El negocio a desarrollar consiste en un E-Commerce denominado EntregaYa!, que consiste en la realización de entregas de productos adquiridos por internet de manera de facilitar la operación comercial y solventar el inconveniente que poseen los ecommerce del tipo indirectos en cuanto a la entrega de productos adquiridos en línea.

Nuestro rol aquí es de intermediarios, siendo el lazo entre las empresas que brindan servicios de entrega y los comerciantes.

Nos ocuparemos de ofrecer opciones de traslado de productos a los comerciantes por medio de una cartera conformada por empresas de mensajería que brindarán servicio conforme a sus ubicaciones y precios.

El mercado estará compuesto por un sector industrial dado por empresas radicadas principalmente en Capital y CABA, pero con miras de un asentamiento futuro en grandes ciudades dentro de nuestro país. Por otro lado, se busca acercar nuestro producto al mercado de consumidores finales a través de la utilización del servicio por medio E-Commerce ya establecidos como ser MercadoLibre, DeRemate y MasOportunidades que por medios de acuerdos independientes, incluyan el servicio de dentro de la operatoria comercial, ofreciendo por su parte un servicio adicional.

El producto tiene además la posibilidad de incluir a otros tipos de ecommerce ya que permite a otras empresas que no poseen servicios de logística de distribución la incorporación dentro de su cadena de valor un servicio que permita garantizar las entregas en tiempo y forma, con la seguridad de tener respaldo de nuestra empresa.


Por las características del mercado al cual se apunta en nuestro negocio, utilizaremos como medio de transporte principal los motovehículos, ya que disponen de ciertas características únicas con respecto a otros tipos de transporte.

Para empezar los mismos, son ágiles dentro del tráfico en las ciudad el cual es el principal problema en la entrega de paquetes, lo cual nos aventaja al momento de acortar tiempos. Además, son un medio corriente para la realización de trámites de cadetería y cobranzas que utilizan las empresas en el día a día.

El rol de las empresas de mensajería sería visto desde nuestro punto de vista como el de proveedores y el de los consumidores finales, terceros. En cuanto a los comerciantes, pasarían a formar parte de nuestra cartera de clientes.

Como características diferenciadoras, mejoraremos la interacción entre las partes brindando un servicio que permita solucionar el problema a los altos costos, dar un servicio puerta a puerta, realizar las cobranzas y brindar seguridad a cada una de las partes. Esta última parte se llevará a cabo por medio del alta de los proveedores en nuestro producto, los cuales ingresaran también sus empleados de manera que el cliente que utilice el servicio pueda identificar a la persona que entregará su pedido.

Al asumir un rol de generadores de mercado y ser intermediarios en las operaciones comerciales podemos asegurar costos bajos en cuanto infraestructura

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 12	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

necesaria para la realización de las operaciones, independientemente, de cómo ya sabemos, al ser un ecommerce los bajos costos que esto acarrea.

Nuestra misión como empresa es suministrar un servicio superior sobre la base de nuestros principios tradicionales de integridad y seguridad.

Deberemos ser un ícono entre las empresas de logística online por nuestra forma de llegar a nuestros clientes en nuestro país. Nuestra organización brinda a sus empleados un ambiente laboral armonioso y dinámico lo que nos permite tener los individuos mejor calificados.

Tenemos la visión de afianzarnos en el mercado local como una empresa de logística por internet que nos permita incursionar en el mercado del interior del país adicionando servicios regionalizados.

Una vez puesto en marcha nuestro servicio, queremos lograr ser la empresa de logística en línea número uno, y un referente en línea. Para ello, deberemos desarrollar nuestras actividades dentro de un marco colaborativo entre clientes y proveedores enfocándonos en una rápida respuesta a sus necesidades.

Queremos lograr por medio de la oferta de muchos servicios de entrega, la baja de los costos de envío, generando competencia entre ellos dentro de las diferentes zonas de la región. Por lo que nuestro producto queda clasificado como un portal generador de mercado.

Debemos superar la barrera de desconfianza o desconocimiento de la tecnología que brindamos para beneficio de las partes involucrada.


En cuanto nos establezcamos como herramienta de uso masivo en línea podremos acceder a empresas que trabajen con este mismo medio y facilitar nuestro ingreso.

La integración de nuestro servicio con los de las empresas ya existentes nos fortalecerá nos permitirá formar alianzas permanentes, que nos abrirán las puertas a otras regiones dentro de nuestro país.

Como valoramos el tiempo de nuestros clientes ofrecemos un servicio de logística a través de internet que es único en su especie.

Nuestro equipo de trabajo está compuesto por personal afín para tal tarea, y que lleva su propia experiencia en el crecimiento de nuestra empresa.

Para comenzar nuestras actividades utilizaremos en inicio un 20% de capital propio y buscaremos el contacto de inversionistas para llevar a cabo tal emprendimiento comercial de manera que se busquen fuentes de inversionistas tanto individuales como por medio de grupos asociados, universitarios y/o capitales externos que acepten la idea de proyecto y vean el potencial del mismo.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 13		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

Esto nos permitirá la incorporación de personal, expansión del producto y conformación de empresa para poder lograr un crecimiento organizacional y que nos permita la realización de nuestros planes de negocio.

La rentabilidad de este servicio, será controlada un costo de comisión sobre el envío.

Nuestro modelo de comisiones se basará, en varios esquemas propuestos para los proveedores de servicio de mensajería. Este servicio puede ser ofrecido a empresas que se dediquen a la venta de productos por medios no tradicionales, pero también podrá ser utilizado para otros fines individuales como ser el envío de documentos que realizan las empresas diariamente. Será fundamental la aplicación de indicadores que nos permitan demostrar a nuestros futuros inversores la rentabilidad de nuestro producto, por ello, contaremos con información que puede ser accedida por los mismos, de manera de atraer mayor cantidad capital.

Para concluir, hemos considerado las cifras de crecimiento en nuestro país del comercio electrónico tanto b2c como c2c, se nota un incremento sostenido que representan un total sumado de 7.755 millones de pesos.

Este fenómeno esta explicado por varios factores a saber: el incremento de la cantidad de usuarios de Internet que alcanzó a 26,5 millones de personas, el crecimiento del porcentaje de éstos que realizan compras en línea que llegó al 32% del total de usuarios de internet, y el continuo incremento de las empresas, servicios y productos que actúan en este sector. Año a año se suman nuevos rubros y modalidades de venta en línea, así como medios e intermediarios de pago, y crece la confianza e interés en el sistema, fruto de la satisfactoria experiencia de compra en línea de los usuarios, las ofertas y variedad de rubros.

## **1 Descripción General**


### **1.1 Descripción básica del negocio**

#### **Introducción**

En las operaciones comerciales que se llevan a cabo a través de la red, se encuentran involucrados principalmente dos actores, que son oferentes de productos y consumidores de los mismos.

Ahora bien, si nos enfocamos en los oferentes, podemos encontrar tanto empresas e individuos que poseen pequeños comercios en línea que no poseen distribución y la forma de pago de acuerdo a las necesidades de sus clientes.

Otro caso, es por ejemplo MercadoLibre o MasOportunidades, que a través de ellos los comerciantes ofrecen sus productos, que si bien poseen algunas facilidades

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 14		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

de pago, no brindan a los futuros compradores muchas opciones para el envío de productos sin moverse de su casa.

### **Idea de Negocio**

La idea básica del negocio es desarrollar un nuevo producto que permita asegurar el traslado de mercancías utilizando como medio de comunicación la red global.

Nuestro rol aquí es de intermediarios, siendo el lazo entre las empresas que brindan servicios de entrega y los comerciantes. Nos ubicaríamos luego del pedido y antes de la distribución y la forma de pago dentro de una operación comercial.

Nos ocuparemos de ofrecer opciones de traslado a los comerciantes por medio de una cartera conformada por empresas de mensajería que brindarán servicio conforme a sus ubicaciones y precios.

El rol de las empresas de mensajería sería visto desde nuestro punto de vista como el de proveedores y el de los consumidores finales el de terceros. En cuanto a los comerciantes, pasarían a formar parte de nuestra cartera de clientes.

Queremos lograr una mejor interacción entre las partes brindando un servicio que permita solucionar el problema de los altos costos, dar un servicio puerta a puerta, realizar las cobranzas y brindar seguridad a cada una de las partes.

### **Público Objetivo**


En cuanto a la segmentación, se busca tomar contacto con empresas principalmente de la Capital Federal y sus alrededores, que su negocio trabaje con internet y utilice servicios de entrega.

Se estima que en un futuro, la implementación en otras ciudades importantes como ser Mendoza, Córdoba y Rosario.

En cuanto al público empresarial beneficiado, en principio se buscará empresas importadoras del rubro cerealero, ganadero, financiero, informática, petrolero y relacionados con la comercialización de vinos.

En cuanto al público de consumidores finales entre 18 y 40 años que posean cierto conocimiento de internet, esto es así ya que muchos de los posibles interesados comprenden un público laboralmente activos y que no suelen poseer mucho tiempo para realizar compras.

El tipo de negocio al que se apunta tendrá las características de un típico Business to Consumer, dado que el tipo de actividad que realizaremos involucra servir a consumidores finales con productos provenientes de comerciantes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 15	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

### Rango de Aplicabilidad

Actualmente para el envío de mercancías adquiridas por medios electrónicos se utilizan principalmente el correo, entrega personal y reparto en motos de mensajería.

Aquellos productos que son comprados por medios electrónicos y son de un tamaño relativamente pequeño<sup>i</sup>, permiten utilizar los servicios de empresas como ser Andreani, OCA, Correo Argentino, UPS y DHL, que hacen envíos de paquetes a diferentes zonas de nuestro país.

El correo tradicional para el comercio electrónico, tiene muchas limitaciones con respecto a tiempos de envío-recepción y costos asociados al producto en sí. El interesado en realizar el envío debe disponer del tiempo necesario para ir hasta el correo, preparar el empaquetado y pagarlo. Estos costos de envío por lo general se transfieren al cliente que no muy conforme buscará otras vías de adquirir el producto.

Otra forma se da cuando el cliente personalmente va en busca del producto y lo adquiere, pero aquí se pueden observar problemas similares: tiempos, localización física del vendedor y que muchos de los comerciantes que operan con medios electrónicos no poseen oficinas donde el cliente pueda acceder fácilmente ya que sucede a menudo que suelen ser edificios que no son comerciales.


Otros comerciantes, optan por la utilización de motos de mensajería, donde los costos del envío tienen que ser acordados por el comerciante con la empresa de repartos, para una determinada zona de distribución.

Cuando la zona de reparto no llega a ser alcanzada por la empresa que se ocupa del reparto ahí las cosas se complican para el comprador, ya que implica que este disponga de cierta movilidad. Los costos de envío varían según la empresa de reparto que utilice el comerciante lo cual hace que para una misma zona se tengan diferencias en los valores cobrados a sus clientes.

Por otro lado, la modalidad de cobro generalmente aceptada es que la empresa de reparto se ocupe de las cobranzas en efectivo.

Hasta aquí, parecen ser operaciones de entrega y recepción muy comunes, aunque surgen ciertas falencias a simple vista, primero se encuentra limitado muchas veces a la disponibilidad de las empresas de reparto, lo cual impacta tanto en el cliente como en el vendedor del producto. Las tasas que cobran las empresas de reparto, no quedan reguladas.

En caso de no tener disponibilidad de vehículos para el reparto el comerciante deberá comunicarse con su cliente para cambiar la forma de entrega del producto o bien, en el peor de los casos, el comerciante deberá cambiar de empresa de reparto y cambiar los costos de envío los cuales no pueden ser tan favorables como cuando se tiene un convenio con determinada empresa.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 16		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

El cliente que va a adquirir el producto, no conoce a ciencia cierta, cuando recibe el producto ni de quién lo está recibiendo hasta que comienza el intercambio con la persona de la cual recibe el reparto, por lo cual el cliente deberá depositar la confianza del pago de la mercancía a un desconocido y no sabe bien cuando el pago llegará a destino.

Por ello, lo que se busca es ofrecer un servicio donde los comerciantes, puedan solicitar un envío, y permita tener respuesta de cualquier empresa de reparto dentro de las zonas de envío y/o recepción en el momento que lo necesite.

### **Funcionamiento del negocio**

Una cartera de empresas de repartidores formaría el haber del servicio sin necesidad de indicar cuál es la empresa en particular de la cual se recibe el servicio, pero estas poseerán una credencial o pin, así como también la empresas de reparto deberán registrar a sus empleados para poder permitir a tanto los comerciantes como los clientes identificarlos.

Un sistema de puntuación y evaluación permitirá tanto a los comerciantes como a sus clientes poder determinar el tipo de servicio que recibieron y así armar rankings de confiabilidad de las empresas de reparto, de manera de motivar un mejor servicio.

Las empresas de repartidores, pueden recibir aletas para determinados servicios en determinadas horas y ser tomados según la zona o conveniencia, como si fuesen radio-taxis. Con la toma del servicio por parte de la empresa de reparto, se les confeccionara una hoja de ruta para facilitarles la tarea de logística.

El comerciante recibirá una alerta con la información identificadora de la empresa de reparto. (foto, nombre y apellido del repartidor, nombre de la empresa)

Para un individuo común que tenga que enviar un paquete de una oficina a otra, puede pedir un servicio para una determinada hora, o según la disponibilidad que haya en el momento del envío.


### **Bases de rentabilidad**

La rentabilidad de este servicio, será controlada un costo de comisión sobre el envío. Este servicio puede ser ofrecido a empresas que se dediquen a la venta de productos por medios no tradicionales, pero también podrá ser utilizado para otros fines individuales como ser el envío de documentos que realizan las empresas diariamente.

Siendo un porcentaje fijo de comisión cobrado, el costo fijo es impuesto por la lista de precios de las empresas de entrega.

Por otro lado, este tipo negocio, tiene menor costo para llevarse a cabo, ya que utiliza empresas ya existentes para brindar el servicio, y se reducen los costos de infraestructura ya que trabaja en la red global.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 17	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### **Servicios adicionales propios de la actividad**

Luego de analizar los servicios prestados por varias empresas de mensajería podemos encontrar que las mismas poseen servicios de cadetería en motovehículos y reparto con camionetas, por lo que también se ofrecerán estos servicios.

### **Servicios adicionales a futuro**

Adicionalmente se espera a futuro la incorporación de servicios de cadetería sin utilizar motovehículos, inscribiendo a personas que quieran ofrecerse y la utilización de motovehículos para traslado de personas.

## **1.2 Situación actual del negocio**

Recién comenzamos con nuestras actividades comerciales por lo que estamos armando la configuración de nuestro equipo y no poseemos oficina propia.

Nos encontramos en una etapa de análisis del negocio, pero se espera que para fines de este año tengamos el proyecto en su etapa de implementación final.


Estamos trabajando conjuntamente con personal instruido en las áreas de mercado y marketing, y definiendo las estrategias para abordar el negocio de manera precisa.

Comenzamos a crear vínculos con empresas de mensajería para poder formar nuestra cartera de proveedores de servicio.

Nuestro personal de sistemas ha comenzado a realizar el análisis y ha empezado dar forma al primer prototipo del proyecto EntregaYa!, el cual va a funcionar a través de la red global.

## **1.3 ¿Qué hace único a su negocio?**

- a) En el ámbito local no existe empresa que operando en línea, combine los servicios de reparto puerta a puerta, con costos de envío diferenciados y una amplia disponibilidad de servicio.
- b) La oferta de servicios de entrega permite a nuestros clientes poder elegir qué empresa utilizar en cada momento, no atándolo así a una sola empresa dependiendo de su disponibilidad y precios.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 18	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- c) Ofrecemos un servicio de logística distribuido a aquellos e-commerce que se encuentran en línea ya que las empresas de mensajería trabajan en diferentes zonas.
- d) Este tipo de servicio diferenciado es de un gran atractivo para clientes que si bien tienen una pequeña o mediana empresa, no poseen los medios de distribución adecuados. Tanto nuestro cliente (comerciante) como consumidor final del servicio de reparto recibirá información del encargado de la entrega, así se manejan sitios como Le Shop. Esto le brinda mayor seguridad a quienes utilizan el servicio en el momento de abrir las puertas a su casa o comercio y en el momento del pago.
- e) Cada vez existen más, pequeñas oficinas que pasan a ser centros de distribución de productos importados, donde el manejo se hace por medio de pedidos que se acuerdan por medios electrónicos y telefónicamente, aquí es donde nuestro servicio toma importancia.

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

El proyecto será exitoso porque, no hay una herramienta de e-commerce a nivel nacional que ofrezca estas posibilidades.

La expansión a otras regiones resultará sencilla ya que solo se requiere una cartera local de servicios de mensajería.

Amplios conocimientos en lo referente a actividades relacionadas con el rubro de entregas. Entre los integrantes del proyecto se encuentran especialistas en logística y analistas en sistemas.

La posibilidad de que el cliente use el servicio en cualquier lugar sin necesidad de tener que estar siempre en el mismo lugar.


Permite incorporar empresas de mensajería a nuestra cartera fácilmente ya que no poseen medios de publicidad y de servicio online.

Se proporcionará una gran ayuda para el cliente y proveedor para que pueda comprender completamente cómo funciona el proceso para que se sienta confiado.

Posibilidad de expandir los servicios para mejorar la experiencia del cliente.

Un modelo de negocios innovador permite empresas que no poseen logística de distribución de productos, por su pequeña estructura cuentan con un servicio que satisfaga sus necesidades.

Rentabilidad asegurada por medio de cobro de comisiones.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 19	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno: Pablo José Cósimo		Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Fácil acceso a través de internet.

## 1.5 Estrategia: Misión, Visión y Propósito Estratégico

### Marco Temporal del Proyecto

La implementación del proyecto se estima que deberá terminar en un periodo de 3 años ya que estamos trabajando en un mercado que viene realizando un crecimiento constante en nuestro país.

Las operaciones de eCommerce, en nuestro país existe una tendencia de crecimiento notable durante los últimos años, se ha visto reflejado con 1000 millones de dólares durante el 2009 con expectativas de crecimiento de un 26% en estos años venideros.<sup>ii</sup>

### Alcance del Producto


Alcance del producto/servicio	--	-	E	+	++
? Servicios de logística					
A pequeños y medianos comerciantes				?	
A empresas					?
Servicios de ayuda técnica				?	
Servicio móviles					?
Integración con plataformas existentes					?

### Alcance del Mercado

Proporcionar el servicio a pequeños y medianos comerciantes, así como también a empresas que utilizan mensajería dentro de la ciudad.

Se apunta a un mercado con poder adquisitivo medio. Claramente se apunta a personas con conocimientos básicos en Internet, y con un nivel de estudios medio-alto.

Alcance del mercado	--	-	E	+	++
Pymes con transacciones online					?
Necesiten un servicio rápido				?	
Individuos de ingresos medios				?	
Con acceso a Internet					?
Secundario completo				?	
Individuos entre 18 y 35 años				?	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 20	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno: Pablo José Cósimo		Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana	
	Proyecto: EntregaYa!			

## Alcance Geográfico

El mercado en el cual vamos a comenzar a operar

Alcance geográfico	--	-	E	+	++
? Argentina					
Capital Federal					?
Gran Buenos Aires				?	
Córdoba				?	
Santa Fe					?
Entre Ríos				?	
Mendoza				?	

## Competencias Únicas

La utilización de nuevas tecnologías junto a una mirada desde un ángulo diferente el mercado de comercio electrónico nos lleva a una posición privilegiada respecto al resto. Nuestro mayor capital es nuestra gente. La implementación de la solución tecnológica posee costos bajos y un servicio puerta a puerta.

Queremos ser el medio predilecto de nuestros clientes a la hora de pensar en distribución de sus productos. Estamos comprometidos con la expansión a diferentes lugares de nuestro país y al crecimiento tanto de nuestros clientes como de nuestros proveedores. La confianza que se genere por parte de nuestros clientes pasará a ser el haber de nuestra empresa.


Valoramos los servicios prestados por nuestros proveedores recompensándolos a través de una preferencia del público, lo que se traduce en más ingresos.

Generamos una mayor distinción a aquellos comerciantes que utilizan nuestros servicios ya que a través de bajos costos y una presencia distinguida de nuestros proveedores en el momento de realizar las entregas.

Brindamos seguridad al cliente, para que deposite su confianza en el momento de recibir las entregas, lo que va a permitir que éste confíe sus pagos a través del mismo medio.

## Misión

Suministrar un servicio superior sobre la base de nuestros principios tradicionales de integridad y seguridad.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 21	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

Deberemos ser un ícono entre las empresas de logística online por nuestra forma de llegar a nuestros clientes en nuestro país. Nuestra organización brinda a sus empleados un ambiente laboral armonioso y dinámico lo que nos permite tener los individuos mejor calificados.

## Visión

Afianzarnos en el mercado local como una empresa de logística seria que nos permita incursionar en el mercado de las provincias del interior para que nos permita crecer a lo largo y ancho de nuestro país.

## Propósito estratégico

Lograr ser el servicio de logística número uno elegido por el público. Para ello, desarrollaremos nuestras actividades dentro de un marco colaborativo en nuestra empresa, aceptando sugerencias de nuestros clientes, enfocándonos en una rápida respuesta a sus necesidades.

Queremos lograr por medio de la oferta de muchos servicios de entrega que se bajen los costos de envío, generando competencia entre ellos dentro de las diferentes zonas de la región.

Debemos superar la barrera de desconfianza o desconocimiento de la tecnología que brindamos para beneficio de las partes involucrada.

En cuanto nos establezcamos como herramienta de uso masivo en línea podremos acceder a empresas que trabajen con este mismo medio y facilitar nuestro ingreso.

La integración de nuestro servicio con los de las empresas ya existentes nos fortalecerá nos permitirá formar alianzas permanentes, que nos abrirán las puertas a otras regiones dentro de nuestro país.


Como valoramos el tiempo de nuestros clientes ofrecemos un servicio de logística a través de internet que es único en su especie.

## Desafíos

- Aumentar la penetración de los productos en el mercado.
- Innovación en atributos del producto.
- Desarrollar nuevos productos y servicios asociados.
- Mejorar el estilo de vida de los consumidores.
- Mejorar los canales de distribución.

### ***1.6 Identificación de la oportunidad de negocio***

¿ Que está sucediendo en el comercio en línea actualmente ?

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 22	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Diariamente se realizan innumerables de operaciones de comercio electrónico alrededor del mundo.

En nuestro país existe una tendencia de crecimiento notable durante los últimos años, se ha visto reflejado con 1000 millones de dólares durante el 2009 con expectativas de crecimiento de un 26% en estos años venideros.

Existen muchas empresas que realizan comercio electrónico en nuestro país, entre las cuales MercadoLibre.com, como es de esperarse una empresa en plena expansión comenzó a abrirse en el mercado nacional ofreciendo nuevos servicios financieros como ser el MercadoPago, el cual consta en recibir los depósitos por las ventas realizadas y ocuparse de la financiación de los productos vendidos.

Tal fue la magnitud de la implementación de este servicio, que en el año 2010 se registraron 7 millones de operaciones utilizando esta modalidad.<sup>iii</sup>

Los medios de pago más comunes para estas modalidades son el pago contra reembolso, depósitos o transferencias, algunos de estos medios de pago suelen tener demoras de hasta 48hs.

En este rubro existen empresas como PayPal en la cual los clientes depositan su confianza para realizar los pagos, pero aquí en la Argentina, este medio no está tan difundido aunque globalmente solamente de operaciones a través de dispositivos móviles registra 6 millones de transacciones. A su vez, a través de su portal shopping.paypal.com ha comenzado a ofrecer productos con descuento.


Otro aspecto a tener en cuenta es la desconfianza que muchas veces frena la compra en línea, principalmente el problema con la forma de pago o los diferentes medios, según estudios realizados por la CACE, el 24,3% de los usuarios se resisten a comprar por internet por estos motivos.<sup>iv</sup>

Otro punto a tener en cuenta es el envío de mercancías adquiridas por medios electrónicos es que se utilizan principalmente el correo, entrega personal y reparto en motos de mensajería.

### **Oportunidad**

Podemos agregar nuestro servicio dentro de la operación comercial que realizan estas empresas del rubro de ecommerce que no completan circuito de adquisición de un producto.

En breve, este tipo de empresas van a querer cubrir todo el espectro completo de la operación comercial, brindando también el servicio de reparto. Por ello, es importante posicionarse en este mercado, comandado por unas pocas empresas que se dedican al reparto de productos de manera de tener un servicio preferido por los clientes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 23	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Por otro lado, tenemos pequeños sitios de ecommerce que poseen logística de distribución, por lo que les ofreceremos una amplia gama de servicios de disponibilidad.

El negocio propuesto tiene como uno de sus fuertes la seguridad que se le brinda a los usuarios intervinientes en dos aspectos, por un lado la identificación del individuo que traslada la mercancía y por otro, ofrece a su vez la cobranza del mismo.

Tenemos la oportunidad de ingresar en este mercado donde otras empresas de logística todavía no han ingresado. Permitiremos que nuestros proveedores crezcan a la par nuestra y traeremos una unificación de los costos de traslado de mercancías.

### **1.7 Capacidades centrales**

Nuestro equipo de trabajo está formado por profesionales especializados tanto en el área de logística como también en informática. Poseemos la capacidad de brindar soluciones están fuera del ámbito local ya que nuestra mirada es a un futuro de crecimiento.


La unión de profesionales de diferentes ramas nos permite formar una simbiosis de pensamientos para llegar a nuestros objetivos como empresa, nos permite tener una base sólida y una fuente constante de intercambio de ideas y conocimientos.

Poseemos de la facilidad de adaptarnos a los cambios que imponga el mercado, ya que fundamentalmente somos una empresa de sistemas con experiencia en desarrollo según metodologías ágiles.

Otra capacidad fundamental es un vínculo constante con nuestros clientes, ya que esta solución, a partir de revisiones se verá mejorada con las sugerencias de nuestros clientes.

### **1.8 Propuesta de valor para el cliente**

- Permite brindar un servicio al cliente con costos unificados.
- Permite tener una mejor comunicación con el cliente y poder mejorar su experiencia personal.
- Permite facilitar la operatoria comercial.
- Disminuir ampliamente costos operativos.
- Desliga responsabilidades de distribución, el cliente no tiene que moverse.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 24	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

- Brinda seguridad a las partes
- Facilita las cobranzas a domicilio, ya que en la entrega puede arreglarse el pago.

### **1.9 Valores nucleares de la organización**

Nuestra empresa valorará tanto a sus clientes y proveedores como a sus empleados, por ello se espera que el trato mutuo represente fielmente los valores humanos, realizando el respeto, el compromiso y la mejora continua.

Creemos que los siguientes valores nos permitirán alinear nuestros esfuerzos para lograr nuestro propósito estratégico.

- Apertura al cambio.
- Buen clima laboral. Ambiente que permite el intercambio de ideas.
- Innovación constante.
- Empleados proactivos.
- Velocidad de respuesta.
- Desarrollo de vínculos personales dentro de la organización, clientes y empresas asociadas

### **1.10 Enfoque e iniciativas estratégicas**


Nuestro enfoque estará en realizar una penetración en el mercado ya que requerimos tener primero una participación en el mercado para alcanzar nuestro crecimiento.

Entre las herramientas para lograr este objetivo se encuentra:

Aumento de la inversión publicitaria impulsada por nuestros proveedores para obtener mayores beneficios al momento de realizar las entregas y por nosotros a través de la red global.

La fidelización de clientes por medio de nuestra propuesta de valor al cliente.  
Una mayor penetración en el canal de distribución a través de la creación de acuerdos con empresas de ecommerce y el ampliamento de la cartera de empresas de reparto.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 25	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

		PRODUCTOS	
		Actuales	Nuevos
MERCADOS	Actuales	PENETRACIÓN DEL MERCADO	LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS
	Nuevos	DESARROLLO DEL MERCADO	DIVERSIFICACIÓN

Buscaremos de incrementar el número de consumidores o usuarios, a su vez elevar el nivel de penetración y/o aumentar la frecuencia de compra al brindarles la seguridad y confort que ellos buscan. Si esto se logra, como consecuencia se logra incrementar su participación de mercado y, por ello los niveles de ingresos.


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

Para que nuestro negocio tenga éxito estratégico, se requieren resultados principalmente en las siguientes áreas:

- Desarrollo de nuestro producto: Se requiere como primera instancia para poder ofrecer al mercado los beneficios de su utilización.
- Publicidad del producto: Permitirá hacer conocido el producto como herramienta clave tanto para clientes como para proveedores. En cuanto a los clientes les brindará opciones de entrega y mejoramiento de costos. Y en cuanto a los proveedores mayores ingresos tanto económicos como publicitarios.
- Desarrollo de proveedores: Captar la mayor cantidad y variedad dentro de las zonas geográficas, para poder establecer diferencias entre los costes. Conseguir proveedores con máximos y mínimos, nos permitirá hacer que el cliente pueda comparar los diferentes costes.

Es importante lograr que los mismos se integren a nuestra empresa, como "socios" de negocios para poder formar parte de nuestra cartera de oferentes.

- Atención al Cliente: Tener contacto con empresas que se dediquen al comercio en línea para la distribución de productos dentro de las áreas donde se concentran las empresas de mensajería, serán los primeros clientes en captar el valor que se puede brindar a través nuestro.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 26
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

## 1.12 Ingreso al sector: estrategias de inserción

Si nos basamos en las estrategias competitivas que propone Porter, nos posicionaremos en el sector ofreciendo un servicio que nos permitirá ser generadores de mercado. Estamos ofreciendo algo que los competidores todavía no han logrado imitar ni copiar. Utilizando una estructura que nos permite alcanzar segmentos de mercado industrial y de consumo que nos permitan posicionarnos mejor.

		Ventajas Competitivas	
		Bajo Costo	Diferenciación
Alcance del Mercado	Amplio	LIDERAZGO EN COSTOS	DIFERENCIACION
	Restringido	CONCENTRACION EN COSTOS	<b>CONCENTRACION EN LA DIFERENCIACION</b>

Si bien, nuestra posición está restringida a determinado mercado, podemos ofrecer un servicio que sea justamente diferenciado del resto, ya que posee características únicas en su desempeño y alcance.

En la fase inicial, la estrategia estará focalizada en la inserción en el mercado.

Mediante campañas publicitarias en diversos medios gráficos y en Internet, el objetivo es lograr el conocimiento del portal por los usuarios finales.


Se trabajará promocionando principalmente en empresas ya conocidas por el personal de nuestra empresa que están dentro del ámbito cerealero e informático. Más adelante en la segmentación se definirán propiamente los mercados.

Pondremos todos nuestros esfuerzos en lograr una aplicación robusta, ágil para la utilización a través de Internet, y flexible para tomar cambios, modificaciones, o simplemente agregar módulos que surjan en la fase de introducción.

Se realizarán pruebas de nuestro producto, recalcando las bondades de utilizar el cuarto canal para que nuestros potenciales proveedores y clientes puedan destacar y entender los beneficios de su utilización.

### Nuestras iniciativas

- Optimización de los procesos operativos

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 27	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

- Optimización de todos los canales de comunicación con el cliente
- Optimización de costos
- Agilidad, innovación y flexibilidad
- Capacitación continua

**Acuerdos:** Buscar acuerdos con empresas que poseen servicios de comercio electrónico como ser MercadoLibre, DeRemate, MasOportunidades, BuscaPe, cadenas como Musimundo, Jenny, El Ateneo, Ticketek, TicketMaster, Top Show. TuEntrada y empresas de mensajería locales.

## Selección de la estrategia

La estrategia seleccionada en base al análisis realizado pertenece a una *Solución Integral para el Cliente* ya que estamos enfocados en la economía que le podemos llegar a brindar al mismo y requerimos él para recibir un aprendizaje sobre sus necesidades.

Nuestros proveedores se verán integrados dentro de nuestra operatoria de manera constante por ello, serán una parte importante dentro nuestro negocio y se verán apoyados de manera que puedan mejorar su gestión de servicio.

## 2 Análisis estratégico

### 2.1 Análisis de Contexto

#### 2.1.1 Descripción del escenario local


La república Argentina posee un sistema de gobierno democrático que permite ciertas facilidades para la inserción de nuevas empresas de tecnología promoviendo actividades, congresos e incentivos en este periodo de gobierno.

El mercado informático en Capital Federal, está conformado por empresas del ámbito del software y hardware que pertenecen a filiales de empresas tanto locales como extranjeras.

Las empresas de software, en su mayoría, trabajan para mercados extranjeros por ser un país donde la mano de obra y la calidad del trabajo resulta ser conveniente para este tipo de emprendimientos.

Durante este año nuestro país se enfrenta a diferentes procesos eleccionarios que redefinirán el curso del país y deberá ser tenido en cuanto antes de comenzar cualquier emprendimiento comercial

El panorama actual argentino ofrece buenas perspectivas de crecimiento, pero matizadas por indicadores que encienden una señal de alerta.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 28		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

A la hora de analizar los distintos sectores, cada uno tiene una visión particular que aportar.

### **Crisis Energética**

El Gobierno no se preocupa y minimiza la crisis, que hizo caer la producción de las empresas durante el invierno. Durante esta primavera, se ha superado, pero no solucionado, porque las medidas de fondo no fueron tomadas.

Recordemos que hace poco se realizó la apertura de la nueva planta de energía eléctrica luego de varias medidas tomadas, en los años anteriores para cambiar el huso horario y regular la actividad industrial por medio de campañas y controles sobre el uso de la electricidad.

### **Mercado Inmobiliario**

Creció mucho en los años mencionados anteriormente en Buenos Aires, sobre todo en viviendas y no tanto en inmuebles comerciales. Los fondos para estas inversiones vienen de ahorros y de las ganancias de los últimos años.

Los créditos hipotecarios todavía no son accesibles para la gran mayoría, se están utilizando muchos fideicomisos inmobiliarios para realizar construcciones edilicias dentro de la ciudad.

Pero se están gestando nuevos problemas de abastecimiento eléctrico, agua y problemas cloacales, ya que se están construyendo edificios en zonas donde eran predominantes las propiedades horizontales. Lo que genera problemas con el mercado local.


Muchas empresas de tecnología buscan establecerse en ubicaciones geográficas dentro de la Capital Federal donde obtienen exenciones impositivas considerables.

### **Infraestructura Vial**

Argentina tiene un déficit muy grande en infraestructura para el transporte. Ampliación de rutas, dragado de ríos, adecuación de puertos, compra de radares, reconstrucción de vías y de material rodante, son algunas de las múltiples necesidades de un país que en los últimos cincuenta años o no invirtió o dejó esta inversión en manos del sector privado generando, esta última, altísimos costos y falta de adecuación a una visión sistémica que sólo puede dar la planificación estatal.

En este sentido, existen dos cuestiones a abordar: la infraestructura, la construcción y/o adecuación de caminos; y la regulación ya sea del tránsito como de los vehículos tanto de transporte de cargas como de pasajeros.

En cuanto a infraestructura la cuestión está administrada, a nivel nacional por el OCCOVI (Ente de Control) y por la Dirección Nacional de Vialidad.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 29	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

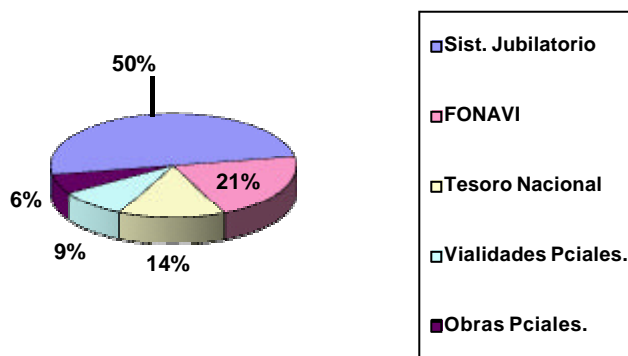
Esencialmente las rutas nacionales se dividen entre las concesionadas que son administradas por el OCCOVI y las no concesionadas que mantiene la DNV.

El OCCOVI nació siendo un ente regulador de las concesiones de rutas nacionales. Los concesionarios de rutas nacionales por peaje actualmente cobran un peaje que depositan en un fideicomiso, (Decreto 425/03 y Resol.278/03) luego de retener un monto establecido. Con la recaudación de este fideicomiso el OCCOVI realiza las obras nuevas de infraestructura necesarias para ampliar la red vial. El mantenimiento está a cargo del concesionario.

La DNV es la encargada de realizar las obras nuevas en el resto de la red vial. Para ello se financia con fondos provenientes del Tesoro Nacional y de créditos provenientes del Banco Mundial.


Históricamente el mantenimiento de las rutas se financió con el impuesto a los combustibles. El déficit en el sistema de seguridad social que provocó la creación del sistema de AFJP, fue una aspiradora de recursos durante los años 90. En este marco este impuesto se afectó para financiar la seguridad social y el mantenimiento de las rutas se vio desfinanciado. Actualmente con el superávit existente en el sistema de seguridad social podría reverse esta situación y retornar la afectación del impuesto a los combustibles al mantenimiento de las rutas. Por otro lado sería importante analizar los peajes tanto en sus valores como en la ubicación de las casillas, no suprimiendo todos sino manteniendo sólo aquellos que por su costo no desvirtúe el costo del transporte.

Los criterios distribución del impuesto a los combustibles, sigue aproximadamente estos porcentuales:



## 2.1.2 Factores económicos

Para algunos especialistas en materia financiera opinan que la liquidez local e internacional permite estructurar nuevos productos de inversión y financiamiento para empresas e individuos, en excelentes condiciones. Lo que genera que los inversores están más abiertos a nuevas opciones.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 30		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

Por otro lado, otros opinan que una vez salidos de la crisis de 2001 era necesario poner en marcha algunas medidas y reformas que no fueron hechas y en consecuencia hay un deterioro paulatino que va mellando el sentimiento de inversores, locales y del exterior.

El mercado financiero argentino no ha sido ajeno a la reciente crisis de liquidez en los mercados mundiales. Esta crisis ha impactado aquí más fuertemente que en el resto de Latinoamérica.

En líneas generales se observa una positiva respuesta del mercado local al crecimiento de la economía y se ha visto potenciado en el mercado del lujo.

Para Federico Bünsow (Puente Hnos) no prevé “ninguna crisis financiera en la Argentina o en el exterior que pueda afectarnos. Sí puede haber algo de volatilidad financiera proveniente del exterior, pero tenemos herramientas para controlarlo. En el ámbito local, no esperamos que cuestiones políticas (elecciones nacionales) puedan afectar el desarrollo de la economía; sí otras consideraciones internas, como la energética, pero tampoco en una forma drástica”. Bünsow también apunta que si bien Austria –que tiene importantes excedentes para invertir en proyectos financieros y productivos- no cuenta con una participación relevante en su sector de actividad, sí podría lograrlo con facilidad. Para ello, el principal desafío argentino –interviene Magdalena Brennan- es “reinsertarse en el plano internacional”. “El terreno perdido es impresionante. Retomar la presencia requerirá decisiones mayores, como acercarse al FMI y negociar con el Club de Paris. En ese entorno sería fundamental dialogar y acercarse a la Unión Europea, principalmente a Austria como miembro destacado”, subraya. Ferdinand Porák coincide: “El pronóstico para el próximo año en cuanto al crecimiento del PBI sigue siendo alentador, pero hay problemas puntuales que de no ser controlados por el futuro gobierno pueden llegar a afectar toda la economía”.


## Inflación

Inflación, sin duda, es una de las palabras clave para los próximos años, el gran desafío lograr un equilibrio. Los precios van a seguir aumentando en todo los sectores de la economía. En el mercado del Real Estate (Mercado Inmobiliario), la demanda sigue siendo fuerte, aunque la oferta de viviendas va a ser mayor también. Los precios van a seguir subiendo en tasas altas

En un estudio realizado por la CCAA, el 86% de los empresarios encuestados opinó que las medidas actuales para controlar la inflación son inapropiadas. Asimismo, el 69% de las empresas consideró a la tasa de inflación como la principal barrera para el crecimiento.

## Tipo de cambio

Debemos tener presente que el tipo de cambio actual no nos favorece para la adquisición de equipamiento (hardware) y licencias de aplicativos en general, llámese sistemas operativos, paquetes de oficina, base de datos, comunicaciones, etc. (software); por otro lado la paridad cambiaria actual no afectará en la adquisición del

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 31		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

servicio dado que los mismos estarán en moneda local, y aunque su valor sea superior en un principio frente a la competencia, no dejará de ser accesible.

## Desempleo en la Argentina

Área geográfica	Actividad	Empleo	Tasas de		Subocupación demandante	Subocupación no demandante
			Desocupación	Subocupación		
Gran Buenos Aires	47,8	44,0	7,9	9,1	6,0	3,1
Cuyo	41,1	39,2	4,6	6,7	5,7	1,0
Noreste (NEA)	36,5	35,4	2,9	2,9	2,3	0,6
Noroeste (NOA)	42,4	39,2	7,6	8,8	6,7	2,1
Pampeana	46,2	42,6	7,8	7,9	5,9	2,0
Patagónica	44,9	42,2	6,1	3,8	2,5	1,3

Fuente : INDEC, Encuesta Permanente de Hogares Continua.

## IPC


### Índice de precios del consumidor

	Índice		Variación porcentual	
	base abril 2008 = 100		respecto del mes anterior	respecto de diciembre 2009
Nivel general, bienes y servicios	Marzo 2010	Febrero 2010		
<b>Nivel general</b>	<b>115,56</b>	<b>114,26</b>	<b>1,1</b>	<b>3,5</b>
Bienes	116,11	114,53	1,4	
Servicios	114,63	113,79	0,7	

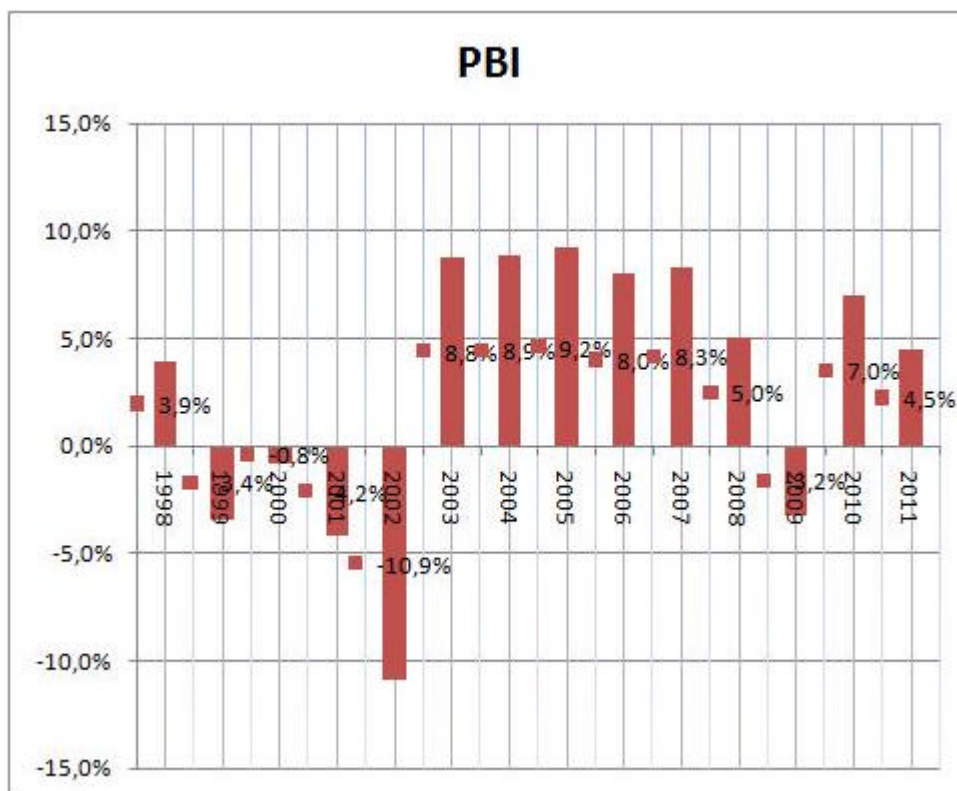
Fuente: INDEC.

## PBI

El 2011 cerrará el año con uno de los mayores crecimientos de PBI de la historia argentina. Los valores proyectados se acercarán al 7%, y esta proyección tendrá un efecto arrastre al **PBI Argentina 2011** con un piso de crecimiento de alrededor del 4,5%.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 32
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo		Legajo: 34281
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

Sin duda, son unas proyecciones excelentes. Para su mayor entendimiento comparativo, aquí le dejamos el histórico de PBI en los últimos 12 años.



En lo que hace al primer trimestre del año, el INDEC dio cuenta que los sectores productores de bienes tuvieron un incremento del 5,8 por ciento, y los servicios el 6,4, siempre en la comparación interanual,


También la Inversión Interna Bruta Fija mostró un avance del 13,1 por ciento, al tiempo que el consumo público avanzó el 8,4 y el privado el 8,3 por ciento.

La suba de la inversión interna bruta fija, estuvo alentada por un incremento de 5,1 por ciento en la inversión en construcciones y el aumento del 25,5 en equipo durable de producción.

Dentro de este último agregado, para el componente nacional se estimó una crecimiento del 3,3 por ciento y para el componente importado del 41,6 por ciento.

En medio de este panorama, el Gobierno lanzó la Línea de Financiamiento del Bicentenario para promover inversiones y alentar la producción. Este fondo cuenta con 8.000 millones de pesos, y son créditos a cinco años, a tasa fija del 9,90 por ciento.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 33	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

### 2.1.3 Factores políticos

Estamos en un año de elecciones por lo que el ámbito político se encuentra en pleno movimiento, actualmente se está definiendo el nuevo jefe de gobierno. En Agosto, se realizarán las elecciones primarias, para definir los candidatos para la presidencia de la nación y en octubre se realizarán las elecciones sobre los candidatos.

Se están gestando nuevas expectativas sobre el nuevo gobierno y los cambios que se esperan de este desde los diferentes sectores sociales e industriales por lo que hay cierta incertidumbre sobre el curso de las políticas que se adoptarán a futuro en muchos ámbitos.

Se pueden observar cambios en la forma en que se presentan los candidatos y la exigencia de la sociedad busca el confrontar ideas políticas por medio de debates televisados que buscan ser formadores de opinión más allá.

En el contexto nacional se ha avanzado en un Marco Regulatorio propicio al desarrollo de la actividad tecnológica, basado inicialmente en:

- Proceso de desregulación del mercado de las telecomunicaciones.
- Reconocimiento de la producción de software como actividad industrial.
- Ley de Promoción de la Industria del Software.

Por otro lado, en lo que a I+D se refiere, el financiamiento del Estado es de particular importancia para la investigación básica. En este sentido se viene avanzando fuertemente:


- Programas de I+D financiados por el CONICET.
- La SECyT tiene programas para la financiación de actividades de I+D a través del FONTAR, FONCYT y FONSOFT.

Adicionalmente se ha creado recientemente la Fundación Instituto de Investigación y Desarrollo en las Tecnologías de la Información y Comunicaciones, Dr. MANUEL SADOSKY, la misma de origen público-privada es desde donde se plantean iniciativas de I+D cofinanciadas.

Desde otra órbita de aplicación, la SEPYME, ha elaborado un conjunto de instrumentos financieros, que complementan y colaboran con el desarrollo de las PyMEs SSI.

#### Emprendedores

Se están impulsando líneas de financiamiento para incentivar la creación de nuevas empresas TI y fortalecer las recién nacidas, a través de la SEPYME y la SECYT.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 34	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

Se están creando nuevas líneas de financiamiento para fortalecer los Centros de Emprendedores TI.

### Asociatividad y Regionalidad

Se está facilitando la instalación de parques, polos y clusters tecnológicos, donde puedan radicarse empresas de manera asociativa, entidades y centros de I+D.

### Propiedad Intelectual

Existen leyes de propiedad intelectual y calidad de software que a través de iniciativas del gobierno comienzan a transformarse en legislaciones más complejas. Incluso se están comenzando a incluir en legislaciones bancarias (BCRA) la utilización de documentos electrónicos certificados y encriptados para el traslado de información.


Podemos citar algunas de las leyes y decretos como ser:

- Ley 25326 – Ley de Protección de Datos Personales
- Anexo II del Decreto 427/98 de PEN (autoriza la firma Digital)
- Resolución 45/97 Sec. Función Pública (empleo de la tecnología de firma digital)
- Resolución SAFJP 293/97 (Incorporación del correo electrónico, firma digital)
- Ley 11723 - Copia ilegal de Software y otros formatos digitales
- Art. 43 de la CN – Habeas Data
- Art. 1012 del Cod.Civ. – Condiciones esencial para la existencia de todo acto bajo forma escrita (Firma Digital)
- Resolución S.C. N° 338/2001 (14/09/2001) - Anteproyecto de Ley de Regulación de las Comunicaciones Publicitarias por Correo Electrónico
- Resolución S.C. N° 476/2001 (26/11/2001) - Anteproyecto de Ley de Delitos Informáticos
- Resolución S.C. N° 333/2001 - Anteproyecto de Ley de Protección Jurídica del Correo Electrónico

### Elecciones Jefe de Gobierno

La primera vuelta de las elecciones para jefe de gobierno se celebraron el día 10 de julio del corriente año. En estas se presentaron tres candidatos fuertes:

- El actual jefe de Gobierno, **Mauricio Macri**, por el PRO, en busca de una reelección, con una relación con el gobierno un tanto desgastada por las políticas muchas veces contradictorias al gobierno de Cristina Kirchner. Hubo muchos conflictos en los últimos meses con respecto a la toma del parque

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 35	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


Iberoamericano, en el cual el actual jefe de gobierno culpa al gobierno por el manejo de las fuerzas de seguridad pública, y con respecto a la inauguración de Tecnolopis, por citar algunos eventos.

- **Daniel Filmus** del Frente para la Victoria(PJ), este candidato se alinea al partido del actual gobierno, acusa de campañas “sucias” al actual jefe de gobierno. Actualmente se encuentra como querellante ante la causa sobre llamadas realizadas relacionando al padre del candidato con los hermanos Schoklender y la maleversación de fondos de la Asociación de Madres de Plaza de Mayo.
- **Pino Solanas** – Movimiento Proyecto Sur, diversas asociaciones e iniciativas culturales. Es el principal denunciante sobre acciones de corrupción tomadas durante el menemismo y del escándalo de IBM – Banco Nación.

En el escrutinio de la primera vuelta el actual jefe de gobierno obtuvo un 47.08% de votantes, seguido por un 27.78 de Daniel Filmus, por lo que el 31 de julio del corriente año se celebrará el ballottage.

Según diferentes encuestadoras el panorama para la segunda vuelta es el siguiente:

Fecha	Encuestadora	Mauricio Macri	Daniel Filmus
jun-11	OPSM	<b>44,60%</b>	42,10%
jul-11	Consultora Equis	<b>43,90%</b>	42,80%
jul-11	Poliarquía	<b>52,10%</b>	32,80%

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 36
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

## Elecciones Presidenciales


Las elecciones presidenciales comenzarán con una pre-elección de candidatos a realizarse en el mes de agosto, en la cual se esperan que participen todos los candidatos de los partidos políticos para luego celebrar las elecciones definitivas, si es que no se llega a segunda instancia en octubre.

Por hora, según diferentes encuestadores el panorama es el siguiente:

Fecha	Encuestadora	Cristina Fernández	Ricardo Alfonsín	Eduardo Duhalde	A. Rodríguez Saá	Elisa Carrió	Hermes Binner
oct-10	OPSM	35.7%	16%	-	-	-	-
oct-10	Ibarómetro	44.5%	-	8.1%	-	-	-
nov-10	Poliarquía Consultores	48%	19%	-	-	-	-
dic-10	Consultora eQuis	44%	6.1%	5.3%	-	-	-
dic-10	Consultora Analogías	42.3%	17%	-	-	-	-
ene-11	OPSM	34%	14%	5%	-	-	-
ene-11	Ibarómetro	40%	12.1%	10.4%	-	-	-
feb-11	Managment & Fit	27.1%	6.6%	4.3%	-	-	-
abr-11	CEOP	45.9%	10.6%	6.8%	-	3.3%	-
abr-11	OPSM	37.2%	14.3%	6.6%	-	7.2%	-
may-11	Ricardo Rouvier y Asociados	49.8%	22.3%	6.6%	6%	4.8%	-
may-11	Ibarómetro	44.6%	12%	-	9%	-	-
jun-11	CEOP	48.2%	12.8%	7.5%	5.5%	5.9%	4.3%
jun-11	Managment & Fit	33.4%	15.3%	5.8%	7%	4%	5.1%
jun-11	OPSM	48.6%	11.8%	7.7%	5.5%	4.7%	6.8%

## Partido Justicialista

El Partido Justicialista aparece dividido en dos facciones. Por un lado se encuentra el Frente para la Victoria, mientras que por el otro se halla el peronismo disidente (rama conservadora) dividido en dos espacios: Unión Popular y Peronismo Federal. Al ser frentes políticos, cada uno definirá su propio candidato

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 37
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

en internas abiertas, obligatorias y simultáneas, según lo establece la ley electoral argentina.

### Frente para la Victoria

**Cristina Fernández de Kirchner:** Actual Presidenta de la Nación Argentina. El 21 de junio de 2011 confirmó públicamente su postulación para la reelección

La actual mandataria recibe el apoyo manifiesto de diversos sectores, entre ellos: el secretario general de la Confederación General del Trabajo (CGT) Hugo Moyano,[9] el secretario general de la Unión Obrera Metalúrgica (UOM) Antonio Caló,[10] el Secretario General de la Federación de Tierra y Vivienda (FTV) y Central de Movimientos Populares (CMP) Luis D'Elía, así como también el de varios gobernadores, legisladores, funcionarios, las asociaciones de Madres y Abuelas de Plaza de Mayo (presididas por Hebe de Bonafini y Estela de Carlotto, respectivamente) y Hugo Chávez (Presidente de la República Bolivariana de Venezuela) quien afirmó, durante la entrega de una distinción en la Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata, que la mandataria "es la mujer que Argentina necesita ahora para seguir con el rumbo de esta nave".


Según encuestas realizadas en junio de 2011 por la consultora Management & Fit y el Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP) posee entre un 33% y 49% de intención de voto, respectivamente.

Su compañero de fórmula será Amado Boudou, actual Ministro de Economía y Finanzas Públicas desde el año 2009.

### Unión Popular

**Eduardo Duhalde:** Ex Vicepresidente de la Nación (1989-1991), ex Gobernador de la Provincia de Buenos Aires (1991-1999) y ex Presidente interino de la Nación por aplicación de la Ley de Acefalía entre enero de 2002 y mayo de 2003. Lanzó formalmente su precandidatura presidencial el 20 de diciembre de 2010 en un acto en Costa Salguero ante cinco mil personas, con un discurso que duró poco más de cuarenta minutos. Se presentó como el candidato capaz de "pacificar y ordenar" la Argentina, apelando en varias oportunidades al apego al orden y la ley. Duhalde puso como ejemplos a varios presidentes latinoamericanos, tal es el caso de Lula da Silva, Michelle Bachelet y José Mujica; además estableció cuatro puntos principales de su propuesta electoral: políticas de Estado, la restitución de la autoridad y de la paz, la plena vigencia de los derechos humanos "del pasado, del presente y del futuro" y la construcción de un progresismo moderno "con respeto a las instituciones democráticas". Aseguró que con el jefe de gobierno porteño, Mauricio Macri, y otros sectores políticos, ha firmado acuerdos de políticas públicas y que existe la posibilidad de futuras conversaciones.

Participó en la preinterna partidaria por regiones del Peronismo Federal frente a Alberto Rodríguez Saá pero, ante graves entredichos con su contrincante,

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 38		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

decidió abandonarla y posteriormente alejarse del partido formando un nuevo espacio denominado "Unión Popular". Su compañero de fórmula será Mario Das Neves, gobernador de la Provincia del Chubut.

### Peronismo Federal

**Alberto Rodríguez Saá:** Actual Gobernador de San Luis (2003-2007 y reelecto hasta el año 2011). Cerró su campaña el 31 de marzo de 2011 con un acto en el Predio Ferial de La Rural en el cual hizo un repaso de su gestión en San Luis y proyectó sus logros en la provincia a la Nación como parte de su plan de gobierno.

### Unión Cívica Radical

**Ricardo Luis Alfonsín:** Actual Diputado Nacional e hijo del ex Presidente Raúl Alfonsín, quien gobernó entre 1983 y 1989. Lanzó su precandidatura presidencial el 3 de diciembre de 2010 con un acto presenciado por treinta mil personas en la intersección de la calle San José y Avenida de Mayo (Capital Federal).


Su eslogan de campaña es "transformar el crecimiento en desarrollo". Manifestó que la prioridad en su plan de gobierno estará centrada en terminar con la pobreza extrema (piensa en un Plan Crianza que contenga a los menores de 5 años), modernizar la matriz energética, darle valor agregado a la industria, federalizar los recursos y acercar la ciencia y la tecnología a la producción, entre otros ejes.

Fue declarado candidato oficial del partido tras el abandono de la candidatura presidencial por parte de Ernesto Sanz y Julio Cobos. En junio confirmó que su compañero de fórmula será Javier González Fraga, economista y expresidente del Banco Central, a la vez que oficializó un acuerdo electoral con Francisco De Narváez, integrante de Unión Celeste y Blanco (rama conservadora del Partido Justicialista).

### Coalición Cívica

**Elisa Carrió:** Actual Diputada Nacional desde 2009, fue electa además en los períodos 1995-2003 y 2005-2007. Ex candidata presidencial en el año 2003 (quinto puesto) y 2007 (segundo puesto). Presentó su candidatura el 12 de diciembre de 2010 en el barrio porteño de Recoleta ante poco más de dos mil personas. Su compañero de fórmula es el diputado nacional Adrián Pérez. En el acto de lanzamiento realizó fuertes críticas al kirchnerismo, al Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (Mauricio Macri) y a la Unión Cívica Radical. También se leyeron adhesiones de la pata radical en la Coalición Cívica y del partido de Patricia Bullrich, Unión por Todos; contó además con la presencia de emisarios de Ricardo López Murphy.

Durante una conferencia en la Universidad de Belgrano, en diciembre de 2010, dio a conocer los dos principales ejes programáticos: una nueva Ley de

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 39		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

Coparticipación "que termine con la chequera que extorsiona a los gobernadores e Intendentes" y una nueva Ley de Educación, al tiempo que afirmó que su gobierno será "el único de los últimos años que va a asumir sin ningún compromiso con las corporaciones económicas o sindicales".

### Partido Socialista

**Hermes Binner:** Actual Gobernador de la Provincia de Santa Fe (desde 2007), y ex Intendente de la Ciudad de Rosario. En declaraciones al periodismo en marzo de 2011 comunicó su intención de ir como candidato a la presidencia y volvió a distanciarse de Rubén Giustiniani, senador y Presidente del Partido Socialista. Es alentado desde Proyecto Sur para encabezar la fórmula presidencial. El 11 de junio de 2011, Binner anunció que se presentará como candidato a presidente y eligió como vicepresidente a la senadora nacional por Córdoba, Norma Morandini.

### Inseguridad

Según estadísticas realizadas por Universidad Torcuato Di Tella, el 33,02% de los hogares consultados, sus integrantes sufrieron algún tipo de victimización por parte de un ataque delictivo.


El trabajo que se realizó es un Índice de Victimización (IVI), que es cuantificar la cantidad de hogares que sufrieron al menos un delito en los últimos 12 meses, sean estos eventos denunciados o no a una autoridad competente.

El informe de la alta casa de estudios condensa los principales hallazgos de las 1206 encuestas de victimización realizadas entre los días 1 y el 12 de abril de 2011. La medición de abril de 2011 estima que el 33.2% de los hogares de Argentina fueron víctimas de al menos un delito en los últimos 12 meses, porcentaje que coincide con el valor observado en abril de 2010. Es decir, que el IVI no tuvo variación anual. Respecto a la medición de marzo de 2011, el IVI subió 3.6 puntos porcentuales.

Las encuestas de victimización se llevan adelante en tres regiones de Argentina, Ciudad de Buenos Aires (CABA), Gran Buenos Aires e Interior, compuesto por: Cuyo (Mendoza, San Luis y San Juan), Noroeste-NOA (Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán), Noreste-NEA (Chaco, Corrientes, Formosa, Misiones), Pampeana (Córdoba, Entre Ríos, Santa Fe y Provincia de Buenos Aires) y Patagonia (Chubut, Neuquén, Río Negro y Santa Cruz).

### Conflictos Sectoriales

- *Agropecuario:* Aumento de las retenciones a las exportaciones generó conflicto con las políticas proteccionistas del gobierno.
- *Medios:* La aprobación de la ley de servicios de comunicación audiovisuales, abarca entre sus puntos la desmonopolización de medios de comunicación principalmente por el grupo Clarín.
- *Sindicato de Camioneros,* generan cortes de rutas, interrupción de servicios de abastecimiento de combustibles y problemas de tránsito dentro de la Capital

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 40	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Federal, en reclamo de ajustes salariales y arreglos con las empresas contratistas de servicios.


- *Transporte público:* Metrovías S.A. empresa responsable de los subterráneos de la ciudad tiene problemas sindicales con sus empleados lo que genera cortes de servicio parciales o totales. La misma cuenta con subvención del gobierno. En cuanto a las empresas de colectivos, las mismas subvencionadas por el gobierno, se han agrupado en pocas empresas y están en continua falta ya sea por el servicio deplorable, como por el estado de los vehículos y dejan de ser empresas en las cuales su capital proviene del servicio prestado sino manipulan la subvención gubernamental para beneficio propio. En el servicio de tren, es común que se produzcan retrasos por conflictos sindicales lo que generan malestar en los usuarios de este servicio, lo que ha provocado conflictos que llegaron al incendio de vagones en zona de Constitución.

### Conflictos Sociales

- Jubilados: No se aprueba el 82% móvil para los jubilados.
- Salud: Las obras sociales vienen aumentando de manera constante sus precios influidos por la inflación vigente. El sistema de salud público argentino se ve bastante deteriorado, no se están haciendo obras en los hospitales.
- Educación: La toma de escuelas por parte de alumnos, es moneda corriente en nuestro país por las condiciones deplorables de las mismas.
- Desnutrición infantil
- Pobreza
- Inseguridad Vial
- Mega Minería, especialmente en Mendoza y San Juan (Barrick Gold)
- Contaminación, Botnia, mineras y otras industrias
- Delincuencia juvenil
- Corrupción
- Drogradicción
- Falta de viviendas
- Mortalidad materna
- Abuso de publicidad oficial del gobierno
- La crisis de energía
- Discriminación, conflictos en la INADI
- Aumento de la canasta básica
- Piqueteros en Capital Federal
- Los trapitos en Capital Federal y Gran Buenos Aires
- Los manteros en la calle Florida

Esta lista no pretende ser exhaustiva, y el análisis de la misma abarca los problemas que más resuenan dentro en lo que va del año.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 41
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

### **2.1.4 Descripción del escenario: escenario–meta**

Encontramos un favorable escenario para la instalación de una empresa de e-commerce ya que podremos utilizar los incentivos gubernamentales necesarios para llevar a cabo la actividad comercial. Sin embargo tenemos que tener en cuenta los problemas relacionados con la importación de equipos electrónicos utilizados para el desarrollo de la tecnología por las barreras arancelarias impuestas sobre los mismos.

Por otro lado, tenemos que tener en cuenta la diferencia de cambio con la que se adquieren este tipo de equipamientos no es favorable aunque el costo de los equipos electrónicos esta en detrimento a medida que avanza la tecnología.

Si confiamos en una gestión que avance con la actividad de TI, para imponer un marco regulatorio que nos permita poseer ciertas garantías sobre propiedad intelectual, calidad y empleos para lo que es el sector de TI podemos asegurar una actividad competitiva.

Con respecto a los problemas de transporte que posee la ciudad, ya sea a nivel local como nacional, nos vemos beneficiados en estos momentos por el tipo de actividad que proponemos como negocio ya que, en el caso de la Capital Federal, se están tomando medidas de planificación urbanística que favorecen el movimiento de vehículos “ágiles”.

La sociedad argentina no está acostumbrada a la utilización de motos y bicicletas, por ello el mercado automotriz continúa en pleno crecimiento, lo que empeora la situación metropolitana, situación que nos favorece para nuestra actividad tenga aun mayor éxito.

No, nos vemos afectados por ningún factor externo ya que el tipo de actividad que vamos a ejercer es del tipo local.


El establecimiento de muchas empresas extranjeras que trabajan online como se Google generan una alerta en el mercado para muchas más empresas quieran ingresar en nuestro mercado, generando así nuevas fuentes de trabajo.

### **2.1.5 Factores económicos**

El mercado de destino donde realizaremos nuestra actividad es el mismo mercado analizado en el punto 2.1.2

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

El sector donde competimos es relativamente nuevo en cuanto al tipo de servicio que se quiere prestar, más allá que existan empresas de correo, ya trabajando, no poseen una estructura puramente de un ecommerce, ya que están sostenidas por grandes estructuras de empresas postales, con sistemas de

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 42	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

distribución complejos, estructuras organizacionales muy amplias y muchos niveles de burocratización.

Las empresas que componen el sector principalmente son OCA y ViaPool, que posee un servicio que puede llegar a contener algún aspecto similar.

La primera empresa está ampliamente desarrollada en el mercado local, y posee oficinas comerciales alrededor del país.

Si nos enfocamos en el mercado de consumidores finales, es importante para nuestro servicio, que haya movimiento en el mercado de los artículos importados en el momento de ver el mercado de consumidores finales, ya que muchas empresas que se dedican a vender este tipo de artículo por medios electrónicos, muchas veces son importadores o distribuidores directos, que venden al público en general.

Los mismos no poseen medios de distribución de productos al por menor lo hace que recurran a otros medios, como ser personales o correo.

Muchos de los productos de tecnología adquiridos por empresas o individuos a través de sitios de internet son entregados en zonas céntricas de la ciudad de Buenos Aires a utilizando de motovehículos y tanto el producto como el servicio de envío son cobrados al instante


En cuanto al mercado de industrial, es común que utilicen servicios de entrega en determinados ámbitos de la industria, especialmente aquellos que explicaremos más adelante en la segmentación. El reconocimiento por parte de este mercado nos permitirá lograr acuerdos para la integración de nuestra plataforma de servicios con otros productos de ecommerce que tengan la necesidad de cerrar el circuito comercial.

Debemos considerar que al ser un servicio en línea es muy sencilla la copia o imitación del mismo.

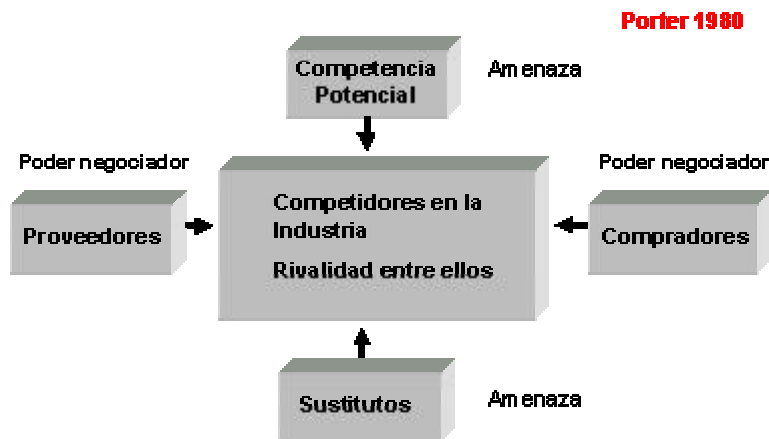
El aumento de usuarios de internet y la propagación de las comunicaciones a diferentes dispositivos móviles permiten lograr tener mayor difusión.

## ***2.2 Análisis de la Competencia***

Según el punto de vista de Porter existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es evaluar objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 43
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

## Las Cinco Fuerzas que guían la Competencia Industrial



### Competencia Potencial

Aquí nos encontramos con empresas ya establecidas en el sector de ECommerce que comienzan a expandir sus servicios entre ellas MercadoLibre, DeRemate.

Aunque también existen empresas como OCA, una empresa de correos que quiere comenzar a ingresar al mercado en línea para colocar sus productos. En el año 2010 comenzaron con la introducción de un servicio similar al nuestro utilizando como base la infraestructura que ya poseen.(e-Pak)


También formaran parte de nuestra competencia aquellas empresas de correo que si bien utilizan la forma tradicional de envío de paquetes, las mismas comienzan a ingresar al mercado en línea. Entre ellas podemos citar Andreani y Correo Argentino, en EEUU, empresas como DHL y Fedex ocupan este lugar aún vacío por empresas locales.

Existen también empresas como ViaPool que si bien es una empresa que comenzó a operar recientemente este año, promete realizar envíos de paquetes a través de internet utilizando mapas para realizar geolocalización de manera similar a como lo hacemos nosotros.

### Compradores

Tenemos empresas que requieren servicios de distribución y clientes que utilizan servicios de entrega para hacer llegar compras realizadas por medios electrónicos.

### Proveedores

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 44	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

Empresas de servicios de mensajería que no cuentan con servicios a través de internet, pero si cuentan con carteras compuestas por empresas de diferentes tamaños.

## Sustitutos

El medio en que nos movemos es muy abierto a la copia e imitación de productos por ello es fundamental lograr un veloz posicionamiento en la mente de los consumidores.

## Barreras de Entrada

Para solventar las imposiciones puestas por las barreras de entrada se indicará un mecanismo concreto para poder evitarlas.

### 1. Economías de Escala

La caída de las barreras geográficas nos permite competir ágilmente contra empresas que se mueven globalmente aunque, existen pocas en el segmento en el que estamos brindando este tipo de servicio. Por ello, debemos enfocarnos en nuestro segmento principalmente que aún sigue virgen.

### 2. Diferenciación del Producto

La mejora continua al producto existente buscando crear la percepción de una calidad más alta.

### 3. Inversiones de Capital

Nuestra empresa posee pocos recursos financieros, pero se buscará acuerdos para lograr incrementar nuestra llegada y capital. Aunque queremos mantener nuestra flexibilidad para poder realizar giros estratégicos necesarios.

### 4. Desventaja en Costos independientemente de la Escala


Aquí poseemos ventaja con respecto a nuestros competidores pues seleccionamos las localizaciones geográficas y nuestras fuentes de ingreso respecto a dos ejes, los proveedores y los clientes, no necesitamos tener presencia en todo el país, lo que reduce nuestros costos y esto no puede ser emulado por economías a escala .

### 5. Acceso a los Canales de Distribución

Para ingresar a canales de distribución preestablecidos tendremos que ofrecer a los Proveedores servicios con comisiones reducidas de manera promocional.

### 6. Política Gubernamental

No existen políticas gubernamentales que nos afecten directa o indirectamente en este momento.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 45	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 2.2.1 Principales competidores directos

Para analizar los competidores directos de nuestro negocio deberíamos revisar aquellos que están funcionando con su negocio en línea.

Actualmente *Via Pool* ([www.viapool.com.ar](http://www.viapool.com.ar)) ofrece:


- Soluciones digitales para la administración de recursos de movilidad orientadas a empresas.
- Reducción de costos
- Cuidado del medio ambiente promoviendo la movilidad sustentable y el desarrollo sostenible de la sociedad.
- Todos los servicios son accesibles a través de un explorador web.
- El cliente abona una suscripción mensual que le permite gestionar y administrar servicios de movilidad (charters, taxis, remises y mensajería) sin necesidad de hardware o software.
- Integración con los sistemas de gestión del cliente para sincronizar las bases de datos de usuarios y automatizar los procesos de facturación de servicios de movilidad en forma clara y ordenada.

Si bien, en su sitio promulgan haber comenzado a operar hace 4 años, recién en abril de este año comenzaron a operar.

OCA ([www.oca.com.ar](http://www.oca.com.ar))

- Ofrece tracking de paquetes en línea
- e-documentos, para el envío de comunicaciones legales en cualquier momento del día
- e-Carta, envío de cartas desde internet
- e-Telegrama, envío de telegramas desde internet.
- e-Pak, ofrece lo siguiente:

<b>Disponible para AMBA e Interior del País</b>	<b>Puerta a Puerta</b>	OCA realiza el pick up de sus envíos en su domicilio en fecha y hora programada registrando el pedido de retiro desde nuestro sitio web para lo cual deberá contar con sus opciones de envío previamente convenidas. Su envío será entregado en el domicilio de destino donde Ud. lo solicite.
	<b>Entrega en sucursal OCA</b>	OCA realiza el pick up de sus envíos en su domicilio en fecha y hora programada registrando el pedido de retiro desde nuestro sitio web para lo cual deberá contar con sus opciones de envío previamente convenidas. Su envío podrá ser retirado por el destinatario directamente en la sucursal OCA más próxima a su domicilio que Ud. haya elegido. El destinatario recibe una notificación por e-mail / SMS en el momento en que se encuentre disponible su paquete en nuestra sucursal.
	<b>Desde Sucursal OCA a Destino</b>	Su destinatario puede solicitar como opción, la entrega de su envío a su domicilio por un cargo adicional en el momento de su entrega.


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 46		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

Como se puede observar es el competidor más directo que aprovecha su estructura. Este servicio recién comienza a operar.

## 2.2.2 Análisis de cadena de valor


### Actividades Primarias

Actividades Primarias	Logística de entrada	Operaciones	Logística de salida	Comercialización y venta.	Servicio Post venta
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio a través de nuestro sitio de E-Commerce.</li> <li>Utilización del servicio a través de otros sitios de E-Commerce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La logística externa será controlada a través del sistema, pero llevada a cabo por medio de nuestros proveedores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Énfasis en la publicidad por internet y a través de nuestros proveedores que serán recompensados al atraer clientes.</li> <li>Acuerdos con empresas de E-Commerce de tipo B2C y C2C</li> <li>Publicidad a través de bases de información disponibles en nuestro sistema</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención a las recomendaciones de los clientes.</li> <li>Continuo refinamiento de la cartera de proveedores a través de opiniones de los clientes.</li> <li>Incremento de servicios a través de proveedores</li> <li>Desarrollo de nuevos servicios</li> </ul>

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 47	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### Actividades de Apoyo

<b>Actividades de Apoyo</b>	<b>Infraestructura Gerencial</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Gerencia está compuesta por un gerente general, especialista en desarrollos de software a través de internet.</li> <li>• Se utilizarán métricas que permitan medir la performance de manera clara sobre el desarrollo de la actividad comercial</li> <li>• Cultura organizacional basada en el buen trato del empleado y ambiente laboral armonioso</li> <li>• Comunicación clara de los objetivos de la empresa</li> </ul>
	<b>Gestión de los Recursos Humanos</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos humanos capacitados para las tareas a realizar</li> <li>• Personal joven y voluntad de aprendizaje.</li> <li>• Beneficios y recompensas</li> <li>• Ambiente laboral distendido pero comprometido.</li> <li>• Couching de empleados para lograr la motivación adecuada.</li> </ul>
	<b>Desarrollo de la Tecnología</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de tecnologías State Of Art</li> <li>• Investigación y desarrollo esfuerzos de I&amp;D.</li> <li>• Continuo intercambio de ideas sobre desarrollo y propuestas de optimización de procesos</li> </ul>	
<b>Adquisiciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de acuerdos con Proveedores y clientes del mercado industrial</li> <li>• Alianzas con empresas E-Commerce</li> <li>• Servicios de hosting y mantenimiento de los sistemas en línea.</li> <li>• Control y evaluación de proveedores.</li> </ul>	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 48	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### **2.2.3 Definición de Factores Críticos de Éxito (FCE)**

- Diferenciación de segmentos de mercado
- Conocimiento de tecnologías
- Impulso estrategias de marketing mix
- Personal capacitado y motivado
- Precios acorde al mercado que logren acercar al cliente
- Posicionamiento adecuado que permita formar al cliente una idea clara de la empresa

### **2.2.4 Fortalezas y debilidades del negocio.**

El mercado local no posee empresas sean referentes en cuanto a servicios de entrega que permitan realizar una gestión en línea, priorizando tanto la comodidad, velocidad, cobro y bajos costos en un solo servicio.

Nos logramos distinguir de otras empresas tradicionales de entrega ya que poseemos una organización que recién comienza y es modesta en cuanto a costos e infraestructura. Montamos nuestro negocio sobre una plataforma que de por sí, posee costos muy bajos y posee facilidades para la difusión masiva.


El servicio ofrecido busca también la optimización de tiempos de entrega y ser el vínculo entre proveedores y clientes generando un mercado de intercambio.

Nuestros proveedores no poseen medios para realizar promoción de sus servicios más allá de la utilización del boca en boca y la boletería en mano, lo que puede llegar a ser un aliciente para este tipo de empresas poder tener la exposición sobre un medio tan masivo como es internet.

Si bien, la promoción por el cuarto canal tiene bajos costos, el posicionamiento es muy difícil, ya que se requiere de técnicas de marketing mix que permitan acercar nuestro servicio no solo utilizando el cuarto canal sino otros medios.

Al no poseer una infraestructura empresarial como nuestros competidores, dependemos de la disponibilidad de los proveedores en las zonas de entrega por ello, estaremos limitados a grandes ciudades que se explicaran en la segmentación.




	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 49		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

Por otro lado, es muy difícil determinar cuántas empresas hay de este tipo sin una investigación personalizada ya que no contamos con información de las cámaras, sindicatos, organismos públicos o privados.

### 3 Análisis FODA

#### 3.1 Cuadro FODA

<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovación en Servicio Online</li> <li>- Personal experimentado</li> <li>- Costos de marketing bajos</li> <li>- Localización en principales ciudades</li> <li>- Velocidad en comunicación</li> <li>- Seguridad</li> <li>- Cobranzas por servicios</li> <li>- Bajos costos de implementación</li> <li>- Distinción</li> <li>- Comodidad</li> <li>- Tiempos</li> <li>- Mejora de costos</li> </ul>	<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Difícil posicionamiento de marca online</li> <li>- Limitado a grandes ciudades</li> <li>- Atención al cliente poco humana.</li> <li>- No se puede determinar con exactitud cuántas empresas de mensajería existen.</li> </ul>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tendencia de mayor consumo de productos comprados por medios electrónicos</li> <li>- Cultura de e-commerce creciente</li> <li>- Integración con plataformas de comercio electrónico ya establecidas</li> <li>- Integración con proveedores</li> <li>- Incorporación de servicios ya existentes</li> <li>- Aumento constante de usuarios de Internet en Argentina</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresas de comercio electrónico comiencen a brindar este servicio</li> <li>- Políticas de incremento de impuestos a las importaciones</li> <li>- Incorporación de este servicio empresas de correo.(Ej. OCA)</li> <li>- Imitación del negocio virtual</li> </ul>

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 50
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

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

### **Fortalezas**

El negocio que se plantea actualmente no tiene competidores directos que brinden el mismo servicio por el cuarto canal, ya que si tomamos por un lado a nuestros proveedores, en general están asociados a empresas para la entrega de documentación o bien para la distribución de paquetes dentro de las ciudades sin tener un introducción directa de su servicio dentro de lo que es el comercio electrónico.

Por otro lado, se tienen las empresas de correo que si bien, brindan servicios en línea, tienen una dependencia de que los interesados que utilizan el servicio se acerquen a las dependencias de estas empresas, lo que implica tiempos mayores tiempos en el envío y recepción, y no brindan la comodidad del servicio a ambas partes intervinientes.

Al ser negocio en línea, tiene la ventaja de ser económico ya que el costo de su implementación es sumamente menor que un negocio físico. Los costos de marketing de campañas en línea son notablemente inferiores a los costos de publicidad en papel u otros medios radiales o televisivos para comenzar.


El comercio electrónico tiene tendencias de crecimiento, en los próximos 5 años según lo expresado en la cámara de comercio electrónico (CACE), a medida que la población comienza a utilizar estos medios, el público al que se apunta va a ser de un rango cada vez mayor, lo mismo va a suceder con las demandas del público ya que en estos momentos estamos segmentados geográficamente a grandes ciudades donde se poseemos proveedores de nuestro servicio.

Una de los puntos por los cuales el público se resiste a ingresar en este sector de comercio, es la desconfianza dada por el desconocimiento en cuanto a la seguridad de sus pagos.

### **Debilidades**

Es necesario poseer la mayor cobertura de nuestros proveedores, que los mismos acepten a trabajar con nosotros para formar alianzas y poder crecer, para ello tenemos que llegar a ellos con nuestra propuesta mostrándole todas sus ventajas.

Si bien existen muchas empresas de logística en el país estamos limitados principalmente a las grandes ciudades donde se utilizan principalmente motovehículos, donde el acceso es complicado para otro tipo de vehículos y no es la cantidad de productos que se distribuyen sino en la frecuencia.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 51	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

## Oportunidades

Tenemos la chance de traer al público un servicio que no está brindado dentro del sector de comercio en el cual trabajamos.

El incremento de las compras en línea brindará mayores beneficios tanto a nosotros como a nuestros proveedores, haciendo que nuestro negocio crezca, permitiendo una veloz expansión, mejorar nuestro posicionamiento como marca y lograr la aceptación del público.

Tenemos la chance de integrar nuestro producto a plataformas de eCommerce ya existentes para que puedan brindar mayores opciones a sus consumidores.

## Amenazas

Empresas de correo como OCA, están comenzando a ofrecer servicios en línea, todavía no están dentro de las preferidas del público ya que se las asocia a empresas tradicionales de correo.

Las nuevas políticas del gobierno, están incrementado el costo impositivo sobre productos de importación, principalmente en los productos electrónicos, como ser gadgets, teléfonos y demás artículos de lujo que son adquiridos por medios electrónicos.


Por otro lado, hay muchas empresas del ámbito local, como ser cadenas de electrométricos, se niegan a invertir en infraestructura para el soporte del comercio electrónico lo cual alimenta el R.O.P.O (Research Online Purchase Offline) de los consumidores.

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

Si bien se espera ingresar en un mercado existente como intermediarios de las operaciones comerciales, nuestros competidores directos todavía no han estado suficientemente maduros en este canal. La experiencia demuestra que cualquier empresa de este ámbito puede dar un salto sobre el resto con realizar servicios adicionales para el cliente que no fueron contemplados por el resto de manera seria.

Actualmente OCA, parece ser la única empresa local, que aprovechando su infraestructura local, está comenzando a realizar planes para montar su negocio sobre el cuarto canal. Si bien, esta es una gran empresa contra la cual competir, la misma no está posicionada frente a los consumidores como una marca de mensajería en línea y maneja costos de infraestructura propios de una empresa de correo tradicional.

Dado que nuestro foco, está en el comercio online, y no requerimos mucha inversión inicial estamos en posición de competir y comenzar a crear barreras de

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 52	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

entrada para mas empresas que ingresen al sector. Sumado a esto, nuestra estrategia de segmentación industrial en una primera instancia nos permitirá enfocarnos en empresas que hagan redituable la empresa para luego poder llegar a realizar acuerdos con sitios de e-commerce teniendo como respaldo una variedad de clientes importantes.

Recordemos que las empresas de correo tradicional, poseen retrasos considerables en las entregas, por lo que no realizan entregas en el día.

Si miramos hacia afuera de nuestro país donde se encuentran empresas como ser DHL, tienen acuerdos con empresas con empresas de e-commerce, es especial e-Bay para la realización de envíos, pero sufren los retrasos temporales de las empresas de correo tradicional sobre un ámbito electrónico, lo cual no es aceptable cuando se trata de cortas distancias.

En cuanto a nuestros proveedores encontramos una división clara entre diferentes frentes relacionados con el servicio de mensajería, por un lado está la CAMU (Cámara Argentina de Mensajería Ultrarápida) y por el otro lado existe SIMECA (Sindicato Independiente de Mensajeros y Cadetes). Esta última de carácter combativo hacia las fuerzas públicas, de la cual se pueden citar varios incidentes en centro de la ciudad de Buenos Aires, que terminaron con varios detenidos.<sup>v</sup>

Lo que se reclama al gobierno, por parte de SIMECA, es el otorgamiento de personería jurídica y la reglamentación de la actividad laboral con:


- ART, obra social, aguinaldo, vacaciones, asignaciones familiares y aportes jubilatorios
- Aumento de salario (un mínimo igual a la canasta básica, \$1.800)

Más allá de esto, la recolección de información sobre nuestros proveedores, no es una tarea sencilla, ya que no se sabe con exactitud cuántas empresas de diferentes tamaños y tipos servicios cuentan los segmentos que se analizan, ya que empresas como NOSIS o bien la mismas cámaras o sindicatos, no poseen la información completa y/o clasificada.

A razón de la mala organización de ambas cámaras, esto nos genera oportunidades al momento de negociar acuerdos con las empresas de reparto, lo que nos conviene al momento de lograr el arbitraje de los precios.

Una investigación personal me condujo a una de las empresas más grandes de mensajería de la Capital Federal, que si bien posee varios servicios, como ser cafetería, envíos de paquetes por motos y camionetas, se promocionan por medio del boca a boca o bien por folletos que entrega su personal en las empresas donde realiza las entregas.

Esto último también, lo pude confirmar en varias empresas del mismo edificio y a través del intercambio verbal con cadetes de estas empresas.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 53	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Como empresa joven apuntamos a impulsar acciones que actualmente frenan a los clientes como ser la confianza, costos y el desconocimiento de la empresa que brinda el servicio.

Adicionalmente brindaremos comodidad, ahorro de tiempo y facilidad de uso.

Finalmente, es importante agregar, que al lograr una buena imagen como empresa nos permitirá acceder a otras empresas de e-Commerce (ML, MasOportunidades, eBay) que permitan introducir nuestro producto de software y poder promocionar nuestro producto dentro del segmento de consumidores finales.

## 4 Segmentación

### 4.1 Segmentación de consumidores y/o Negocios

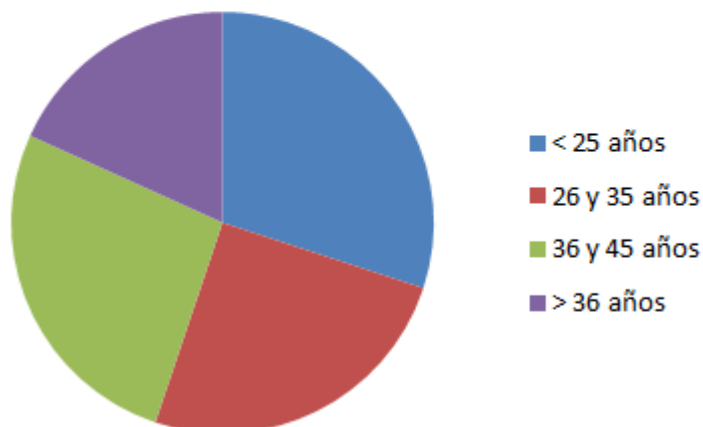
Para entender en que segmento esta nuestro negocio primero debemos examinar donde está ubicado el comercio electrónico.


#### Segmentación del Mercado de Consumidores

##### Segmentación demográfica

Actualmente el grupo de consumo se divide de la siguiente manera:

### Consumidores de Comercio Electrónico por Edad

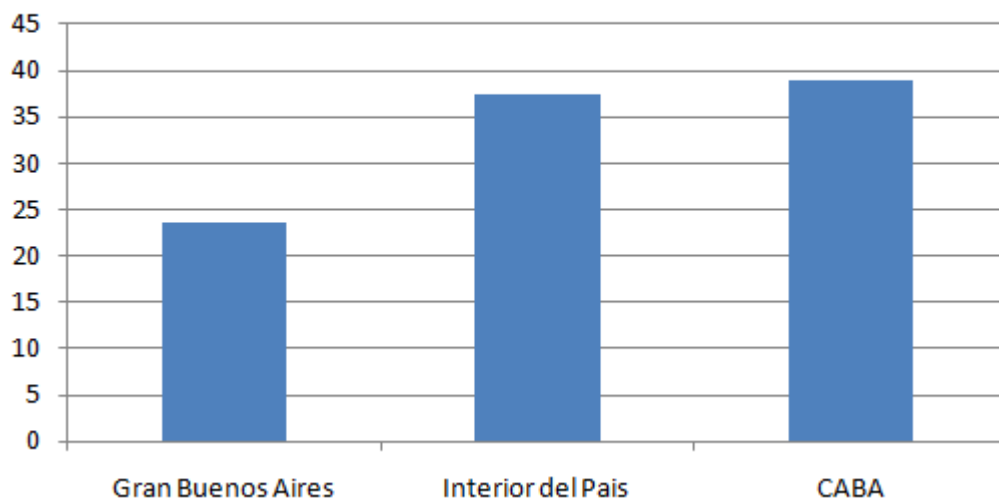


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 54
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			


Muchos compradores en línea realizan frecuentes compras de poco monto (entrada adquiriendo pasajes de avión o productos electrónicos. De todos modos el promedio anual de compra por usuario considerando a los compradores frecuentes (2 o más compras al año) y a los compradores de una sola vez es de \$ 1.146. El hecho de que el Modo es de \$ 300 y la Mediana de \$ 500 evidencia lo antedicho. Existe un grupo extremo de compradores de alrededor de \$ 100 en promedio al año y otro grupo de \$ 6.000 o incluso más de gasto anual en línea.

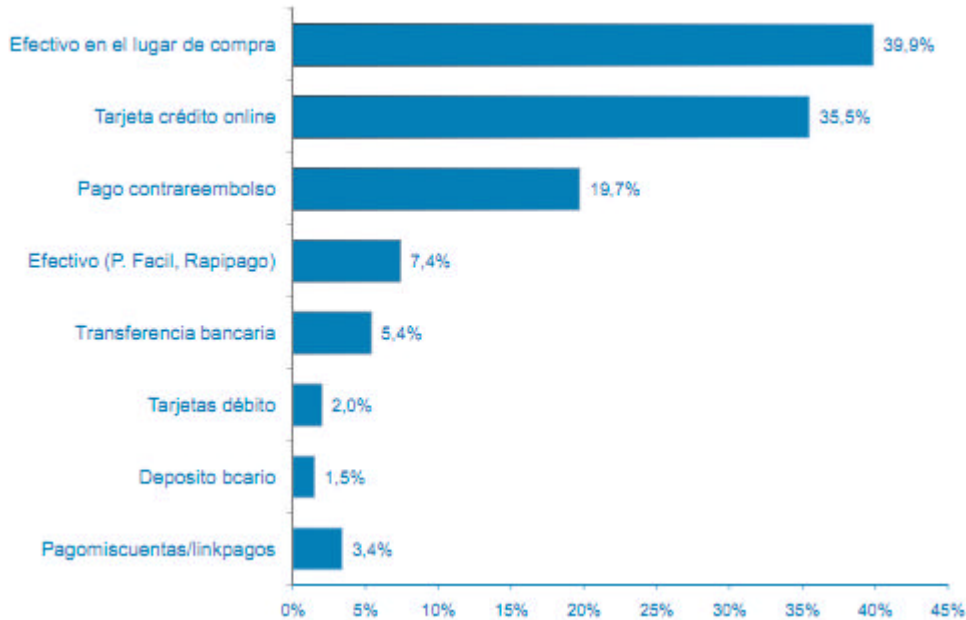
La evolución del perfil de los compradores en línea ha cambiado año a año, pasando de ser un pequeño grupo de alto nivel socioeconómico y de alta calificación educativa y laboral, a un amplio segmento donde si bien predominan por su peso en las compras los niveles socioeconómicos medio altos (un 35,5 % del total de compradores), los usuarios de comercio electrónico de niveles medios son ya casi dos tercios del total de compradores en línea (64,5 %).

## Volumen de Compras



## Medios de Pago

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 55		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					



### Segmentación Geográfica


Para concluir, quisiera agregar que según Price and Cook, nos muestra a través de los siguientes gráficos un incremento de los consumidores de servicios de internet en nuestro país.

INTERNET	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Cientes	1.350.000	1.430.000	1.600.000	2.045.000	2.300.000	2.800.000	3.100.000	3.900.000	4.400.000	5.000.000
Cientes Banda Ancha	97.000	125.000	240.000	475.000	880.000	1.590.000	2.750.000	3.300.000	3.900.000	4.700.000
Usuarios	3.650.000	4.100.000	5.700.000	7.560.000	10.000.000	13.000.000	16.000.000	20.000.000	23.000.000	27.000.000
B2C (en millones de \$)	78	236	510	980	1.380	2.700	2.900	3.750.000	--	--

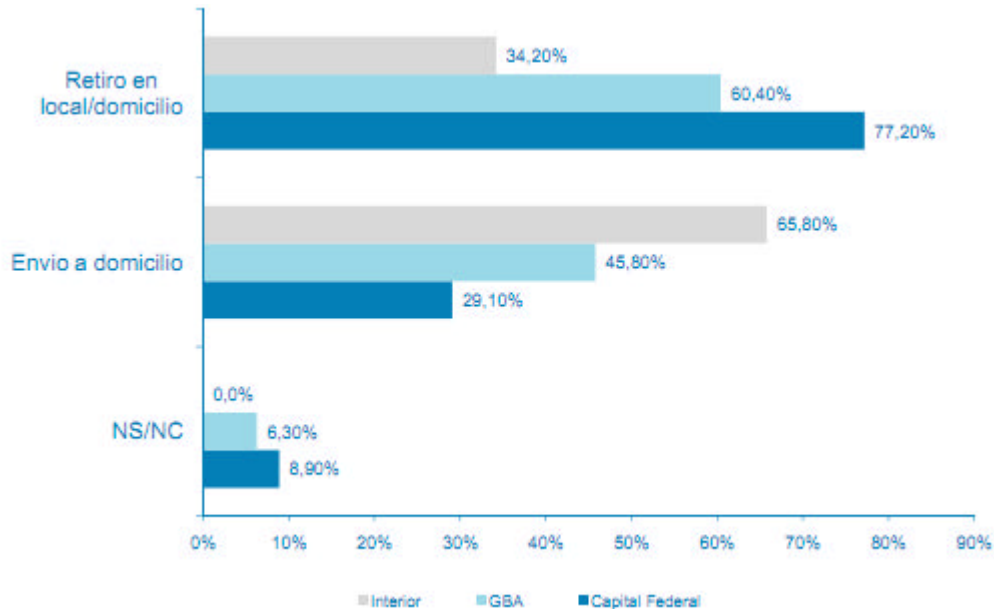
Fuente: Prince & Cooke

### Evolución de Usuarios y Clientes de Internet



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 56		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

### Formas de Envío




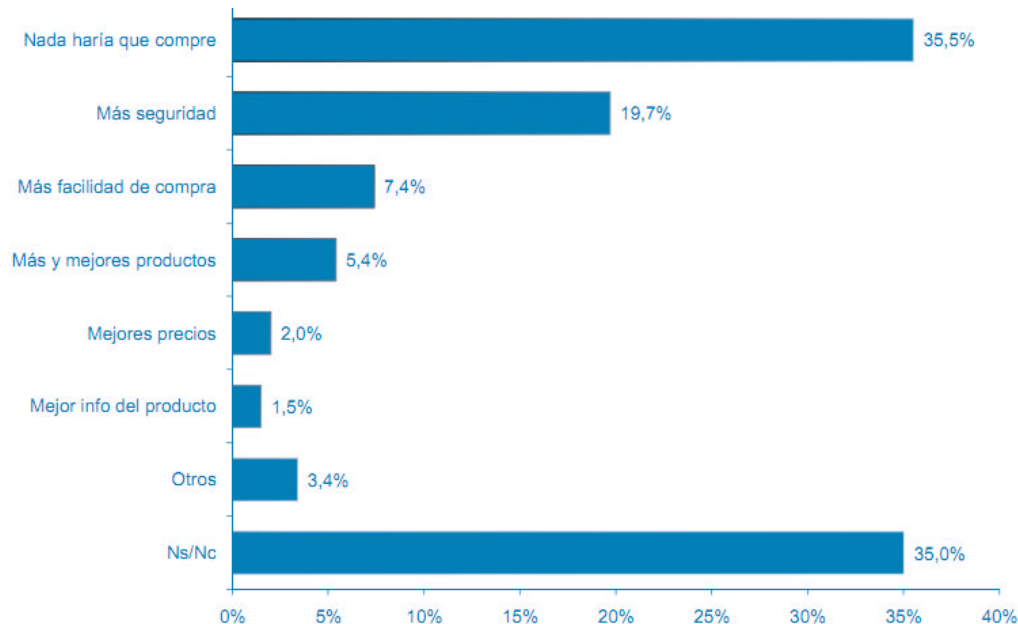
### Segmentación Psicológica

Más del 50% compra por internet por comodidad y menos del 25% por el precio, este porcentaje de compradores comprende las edades de 18 a más de 45 años, situándonos en un rango del 75,4% de las operaciones que estos realizan.<sup>vi</sup>

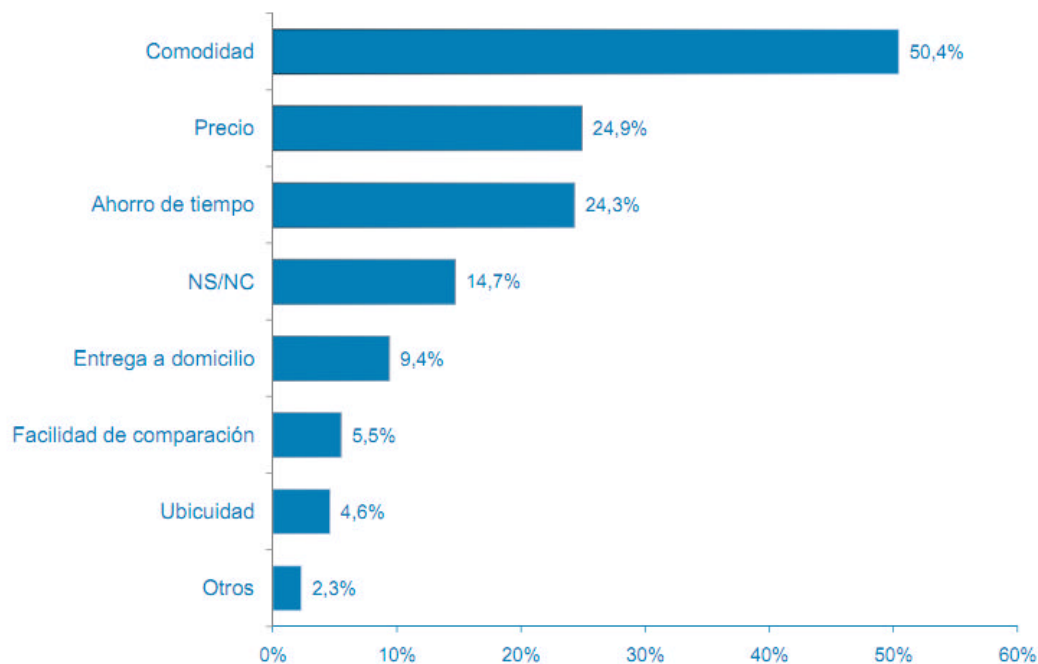
### Barreras para la compra online



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 57		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					




### Beneficios de la compra online



### Segmentación del Mercado de Industrial

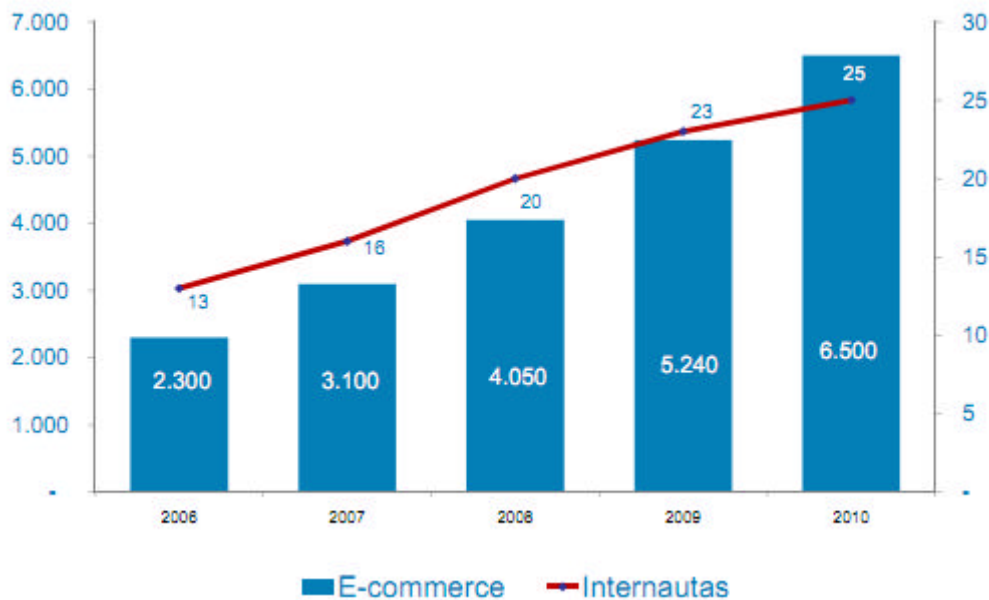
Según información proveniente de la CACE, se detecta un constante crecimiento de las empresas que comercializan en la red, hoy un 20% de las PyMEs venden o compran en línea.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 58
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

Pudimos obtener que el 80,3% de los compradores adquirió sus productos en sitios de la Argentina, un 3,9% en sitios del exterior y un 13,3 en ambos según información provista en la CACE para el año 2009.

No se pudieron obtener mayores datos para continuar con la segmentación

#### Evolución del E-Commerce en Argentina (CACE)




#### 4.2 Identificación de grupos diferenciados de consumidores

El *primer grupo* está formado por los clientes de aquellos que adquieren nuestros servicios o terceros.

Queremos llegar a los principales grupos que están entre los 18 y 40 años por ser el grupo personas principalmente activos laboralmente que valoren los tiempos, movilidad y comodidad.


Como vimos anteriormente, en los segmentos este grupo realiza sus compras principalmente en efectivo, por lo que nos beneficia a la hora de realizar la cobranza.

Si miramos el gráfico de las Formas de Envío y sabiendo que la mayor concentración de empresas que realizan transacciones online se encuentran en Capital Federal, nos vemos beneficiados por aquel público que utiliza servicios de

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 59		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

envío a domicilio por fuera de la Capital, lo que mejorará nuestros beneficios económicos.

Se busca grupos geográficamente cercanos al Gran Buenos Aires y CABA principalmente y del interior del país de las principales grandes ciudades como Santa Fe, Mendoza, Córdoba, Tucumán, Salta y Entre Ríos, según como se ve en este cuadro brindado por el INDEC.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 60	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Provincia	Censo 2001			Censo 2010		
	Total de población	Varones	Mujeres	Total de población	Varones	Mujeres
<b>Total del país</b>	<b>36.260.130</b>	<b>17.659.072</b>	<b>18.601.058</b>	<b>40.091.359</b>	<b>19.575.219</b>	<b>20.516.140</b>
CABA	2.776.138	1.258.458	1.517.680	2.891.082	1.335.163	1.555.919
Buenos Aires	13.827.203	6.725.879	7.101.324	15.594.428	7.616.917	7.977.511
24 Partidos del GBA	8.684.437	4.213.697	4.470.740	9.910.282	4.826.994	5.083.288
Interior de la PBA	5.142.766	2.512.182	2.630.584	5.684.146	2.789.923	2.894.223
Córdoba	3.066.801	1.489.403	1.577.398	3.304.825	1.607.428	1.697.397
Entre Ríos	1.158.147	568.275	589.872	1.236.300	606.944	629.356
Mendoza	1.579.651	769.265	810.386	1.741.610	848.823	892.787
Salta	1.079.051	534.140	544.911	1.215.207	600.058	615.149
Santa Fe	3.000.701	1.455.837	1.544.864	3.200.736	1.556.365	1.644.371


**Nota:** "Las Islas Malvinas, Georgias del Sur, Sandwich del Sur y los espacios marítimos circundantes forman parte integrante del territorio nacional argentino. Debido a que dichos territorios se encuentran sometidos a la ocupación ilegal del REINO UNIDO DE GRANBRETAÑA E IRLANDA DEL NORTE, la REPÚBLICA ARGENTINA se ve impedida de llevar a cabo el Censo 2010 en esa área.

Según se puede apreciar, un crecimiento demográfico en estas regiones lo que también implica un mayor desarrollo de la región.

Por otro lado, tenemos un *segundo grupo* formado por empresas que trabajan en línea, que utilizan la distribución por menor de productos, se apunta a empresas jóvenes que no tengan una cadena de distribución conformada y que prefieran la tercerización de la logística.

También debemos considerar empresas dentro de este grupo, que conociendo nuestro servicio, se vean beneficiados por el tipo de servicio que se brinda.

Según la información que se ha podido recolectar dentro del espectro de lo que son las zonas geográficas analizadas, se encuentran 641 empresas en el rubro de Servicios de Correo y de Transporte de Valores, Documentos y Encomiendas según nos indica Nosis.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 61	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Filtros Aplicados	
<b>Categoría</b>	Empresas
<b>AFIP - Actividades</b>	641000 - Servicios de Correos 711446 - Transp. de Valores, Documentos, Encomienda
<b>Provincias</b>	Capital Federal, Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos, Mendoza, Salta y Santa Fe
Empresas encontradas : <b>641</b>	
Observaciones	
(sin observaciones)	


 NOSIS - San Martín 365 (C1004AAG) Buenos Aires, Argentina. Teléfono: +54 11 6316-0000 - E-mail: marketing@nosis.com.ar  
 © Copyright 1998-2011 - NOSIS Laboratorio de Investigación y Desarrollo S.A. - All rights reserved.

Según una investigación personal las empresas principalmente beneficiadas son aquellas con el rubro de la importación de productos electrónicos, principalmente de informática, cerealero, ganadero, financiero, petrolero, hotelero y relacionados con la comercialización de vinos.


Pude determinar por experiencia personal dentro de una empresa importadora de cereales que tanto en Buenos Aires, como en Rosario, reciben aproximadamente unas 20 a 30 motos diarias provenientes de diferentes proveedores. Y esto está perfectamente justificado ya que se realizan alrededor de 300 pagos diarios a diferentes clientes y corredores.

Queda por tomar un pequeño *grupo independiente*, que es el de aquellos consumidores accidentales del servicio, que si bien pueden entrar dentro de las categorías de los anteriores estos no operarán de manera frecuente.

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

Nuestros potenciales compradores del negocio está compuesto por individuos o empresas que utilicen el comercio electrónico como el canal de distribución de mercancías, se busca apuntar a empresas que ya estén utilizando servicios de mensajería para brindarles mejores opciones de costos y variedad que no poseen con las empresas de reparto actual.

Además estará formado por un mercado de consumidores finales compuesto por personas que realicen compras por internet que busquen el beneficio de las entregas a domicilio, bajos costos y la comodidad que implica la operatoria completamente online.


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 62	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

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

Se espera una gran aceptación del segmento que corresponde a los proveedores, ya que no solo se les brindará rentabilidad económica, sino mayor difusión de sus servicios. Muchas de estas empresas pasan desapercibidas entre la cantidad de estas que existen en las regiones vistas.

En cuanto a las empresas, se espera que vean la oportunidad de selección entre diferentes servicios, facilitarles el trabajo de logística y cobranzas, brindarles la posibilidad de dar una mejor imagen ante sus clientes y una reducción de costos basada en la vasta cantidad de empresas oferentes de servicios de entrega.

En cuanto a los terceros que son los destinatarios finales de los servicios prestados, se verán recompensados con una mejor atención, seguridad en los pagos y mayor confianza hacia a la operatoria online.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 63		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

## 5 Plan de Acción

Los siguientes planes de acción se utilizarán para comenzar la operatoria como empresas de manera de poder lograr:


- Establecer vínculos con los clientes del sector industrial y proveedores
- Poner en funcionamiento el sitio de E-Commerce

Básicamente, se necesitan crear acciones tres frentes:

- **Proveedores:** Requerimos conformar la mayor cartera posible de proveedores de servicios de mensajería en nuestro servicio.
- **Clientes:** Necesitamos que conozcan el servicio, que solución brinda, que se familiaricen con la tecnología y se sientan cómodos con la misma
- **Tecnología:** Tener disponibilidad del producto software, brindar el soporte a los clientes y la disponibilidad que se requiere para el negocio.

Una vez que comience la etapa de crecimiento, se incorporan otros planes de acción que permitan asegurar criterios de calidad de software, tareas de administración, avanzar con la distribución geográfica y demás tareas que surjan de manera de delegar responsabilidades del Gerente General.

Estos planes de acción ayudan se relacionan directamente con nuestro posicionamiento estratégico por ello se seleccionaron para hacer foco en el comienzo de las operaciones y evolución de la empresa.


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 64		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

## 5.1 Programas generales y específicos de acción

### 5.1.1 Programa General de Acción: **Penetración en el Mercado**

➤	<b>Penetración en el mercado en la ciudad autónoma de buenos Aires.</b>
➤	<b>Descripción</b> Identificar empresas interesadas que utilicen servicios de mensajería de manera asidua. Se busca identificar empresas del mercado industrial para que se incorporen como clientes y así atraer a mayor cantidad de proveedores.
➤	<b>Directivo Responsable</b> Gerente General de la empresa, quien coordinara a los empleados para llevar a cabo el programa.
➤	<b>Indicadores Claves</b>  Cantidad de Empresas / Empresas utilizan este servicio.
➤	<b>Fecha de INICIO y FIN</b>  Inicio: 01/06/2011 Fin:01/06/2013
➤	<b>Hito</b>  Adquirir la mayor cantidad posible de empresas como clientes.




	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 65	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

5.1.1.1 Programa Específico de Acción: **Empresas que utilizan servicios de mensajería**

➤ <b>Empresas que utilizan servicios de mensajería</b>
➤ <b>Descripción</b> Lograr atraer empresas que estén interesadas en nuestros servicios
➤ <b>Directivo Responsable</b> Gerente General de la empresa, quien coordinara a los empleados para llevar a cabo el programa.
➤ <b>Indicadores Claves</b>  Cantidad de Empresas que utilizan mensajería / Empresas utilizarían nuestro servicio.
➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b>  Inicio: 01/06/2011 Fin:01/06/2013
➤ <b>Hito</b>  Saber cuántas empresas utilizarían nuestro servicio apenas este online.


5.1.1.2 Programa Específico de Acción: **Empresas que no utilizan servicios de mensajería**

➤ <b>Empresas que no utilizan servicios de mensajería</b>
➤ <b>Descripción</b> Identificar empresas que utilicen otros medios que no sea la mensajería.
➤ <b>Directivo Responsable</b> Gerente General de la empresa, quien coordinara a los empleados para llevar a cabo el programa.
➤ <b>Indicadores Claves</b>  Cantidad de Empresas no utilizan mensajería / Cantidad de Empresas que utilizan mensajería  Medios utilizados para la entrega a sus clientes clasificados en:  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propios</li> <li>- Camionetas</li> <li>- Entrega Personal</li> <li>- Otros</li> </ul>
➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b>  Inicio: 01/06/2011 Fin:01/06/2013
➤ <b>Hito</b>  Obtener información sobre otros servicios utilizados comúnmente por las empresas que nos permita integrar a nuestra plataforma de negocios

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 66	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

5.1.1.3 Programa Específico de Acción: **Generación de acuerdos con empresas de E-Commerce**

➤ <b>Generación de acuerdos</b>
➤ <b>Descripción</b> Realización de acuerdos con ECommerce ya existentes para vincularlos con nuestro producto
➤ <b>Directivo Responsable</b> Gerente General de la empresa
➤ <b>Indicadores Claves</b>  Cantidad de Empresas capturadas que utilizan nuestro servicio.
➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b>  Inicio: 01/06/2011 sin Fin
➤ <b>Hito</b>  Generar acuerdos que nos permitirán introducir nuestro producto de manera que sea utilizado por empresas que desean legar la distribución de sus productos o bien ofrecer opciones a sus clientes.


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 67		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

#### 5.1.1.4 Programa específico de Acción: **Captación de Proveedores**

➤ <b>Captación de Proveedores</b>
➤ <b>Descripción</b> Lograr atraer empresas que estén interesadas en incorporarse de a nuestro servicio
➤ <b>Directivo Responsable</b> Gerente General de la empresa
➤ <b>Indicadores Claves</b>  Cantidad de Empresas de mensajería / Empresas interesada en integrarse. Tipos de servicios más frecuentes.
➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b>  Inicio: 01/06/2011 Fin:01/06/2013
➤ <b>Hito</b>  Saber cuántas empresas utilizarían nuestro servicio apenas este online.


#### 5.1.1.5 Programa específico de Acción: **Confección de cartera de proveedores**

➤ <b>Confección de cartera de proveedores en el mercado en la ciudad autónoma de buenos Aires.</b>
➤ <b>Descripción</b> Identificar empresas de mensajería que trabajarían con nosotros
➤ <b>Directivo Responsable</b> Gerente General de la empresa , quien coordinara a los empleados para llevar a cabo el programa.
➤ <b>Indicadores Claves</b>  Cantidad de Empresas de Mensajería en la ciudad Servicios ofrecidos
➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b>  Inicio: 01/06/2011 sin Fin
➤ <b>Hito</b>  Adquirir la mayor cantidad posible de empresas proveedoras de servicio.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 68	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

#### 5.1.4 Programa General de Acción: **Administración**

➤ <b>Estrategia de Administración</b>
<p>➤ <b>Descripción</b></p> <p>Planificar, organizar y desarrollar los recursos humanos para promover el desempeño eficiente del personal. Permitir a las personas que colaboran en la empresa alcanzar los objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo.</p> <p>La adquisición de recursos humanos y las tareas de contaduría serán terciarizadas, se contendrá un empleado administrativo para realizar facturación, cobros, pagos y demás tareas administrativas diarias.</p>
<p>➤ <b>Directivo Responsable</b></p> <p>Gerente General de la empresa.</p>
<p>➤ <b>Indicadores Claves</b></p> <p>Conocimientos Administrativos Generales. Conocimientos Web</p>
<p>➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b></p> <p>Inicio: 01/06/2011 Fin: 30/07/2011.</p>
<p>➤ <b>Hito</b></p> <p>Realizar las operaciones diarias de la empresa.</p>


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 69		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

#### 5.1.4.1 Programa Específico de Acción: **Gestión Administrativa**

➤ <b>Gestión Administrativa</b>
➤ <b>Descripción</b> Realizar las siguientes Tareas: Compras. Facturación. Cobranzas.
➤ <b>Responsable</b> Gerente de General
➤ <b>Grupo de Trabajo</b> Empleado Administrativo
➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b> Inicio: 30/07/2011 Fin:30/08/2011
➤ <b>Indicadores Claves</b> Conocimientos Administrativos Generales Facilidad de aprendizaje


#### 5.1.5 Programa general de Acción: **Desarrollo de estrategia de tecnología**

➤ <b>Desarrollo de estrategia de tecnología</b>
➤ <b>Descripción</b>  Incorporar el uso de la tecnología en el desarrollo estratégico de la empresa, para ampliar y sostener la diferenciación. La tecnología es una característica indispensable de la organización para enfrentar un ambiente altamente competitivo..
➤ <b>Directivo Responsable</b> Gerente General de la empresa
➤ <b>Indicadores Claves</b>  I = Cantidad de visitas de Usuarios Registrados / Cantidad de visitas de Invitados. I >= 0,40 → Satisfactorio. 0,40 >= I > 0,25 → Marginal. I <= 0,25 → No Satisfactorio. El objetivo es obtener la mayor cantidad posible de visitas de usuarios registrados.
➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b> Inicio: 01/06/2011 Fin: 30/07/2014.
➤ <b>Hito</b> Lograr que la mayor cantidad de visitas se registren.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 70	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


5.1.5.1 Programa específico de Acción: **Desarrollo del producto de software**

➤ <b>Desarrollo del producto de software</b>
➤ <b>Descripción</b>  Desarrollar un Sistema con interfaces amigables y con distintas opciones de accesibilidad que permita a los clientes adquirir los servicios que ofrece la empresa.
➤ <b>Directivo Responsable</b> Gerente General de la empresa será el encargado de coordinar los esfuerzos de desarrollo. Junto a un desarrollador de software llevarán a cabo las tareas de Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Pruebas.
➤ <b>Indicadores Claves</b>  I = Cantidad de requerimientos funcionales completos / Total de Req. Funcionales. I >= 0,90 → Satisfactorio. 0,90 > I >= 0,80 → Marginal. I < 0,80 → No Satisfactorio.  El cumplimiento de los requerimientos tiene que llevarse a cabo en función a la planificación inicial. No es aceptable retrasarse en la entrega planificada de los requerimientos.
➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b>  Inicio: 01/06/2011 Fin: 30/07/2014.
➤ <b>Hito</b>  Lograr el desarrollo del software necesario para el negocio.
➤ <b>Grupo de Trabajo</b>  Desarrollador Semi Senior

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 71	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

5.1.5.2 Programa específico de Acción: **Mantenimiento del producto de software**

➤ <b>Mantenimiento del producto de software</b>
➤ <b>Descripción</b>  Ejecutar las tareas de mantenimiento del sistema. Consiste en la revisión periódica de ciertos aspectos del mismo, para brindar la máxima velocidad posible dentro de la configuración óptima del sistema. Realizar nuevas mejoras según requerimientos del negocio.
➤ <b>Directivo Responsable</b> Gerente General de la empresa
➤ <b>Indicadores Claves</b>  $I = \text{Cantidad de requerimientos funcionales completos} / \text{Total de Req. Funcionales.}$ $I \geq 0,90 \rightarrow \text{Satisfactorio.}$ $0,90 > I \geq 0,80 \rightarrow \text{Marginal.}$ $I < 0,80 \rightarrow \text{No Satisfactorio.}$  El cumplimiento de los requerimientos tiene que llevarse a cabo en función a la planificación inicial. No es aceptable retrasarse en la entrega planificada de los requerimientos.
➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b>  Inicio: 01/06/2011 Fin: 30/07/2014.
➤ <b>Hito</b>  Lograr el desarrollo del software necesario para el negocio.
➤ <b>Grupo de Trabajo.</b>  El programador Semi Senior llevará a cabo las tareas de Mantenimiento, entre ellas la realización de las pruebas de stress, tareas de back-up, documentación. Implementación de mejoras en el sistema.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 72	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


#### 5.1.5.3 Programa específico de Acción: **Adquisición de Hardware**

➤ <b>Adquisición de Hardware</b>
<p>➤ <b>Descripción</b></p> <p>Compra y mantenimiento de hardware necesario para el desarrollo a través de un proveedor</p>
<p>➤ <b>Directivo Responsable</b></p> <p>Gerente General de la empresa</p>
<p>➤ <b>Indicadores Claves</b></p> <p>Cantidad de problemas detectados en los equipos</p>
<p>➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b></p> <p>Inicio: 01/06/2011 Fin: 30/07/2011.</p>
<p>➤ <b>Hito</b></p> <p>Tener el hardware necesario para la empresa</p>

#### 5.1.5.3 Programa específico de Acción: **Selección de ISP**

➤ <b>Selección de ISP</b>
<p>➤ <b>Descripción</b></p> <p>Contratación de un ISP responsable del alojamiento del sistema. Deberá contar sistemas de tolerancia a fallos y sistemas de respaldo.</p>
<p>➤ <b>Directivo Responsable</b></p> <p>Gerente General de la empresa</p>
<p>➤ <b>Indicadores Claves</b></p> <p>Velocidad de respuesta. Disponibilidad del servicio.</p>
<p>➤ <b>Fecha de INICIO y FIN</b></p> <p>Inicio: 01/06/2011 Fin: 30/07/2011.</p>
<p>➤ <b>Hito</b></p> <p>Poder alojar el producto en un sitio confiable.</p>



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 73	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

## 6 Plan de Marketing

### 6.1 Objetivos

Siendo que estamos en una etapa de introducción del nuestro servicio, el primer objetivo que debemos plantear es el de crear conciencia sobre la existencia del mismo.

Nuestro producto todavía está en desarrollo, por ello debemos llegar a informar a nuestros clientes y proveedores de nuestra presencia. Desarrollaremos un plan de marketing mix que constará con estrategias diferenciadas de producto, precio, comunicaciones integradas de mercadotecnia (CIM) y distribución.

Tenemos que lograr crear un posicionamiento con nuestros clientes para que, en mediano y corto plazo logremos ingresar en empresas que hacen uso asiduo de servicios de mensajería. Como ya indicamos en la segmentación empresas del rubro de informática, cerealero, ganadero, financiero, petrolero, hotelero y relacionados con la comercialización de vinos.

Estas empresas que componen nuestro segmento industrial se ubican principalmente en la zona céntrica de la ciudad de Buenos Aires, abarcado por los barrios de Retiro, Barrio Norte, Recoleta, San Nicolás, Balvanera y Monserrat.


Siendo que no tenemos con exactitud, cuando proveedores visitar trataremos de alcanzar la mayor cobertura posible del mercado dentro del mercado local, alrededor de la zona céntrica de la ciudad de Buenos Aires y a medida que se vayamos descubriendo nuevas empresas estas las iremos incorporando.

Con lo dicho respecto a las empresas, queremos lograr satisfacer las demandas un nicho específico de mercado.

Este tipo de cliente nos va a permitir innovar en aspectos relacionados al servicio para que este crezca aunque la presentación de nuestro servicio tenga componentes básicos. Queremos posicionar la empresa como innovadora en lo que hace a la generación de tecnología al servicio del cliente.

Promocionaremos el producto reduciendo nuestros márgenes de ganancias de manera de mostrar el funcionamiento del mismo, con esto queremos crear ventajas competitivas que nos distingan de la competencia como factor diferenciador y valor agregado.

- Queremos lograr una fuerte relación comercial con nuestros clientes y proveedores, basada en la satisfacción de sus necesidades y la generación de valor.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 74		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					


- Desarrollar una marca que represente confianza y profesionalismo en materia de entregas.
- Promocionar fuertemente la marca para incentivar el consumo y obtener una participación de privilegio en el segmento de mercado seleccionado.
- Queremos lograr un crecimiento sostenido desde su etapa de concepción

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

- Nuestro servicio a través de nuestro producto online, sea atractivo no solo para ámbito de búsqueda sino por todo el valor agregado de que dispone.
- Ser un referente en la innovación tecnológica
- Lograr una integración del mercado de consumidores finales a través del uso que se realiza el mercado industrial, siendo tomados en cuenta casos análogos los procedimientos de envío y recepción de mercaderías.
- Elevar la cantidad de clientes de manera tal de poder implementar otros servicios a futuro y expandir las fronteras servicio.
- A medida que se logre un crecimiento se comenzará a aumentar el alcance geográfico al cual llega la empresa, a considerar como objetivo cubrir todas las provincias citadas en la segmentación geográfica. Por ello se espera una establecer una fuerte posición competitiva en los mercados.

## ***6.3 Metas de Posicionamiento***

- Lograr crear una imagen en la mente del consumidor de que somos una solución práctica, veloz y con bajos costos.
- Distinguirnos entre otras marcas como aquel servicio de entrega de paquetes que trabaja por internet.
- Ser la primer opción de las al momento de decidir porque empresa realizar sus envíos ya que ofrecemos variedad y disponibilidad inmediata.
- Ser reconocidos por nuestra calidad de servicio y atención al cliente.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 75
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

## **6.4 Producto. Estrategia de Producto**

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

#### Características

Nuestro servicio así mismo se describe como un intangible a simple vista ya que depende exclusivamente de la utilización del mismo a través nuestro sitio.

La materialización de nuestro servicio a través del sitio, nos permite hacer hincapié en velocidad de obtener información al momento de utilizarlo, brindando interfaces intuitivas y que inducen al cliente a una utilización asidua.

No somos proveedores directo de la acción envío de paquetes sino que somos los facilitadores de opciones para el envío del mismo por ello puede variar dependiendo quien brinde el servicio de entrega.

El servicio comienza en el momento que el proveedor acepta la solicitud de servicio del cliente, nuestro producto se asegurará por medio de clausulas de servicio las responsabilidades de cada parte en el momento que los mismos ingresan y estarán disponibles para consulta continua desde el front end del producto de software bajo "Términos y Condiciones".

Poseemos una dependencia inmediata con nuestros proveedores que llevarán a cabo la tarea de entrega de paquetes. Lo cual hace que genere en nuestros clientes una percepción directa del mismo.

#### Producto Básico


El mismo estará compuesto por el producto de software que será el generador de mercado que permitirá enlazar clientes con proveedores para la realización de entregas de productos puerta a puerta.

Permitirá al cliente solucionar el problema de los altos costos, dar un servicio puerta a puerta, realizar las cobranzas y brindar seguridad a cada una de las partes.

#### Producto Real

Una cuestión fundamental para este tipo de producto es el diseño funcional y visual, que a la vez brinde al cliente la experiencia que adecuada al momento de utilizarlo, por ello, se buscará un diseño que se combine características balanceadas cumpliendo con las 7C del diseño web.

En cuanto a la marca del producto, será registrado bajo el nombre "EntregaYa", ya que posee atributos de ser corto, incitar una acción, es corto en cuanto a la

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 76	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

cantidad de letras (esto es doblemente bueno, ya que facilita la escritura) y fácil de recordar.

El logo, que acompañará al producto deberá dar idea de velocidad, prolijidad y buen diseño.

### Producto Ampliado

Tanto el cliente como el proveedor, podrán solicitar asistencia en línea para resolver inquietudes y reclamos de cualquier tipo.

Adicionalmente, podemos indicar que el producto cuenta con servicios adicionales de información, publicidad y aquellos que denominaremos *servicios heredados*, dentro de los cuales se encuentran la cadetería y las entregas a través de camionetas que algunas empresas de mensajería poseen y podrán ser ofrecidos a través del producto.


Cuando describimos las características del producto de software, incluimos los “Términos y Condiciones” de contratación del servicio y tampoco faltaran las “Políticas

### Clasificación

Nuestro tipo de servicio entra en la categoría de *productos de comparación* si se lo mira desde el mercado de consumidores finales y el mercado industrial. Pero recordemos que todas las empresas poseen un relevamiento de proveedores para analizar la conveniencia en la adquisición de servicios por lo que nuestra intención es entrar es esa categoría para el caso de las empresas.

Dado que estamos en una etapa de introducción del servicio, nos enfocaremos en un mercado industrial, para la realización de la estrategia de marketing mix.

Con respecto al marco legal, se establecerán contratos de responsabilidad que deberán aceptar los ingresantes para definir límites de responsabilidad y garantías sobre el servicio.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 77	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				


Servicio	Descripción
<b>Intagibilidad</b>	El servicio no puede percibirse directamente por los sentidos, sino a través del servicio de entrega que brinda a nuestro proveedor a nuestros clientes
<b>Inseparabilidad</b>	El servicio posee dependencia del proveedor que brinda su servicio de entrega
<b>Variabilidad</b>	Depende cual de los proveedores selecciono el cliente, el mismo se basará en la información que recibe sobre calificaciones del proveedor y precio del servicio según la zona de entrega
<b>Peredero</b>	El servicio no puede ser almacenado, guardado o inventariado, solo le brindara información al proveedor para poder realizar el envío dentro de una lista pedidos
<b>Caducidad</b>	El marco de solicitudes y atención de pedidos estará regulado por términos y condiciones aceptados por las partes. (Prestador y Prestatario). Y las políticas de nuestra empresa
<b>Empatia</b>	Nuestro servicio de atención al cliente asesora al cliente y al proveedor en cuestiones relativas a la operatoria. El proveedor será directamente responsable de tratar con el cliente en persona al momento de realizar las entregas
<b>Parte Tangible</b>	Contaremos con oficinas donde se realizará la operatoria de nuestra empresa, allí ejerceremos nuestra actividad comercial. Domicilio a determinar.

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

Por las características del servicio, es un de uso ocasional para aquellos consumidores finales que reciben los productos.

Si miramos el mercado industrial, tenemos que tener en cuenta que si logra la penetración deseada su uso puede ser diario.

Muchas de las empresas incluidas en el segmento industrial trabajan realizando facturación u otras documentaciones de manera voluminosa ya sea a durante todo el mes. Podemos citar el caso, de las cerealeras que cuando no están enviado o recibiendo facturas, lo hacen con otros documentos como ser las cartas de porte o bien los hoteles que contratan muchos servicios tercerizados para eventos según el movimiento comercial del mes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 78	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

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

- Variedad de precios, que forman competencias entre empresas proveedoras
- Comodidad, el cliente valora su tiempo
- Velocidad
- Puntos de distribución, según las necesidades del cliente
- Fácil acceso
- Intuitivo
- Atractivo visualmente
- La demanda de consumidores, de productos y servicios que no se encuentran online

### **6.4.4 ¿Existen estudios que respalden sus hipótesis.**


Si, según diversas presentaciones y estudios realizados por ILCE, CACE y diversas empresas del ámbito comercio electrónico, podemos encontrar varios puntos en común entre las mismas que refieren a la actitud del consumidor frente a los productos y servicios que se ofrecen.

Podemos encontrar esta información en una serie de presentaciones, si vemos las 30 presentaciones que podemos encontrar en <http://www.ecommerceday.org.ar/ecommerce-day/presentaciones/>

Veremos que encontramos puntos en común presentados por diferentes marcas que actualmente se encuentran trabajando por internet.

Soportando, el comportamiento del mercado de comercio electrónico local también podemos encontrar la presentación realizada por la CACE (<http://www.cace.org.ar/>) en marco de las exposiciones de ILCE sobre el comportamiento del consumidor <http://www.einstituto.org/fuerte-crecimiento-del-comercio-electronico-en-argentina/>

Del cual también extrajo información para realizar la segmentación de mercados ya que es una fuente local muy confiable y actualizada.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 79
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

El Estudio realizado por Prince & Cooke para la Cámara Argentina de Comercio Electrónico sobre “Comercio Electrónico en Argentina” es desde el punto de vista metodológico un Meta Research.

Esta técnica combina de modo lógico, emergentes cualitativos y cuantitativos provenientes de otras técnicas o metodologías, en este caso:


- Entrevistas ad-hoc, personales y telefónicas, y en profundidad a los principales actores y expertos del sector, particularmente, empresas de comercio electrónico, de marketing digital en sentido amplio, comercializadoras de clasificados y publicidad online, medios de pago y plataformas, y expertos e informantes calificados.
- Emergentes sobre Comercio Electrónico provenientes del Estudio cualicuantitativo del Perfil del Usuario de Internet en Argentina de Prince & Cooke
- Emergentes sobre indicadores de uso y penetración TIC provenientes de otros estudios de P&C, principalmente: Conectividad e internet en empresas; Mercado TIC Argentino; Transmisión de Datos, Hosting y Diseño Web.
- Información relevada de fuentes secundarias públicas: informes y estudios de consultoras y empresas, notas y artículos periodísticos, sitios y medios especializados.

## **6.5 Precio. Estrategia de Precio**

### **6.5.1 Condicionantes del precio**

Para comenzar el análisis de precios tenemos que tener en cuenta diferentes variables tanto internas como externas. Dado que es un servicio, que depende mucho de los proveedores directos lo primero que debemos hacer es una lista de características que afectan el precio en nuestro negocio:

- Los precios fijos que manejan las empresas de reparto por zona dentro del ámbito de la Capital Federal.
- Los precios fijos que manejan las empresas de reparto por zona fuera del ámbito de la provincia.
- Variaciones del precio que se dan por el efecto climático. Ej: Los repartos en capital federal los días de lluvia suelen ser cobrados un 50% más
- Adicionales en \$ x KM que puedan tenerse en cuenta dependiendo el proveedor salen de la zona de reparto preestablecida.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 80	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Por otro lado, se tienen los costos fijos (alquiler, telefonía, electricidad, hosting, salario de empleado, etc.) y costos variables (que varían en relación a nuestro nivel productivo) que poseemos nosotros mismos durante nuestra actividad.

Hay dos condicionantes adicionales muy importantes, que son la competencia y la demanda de los consumidores.

En cuanto al primero, no tenemos noticia que haya puesto el servicio en funcionamiento, aunque si ya empezó con el proceso estratégico (OCA, Vía Pool)

Y con respecto a la demanda de los mercados industriales harán foco en el ahorro de costos por ello, como se explicará en el siguiente punto utilizaremos una estrategia que nos permita realizar una penetración en el mercado promocionando el producto tanto para clientes como para proveedores.

Debemos tener en cuenta que el precio también estará afectado por la cantidad de empresas tanto proveedores como clientes dentro de nuestro servicio para poder actuar dentro del ajuste del mismo y cambiar las estrategias en el tiempo.


### 6.5.2 Estrategia de precio

Siendo que recién vamos a comenzar a operar y no tenemos una imagen formada en el mercado, creo que la mejor opción para comenzar con la fijación de precios, es una **estrategia de fijación de precios para penetrar en el mercado** (estrategia para productos nuevos), hasta poder determinar el valor que produce en el cliente. Este margen estará determinado por un porcentaje fijo por sobre las diferentes formulas que se plantean a continuación.

- Precio fijo del proveedor + comisión del X % sobre el total del viaje en el conurbano y un Precio fijo del proveedor + comisión del X+X% sobre el total del viaje fuera del conurbano + Precio por KM. Sin tarifar el viaje hasta el Cliente
- Precio fijo del proveedor + comisión del X % sobre el total del viaje en el conurbano y un Costo fijo del proveedor + comisión del X-1% sobre el total del viaje fuera del conurbano. Sumar tarifa de viaje hasta el Cliente como KM de recargo.
- Precio fijo del proveedor sobre el total del viaje en el conurbano y Precio fijo del proveedor sobre el total del viaje fuera del conurbano + comisión del X+(X-1)% + Sin tarifar el viaje hasta el Cliente

A todas estas formas de calcular el precio por el servicio se le debe sumar dependiendo de las condiciones climáticas un porcentaje adicional sobre el precio fijo



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 81	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

del proveedor, que solo para aclarar, será obtenido al instante de los radares del Observatorio y/o Ezeiza que nos brindan información cada 10 minutos.

Los pagos se realizarán por distintos medios priorizando los electrónicos que son más prácticos:

- Transferencias desde el banco del cliente a la cuenta de la empresa vía Web (e-banking)
- Transferencias a través de la red Banelco/Link a nivel nacional
- Depósito en cuenta bancaria (forma tradicional)
- Pago en nuestras oficinas.

Las facturas podrán ser impresas por el cliente desde nuestro sitio web.

En cuanto al marco legal, debemos aclarar que no existe ninguna ley y/o resolución que regule los valores que la empresa decida cobrar por los servicios correspondientes, las limitaciones estarán sujetas a las condiciones propias de la competencia y el mercado.

### Precios


Aquí demostraremos un ejemplo práctico de cómo podrá ser cada una de las selecciones de precios que podrá hacer el proveedor:

Tabla de Valores			
Comisión Conurbano (%)	Comisión Fuera Conurbano (%)	Adicional KM(\$)	Recargo Lluvia (%)
6	5	2	50

Modelo 1 - Modelo de Comisión Variable I					
Costo Fijo (\$)	Viaje de	Viaje Hasta	Clima	KM Recargo	Margen
25	Balvanera	Recoleta	Soleado	0	1,5
45	Balvanera	Avellaneda	Soleado	0	5,40

Modelo 2 - Modelo de Comisión Variable 2					
Costo Fijo (\$)	Viaje de	Viaje Hasta	Clima	KM Recargo	Margen
25	Balvanera	Recoleta	Soleado	5	11,5
45	Balvanera	Avellaneda	Soleado	5	12,25

Modelo 3 - Modelo de Comisión Fija					
------------------------------------	--	--	--	--	--

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 82
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo: 34281
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			


Costo Fijo (\$)	Viaje de	Viaje Hasta	Clima	KM Recargo	Margen
25	Balvanera	Recoleta	Soleado	0	2,75
45	Balvanera	Avellaneda	Soleado	0	4,95

En la columna Margen, se ve reflejado el margen de ganancias basado en el cálculo de la comisión por viaje.

La elección de un modelo u otro, se verá afectada según diferentes factores, a simple vista, el modelo de comisión variable 1, parece ser el más beneficioso para cualquier proveedor, pero notemos que si bien deja un costo de comisión más bajo, el proveedor deberá estar ubicado preferentemente en el conurbano, en caso de que la empresa realice muchos viajes fuera del conurbano automáticamente los costos se duplican, y en caso de estar fuera de zona hay que sumarle el precio por KM por cada KM adicional hasta el destino de entrega.

El modelo de comisión variable 2, parece ser el menos conveniente, pero le permite al proveedor que está alejado geográficamente, sacrificar costos para poder obtener más clientes, bajando el costo fijo de cada viaje.

Por último el modelo de comisión fija se podría denominar el modelo más balanceado para aquellos viajes "cortos", pero eso dependerá de la empresa que brinde el servicio.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 83	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 6.6 CIM Comunicaciones integradas de marketing

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

Nuestro interés se centra en el desarrollo de una estrategia de promoción del sitio tanto para nuestros clientes como proveedores de manera que puedan probar el servicio y esto los estimule a la utilización del mismo como herramienta de trabajo habitual.

Brindaremos un sitio atractivo a la vista y con facilidades en la utilización para que tanto usuarios experimentados en diferentes herramientas web como los no se sientan cómodos con la interfaz.

Como nuestro mercado objetivo en primera instancia es un mercado industrial primeramente se ofrecerá la suscripción asistida por nuestro operador de manera de facilitar el ingreso y comiencen a utilizarlo sintiéndose acompañados en la incorporación de un nuevo servicio.

Comenzaremos ofreciendo dentro de los sitios de interés (Ver 6.6.2. Conexión) incorporando a las empresas que se *presten a la utilización del servicio para que se sientan referenciados* y poder crear un lazo estrecho con las mismas. Este trato con los clientes se realizará de manera *personal*.


De la misma manera los primeros proveedores, poseerán la exposición inmediata de sus servicios con estas empresas que se adhieran ya las mismas podrán utilizar el servicio que ellos ofrecen, generando una mejor presencia ante ellos. Sumado a esto, se reducirán a cero las comisiones en las primeras transacciones online que reciban por parte de los clientes y adicionales por la incorporación de nuevos clientes que utilicen el servicio como acción de *promoción de ventas*.

Otra fuente importante de nuestra estrategia de comunicación las operaciones que se registran en nuestro sistema, ya que poseemos la forma de llegar a nuevos cliente a través de publicidad de productos en los cuales ellos están interesados a través de la utilización de listas de *mailing* para la realización de marketing directo

O bien, siendo intermediarios podemos llegar a sacar réditos publicitarios si logramos una exposición suficiente, por el *intercambio de publicidades* con otros sitios.

La estrategia para realizar la mezcla de *promoción* estará dada por medio de una *estrategia de empuje* que es el más conveniente dado que el mercado inicial estará conformado por empresas del mercado industrial.

La *publicidad* estará soportada por un *método objetivo y tarea*, ya que en nuestra etapa inicial podemos determinar que queremos lograr, y los medios de publicidad en línea permiten determinar públicos objetivos de manera que definir

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 84	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

objetivos publicitarios y tareas específicas de promoción. El mensaje deberá poder captar la atención y comunicar bien la atención. Deberá permitir informar sobre nuestro producto, describir los servicios y reducir el temor de clientes sobre los aspectos relativos a entrega a tiempo, cobranzas y seguridad. Recaltar capacidades de comodidad, prestigio de nuestra empresa y presencia.

También se utilizarán medio gráficos, como ser revistas especializadas del mercado como ser Economía y Negocios y diarios como ser Ámbito Financiero

### Desarrollo de la estrategia de publicidad

El desarrollo de una estrategia de publicidad consta de dos elementos principales, que son la creación del mensaje y la selección del medio publicitario.


Para llevar a cabo nuestra estrategia, analizaremos los diferentes medios propuestos con anterioridad, recalando las características propias y diferentes aspectos que nos permitan comunicar a nuestros futuros clientes nuestro mensaje.

<b>Comunicación</b>	"El servicio de entrega más veloz sobre internet"
<b>Objetivo</b>	Enterar al mercado sobre el servicio
<b>Tipo</b>	Informativa
<b>Estilo</b>	Habilidad Técnica
<b>Medio</b>	Internet
<b>Observación</b>	Se busca captar proveedores y clientes. Marketing de DB, listas de mailing. Actividad soportada también por el intercambio de banners y la inclusion de publicidad GoogleAds y GoogleSense. Exposición controlada.
<b>Frecuencia</b>	10 mil mails por dia durante el primer mes

<b>Comunicación</b>	"Solución veloz en envíos a un clic"
<b>Objetivo</b>	Enterar al mercado sobre el servicio
<b>Tipo</b>	Informativa
<b>Estilo</b>	Estado de ánimo
<b>Medio</b>	Diarios
<b>Observación</b>	Alcance acotado al mercado industrial, a traves de diarios dedicados a finanzas y economía(Ambito financiero, Cronista Comercial, Economía y Negocios). Facilidad, solucion del problema, tranquilidad y comodidad.
<b>Frecuencia</b>	Días hábiles, Lunes, Miércoles.

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

#### Contexto

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 85	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Para lograr la comodidad que se requiere para el usuario, la funcionalidad debe estar al alcance de la mano del usuario por ello, se busca armar un diseño similar al siguiente.

Origen:

Destino:

Partida:  

Regreso:  

Adultos:  Menores:

también quiero ver Hoteles

sólo Ejecutiva/Business

[▶ Opciones avanzadas](#)



## Contenido

Poseemos de publicaciones de noticias que serán actualizadas diariamente con información relativa al clima, información relacionada con empresas de los diferentes rubros que abarcados por nuestra segmentación de manera de mantener informados a nuestros clientes, y que no solo ingresen cuando necesitan un servicio, sino también como portal informativo.

29 JUN 2011 | 18:47h

DÓLAR


# El dólar que se usa para fugar divisas cae a \$4,27, su mínimo en dos meses

La confirmación de la candidatura de Cristina de Kirchner calmó la incertidumbre que había en el mercado. Igualmente, los especialistas advierten que la fuga de capitales podría retomar su camino ascendente a medida que se aproximen las elecciones.

Mostrando simplemente el título y la bajada, a un simple click se podrá acceder a la información.

## Comunidad

El concepto de comunidad se verá reflejado a través de las opiniones que generen los usuarios que reciben servicios y ser vista por otros interesados al momento de decidir porque servicio optar.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 86	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Calificaciones recibidas por la venta de este producto ✕


+	<b>CARLIN...</b> <i>"td bn..."</i>
+	<b>EL-PELADO_...</b> <i>"rapido y seguro muy positivo"</i>
+	<b>DAIANA-...</b> <i>"Todo perfecto, muy recomendables!!"</i>
+	<b>KEVINCITO_...</b> <i>"todo ok!! "</i>
	<b>JEAN...</b>

### Conversión

Estará dada por los perfiles de usuarios, que aceptará el sistema que permitirá según quien entre al sistema diferentes accesos y vistas de la información. Los clientes ingresaran y podrán acceder a un buscador y una serie de acciones relacionadas con la publicación, administración del pedido, facilidades para la reutilización de publicaciones y agenda.

En cambio los proveedores, tendrán un perfil completamente diferente, en lo que verán los pedidos publicados, la facturación.

Como podemos ver en el ejemplo de más abajo se busca distinguir el acceso dependiendo quien es el interesado.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 87	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				



## Comunicación

Incluiremos un vínculo de comunicación, o Servicio de Atención al cliente donde puedan hacer llegar sus dudas por correo electrónico en la pantalla principal del sitio.

[Centro de Atención al Cliente](#)


## Conexión

Incluiremos vínculos de interés relacionados con la información que nos proporcionan nuestros clientes a través de la utilización del servicio.

Otra opción es utilizar adwords y adsense, donde Google, utiliza las palabras que con más frecuencia aparecen en las búsquedas del usuario y muestra publicidad relacionada.

**Más Buscados**

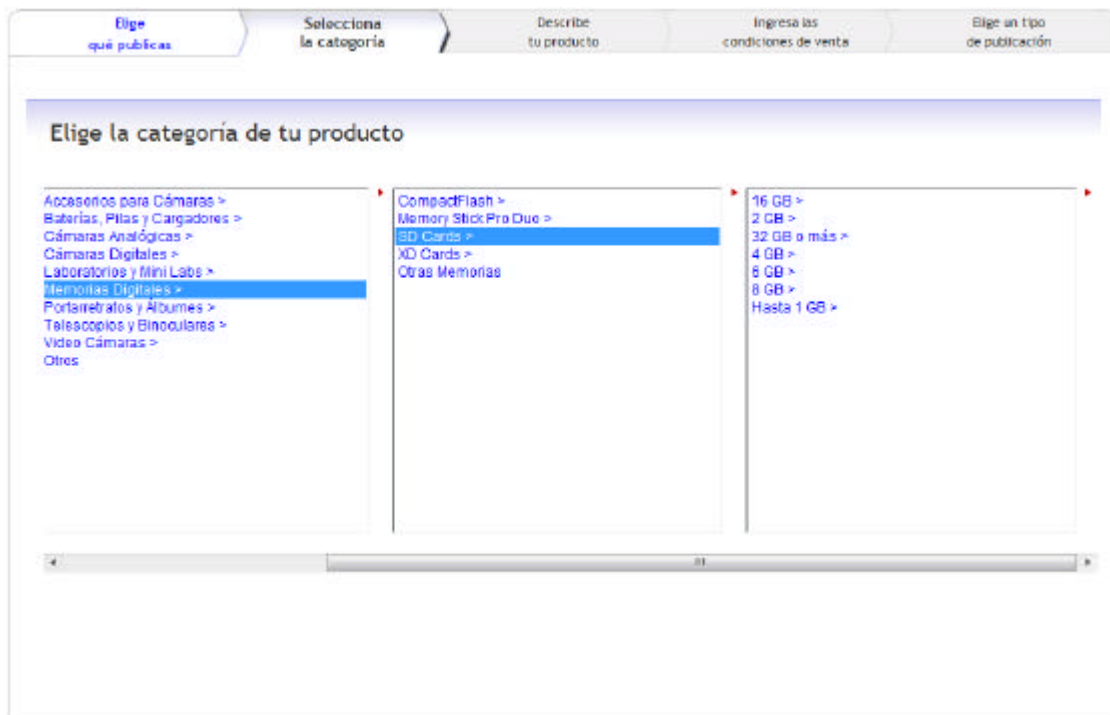
[Aerolíneas Argentinas](#) [Lan Argentina](#)  
[Tam líneas aéreas](#) [Hoteles Buenos Aires](#) [Hoteles Bariloche](#) [Hoteles en Mar del Plata](#) [Pasajes Aéreos](#) [Vuelos a Bariloche](#) [Líneas Aéreas](#) [Air Europa](#)  
[Iberia](#) [Air France](#) [Hoteles Punta del Este](#) [Pluna](#) [Hoteles baratos](#)

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 88	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- LINKS**
- El Trece
  - TN
  - Clarín.com
  - VxV
  - Olé
  - Vía Rosario

## Comercio

A través de una pantalla similar a esta usuario podrá publicar la descripción de su producto de manera de hacer llegar la información a nuestros proveedores para que puedan tomar el pedido y sepan qué tipo de precauciones deben tomar y/o si disponen del vehículo necesario para realizar el envío, o si pueden realizarlo en uno o más vehículos.



Elige qué publicas    Selecciona la categoría    Describe tu producto    Ingresa las condiciones de venta    Elige un tipo de publicación

**Elige la categoría de tu producto**

- Accesorios para Cámaras >
- Baterías, Pilas y Cargadores >
- Cámaras Analógicas >
- Cámaras Digitales >
- Laboratorios y Mini Labs >
- Memorias Digitales >**
- Portarretratos y Álbumes >
- Teloscopios y Binoculares >
- Video Cámaras >
- Otros


- CompactFlash >
- Memory Stick Pro Duo >
- SD Cards >
- XD Cards >
- Otras Memorias

- 16 GB >
- 2 GB >
- 32 GB o más >
- 4 GB >
- 8 GB >
- 8 GB >
- Hasta 1 GB >

## ESQUEMA

Por lo tanto, la Home General del sitio sería parecida a este esquema:



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 89	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Home General

Home
Atencion Al Cliente

Vinculos de Interes

Publicidad


Acceso de Clientes

Acceso de Proveedores

Noticias

Politicas de Privacidad

CopyRight

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 90		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

## 6.7 Distribución

### 6.7.1 Factores condicionantes de la distribución

#### Principales canales

Para lograr que funcione nuestra estrategia de distribución tenemos que lograr que nuestra *red de entrega de valor* sea una asociación de entre nuestra empresa, proveedores y clientes. Por ello, como primer medida necesitamos de un alojamiento donde poner a disposición de nuestros clientes nuestro producto de software, estos proveedores son el punto de partida para poder tener disponible nuestro producto hacia los clientes.

Es fundamental componer una cartera proveedores que alimenten nuestro negocio como proveedores de servicio, de manera que brinden sus recursos disponibles para poder ofrecer a los clientes el servicio de entrega. Nuestros clientes, en principio del mercado industrial, generan un gran volumen de pedidos a este tipo de empresas diariamente, por ello la concentración de nuestros proveedores se encuentra dentro del segmento de mercado ya definido.

Tenemos que tener en cuenta el clima, ya que es un aspecto muy importante para la utilización de motovehículos, ya que muchas veces existen zonas que quedan semi aisladas y con este tipo de vehículos es difícil el acceso. Por ejemplo, como sucede en la zona de Belgrano, en la Capital Federal. Por este motivo, muchas veces nuestros proveedores incurrir a la duplicación del precio del servicio bajo estas condiciones climáticas.


La utilización del servicio estará regulada básicamente por los horarios de cada distribuidor, ya que estas empresas muchas veces no trabajan las 24hs aunque si cubren franjas horarias extensas.

Como la mayor parte de los compradores potenciales de servicio están concentrados en unas cuantas regiones geográficas, utilizaremos un canal directo de distribución.

En el caso de OCA, utiliza medios propios para realizar distribución ya que posee flota de camiones y motos alrededor de todo el país, salvo la excepción de envíos a distancias muy largas u otros países, que en esos casos utilizan micros de larga distancia, aviones o barcos. No se tiene información de cómo lo resuelve el resto de la competencia.

La naturaleza de los productos puede variar según el cliente.

Nuestro rol como intermediarios será de la de brindar información, promoción, contacto, adecuación y negociación.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 91	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

### **6.7.2 Estrategia de distribución**

Dado que requerimos una amplia cobertura del mercado y no depender de una sola estructura, optaremos una estrategia de distribución *multicanal*, donde participen activamente miembros que accedan directamente a nuestros servicios como también otras través de estas empresas de ecommerce ya establecidas. Como se explico en el punto anterior la naturaleza de los productos dependerá del cliente quiera enviar.

Adicionalmente utilizaremos a los mismos proveedores que al no tener exclusividad sobre nuestro servicio, serán los intermediarios y promulgadores del servicio logrando mejores posicionamientos y mayor difusión, de esta manera generaremos jugaran un rol de intermediarios, que será recompensado por nuestra empresa.

El servicio que brindamos como ya se explicó en el punto anterior, posee dependencia con nuestros proveedores, que si bien son los que llevan a cabo la acción, que no termina allí, ya que esperamos una retroalimentación por parte de nuestros clientes a través de calificaciones por el servicio recibido de manera mejorar nuestra red de valor lo que nos permite a nosotros posicionar a nuestros proveedores según sus capacidades de servicio a nuestros clientes.

### **6.7.3 Canales (tipo y nivel)**

#### **Canal Directo**

“Productor” → Nosotros(4to Canal) → Cliente (del mercado industrial o de consumo)


Este va a ser nuestro principal canal de distribución para el segmento de industrial, el cual va a ser objetivo de esta propuesta de marketing y estará destinado a ser el impulsado por la propuesta de penetración en el mercado.

Negocio de Ecommerce (genérico en 4to canal) → Nosotros(4to Canal) → Cliente

Estos son los canales que se esperan que se habrán en el tiempo para lograr canales híbridos a medida de que avance el tiempo, en este momento se dejarán planteados pero no se espera un crecimiento inmediato.

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

Utilizaremos una distribución selectiva de los puntos de venta a para que el servicio comience a tomar fuerza. Principalmente en este momento el único punto de

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 92
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

venta está situado en el área de cobertura del segmento geográfico de mercado para el mercado industrial.

### **6.7.5 Opciones de asociación**

Para lograr una buena interacción entre los proveedores del canal buscaremos ponernos de acuerdo sobre los términos y responsabilidades de cada miembro. Por ello deberemos realizar acuerdos sobre la política de precios, condiciones de venta y servicios específicos que se prestarán.

Buscaremos seleccionar empresas proveedoras que se sientan cómodas con nuestra metodología de trabajo y clientes que se adhieran de manera permanente, de manera de utilizarlos de referencia para futuros clientes.

Una de las asociaciones que también buscaremos, es la de aquellos ecommerce ya establecidos en internet, que no posean un canal de distribución de productos de manera consolidada.

Otra buena opción son aquellos foros de venta de productos o información de los mismos donde acuden personas para realizar análisis de productos y dar sus comentarios, donde se arman verdaderas comunidades de compradores, para poder lograr un intercambio de publicidades.

### **6.7.6 Gestión del JIT just in time**


Nuestra gestión JIT se basará en la administración de proveedores que, formarán nuestra cartera basados en la cantidad de pedidos y distribución de los mismos dentro de los segmentos determinados por las zonas geográficas, de manera de no enfocarnos en aumentar nuestra cartera de proveedores en zonas que hay poco movimiento.

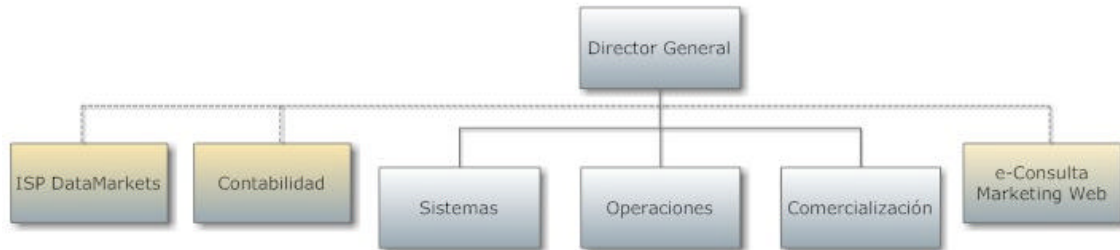
## **7 Operaciones**

### **7.1 Organización de la empresa**

La empresa para poder cumplir con sus planes de acción deberá comenzar a operar con una estructura sencilla que le permita tener la flexibilidad suficiente para poder adaptarse tanto a los cambios que requiere una empresa en desarrollo como los impuestos por una empresa de tecnología.

Si asociamos a estos conceptos a la innovación constante que es una necesidad junto a una agenda estratégica para poder sobrevivir en el mercado de comercio en línea, nos parece optimo la utilización de una estructura adhocrática profesional, para poderla ubicar dentro de un marco de organización conocido.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 93		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					



Al comenzar las actividades la empresa utilizará un proceso de toma de decisiones centralizado ya que la delegación de tareas con este tipo de estructura todavía no es lo suficientemente robusta. Aunque permite mayor flexibilidad para crear un ambiente de comunicación que:

- Transmita la información institucional específica de una organización a sus empleados
- Fomente los valores culturales de la organización
- Motive y conozca la opinión de sus empleados en algunos aspectos

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

La empresa que estará fundada por una persona.

Se ocupara del cargo de Director general. Podemos definir como característica el liderazgo audaz que impulsa a la empresa.

Se espera la incorporación de un socio a la brevedad que posee contactos con algunos proveedores y posee conocimientos Administrativo - Contable.


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

**Pablo Cósimo:** Realiza múltiples roles, Director Gral, pero a su vez, como la empresa recién comienza asumirá los roles de Gerente de Sistemas, Analista en Sistemas y Arquitecto de Solución. Analista de Sistemas de 31 años que está cursando actualmente el último año de Ingeniería en la Universidad Abierta Interamericana.

Tiene un perfil netamente técnico, pero con conocimientos amplios sobre tecnologías Web 2.0 y diseño gráfico

Posee capacidades de dirección de recursos humanos, análisis de problemas, investigación, buena predisposición para escuchar, perseverancia, constancia, fortaleza física y mental y lucha, buen espíritu observador. Quizás su gran falencia es la pasa por la comunicación hacia perfiles no técnicos.

Experiencia en múltiples ámbitos laborales en el mercado.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 94
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

Posee conocimientos avanzados de programación en tecnologías VB .NET, C#, ASP.NET, SQL, HTML, Javascript, Ajax y XML y otros lenguajes. Ocupará el puesto de Gerente de General. Ver CV <sup>vii</sup>

**ISP:** Brinda soporte de red, administración del hosting, base de datos del sistema y seguridad física, asegurando la disponibilidad del mismo las 24x365. (Datamarkets)

**Contabilidad:** Esta área va a ser cubierta por un estudio contable que todavía no se ha definido. <sup>viii</sup>

**Marketing Web:** Consultora especializada en marketing para sitios web, promociones y publicidad. Además brinda soporte de negocios, gestión de mejoras y management (e-consultora) <sup>ix</sup>


## 7.4 Estructura prevista al lanzamiento y evolución

Se espera un crecimiento dentro de la organización que se conforme una estructura como se presenta a continuación en un período inferior a tres años.




## 7.5 Filosofía y sistema de trabajo

- Vocación de servicio y excelencia en la gestión
- Compromisos de calidad, desde el primer contacto
- Compromiso con el cliente y su negocio, garantía y calidad.
- Ética profesional, es la guía de nuestra conducta, tanto entre colegas, con los clientes, con nuestros socios comerciales, con los competidores y en general
- Integridad, honestidad, respeto y confianza
- Claridad y simplicidad en todas las comunicaciones y dentro de la empresa
- Flexibilidad y rapidez de respuestas
- Conseguir el mejor equipo profesional y humano y mantenerlo
- Rentabilidad de la empresa y de los proyectos, y de las inversiones en Publicidad
- Excelente relaciones interpersonales, buen trato, y sentido del humor Siempre
- Confidencialidad y confiabilidad

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 95	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

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


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 96		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

## RRHH Lanzamiento

<b>Director General</b>	
Remuneración	\$10000 pesos mensuales brutos.
<b>Condiciones de Trabajo</b>	
Status	Tiempo completo.
Días de trabajo	Lunes a Viernes de 9 a 18hrs.
Horas por Día	8.
Horas Semanales	40.
<b>Propósito</b>	
Descripción	Supervisar todas las áreas para conocer las necesidades de la empresa. Ser el representante legal de la compañía.
Tareas principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar de forma activa en las reuniones de toma de decisiones.</li> <li>• Tener una relación cercana y participativa con todos los empleados.</li> <li>• Definir anualmente las metas a alcanzar.</li> <li>• Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.</li> <li>• Analizar mercado e interactuar con los proveedores</li> <li>• Supervisar tareas de desarrollo</li> <li>• Project Manager</li> <li>• Administrar proveedores y RRHH</li> </ul>
¿Requiere esta posición el supervisar personal?	Si.
<b>Requisitos</b>	
Sexo	Hombre/Mujer.
Edad	N/A
Especialización requerida	Tiene que ser una persona con ética y principios que no revele información confidencial de la empresa, así como tener los conocimientos y aptitudes propias de un buen empresario, motivador, emprendedor, con carácter y capacidad para tomar decisiones acertadas.
Experiencia requerida	3 años o más


<b>Operador</b>	
Remuneración	\$4500 pesos mensuales brutos.
<b>Condiciones de Trabajo</b>	
Status	Tiempo completo.
Días de trabajo	Lunes a Viernes de 9 a 18hrs.
Horas por Día	8.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 97	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Horas Semanales	40.
<b>Propósito</b>	
Descripción	Dar soporte al usuario, atención telefónica, realización de informes y tareas administrativas básicas
Tareas principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soporte escrito y telefónico a los usuarios</li> <li>• Soporte a Ventas</li> <li>• Enviar informes mensuales extraídos del sistema</li> <li>• Generar facturación mensual a usuarios</li> </ul>
¿Requiere esta posición el supervisor personal?	No.
<b>Requisitos</b>	
Sexo	Hombre/Mujer.
Edad	25-45 años.
Especialización requerida	Debe ser una persona responsable, capaz y atenta. Buena predisposición hacia el cliente.
Experiencia requerida	Personal administrativo o de call center con experiencia 1 año o más en puestos similares

<b>Programador Semi Sr</b>	
Remuneración	\$5000 pesos mensuales brutos.
<b>Condiciones de Trabajo</b>	
Status	Tiempo completo.
Días de trabajo	Lunes a Viernes de 9 a 18hrs.
Horas por Día	8.
Horas Semanales	40.
<b>Propósito</b>	
Descripción	Diseñar e implementar los distintos requerimientos de los sistemas de la empresa (por el Gerente General).
Tareas principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar tareas de análisis y diseño.</li> <li>• Realizar tareas de programación.</li> <li>• Brindar soporte de sistemas a todos los empleados de la empresa.</li> </ul>
¿Requiere esta posición el supervisor personal?	No.
<b>Requisitos</b>	
Sexo	Hombre
Edad	20-30 años.
Especialización requerida	Debe ser una persona responsable, creativa y con ganas de expectativas de crecimiento. Dominio de inglés.  Estudiante avanzado en carrera de Sistemas


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 98	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Experiencia requerida	Mínimo 2 años de experiencia en cargo similar.
-----------------------	--

Responsable de Comercialización	
Remuneración	\$6500 pesos mensuales brutos.
Condiciones de Trabajo	
Status	Tiempo completo.
Días de trabajo	Lunes a Viernes de 9 a 18hrs.
Horas por Día	8.
Horas Semanales	40.
Propósito	
Descripción	Tener conocimientos de marketing y ventas para realizar una labor introductoria a los clientes y poder firmar acuerdos con empresas y sitios de e-commerce.
Tareas principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atraer clientes</li> <li>• Atraer proveedores</li> <li>• Generar acuerdos con empresas de e-commerce</li> <li>• Generar acuerdos con empresas del mercado industrial</li> <li>• Realizar informes de ventas</li> </ul>
¿Requiere esta posición el supervisar personal?	No.
Requisitos	
Sexo	Hombre/Mujer
Edad	20-35 años.
Especialización requerida	Debe ser una persona proactiva, que domine la comunicación verbal y gestual. Habilidades de venta  Profesional de ventas
Experiencia requerida	Mínimo 2 años de experiencia en cargo similar.


## RRHH Evolución

Contador/Socio	
Remuneración	\$20000 pesos mensuales brutos.
Condiciones de Trabajo	
Status	Tiempo completo.
Días de trabajo	Lunes a Viernes de 9 a 18hrs.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 99		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

Horas por Día	8.
Horas Semanales	40.
<b>Propósito</b>	
Descripción	Manejar aspectos administrativos y contables
Tareas principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar de forma activa en las reuniones de toma de decisiones.</li> <li>• Manejo de proveedores</li> <li>• Participar en la negociación de contratos y acuerdos.</li> <li>• Administración contable</li> <li>• Manejo de sueldos y jornales</li> <li>• Realización de métricas de producción</li> </ul>
¿Requiere esta posición el supervisar personal?	Si.
<b>Requisitos</b>	
Sexo	Hombre/Mujer.
Edad	N/A
Especialización requerida	Contador, que haya realizado tareas administrativas en diferentes empresas relacionadas con el rubro del transporte. De ser posible que haya seguido las carreras de contador y administración de empresas
Experiencia requerida	3 años o más


<b>Director General</b>	
Remuneración	\$20000 pesos mensuales brutos.
<b>Condiciones de Trabajo</b>	
Status	Tiempo completo.
Días de trabajo	Lunes a Viernes de 9 a 18hrs.
Horas por Día	8.
Horas Semanales	40.
<b>Propósito</b>	
Descripción	Supervisar todas las áreas para conocer las necesidades de la empresa. Ser el representante legal de la compañía.
Tareas principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar de forma activa en las reuniones de toma de decisiones.</li> <li>• Tener una relación cercana y participativa con todos los empleados.</li> <li>• Definir anualmente las metas a alcanzar.</li> <li>• Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.</li> <li>• Búsqueda de nuevos mercados</li> <li>• Delegación de funciones</li> <li>• Gestión y control</li> </ul>
¿Requiere esta posición el supervisar personal?	Si.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 100	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Requisitos	
Sexo	Hombre/Mujer.
Edad	N/A
Especialización requerida	Tiene que ser una persona con ética y principios que no revele información confidencial de la empresa, así como tener los conocimientos y aptitudes propias de un buen empresario, motivador, emprendedor, con carácter y capacidad para tomar decisiones acertadas.
Experiencia requerida	3 años o más


Gerente de Sistemas	
Remuneración	\$10000 pesos mensuales brutos.
Condiciones de Trabajo	
Status	Tiempo completo.
Días de trabajo	Lunes a Viernes de 9 a 18hrs.
Horas por Día	8.
Horas Semanales	40.
Propósito	
Descripción	Administración de recursos tecnológicos
Tareas principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participar de forma activa en las reuniones de toma de decisiones.</li> <li>Manejo de proveedores de tecnología, tanto software como hardware</li> <li>Manejo de personal de TI y soporte</li> <li>Evaluación de personal de sistemas</li> </ul>
¿Requiere esta posición el supervisar personal?	Si.
Requisitos	
Sexo	Hombre/Mujer.
Edad	N/A
Especialización requerida	Ingeniero en Sistemas
Experiencia requerida	2 años o más

Gerente de Operaciones	
Remuneración	\$9000 pesos mensuales brutos.
Condiciones de Trabajo	
Status	Tiempo completo.
Días de trabajo	Lunes a Viernes de 9 a 18hrs.
Horas por Día	8.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 101		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					


Horas Semanales	40.
<b>Propósito</b>	
Descripción	Supervisor de operaciones y atención al cliente
Tareas principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar de forma activa en las reuniones de toma de decisiones.</li> <li>• Manejo de personal de operaciones</li> <li>• Atención personalizada a clientes importantes junto al Gerente de Ventas</li> <li>• Evaluación de personal de operaciones</li> <li>• Generación de informe sobre operaciones mensuales</li> </ul>
¿Requiere esta posición el supervisar personal?	Si.
<b>Requisitos</b>	
Sexo	Hombre/Mujer.
Edad	N/A
Especialización requerida	Gerente o Supervisor de Call Center
Experiencia requerida	2 años o más

<b>Responsable de Comercialización</b>	
Remuneración	\$6500 pesos mensuales brutos.
<b>Condiciones de Trabajo</b>	
Status	Tiempo completo.
Días de trabajo	Lunes a Viernes de 9 a 18hrs.
Horas por Día	8.
Horas Semanales	40.
<b>Propósito</b>	
Descripción	Tener conocimientos de marketing y ventas para realizar una labor introductoria a los clientes y poder firmar acuerdos con empresas y sitios de e-commerce.
Tareas principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atraer clientes</li> <li>• Atraer proveedores</li> <li>• Generar acuerdos con empresas de e-commerce</li> <li>• Generar acuerdos con empresas del mercado industrial</li> <li>• Realizar informes de ventas</li> <li>• Colaborar con las Gerencias de Sistemas y Operaciones</li> <li>• Convocar reuniones para realizar intercambio de ideas sobre información proveniente del mercado</li> </ul>
¿Requiere esta posición el supervisar personal?	No.
<b>Requisitos</b>	
Sexo	Hombre/Mujer

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 102		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					


Edad	20-35 años.
Especialización requerida	Debe ser una persona proactiva, que domine la comunicación verbal y gestual. Habilidades de venta, buen trato.  Profesional de ventas
Experiencia requerida	Mínimo 2 años de experiencia en cargo similar.

<b>Responsable de Marketing</b>	
Remuneración	\$10000 pesos mensuales brutos.
<b>Condiciones de Trabajo</b>	
Status	Tiempo completo.
Días de trabajo	Lunes a Viernes de 9 a 18hrs.
Horas por Día	8.
Horas Semanales	40.
<b>Propósito</b>	
Descripción	Se busca que la persona provenga directamente de una empresa de marketing que haya colaborado desde el comienzo para ocupar un puesto que continúe con las actividades de marketing, y de ser necesario realice las acciones necesarias para promocionar el servicio.
Tareas principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participar de forma activa en las reuniones de toma de decisiones.</li> <li>Participar en la generación de propuestas</li> <li>Realización de Marketing interno y externo</li> <li>Segmentación de Mercados</li> <li>Búsqueda de nuevos mercados</li> <li>Presentación de informes</li> <li>Creación de campañas publicitarias</li> </ul>
¿Requiere esta posición el supervisar personal?	No.
<b>Requisitos</b>	
Sexo	Hombre/Mujer.
Edad	25 a 50 años
Especialización requerida	Tiene que ser una persona creativa, con muy energía y conocimientos de mercado, que continuamente se esté capacitando en las últimas tendencias y modas del mercado online.  Profesional del marketing.
Experiencia requerida	2 años o más

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 103		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

## **8 Plan Económico Financiero**

Aquí en adelante se demostrará como está compuesto el plan económico financiero, basado en estimaciones proveniente de diferentes fuentes, las cuales se indicarán a través de referencias bibliográficas adjuntas.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 104	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 8.1 Modelo de Ingresos


El flujo de ingresos presentado a continuación está compuesto básicamente por dos partes: ingresos provenientes de capital inicial más un préstamo y luego por el fruto de de la producción. En cada columna se detallan los períodos, tomando de manera representativa de los meses del año.

El ítem denominado “Cobros por Ventas” corresponde a la actividad principal de la empresa que corresponde a la utilización del producto EntregaYa!. Complementariamente se desarrollarán otras actividades basadas en el producto principal detallada como “Desarrollo de Web E-Commerce para Distribución” que corresponde a la actividad de tomar parte del desarrollo del producto principal y adaptarlo a las necesidades de diferentes clientes, generando así versiones del producto a medida.

Como consecuencia de esta actividad, surge el mantenimiento de estos sitios a medida, lo cual se ha denominado “Mantenimiento de Sitio E-Commerce Distribución”.


Por último, se incluirá la actividad del desarrollo de sitios web, que brindarán un ingreso extra a la organización y una mayor difusión.

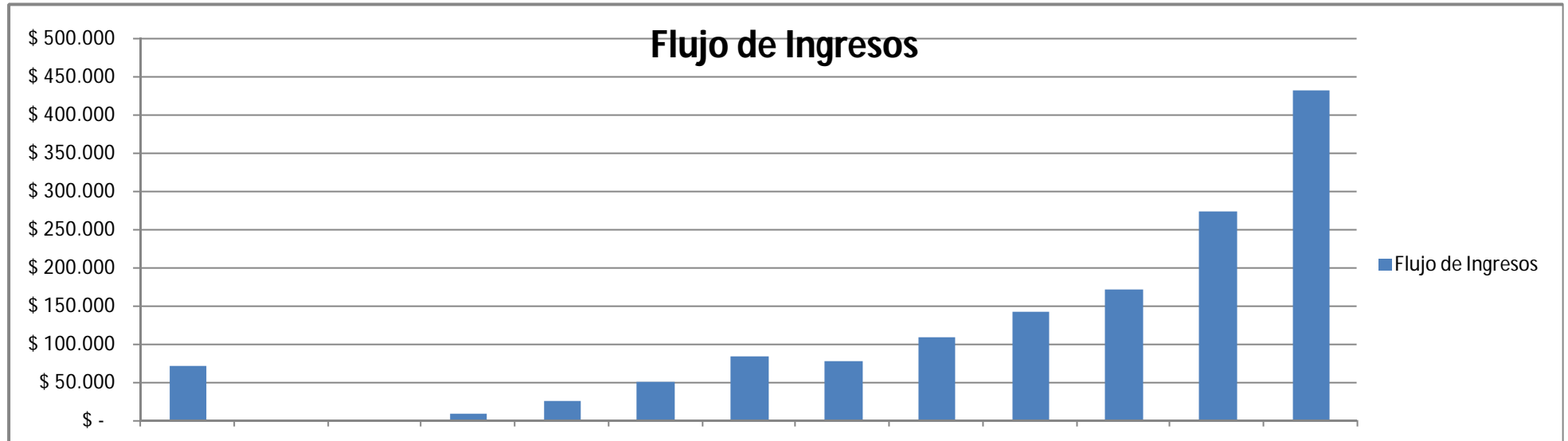



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 105
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

Detalle	Mes a proyectar												
	Dic 2011	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sep 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dic 2012
Flujo de Ingresos (en pesos ARG)													
Dinero Disponible en Caja	\$ 20.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestamo Personal	\$ 50.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Producto de Software</b>													
Cobros Por Ventas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 595	\$ 17.879	\$ 49.033	\$ 72.864	\$ 67.666	\$ 108.344	\$ 132.141	\$ 162.217	\$ 272.158	\$ 430.273
Desarrollo Web E-Commerce para Distribucion				\$ 8.000	\$ 8.000	\$ -	\$ 10.000	\$ 8.000	\$ -	\$ 10.000	\$ 8.000	\$ -	\$ -
Mantemiento de Sitio E-Commerce Distribucion			\$ -	\$ -		\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 1.000	\$ 1.000
Desarrollo de Sitios Web												\$ 2.000	\$ 4.000
<b>Total</b>	<b>\$ 70.000</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 8.595</b>	<b>\$ 25.879</b>	<b>\$ 49.533</b>	<b>\$ 83.364</b>	<b>\$ 76.166</b>	<b>\$ 108.844</b>	<b>\$ 142.641</b>	<b>\$ 170.717</b>	<b>\$ 273.158</b>	<b>\$ 431.273</b>

\* Cobro 30 Dias Mes Vencido

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 106
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			




	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 107	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


De aquí en adelante se detallarán los ítems de mayor relevancia para el proyecto.

El préstamo personal se llevará a cabo a través del Banco Itaú<sup>x</sup> donde obtendremos el crédito a 5 años con una tasa de interés nominal del 28% y fija. En el siguiente cuadro podremos ver como será el pago de las cuotas utilizando el método francés. Veremos reflejado estos pagos en el Modelo de Egresos.

Método de cuotas constantes, también llamado Sistema Francés								
Cuadro de amortización de un préstamo por el sistema francés. Calcula teniendo en cuenta las variaciones del tipo de interés y las amortizaciones anticipadas de capital (pudiendo elegir tiempo o cuota).								
50.000	importe inicial del préstamo							
28,00	tipo de interés nominal anual inicial en tanto por ciento							
5	años de vida del préstamo							
12	número de pagos periódicos al año							
tipo de interés	importe a anticipar	opción reducir	período actual	períodos pendientes	préstamo vivo	mensualidad o pago periódico	intereses del período	cuota amortización
28,00		0	0	60	50.000	1.557	1.167	390
28,00		0	1	59	49.610	1.557	1.158	399
28,00		0	2	58	49.211	1.557	1.148	409
28,00		0	3	57	48.802	1.557	1.139	418
28,00		0	4	56	48.384	1.557	1.129	428
28,00		0	5	55	47.956	1.557	1.119	438
28,00		0	6	54	47.518	1.557	1.109	448
28,00		0	7	53	47.070	1.557	1.098	458
28,00		0	8	52	46.612	1.557	1.088	469
28,00		0	9	51	46.143	1.557	1.077	480
28,00		0	10	50	45.663	1.557	1.065	491
28,00		0	11	49	45.171	1.557	1.054	503
28,00		0	12	48	44.668	1.557	1.042	515
28,00		0	13	47	44.154	1.557	1.030	527
28,00		0	14	46	43.627	1.557	1.018	539
28,00		0	15	45	43.089	1.557	1.005	551
28,00		0	16	44	42.537	1.557	993	564
28,00		0	17	43	41.973	1.557	979	577

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			Pag. 108	
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilboa				
	Alumno: Pablo José Cósimo		Legajo: 34281		
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana		
Proyecto: EntregaYa!					

28,00		0	18	42	41.395	1.557	966	591
28,00		0	19	41	40.805	1.557	952	605
28,00		0	20	40	40.200	1.557	938	619
28,00		0	21	39	39.581	1.557	924	633
28,00		0	22	38	38.948	1.557	909	648
28,00		0	23	37	38.300	1.557	894	663
28,00		0	24	36	37.637	1.557	878	679
28,00		0	25	35	36.958	1.557	862	694
28,00		0	26	34	36.264	1.557	846	711
28,00		0	27	33	35.553	1.557	830	727
28,00		0	28	32	34.826	1.557	813	744
28,00		0	29	31	34.082	1.557	795	762
28,00		0	30	30	33.320	1.557	777	779
28,00		0	31	29	32.541	1.557	759	798
28,00		0	32	28	31.743	1.557	741	816
28,00		0	33	27	30.927	1.557	722	835
28,00		0	34	26	30.092	1.557	702	855
28,00		0	35	25	29.237	1.557	682	875
28,00		0	36	24	28.363	1.557	662	895
28,00		0	37	23	27.468	1.557	641	916
28,00		0	38	22	26.552	1.557	620	937
28,00		0	39	21	25.615	1.557	598	959
28,00		0	40	20	24.656	1.557	575	981
28,00		0	41	19	23.674	1.557	552	1.004
28,00		0	42	18	22.670	1.557	529	1.028
28,00		0	43	17	21.642	1.557	505	1.052
28,00		0	44	16	20.590	1.557	480	1.076
28,00		0	45	15	19.514	1.557	455	1.101
28,00		0	46	14	18.412	1.557	430	1.127
28,00		0	47	13	17.285	1.557	403	1.153
28,00		0	48	12	16.132	1.557	376	1.180
28,00		0	49	11	14.951	1.557	349	1.208
28,00		0	50	10	13.743	1.557	321	1.236
28,00		0	51	9	12.507	1.557	292	1.265
28,00		0	52	8	11.242	1.557	262	1.294
28,00		0	53	7	9.948	1.557	232	1.325
28,00		0	54	6	8.623	1.557	201	1.356
28,00		0	55	5	7.267	1.557	170	1.387
28,00		0	56	4	5.880	1.557	137	1.420
28,00		0	57	3	4.461	1.557	104	1.453

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			Pag. 109	
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno: Pablo José Cósimo		Legajo: 34281		
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana		
Proyecto: EntregaYa!					


28,00		0	58	2	3.008	1.557	70	1.487
-------	--	---	----	---	-------	-------	----	-------

Ahora pasaremos a detallar como están compuestos los diferentes ingresos. Para comenzar se presentará la tabla correspondiente a la distribución estimada de utilización del producto según el tipo de servicio prestado, que se utilizará en las composiciones de las proyecciones subsiguientes.


Servicio	Porcentaje	Descripción	Conurbano
A	0,6	Costo fijo del X % sobre el total del viaje en el conurbano y un Costo fijo del X-1% sobre el total del viaje fuera del conurbano	Si
	0,6	Costo fijo del X % sobre el total del viaje en el conurbano y un Costo fijo del X-1% sobre el total del viaje fuera del conurbano	No
B	0,1	Costo fijo del X-1 % sobre el total del viaje en el conurbano y un Costo fijo del X-1% sobre el total del viaje fuera del conurbano + Costo por KM como tarifa hasta el Cliente de recargo	Si
	0,1	Costo fijo del X-1 % sobre el total del viaje en el conurbano y un Costo fijo del X-1% sobre el total del viaje fuera del conurbano + Costo por KM como tarifa hasta el Cliente de recargo	No
C	0,3	Costo fijo del X + 8 % sobre el total de viaje donde sea.	NO APLICA

Se han asignado letras para identificar el tipo de servicio, y un porcentaje, de utilización de servicio estimado basado en el juicio de expertos, que, como es de esperarse, aplican un mayor porcentaje, convenientemente a la primer opción de servicio, ya que corresponde a aquellas zonas aledañas a la Capital Federal, donde el producto comenzará a ofrecerse y es la opción más redituable para los proveedores de servicio dentro de la zona céntrica.

Para poder continuar, deberemos presentar *el crecimiento esperado de la cartera* de clientes, que realiza una proyección esperada, según la siguiente tabla y parámetros que pasaremos a detallar.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 110
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

Cartera de Clientes	Dic 2011	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sep 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dic 2012
Particulares		250	500	1.000	2.000	4.000	8.000	16.000	32.000	64.000	128.000	256.000	512.000
E-Commerce Genericos		10	16	16	16	16	16	17	17	17	17	17	17
Acuerdos ML			7.292	8.750	10.500	12.600	15.120	18.144	21.773	26.127	31.353	37.623	45.148
Acuerdos Mas Oportunidades				3.646	4.010	4.411	4.853	5.338	5.872	6.459	7.105	7.815	8.597
Acuerdos de Remate					7.292	8.021	8.823	9.705	10.676	11.743	12.918	14.209	15.630
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>260</b>	<b>7.807</b>	<b>21.412</b>	<b>31.818</b>	<b>29.549</b>	<b>47.312</b>	<b>57.704</b>	<b>70.837</b>	<b>118.846</b>	<b>187.892</b>	<b>318.665</b>	<b>586.392</b>

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 111	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Debemos aclarar que estos ítems pertenecen al desglose del modelo de ingresos pertenecientes a la sección "Producto de Software" donde los acuerdos realizados con empresas de e-commerce y los particulares forman parte de los Cobros por Ventas.

Los particulares son clientes que acceden directamente al producto sin pasar por intermediarios.

Los E-Commerce genéricos son aquellos clientes que compran el producto directamente para realización de implementaciones propias utilizando métodos de contratación sin soporte.

Los acuerdos, son necesarios para poder acceder a mayor cantidad de clientes y brindar un servicio que estos no poseen y poder completar el circuito comercial.


Los parámetros que se utilizaron para realizar las estimaciones son los siguientes:

Parámetros	#	Notas
Cantidad Transacciones ML x Mes	1.458.333	<a href="http://es.wikipedia.org/wiki/MercadoLibre#Mercadolibre.com_en_n.C3.BAmeros:_septiembre_de_2010">http://es.wikipedia.org/wiki/MercadoLibre#Mercadolibre.com_en_n.C3.BAmeros:_septiembre_de_2010</a>
Cantidad Transacciones DeRemate x Mes	1.458.333	
Cantidad Transacciones Mas Oportunidades x Mes	729.167	
E-Commerce Genéricos Registrados(CACE)	400	188 Socias de la CACE
Potenciales Clientes Particulares	2500000	Según CACE, usuarios de E-Commerce
Porcentaje Estimado de Crecimiento por Acuerdos	0,5%	<a href="http://www.sauriobee.com/mercado/index.php?id=173">http://www.sauriobee.com/mercado/index.php?id=173</a>
Cantidad de Empresas de Servicios de Entrega	641	Fuente:Nosis
Porcentaje de Crecimiento de Ecommerce en Argentina	3%	8,3% de las transacciones de la región LAT se producen en la ARG, con un incremento del 40% de los usuarios en los próximos 5 años
Porcentaje Estimado de Crecimiento por Particulares	0,010%	
Porcentaje de Crecimiento por Ecommerce Genéricos	0,95%	
Cantidad Mínima de E-Commerce Requeridos para Empezar a Operar	10	

Adicionalmente se ha recurrido al juicio de expertos, consultando varias empresas de E-Commerce, entre ellas lease-trader, TKM Consultores SRL y Canned Brains, para que estimen el crecimiento luego de la realización de convenios, y que nos indiquen el crecimiento que han tenido, con otros e-commerce, por ello, se ha obtenido una variación entre un 10% y 50%. En nuestro caso, se ha tomado solo un 10% para los acuerdos con MasOportunidades y DeRemate y un 20% para MercadoLibre.

El porcentaje esperado de clientes que componen la cartera según los parámetros varía según el tipo de cliente, según se especifica en la tabla presentada.

Se han dividido la cantidad de transacciones por partes iguales entre Mercado Libre y De Remate ya que no se ha logrado obtener los porcentajes individuales de

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 112	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


transacciones, y se ha tomado un estimado de un 50% de uno de los anteriores para considerar MasOportunidades.

La representatividad que nos muestran estas empresas que se dedican al comercio electrónico es el manifiesto de que existen otras empresas a las cuales se pueden acceder y provocar un crecimiento importante del producto. Por ello, quizás es importante citar que existen otros tipos de acuerdos que no fueron representados por falta de información fehaciente como ser empresas relacionadas a tickets y cupones (Letsbonus, GroupOn, Agrupados, ClickOn, Club Coupon, Ofertona, etc) y otros ámbitos más específicos como ser los bróker de granos como ser EBuyplace, MatBa (Mercado a Termino de Buenos Aires).

Es importante tener en cuenta, que el producto está clasificado como un *generador de mercado* por ello, la concurrencia entre partes, tanto clientes como proveedores, depende del volumen de transacciones que se realizan entre partes.


Para concluir, hemos de ver reflejados las estimaciones en base a las ventas esperadas, que corresponden a la distribución de la utilización del servicio como gran parte al *crecimiento de la cartera*, que corresponden a los ítems: particulares y acuerdos.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 113
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

% Opcion	Ventas	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sep 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dic 2012
	Promedio de Precio de Paquetes Enviado Conurbano \$	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Promedio de Precio de Paquetes Enviado Fuera de Conurbano \$	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
	Viajes x mes Conurbano #	0	195	5856	16059	23864	22161	35484	43278	53128	89135	140919	238999
	Viajes x mes Fuera Conurbano #	0	65	1952	5353	7955	7387	11828	14426	17709	29712	46973	79666
	<b>Total Viajes por mes</b>	<b>0</b>	<b>260</b>	<b>7807</b>	<b>21412</b>	<b>31818</b>	<b>29549</b>	<b>47312</b>	<b>57704</b>	<b>70837</b>	<b>118846</b>	<b>187892</b>	<b>318665</b>
0,6	<a href="#">Opcion de Envio A Conurbano</a>	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
	<a href="#">Opcion de Envio A Fuera Conurbano</a>	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75
0,1	<a href="#">Opcion de Envio B Conurbano</a>	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
	<a href="#">Opcion de Envio B Fuera Conurbano</a>	11,5	11,5	11,5	11,5	11,5	11,5	11,5	11,5	11,5	11,5	11,5	11,5
0,3	<a href="#">Opcion de Envio C</a>	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30
	<b>Total Distribucion por Opcion</b>												
	Ventas Opcion A Conurbano	0,0	105,3	3162,0	8671,8	12886,4	11967,2	19161,3	23370,0	28688,9	48132,8	76096,3	129059,4
	Ventas Opcion A Fuera Conurbano	0,0	146,3	4391,7	12044,1	17897,7	16621,1	26613,0	32458,3	39845,8	66851,1	105689,4	179249,2
	Ventas Opcion B Conurbano	0,0	11,7	351,3	963,5	1431,8	1329,7	2129,0	2596,7	3187,7	5348,1	8455,1	14339,9
	Ventas Opcion B Fuera Conurbano	0,0	74,8	2244,6	6155,9	9147,7	8495,2	13602,2	16589,8	20365,6	34168,3	54019,0	91616,2
	Ventas Opcion C	0,0	257,4	7729,4	21197,7	31500,0	29253,1	46838,8	57126,6	70128,5	117657,9	186013,3	315478,5
	<b>Ventas Arg \$</b>	<b>0,0</b>	<b>595,4</b>	<b>17879,1</b>	<b>49033,0</b>	<b>72863,6</b>	<b>67666,2</b>	<b>108344,3</b>	<b>132141,3</b>	<b>162216,5</b>	<b>272158,2</b>	<b>430273,1</b>	<b>729743,2</b>

Otros Ingresos												
Venta E-Commerce para Distribucion a medida			8.000	8.000		10.000	8.000		10.000	8.000		
Mantenimiento de E-Commerce					500	500	500	500	500	500	1.000	1.000
Desarrollo de sitios Web (no -Ecommerce)											2.000	4.000

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 114	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Para complementar la explicación del desglose numérico se han añadido los siguientes parámetros:


Parámetros	#
Porcentaje Comisión	3%
Tarifa Recargo Prom \$	10
Viaje Promedio Conurbano \$	30
Viaje Promedio Fuera Conurbano \$	75
Porcentaje de Envío al Conurbano	75%
Porcentaje de Envío Fuera del Conurbano	25%

Donde el porcentaje de comisión representa el valor de la variable "X" de tabla de distribución de la utilización de servicio para el cálculo de las comisiones de la utilización del producto.

Se ha promediado el valor que cobran las empresas de entrega dentro y fuera del conurbano basándose en valores actuales que han sido sondeados a través de publicaciones realizadas de comercio electrónico y las empresas Visión SRL (empresa de mensajería ultra rápida), DHL y FedEx.


Dentro de la distribución de opciones de envío se consideraron que los paquetes entregados, independientemente de su tipo, un 75% dentro del conurbano y un 25% fuera del conurbano, coincidentemente con el mercado que se desea abarcar en la puesta en marcha del producto dentro de los segmentos de mercado provenientes de empresas del segmento industrial. Para mayor información, dirigirse a la sección de Segmentación de Mercado del presente trabajo.

Las ventas de E-commerce a medida, mantenimiento y desarrollo de sitios web, fueron tomados de empresas dedicadas a tales fines y han publicado sus costos o bien, se ha tenido contacto para obtener presupuestos de las mismas.<sup>xi</sup>


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 115	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 8.2 Modelo de Egresos


El siguiente modelo muestra dentro de los periodos proyectados, los gastos en los cuales incurrirá la empresa. Los mismos están categorizados dependiendo si son gastos fijos o gastos variables.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 116	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno: Pablo José Cósimo		Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Detalle	Mes a proyectar											
	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sep 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dic 2012
<b>Flujo de Egresos (en Pesos Arg)</b>												
<b>Gastos Fijos</b>												
<b>Sueldos</b>												
Desarrollador (part time primeros 6 meses)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.832,08	\$ 5.760,41
Vendedor	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ 5.895,50	\$ 5.895,50	\$ 5.895,50	\$ 5.895,50	\$ 5.895,50	\$ 8.862,17
Comisiones Acuerdos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ 3.792,05	\$ 4.624,95	\$ 5.677,58	\$ 9.525,54	\$ 15.059,56	\$ 25.541,01
Operador	\$ -	\$ -			\$ 7.074,60	\$ 10.074,60	\$ 7.074,60	\$ 7.074,60	\$ 7.074,60	\$ 7.074,60	\$ 7.074,60	\$ 10.634,60
Gerente Gral	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 11.791,00	\$ 11.791,00	\$ 16.791,00	\$ 11.791,00	\$ 11.791,00	\$ 11.791,00	\$ 11.791,00	\$ 11.791,00	\$ 17.724,33
Pago de Prestamo		\$ 1.556,79	\$ 1.556,79	\$ 1.556,79	\$ 1.556,79	\$ 1.556,79	\$ 1.556,79	\$ 1.556,79	\$ 1.556,79	\$ 1.556,79	\$ 1.556,79	\$ 1.556,79
<b>Servicios</b>												
ISP Hosting (us\$)	\$ 42,90	\$ 42,90	\$ 42,90	\$ 42,90	\$ 42,90	\$ 42,90	\$ 42,90	\$ 42,90	\$ 42,90	\$ 42,90	\$ 42,90	\$ 42,90
Estudio Juridico-Contable	\$ -	\$ 2.200,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Inversión en Marketing Web (% Ventas)	\$ -	\$ -		\$ 178,79	\$ 490,33	\$ 728,64	\$ 676,66	\$ 1.083,44	\$ 1.321,41	\$ 1.622,17	\$ 2.721,58	\$ 4.302,73
ISP Internet + Telefono IP	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Alquiler	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00
Expensas	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00
Luz		\$ 60,00		\$ 60,00		\$ 60,00		\$ 60,00		\$ 60,00		\$ 60,00
Gas		\$ 52,00		\$ 52,00		\$ 52,00		\$ 52,00		\$ 52,00		\$ 52,00
Contingencias Gastos Fijos	\$ -	\$ -	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>Impuestos</b>												
Ingresos Brutos	\$ -	\$ -	\$ 300,84	\$ 905,77	\$ 1.733,65	\$ 2.917,73	\$ 2.665,82	\$ 3.809,55	\$ 4.992,45	\$ 5.975,08	\$ 9.560,54	\$ 15.094,56
Autonomos Categoria I	\$ 227,00	\$ 227,00	\$ 227,00	\$ 227,00	\$ 227,00	\$ 227,00	\$ 227,00	\$ 227,00	\$ 227,00	\$ 227,00	\$ 227,00	\$ 227,00
ITF (Impuesto al Cheque)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ganancias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 485,46	\$ 9.120,59	\$ 15.406,46	\$ 14.674,42	\$ 21.214,95	\$ 28.274,11	\$ 34.094,98	\$ 55.613,31	\$ 88.473,66

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 117	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno: Pablo José Cósimo		Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Gastos Variables												
Equipamiento												
Servidor de Desarrollo	\$ 3.604	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PC Notebook x2	\$ 3.600	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.604	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PC Desktop Operador	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.950	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PC Desktop Desarrollador - 3 cuotas	\$ -							\$ 1.070	\$ 1.070	\$ 1.070	\$ -	\$ -
Muebles y Utiles	\$ 2.200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Contingencias Gastos Variables	\$ -	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Licencias												
SQL Server 2008 Developer R2 + Reporting Services (us\$)	\$ 171,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VS 2010 Express (Web Developer)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SVN - Administrador de Código (us\$)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Paquete de Office	\$ 280,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 13.155,10</b>	<b>\$ 7.648,69</b>	<b>\$ 7.210,53</b>	<b>\$ 22.332,71</b>	<b>\$ 37.119,86</b>	<b>\$ 56.543,72</b>	<b>\$ 53.479,74</b>	<b>\$ 63.585,68</b>	<b>\$ 73.006,34</b>	<b>\$ 84.070,55</b>	<b>\$ 118.457,85</b>	<b>\$ 183.415,16</b>
	<b>Ene 2012</b>	<b>Feb 2012</b>	<b>Mar 2012</b>	<b>Abr 2012</b>	<b>May 2012</b>	<b>Jun 2012</b>	<b>Jul 2012</b>	<b>Ago 2012</b>	<b>Sep 2012</b>	<b>Oct 2012</b>	<b>Nov 2012</b>	<b>Dic 2012</b>
Items Afectados por IVA 21%	\$ 12.538,10	\$ 5.082,90	\$ 4.682,90	\$ 6.811,69	\$ 5.173,23	\$ 9.015,14	\$ 5.359,56	\$ 6.836,34	\$ 7.074,31	\$ 7.375,07	\$ 7.404,48	\$ 8.985,63
Items Afectados por IVA 10,5%	\$ 300,00	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79
<b>Total IVA</b>	<b>\$ 12.838,10</b>	<b>\$ 7.051,69</b>	<b>\$ 6.539,69</b>	<b>\$ 8.780,48</b>	<b>\$ 7.030,02</b>	<b>\$ 10.983,93</b>	<b>\$ 7.216,35</b>	<b>\$ 8.805,13</b>	<b>\$ 8.931,10</b>	<b>\$ 9.343,86</b>	<b>\$ 9.261,27</b>	<b>\$ 10.954,42</b>

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			Pag. 118	
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

**Gastos Fijos:** Dentro de esta categoría podemos encontrar aquellos gastos que recurrentes por la actividad comercial, para comenzar, se tuvo en cuenta la contratación de un desarrollador web, un operador y un vendedor, además del sueldo del gerente general de la organización.

El desarrollador será contratado part-time durante los primeros 6 meses a partir del periodo 11, ya que se espera que la organización comience a generar beneficios.

Por otro lado, el operador, que va a ser el responsable dentro de la empresa de atender al cliente requiere ser contratado de manera casi inmediata.

Algo similar sucede con el vendedor, el cual recibirá comisiones por el 3,5% (parámetro) sobre las ventas realizadas tomando como base las ventas esperadas para el periodo, por lo que su sueldo estará compuesto por un monto fijo más un porcentaje sobre las ventas. Para mayor detalles ver Punto 8.7 Sueldos y Jornales


En cuanto al pago del préstamo se tomaron los valores calculados y presentados en el Modelo de Ingresos correspondiente al ítem Préstamo Personal utilizando el método francés de intereses.

Para el caso de los servicios fueron tomadas múltiples fuentes:

- ISP (Hosting), se compararon servicios de Hosting y se eligió la opción que más se ajusta a nuestras necesidades. Ver Factibilidad Técnica
- Estudio Jurídico-Contable, se tomo un valor promedio tras consultar con un estudio jurídico-contable que brinda diferentes servicios, tanto nacionales e internacionales. (Service Bureau)
- Inversión de Marketing Web, se estimó paramétricamente un 1% sobre las ventas esperadas.
- ISP Internet y Telefonía, se tomo el costo del servicio para Pymes.<sup>xii</sup>
- Se tomó el valor de gasto de una familia tipo y se hizo un incremento del 10%.
- Alquiler, se seleccionaron entre:

OFICINA					
URL	Dirección	Expensas	Metros Cuad	Piso	Precio
<a href="http://aviso.zonaprop.com.ar/1193801-sarmiento-1200-monserrat-capital-federal">http://aviso.zonaprop.com.ar/1193801-sarmiento-1200-monserrat-capital-federal</a>	Sarmiento 1200	370	55	5	\$ 2640
<a href="http://aviso.zonaprop.com.ar/1169394-general-j-gregorio-lemos-0-chacarita-capital-federal">http://aviso.zonaprop.com.ar/1169394-general-j-gregorio-lemos-0-chacarita-capital-federal</a>	General J. Gregorio Lemos 0	0	130	PB	\$ 3800
<a href="http://aviso.zonaprop.com.ar/1193669-av-belgrano-1200-monserrat-capital-federal">http://aviso.zonaprop.com.ar/1193669-av-belgrano-1200-monserrat-capital-federal</a>	Av. Belgrano 1200	490	70	9	\$ 3360

La sección impositiva se verá mas adelante en detalle en los puntos subsiguientes destinados a tales fines. Punto 8.4, 8.5 y 8.6

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 119	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

**Gastos Variables:** Los gastos variables se han dividido en gastos relacionados con el equipamiento de la oficina y aquellos correspondientes a licencias de software necesarios para llevar a cabo la actividad.

Los mismos serán analizados en la factibilidad técnica.


Se ha tomado como tipo de cambio \$4.29 para realizar las conversiones de dólares a pesos para los ítems correspondientes.

### 8.3 Amortizaciones y Depreciaciones

Equipamiento	Valor Actual	Amortización %	Período en Años	Depreciación
Servidor de Desarrollo	3603,6	26	1	\$ 936,9
PC Notebook x2	7200	26	1	\$ 1.872,0
PC Desktop Operador	1950	26	1	\$ 507,0
PC Desktop Desarrollador	3210	26	1	\$ 834,6
Muebles y Utiles	2200	30	1	\$ 660,0
<b>Licencias</b>				
SQL Server 2008 Developer R2 + Reporting Services (us\$)	171,6	26	1	\$ 44,6
Paquete de Office	280	26	1	\$ 72,8

Se realizaron los cálculos en base a los activos utilizando la siguiente tabla de amortizaciones disponible a través del software Gábilos:

Tipo	Máximo %	Años
Edificios y otras construcciones	3	68
	Coeficiente Lineal	Período Máximo (años)
Instalaciones, mobiliario, enseres y resto del inmovilizado material	10	20
Maquinaria	12	18
(*) Valores exclusivos para el año 2005	16	16
Elementos de transporte	16	14
Equipos para tratamiento de la información y sistemas y programas informáticos	26	10
Útiles y herramientas	30	8
Ganado vacuno, porcino, ovino y caprino	16	14
Ganado equino y frutales no cítricos	8	25

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 120	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Frutales cítricos y viñedos	4	50
Olivar	2	100


### **8.4 Impuesto a las Ganancias**

No corresponde el pago de ganancias dentro del período dado sino hasta el período 13, tampoco se abonarán de ganancias presuntas, durante el primer ejercicio por las características del negocio planteado.


### **8.5 Impuesto Ingresos Brutos**

El porcentaje de ingresos brutos correspondiente a la categoría autónomos es de un 3.5% por ello se han tomado totales por período y se ha realizado el cálculo correspondiente, como se muestra en la siguiente tabla:




	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 121
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo: 34281
	Sede:	Centro	Comisión: 5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

	Dic 2011	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sep 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dic 2012
<b>Totales Por Período</b>	\$ 70.000,00	\$ -	\$ -	\$ 8.595,40	\$ 25.879,10	\$ 49.532,98	\$ 83.363,64	\$ 76.166,17	\$ 108.844,32	\$ 142.641,33	\$ 170.716,51	\$ 273.158,16	\$ 431.273,15
<b>IB x Período</b>				\$ 300,84	\$ 905,77	\$ 1.733,65	\$ 2.917,73	\$ 2.665,82	\$ 3.809,55	\$ 4.992,45	\$ 5.975,08	\$ 9.560,54	\$ 15.094,56

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 122	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 8.6 Impuesto IVA

Para el cálculo de este impuesto se tuvo que separar aquellos ítems que corresponden a los diferentes porcentajes de este impuesto, los mismos fueron tomados del Modelo de Egresos y agrupados en la siguiente tabla:

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 123
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			


	Dic 2011	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sep 2012	Oct 2012	Nov 2012
Items Afectados por IVA 21%	\$ 12.538,10	\$ 5.082,90	\$ 4.682,90	\$ 6.811,69	\$ 5.173,23	\$ 9.015,14	\$ 5.359,56	\$ 6.836,34	\$ 7.074,31	\$ 7.375,07	\$ 7.404,48	\$ 8.985,63
Items Afectados por IVA 10,5%	\$ 300,00	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79
<b>Total IVA</b>	\$ 12.838,10	\$ 7.051,69	\$ 6.539,69	\$ 8.780,48	\$ 7.030,02	\$ 10.983,93	\$ 7.216,35	\$ 8.805,13	\$ 8.931,10	\$ 9.343,86	\$ 9.261,27	\$ 10.954,42

Los ítems afectados por el 21% son:

ISP Hosting (us\$)
Estudio Jurídico-Contable
Inversión en Marketing Web (% Ventas)
Contingencias Gastos Fijos
Servidor de Desarrollo
PC Notebook x2
PC Desktop Operador
PC Desktop Desarrollador - 3 cuotas
Muebles y Útiles
Contingencias Gastos Variables
SQL Server 2008 Developer R2 + Reporting Services (us\$)
VS 2010 Express (Web Developer)
SVN - Administrador de Código (us\$)
Paquete de Office

Los ítems afectados por el 10.5% son:

Pago de Prestamo
ISP Internet + Telefono IP
Luz
Gas

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 124
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			


Por lo que la tabla del pago del IVA queda conformada de la siguiente manera:

	Dic 2011	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sep 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dic 2012
<b>Totales Por Periodo Ingresos 21%</b>	\$ 70.000,00	\$ -	\$ -	\$ 8.595,40	\$ 25.879,10	\$ 49.532,98	\$ 83.363,64	\$ 76.166,17	\$ 108.844,32	\$ 142.641,33	\$ 170.716,51	\$ 273.158,16	\$ 431.273,15
<b>IVA Venta</b>				\$ 1.805,03	\$ 5.434,61	\$ 10.401,93	\$ 17.506,37	\$ 15.994,90	\$ 22.857,31	\$ 29.954,68	\$ 35.850,47	\$ 57.363,21	\$ 90.567,36

<b>Totales Por Periodos Egresos 21%</b>		\$ 12.538,10	\$ 5.082,90	\$ 4.682,90	\$ 6.811,69	\$ 5.173,23	\$ 9.015,14	\$ 5.359,56	\$ 6.836,34	\$ 7.074,31	\$ 7.375,07	\$ 7.404,48	\$ 8.985,63
<b>Totales Por Periodos Egresos 10,5%</b>		\$ 300,00	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79	\$ 1.856,79	\$ 1.968,79
<b>IVA Compra</b>		\$ 2.664,50	\$ 1.274,13	\$ 1.178,37	\$ 1.637,18	\$ 1.281,34	\$ 2.099,90	\$ 1.320,47	\$ 1.642,36	\$ 1.680,57	\$ 1.755,49	\$ 1.749,90	\$ 2.093,71

<b>Resultado</b>	0	\$ 2.664,50	\$ 1.274,13	\$ -626,66	\$ -3.797,43	\$ -9.120,59	\$ -15.406,46	\$ -14.674,42	\$ -21.214,95	\$ -28.274,11	\$ -34.094,98	\$ -55.613,31	\$ -88.473,66
<b>Acumulado IVA</b>		\$ 2.664,50	\$ 3.938,63	\$ 3.311,97	\$ -485,46	\$ -9.120,59	\$ -15.406,46	\$ -14.674,42	\$ -21.214,95	\$ -28.274,11	\$ -34.094,98	\$ -55.613,31	\$ -88.473,66
<b>Pagado</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -485,46	\$ -9.120,59	\$ -15.406,46	\$ -14.674,42	\$ -21.214,95	\$ -28.274,11	\$ -34.094,98	\$ -55.613,31	\$ -88.473,66

Para el cálculo de los acumulados se tuvo en cuenta la diferencia entre IVA Compra e IVA Venta de los diferentes períodos para realizar los descuentos correspondientes en el pago impositivo.


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 125	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## **8.7 Remuneraciones y Cargas Sociales**

A continuación se detalla un cuadro con los cálculos de los sueldos y las cargas sociales por cada uno de los integrantes según los períodos correspondientes al Modelo de Egresos. Tener en cuenta que no todos los empleados estarán trabajando al comienzo de la actividad y se incorporarán de manera escalonada según las necesidades de la organización.






 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 128	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 8.8 Presupuesto Financiero

A continuación se detalla por medio de una tabla como esta formado el presupuesto financiero. Se han agrupado los totales de los impuestos en una sola línea, basándose en el Modelo de Ingresos.






 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 130	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 8.9 Evaluación de la inversión

Para la realización de la evaluación de la inversión se plantearán tres escenarios.


Escenario I – Se tiene un 30% menos de clientes particulares que se adhieran al servicio. Este escenario no es favorable para el crecimiento del negocio.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 131
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gastón Adatti/Pablo Vilaboia		
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo: 34281
	Sede:	Centro	Comisión: 5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

		Dic 2011	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sep 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dic 2012
Ingresos			\$ -	\$ -	\$ 8.424	\$ 25.536	\$ 48.846	\$ 81.990	\$ 73.418	\$ 103.348	\$ 131.649	\$ 148.733	\$ 229.190	\$ 343.337
Egresos			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total sin Impuestos			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
			12.928	7.422	7.205	22.210	36.946	56.196	52.592	61.811	69.457	76.972	104.261	155.021
			12.928	7.422	1.219	3.326	11.900	25.793	20.826	41.537	62.192	71.761	124.930	188.317
Impuestos			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
			-	-	294,83	1.271,73	10.687,37	17.990,45	16.672,75	23.689,52	30.596,60	34.730,14	54.494,02	82.208,56
Flujo Neto de Fondos			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
			70.000	12.928	7.422	924	2.054	1.212	7.803	4.153	17.848	31.596	37.030	70.436
Periodos		Dic 2011	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sep 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dic 2012
NPV (calculado por el excel)	7.066													
TIR	12%													
Tasa de Actualización Basada en el Valor de Interes Anual Bancario	11%													
Formula de actualizacion para cada periodo	$CF/(1+i)^n$													
NPV = Sumatoria de la formula de actualizacion	7.066	-70.000	-11.647	-6.024	676	1.353	720	4.172	2.000	7.745	12.352	13.042	22.348	30.330


Periodo de Repago aprox	12	Períodos
-------------------------	----	----------



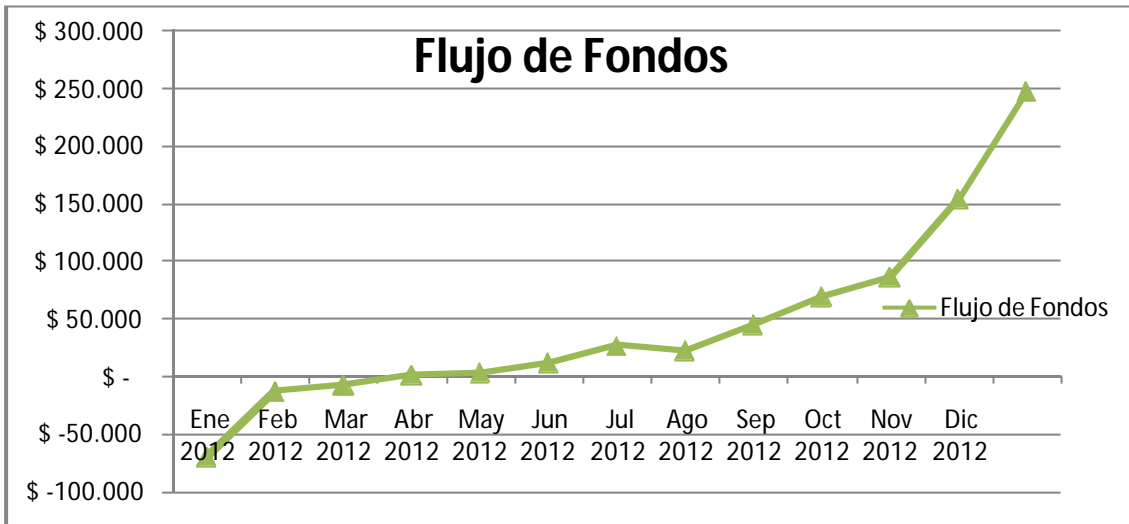
	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 133	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gaston Adatti/Pablo Vilaboa			
	Alumno: Pablo José Cósimo		Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Escenario III – El porcentaje de crecimiento de la cartera de clientes a través de acuerdos se incrementa un 10% más de lo proyectado en base a cada uno de los acuerdos individuales tanto para ML, MasOportunidades y DeRemate. No se consideraron otros acuerdos, ni particulares, tampoco sitios genéricos ni ventas de a otros e-Commerce del producto.

		Dic 2011	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sep 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dic 2012
Ingresos			\$ -	\$ -	8.424	25.536	50.516	86.999	84.840	123.569	163.816	196.977	298.932	441.674
Egresos			12.928	7.422	7.205	22.210	37.368	57.463	56.189	68.051	79.280	91.614	125.340	184.657
Total con Impuestos			12.928	7.422	1.219	3.326	13.147	29.536	28.651	55.519	84.535	105.363	173.592	257.016
Sin Impuestos			\$ -	\$ -	294,83	1.271,73	11.092,96	19.207,22	19.447,00	28.601,25	38.409,77	46.448,64	71.434,37	106.094,49
Flujo Neto de Fondos		70.000	12.928	7.422	924	2.054	2.054	10.329	9.204	26.917	46.125	58.914	102.158	150.922
Periodos		Dic 2011	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sep 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dic 2012
NPV (calculado por el excel)	51.546													
TIR	16%													
Tasa de Actualización Basada en el Valor de Interes Anual Bancario	11%													
Formula de actualizacion para cada periodo	$CF/(1+i)^n$													
NPV = Sumatoria de la formula de actualizacion	51.546	-70.000	-11.647	-6.024	676	1.353	1.219	5.522	4.433	11.680	18.032	20.749	32.413	43.140
Periodo de Repago aprox	8	Periodos												

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 134	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 8.10 Flujo de Fondos




## 8.11 Escenarios de Riesgo

<b>ESCENARIO I</b>
No se logran concretar Acuerdos
Los acuerdos con empresas como mercado libre, más oportunidades, de remate, ibuyplace(granos) y otros ecommerce dedicados a la generación de mercado son herramientas fundamentales para el crecimiento del producto, posicionamiento de la marca y crecimiento de la empresa.
<b>ESCENARIO II</b>
No se logran acuerdos con Empresas
Las empresas que no quieran suscribirse al servicio para la utilización del mismo, son la garantía que acerca tanto a otras empresas como al segmento del mercado de consumidores finales, generando un círculo de confianza en aquellos que vayan a adquirir el servicio.
<b>ESCENARIO III</b>
No se logran suficientes acuerdos con Proveedores
Los proveedores de servicio, son aquellos que se ocupan de los traslados de la mercadería, si las tasas de comisión son muy alta, los mismos no querrán acceder a utilizar el servicio

## 8.12 Plan de Contingencia

<b>ESCENARIO I</b>
No se logran concretar Acuerdos

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 135	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Se buscarán inversores externos para la introducción del producto de distribución en otros escenarios
Se volcarían los esfuerzos a la venta de la consultoría en software para ingresar el producto en mayor cantidad de empresas
Se realizara un análisis de mercado en otros mercados como ser el de Brasil que cuenta con servicios similares de entrega, incluyendo el transporte de personas, y para luego intentar vender el producto allí
Se ingresara el producto dentro los bróker de Granos ya que el mismo puede ser adaptado con un mínimo esfuerzo para el seguimiento de transacciones entre partes, Clientes y Corredores
Se recortaran los gastos en personal y hw y software que iban a utilizarse en caso de concretarse estos acuerdos
<b>ESCENARIO II</b>
No se logran acuerdos con Empresas
Las empresas son parte de los segmentos de mercado a los que se apunta, si esto no funciona, se buscara la promoción masiva del producto en el mercado de consumidores finales. Para ello, se buscara inversión en círculos de inversores en proyectos de software.
Se buscara la concreción de acuerdos de empresas de E-Commerce, ML, Mas Oportunidades, etc.
<b>ESCENARIO III</b>
No se logran suficientes acuerdos con Proveedores
Se agregaran más servicios, como ser el de transporte utilizando camiones y camionetas.
Se reducirán las horas de personal contratado
Se incorporaran servicio de cadetería


### 8.13 Plan de Salida

El plan de salida esta compuesto por una serie de medidas que deberá tomar la organización para realizar la liquidación de la misma, evitando pérdidas considerables. Se plantearon los porcentajes de cada uno de los ítems considerando un valor residual.

En el caso del préstamo dependerá las cuotas restantes que falten pagar.

En el siguiente cuadro se plantean numéricamente costos estimados en base a los valores presentados en los flujos y otros cuadros de soporte.

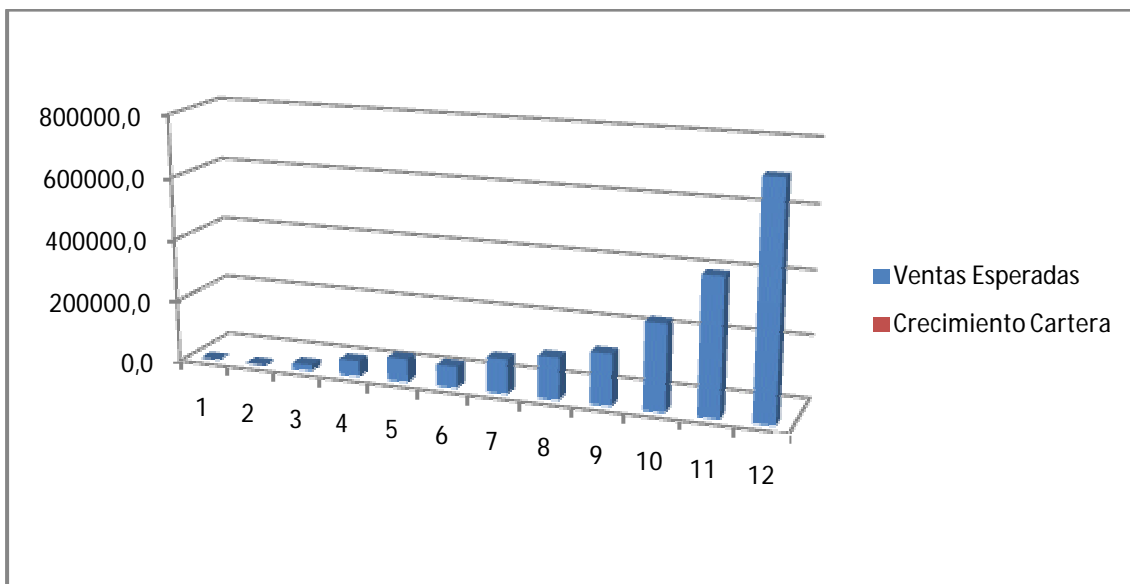
Plan de Salida	
Cancelación de Contratos	
Asesoría Legal para la revision de contratos de empleados	\$ 2.500,00

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 136	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Liquidaciones de sueldos (Total de Sueldos x 3)	\$	86.059,50
Cancelación de Préstamo (Dependerá de las cuotas, se expresará solo el monto total)	\$	50.000,00
Asesoría legal para la revisión de contratos de soporte	\$	2.500,00
<b>Liquidación de Bienes</b>		
PC's y Notebooks a un 30% de su valor	\$	4.790,16
Venta de Muebles y Utiles a un 30% de su valor	\$	660,00
<b>Venta del producto de software</b>		
Licencias de Software Adquiridas a un 20% de su valor de adquisicion	\$	90,32
Codigo Fuente del Producto. 25% de la Inversión	\$	179.892,99

Por último, una opción alternativa es la venta del negocio completo junto con la cartera de clientes al momento de cierre del negocio.

## 8.14 Gráfico de Cartera de Clientes vs Ventas Esperadas




Este gráfico está basado en las proyecciones de crecimiento de las ventas calculados en base a la tabla Ventas Esperadas y Crecimiento de la Cartera explicados en el Punto 8.1 Modelo de Ingresos.

## 9 Factibilidades

### 9.1 Técnica

Aquí propondremos diferentes aspectos técnicos para el desarrollo del software EntregaYa!. Basados en el conocimiento técnico tanto de software y hardware se han analizado los siguientes aspectos.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			Pag. 137	
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno: Pablo José Cósimo		Legajo: 34281		
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana		
Proyecto: EntregaYa!					

### 9.1.1 Hardware

Actualmente nuestra empresa cuenta con dos equipos de hardware:

Las PC's se encuentran en una red WIFI conectas a un router Cisco 8500, provisto por el proveedor de telefonía


Las primer columna corresponde a las PC's destinadas inicialmente para desarrollo del producto, lo mismo que la ultima, que corresponde al servidor. Luego, los equipos del centro estarán destinados a operadores y vendedor.

MARCA:	HP	HP	HP	HP	HP
TIPO:	Desktop	Desktop	Notebook	Notebook	Servidor Desarrollo
MODELO:	Clon	Clon	HP 630	HP 630	PROLIANT ML110G6
PROCESADOR:	AMD Phenom X2 + LCS 19LG	AMD Sempron Monitor 15,6' WIDE	Procesador Intel® Dual Core™ T6200 2,13GHZ	Procesador Intel® Dual Core™ T6200 2,13GHZ	Intel Core I3 530 2.93GHZ
MEMORIA RAM:	4GB DDR3	1GB DDR3-SDRAM	4GB DDR3	4GB DDR3	1GB DDR3
DISCO RIGIDO:	500GB HDD SATA(7200rpm)	500GB HDD SATA(7200rpm)	SATA 320 GB(7200 rom)	SATA 320 GB(7200 rom)	160GB HDD SATA (7200rpm)
S.O.	WINDOWS 7 + Home Premium + \$510	WINDOWS 7 Starter + \$250	Windows 7 Incluido	Windows 7 incluido	WINDOWS SERVER
CANTIDAD:	2	1	1	1	1
USUARIO	Desarrollador	Operador	Gerente Gral	Vendedor	Servidor
Costo	\$ 3.210	\$ 1.950	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.604
	xiii	xiv	xv	xvi	xvii

Se han seleccionado las configuraciones de manera de poseer una buena relación costo beneficio y poder lograr la realización del proyecto de manera exitosa con equipos acorde a las funciones a realizar por cada uno de los miembros que forman la empresa.

#### 9.1.1.1 Servidor Producción

El servidor de producción será a través de nuestro ISP([www.goddady.com](http://www.goddady.com)), el mismo esta ubicado físicamente en EEUU, y posee tecnología de resguardo de información por lo que nos asegura disponibilidad 24x365 días del año. Además posee representación en la Argentina a través de su sitio local.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 138	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

El servicio contratado nos brinda:

- Ancho de banda ilimitado
- Acceso por terminal a una maquina virtual dedicada
- SO Windows 2008
- Soporte ASP.NET
- Soporte MS SQL 2008R2 con Reporting Services
- Ilimitado GB de espacio en disco
- Consola de Administracion Web
- Subdominios
- Soporte para SSL/FTP
- Soporte 24/7
- Webmail con un storage de 1GB
- Otros beneficios que en este momento no utilizaremos


En la actualidad, y como nota al margen, el costo mensual es de **US\$ 10**, con descuentos por 12, 24 y 36 meses.

Según los datos tomados del proveedor seleccionado GoDaddy (<http://www.godaddy.com/hosting/web-hosting.aspx?ci=21391>) pudimos encontrar que al compararlos uno de los mejores proveedores locales como ser MGB

Se intento buscar datos sobre Datamarkets, que es otra empresa nacional, que mas alla de las malas referencias recibidas por colegas de la industria informática, no presenta planilla de precios comparativa para la contratación del servicio.

Se descarto en estos momentos el alquiler de un housing ya que no requerimos en esta primer etapa un servidor dedicado, ya que incurriríamos en costos innecesariamente elevados.


	GoDaddy.com	MGBhosting.com.ar	ToWebs.com
	10 US\$ x Mes	\$32 x Mes	\$ 145 x Mes
Descuentos	12,24 y 36 meses	6 y 12 meses	N/A
Espacio en Disco	Ilimitado	8GB	10GB
Transferencia Mensual	Ilimitado	25GB	50GB
Usuarios FTP	50		
Cuentas de mail	1000	100	Ilimitado
Espacio para cuentas de mail	1GB	N/A	N/A
Web Mail	SI	SI	SI
Encriptacion y Proteccion de mail con 256 bits	SI	NO	NO
Base de datos	MS SQL 2008 R2	MS SQL 2008	MS SQL 2005
Backups de la base de datos	SI	SI	N/A
Dominios externos	Ilimitado	2	4
Sub Dominios	400	40	Ilimitado
Certificados SSL	SI	NO	SI
Manejador de Archivos	SI	SI	SI
Estadísticas del Sitio	SI	SI	SI

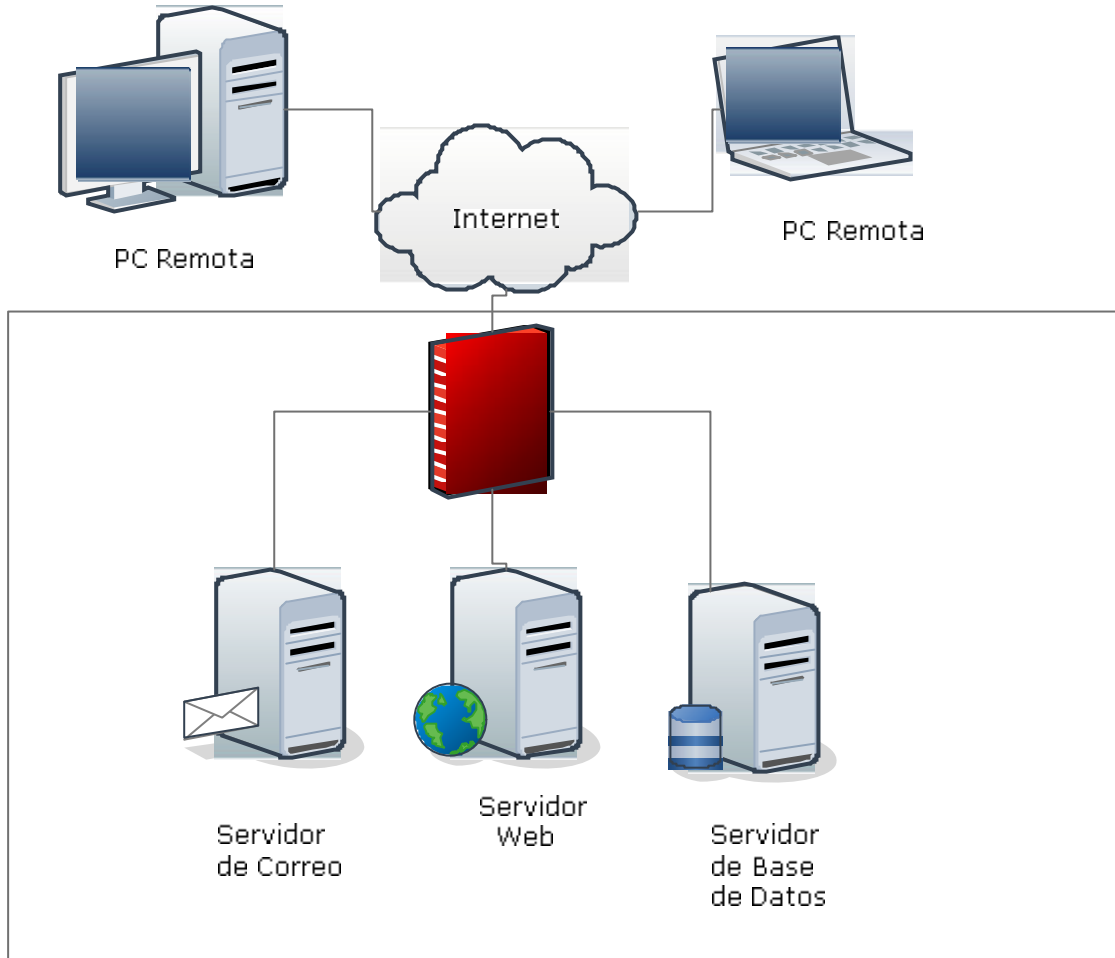
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 139	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

Soporter 24/7 telefonico y por email	SI	Telefonico 9:30 a 18hs o por mail 24hs	SI
Foros	SI	NO	SI
Galeria de foto	SI	NO	SI
Widgets - facebook bing yahoo	SI	NO	SI
Soporte ASP.NET	SI	SI	SI
Silverlight	SI	NO	SI
ASP.NET AJAX	SI	v 1.1	SI
Frameworks .NET	Todos	Todos	Todos
Controles pre Instalados	SI	SI	SI
Soporte para Blogs	SI	No	SI

### 9.1.1.2 Diagrama de Solución

Este es un esquema ilustrativo de la solución donde se aloja se pueden apreciar varios componentes, entre ellos el servidor de correo, el servidor Web y el servidor de la base de datos donde se alojará el producto EntregaYa!. La división es simbólica ya que se desconoce la estructura de servidores que posee el hosting. Aunque aseguran poseer una estructura de respaldo contra desastres. Por lo general estos centros de replica se ubican a distancias entre 3 y 50 kms.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 140	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno: Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				




### 9.1.1.3 Registración de Dominio

Se registrará el dominio EntregaYa!, en nick.ar para asociarlo al servidor de hosting seleccionado. El trámite es gratuito y por correo electrónico, por lo que no tiene costos asociados.

Ya se ha validado que la dirección no existe en la actualidad, por lo que puede ser utilizada y registrada.

### 9.1.2 Software

El software que se utilizará como plataforma de desarrollo será MS Visual Studio .Net 2008, con soporte de base de datos MS SQL 2008. Se deberá instalar en el servidor Reporting Services 2008 para poder generar reportes para la aplicación. Actualmente no se poseen licencias de estos software, aunque si están en posesión

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 141	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

de la empresa, lo que nos da tiempo suficiente como para comenzar y a medida que se comienza empezar a ponerse en contacto con Microsoft para crear un partnership, lo cual nos ahorrará bastante dinero al momento de realizar las compras y actualizar los equipos de desarrollo.

Por otro lado será necesario, tener licencias para de productos de ofimática como ser MS Word y MS Excel para dar soporte a la actividad diaria y adicionalmente se requerirán licencias, que no están incluidas en el paquete de ofimática estándar de Microsoft que son el MS Project y el MS Visio, por lo tanto se recurrirá a la utilización de software libre.


Por otro lado, contamos que al comprar los equipos de hardware de marca reconocida ya traen S.O preinstalados.

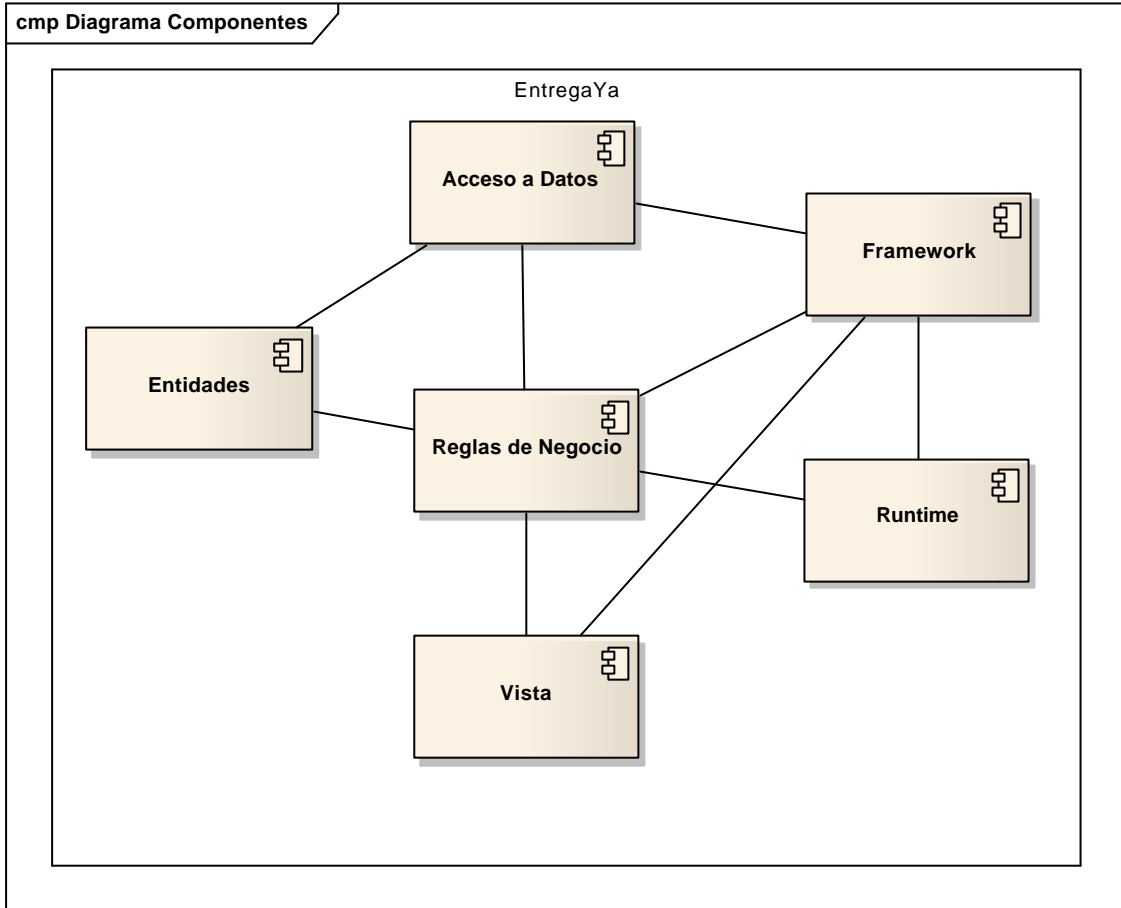
SQL Server 2008 Developer R2 + Reporting Services	\$ 171,60
VS 2010 Express (Web Developer)	\$ -
SVN - Administrador de Código	\$ -
Paquete de Office	\$ 280,00

### **9.1.3 Arquitectura de la aplicación**

La aplicación se desarrollará en capas para poder construir la misma bajo los criterios de escalabilidad, extensibilidad y reutilización de los componentes.

La arquitectura presentada permite una mejor distribución de componentes de manera de poder distribuir los mismos en varios servidores, en caso de ser necesario.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 142	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				




#### 9.1.4. Recursos Humanos

Se contratará personal para el mantenimiento y nuevos desarrollos, el perfil buscado será Semi Sr con conocimientos en VS Studio 2008 para programar en ASP.NET en el lenguaje VB.NET y SQL Server 2008 R2. Se buscará que posea algunos conocimientos básicos de Reporting Services o Crystal Reports 10 en adelante, dada la similitud de ambos productos.

Es recomendable que el personal de sistemas siga una carrera afines a Sistemas, preferentemente que estén avanzados en la carrera o ya haber concluido la misma. En estos momentos no nos es útil personal relacionado con infraestructura.

Contamos con un Arquitecto de Software en la organización, el mismo proveerá la plataforma de desarrollo de “software de base” para la construcción del producto.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 143	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 9.1.5 Comunicaciones

Se deberá contratar el servicio de la empresa Telecentro, para que nos brinde el servicio de Internet 3MB y Telefonía IP. El costo de este servicio combinado es de **\$300** y además ofrece dos líneas telefónicas, con 2500 minutos libres para llamadas locales gratuitas.

Con la contratación del servicio, el proveedor brinda en forma gratuita un router WiFi donde se conectarán las PC's.

Se seleccionó este proveedor ya que está disponible en las zonas donde se pretende localizar físicamente la oficina. Ver Factibilidad Administrativa para mayores detalles.

Por otro lado, para las comunicaciones internas, se utilizará las herramienta MS Outlook que proviene del paquete Microsoft Office.

Dado que la aplicación web del entorno productivo se alojará en un servidor remoto, se utilizará el producto FileZilla, que es un producto gratuito, para actualizar la misma.

El proveedor del servicio, se encargará de la infraestructura de replicación de datos y firewall. Además brindará las direcciones de correo para la utilización en las comunicaciones internas y externas con los clientes.

Por último, en relación al cliente, el producto contará con un sistema de tickets y un chat de soporte para administrar los problemas, inconvenientes y consultas. El sistema de tickets conformará una una base de conocimientos para la resolución de problemas.


### 9.1.6 Requerimientos para el Usuario

El usuario interesado de acceder a nuestro producto web, deberá contar un navegador web, preferentemente IE 6 en adelante con una conexión de internet de 1mb o mas para el correcto funcionamiento del sitio web.

Es recomendable que el usuario cuente con un equipo Pentium IV 2.0GHZ en adelante para poder aprovechar al máximo las bondades de la Web 2.0.

En una primera etapa el soporte para dispositivos moviles no será soportado por el sistema aunque en medida que el producto tenga cierto éxito, el soporte de tecnologías sobre smartphones será inminente, por lo que se deberá considerar en etapas de desarrollo del producto posterior la incorporacion de esta tecnología.

Siendo que utilizamos una plataforma de desarrollo que permite una sencilla implementación de este tipo de tecnologías móviles, el proceso de adaptación no requerirá mayores cambios cambios en el producto final.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 144	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 9.1.7 Seguridad

La seguridad en el sistema será administrada en diferentes niveles, primero de todo a nivel de red, estará basada en autenticación Windows. La base de datos utilizará, seguridad mixta, para la conexión de la aplicación se utilizará seguridad integrada.

Por otro lado a nivel de aplicación, se encriptarán tanto las claves de usuario como la información de relativa a la conexión de la base de datos, específicamente las claves.

El sistema contará con encriptación simétrica para las claves de los usuarios, también el sistema tendrá la opción de encriptación asimétrica para futuros desarrollos.

La aplicación contará con procedimientos de LogIn y LogOut para validar a los usuarios que ingresan en el sistema.

Adicionalmente el acceso interno a los métodos de las reglas de negocio del sistema deberá pasar por una capa de fachada que brindará otro nivel de acceso.

La bitácora de la aplicación permitirá a los usuarios administradores controlar los errores que se producen en el sistema, ver las IP's, y los usuarios que se entran en el sistema y verificar si se encuentran inconsistencias en los datos. Junto con esto, están los logs del IIS, SQL y el visor de eventos del sistema operativo.

Con estas herramientas deberá reportar comportamientos anómalos del sistema y tomar las acciones correctivas.

Para la realización de resguardo y recuperación de la base se ocupará el administrador de sistema, horarios en los cuales se pondrá fuera de línea el sistema.


El sistema también posee la opción de realizar resguardos y recuperaciones del sistema en forma manual desde la aplicación.

El modelo de resguardo del sistema será completo, comprimiendo archivos para optimizar el tamaño de los mismos en el disco.

Se espera que el resguardo del sistema se realice una vez por semana, los días domingo a última hora.

El hosting estará a cargo de un tercero que implementará la seguridad física del servidor.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 145	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 9.2 Comercial

Recordemos que este es un producto de ecommerce, que posee características propias de un producto dedicado a la generación de mercado donde los participantes activos pertenecen al sector tanto industrial como de consumidores finales. Bajo ese concepto, definimos diferentes estrategias para cada uno de los sectores enfocándonos principalmente en una primera etapa de desarrollo del producto en el sector industrial, el cual nos permitirá un posicionamiento adecuado.

Como primer medida tenemos que hacer incapie en los siguientes puntos que nos permitirán tener éxito en nuestra gestión comercial.

- Diferenciación de segmentos de mercado
- Conocimiento de tecnologías
- Impulso estrategias de marketing mix
- Personal capacitado y motivado
- Precios acorde al mercado que logren acercar al cliente
- Posicionamiento adecuado que permita formar al cliente una idea clara de la empresa


### 9.2.1 Segmentación del Mercado

Para entender en que segmento esta nuestro negocio primero debemos examinar donde está ubicado el comercio electrónico.

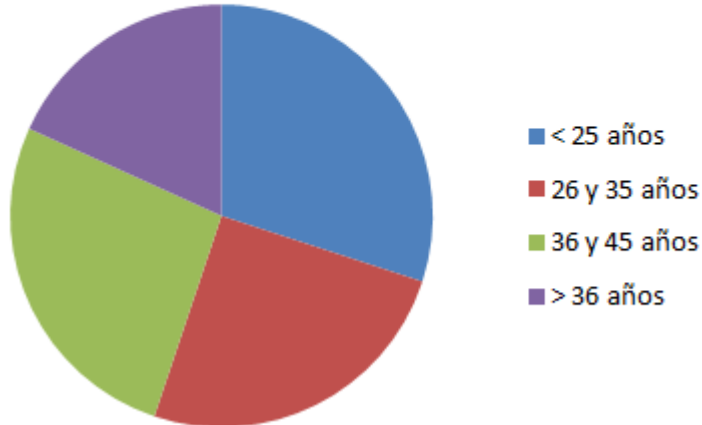
#### **Segmentación del Mercado de Consumidores**

##### **Segmentación demográfica**

Actualmente el grupo de consumo se divide de la siguiente manera:


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 146	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Consumidores de Comercio Electrónico por Edad

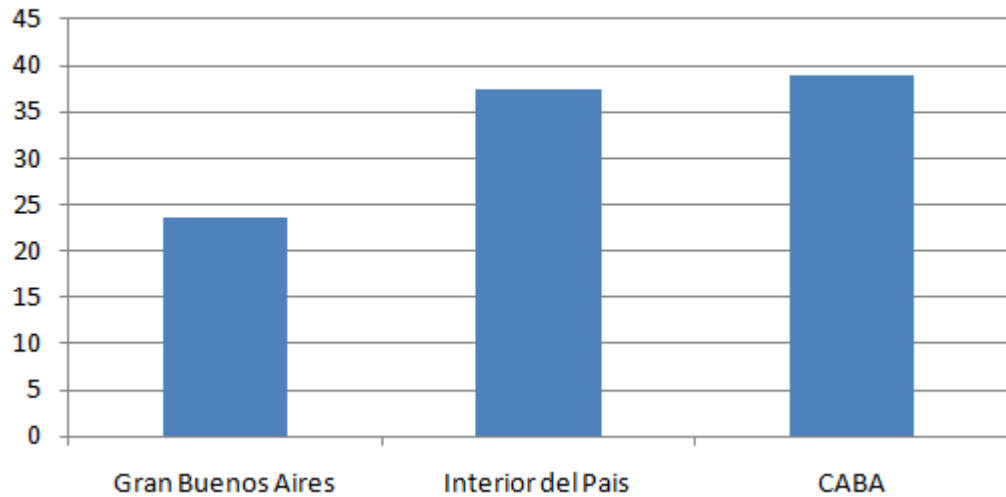


Muchos compradores en línea realizan frecuentes compras de poco monto (entrada adquiriendo pasajes de avión o productos electrónicos. De todos modos el promedio anual de compra por usuario considerando a los compradores frecuentes (2 o más compras al año) y a los compradores de una sola vez es de \$ 1.146. El hecho de que el Modo es de \$ 300 y la Mediana de \$ 500 evidencia lo antedicho. Existe un grupo extremo de compradores de alrededor de \$ 100 en promedio al año y otro grupo de \$ 6.000 o incluso más de gasto anual en línea.

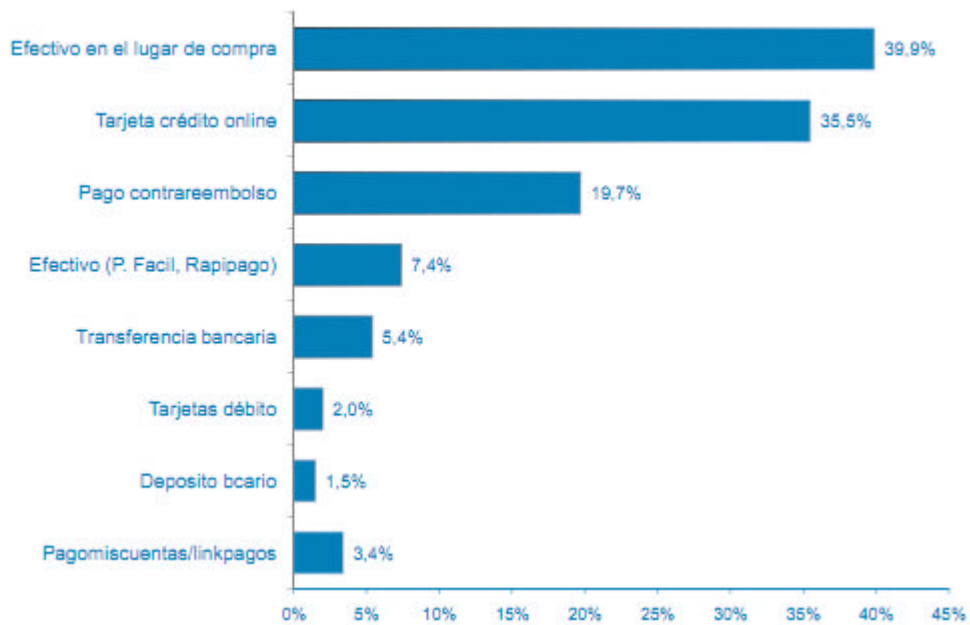
La evolución del perfil de los compradores en línea ha cambiado año a año, pasando de ser un pequeño grupo de alto nivel socioeconómico y de alta calificación educativa y laboral, a un amplio segmento donde si bien predominan por su peso en las compras los niveles socioeconómicos medio altos (un 35,5 % del total de compradores), los usuarios de comercio electrónico de niveles medios son ya casi dos tercios del total de compradores en línea (64,5 %).

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 147	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Volumen de Compras




## Medios de Pago



## Segmentación Geográfica

Para concluir, según Price and Cook, muestra a través de los siguientes gráficos un incremento de los consumidores de servicios de internet en la Argentina.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 148	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

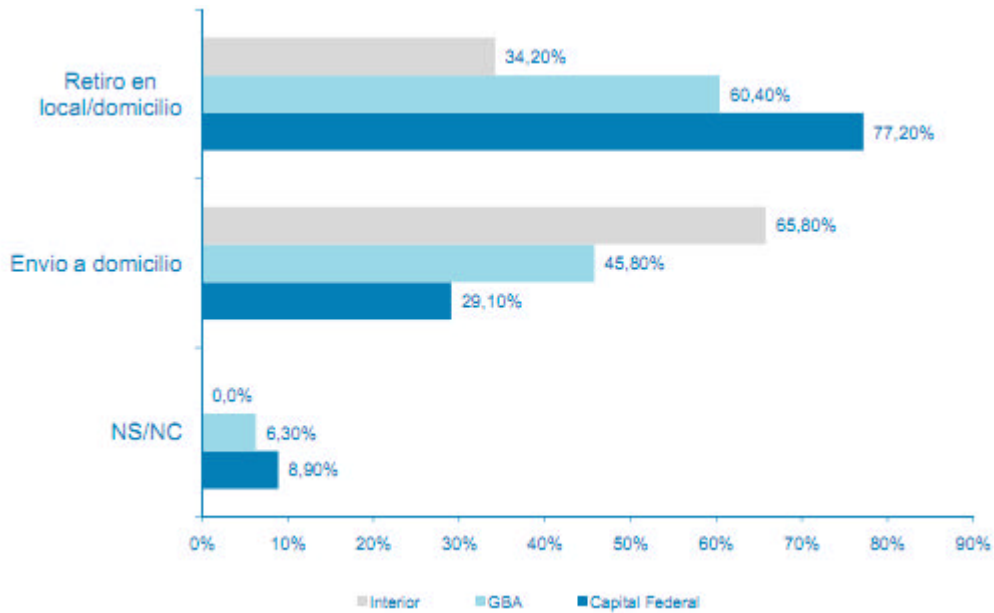
INTERNET	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Cientes	1.350.000	1.430.000	1.600.000	2.045.000	2.300.000	2.800.000	3.100.000	3.900.000	4.400.000	5.000.000
Cientes Banda Ancha	97.000	125.000	240.000	475.000	880.000	1.590.000	2.750.000	3.300.000	3.900.000	4.700.000
Usuarios	3.650.000	4.100.000	5.700.000	7.560.000	10.000.000	13.000.000	16.000.000	20.000.000	23.000.000	27.000.000
B2C (en millones de \$)	78	236	510	980	1.380	2.700	2.900	3.750.000	--	--

Fuente: Prince & Cooke


### Evolución de Usuarios y Clientes de Internet



### Formas de Envío

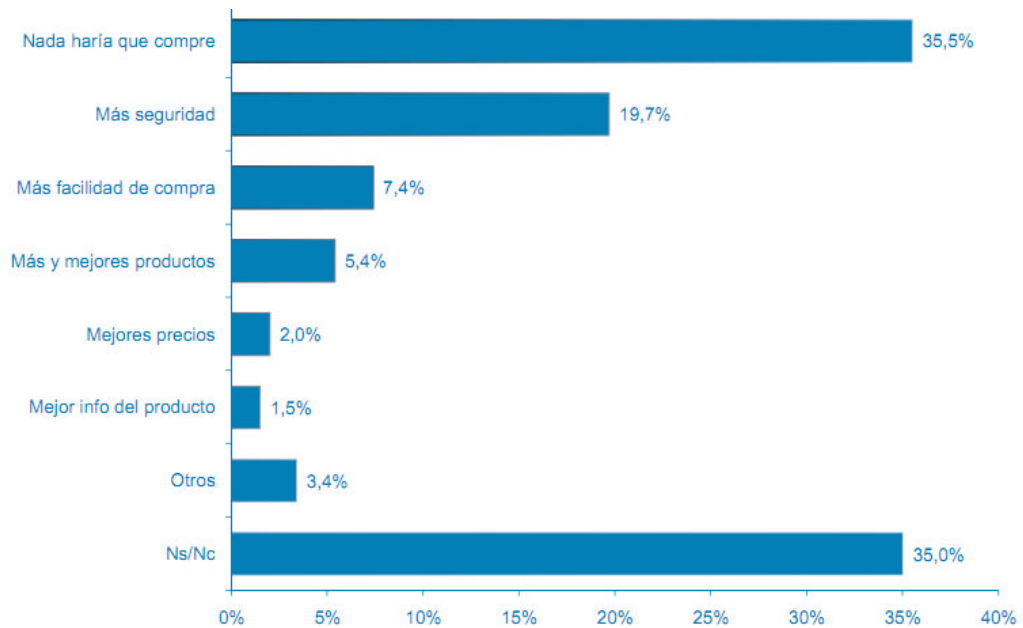


### Segmentación Psicológica

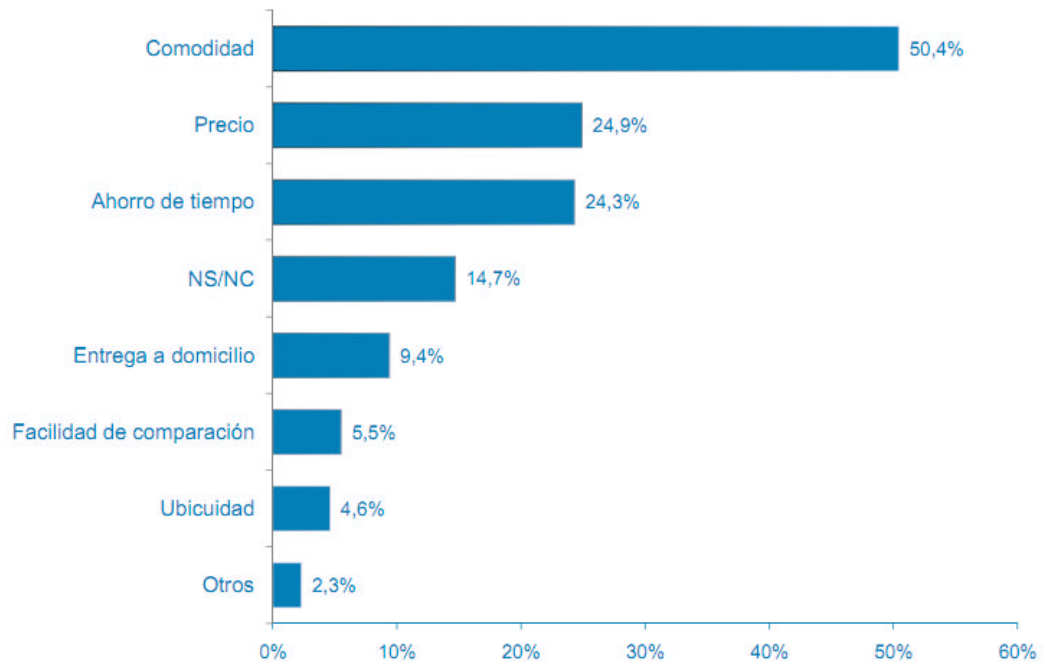
	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 149	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


Más del 50% compra por internet por comodidad y menos del 25% por el precio, este porcentaje de compradores comprende las edades de 18 a más de 45 años, situándonos en un rango del 75,4% de las operaciones que estos realizan.<sup>xviii</sup>

### Barreras para la compra online



### Beneficios de la compra online



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			Pag. 150
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

## Segmentación del Mercado de Industrial

Según información proveniente de la CACE, se detecta un constante crecimiento de las empresas que comercializan en la red, hoy un 20% de las PyMEs venden o compran en línea.

Se pudo obtener que el 80,3% de los compradores adquirió sus productos en sitios de la Argentina, un 3,9% en sitios del exterior y un 13,3 en ambos según información provista en la CACE para el año 2009.

No se pudieron obtener mayores datos para continuar con la segmentación

### 9.2.2 Nichos del mercado

Los grupos identificados dentro de los segmentos de mercado industrial y mercado de consumidores final son los siguientes.


El *primer grupo* está formado por los clientes de aquellos que adquieren nuestros servicios o terceros.

Se quiere alcanzar a los principales grupos que están entre los 18 y 40 años por ser el grupo personas principalmente activos laboralmente que valoren los tiempos, movilidad y comodidad.

La mayor concentración de empresas que realizan transacciones online se encuentran en Capital Federal, lo que beneficia a aquel público que utiliza servicios de envío a domicilio por fuera de la Capital, lo que mejorará nuestros beneficios económicos.

En un futuro se buscarán grupos geográficamente cercanos al Gran Buenos Aires y CABA principalmente y del interior del país de las principales grandes ciudades como Santa Fe, Mendoza, Córdoba, Tucumán, Salta y Entre Ríos, según como se ve en este cuadro brindado por el INDEC.

Provincia	Censo 2001			Censo 2010		
	Total de población	Varones	Mujeres	Total de población	Varones	Mujeres
<b>Total del país</b>	<b>36.260.130</b>	<b>17.659.072</b>	<b>18.601.058</b>	<b>40.091.359</b>	<b>19.575.219</b>	<b>20.516.140</b>
CABA	2.776.138	1.258.458	1.517.680	2.891.082	1.335.163	1.555.919
Buenos Aires	13.827.203	6.725.879	7.101.324	15.594.428	7.616.917	7.977.511

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 151		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo		Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

24 Partidos del GBA	8.684.437	4.213.697	4.470.740	9.910.282	4.826.994	5.083.288
Interior de la PBA	5.142.766	2.512.182	2.630.584	5.684.146	2.789.923	2.894.223
Córdoba	3.066.801	1.489.403	1.577.398	3.304.825	1.607.428	1.697.397
Entre Ríos	1.158.147	568.275	589.872	1.236.300	606.944	629.356
Mendoza	1.579.651	769.265	810.386	1.741.610	848.823	892.787
Salta	1.079.051	534.140	544.911	1.215.207	600.058	615.149
Santa Fe	3.000.701	1.455.837	1.544.864	3.200.736	1.556.365	1.644.371

**Nota:** "Las Islas Malvinas, Georgias del Sur, Sandwich del Sur y los espacios marítimos circundantes forman parte integrante del territorio nacional argentino. Debido a que dichos territorios se encuentran sometidos a la ocupación ilegal del REINO UNIDO DE GRANBRETaña E IRLANDA DEL NORTE, la REPÚBLICA ARGENTINA se ve impedida de llevar a cabo el Censo 2010 en esa área.

Según se puede apreciar, un crecimiento demográfico en estas regiones lo que también implica un mayor desarrollo de la región.


Por otro lado, existe un *segundo grupo* formado por empresas que trabajan en línea, que utilizan la distribución por menor de productos, se apunta a empresas jóvenes que no tengan una cadena de distribución conformada y que prefieran la tercerización de la logística.

También debemos considerar empresas dentro de este grupo, que conociendo el servicio, se vean beneficiados por el tipo de servicio que se brinda.

Según la información que se ha podido recolectar dentro del espectro de lo que son las zonas geográficas analizadas, se encuentran 641 empresas en el rubro de Servicios de Correo y de Transporte de Valores, Documentos y Encomiendas según nos indica Nosis.

Filtros Aplicados	
Categoría	Empresas
AFIP - Actividades	641000 - Servicios de Correos 711446 - Transp. de Valores, Documentos, Encomienda
Provincias	Capital Federal, Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos, Mendoza, Salta y Santa Fe
Empresas encontradas : <b>641</b>	
Observaciones	
(sin observaciones)	

Una investigación personal ha demostrado, que las empresas principalmente beneficiadas, son aquellas con el rubro de la importación de productos electrónicos, principalmente de informática, cerealero, ganadero, financiero, petrolero, hotelero y relacionados con la comercialización de vinos.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 152	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Queda por tomar un pequeño *grupo independiente*, que es el de aquellos consumidores accidentales del servicio, que si bien pueden entrar dentro de las categorías de los anteriores estos no operarán de manera frecuente.

### 9.2.3 Competencia y Acuerdos

Aquí nos encontramos con empresas ya establecidas en el sector de ECommerce que comienzan a expandir sus servicios entre ellas MercadoLibre, DeRemate, se espera la realización de acuerdos con estas empresas para poder establecerse dentro de un mercado consumidores finales y así poder expandir nuestro servicio.

Aunque también existen empresas como OCA, una empresa de correos que quiere comenzar a ingresar al mercado en línea para colocar sus productos. En el año 2010 comenzaron con la introducción de un servicio similar al nuestro utilizando como base la infraestructura que ya poseen.(e-Pak)

También formaran parte de nuestra competencia aquellas empresas de correo que si bien utilizan la forma tradicional de envío de paquetes, las mismas comienzan a ingresar al mercado en línea. Entre ellas podemos citar Andreani y Correo Argentino, en EEUU, empresas como DHL y Fedex ocupan este lugar aún vacío por empresas locales.


Existen también empresas como ViaPool que si bien es una empresa que comenzó a operar recientemente este año, promete realizar envíos de paquetes a través de internet utilizando mapas para realizar geolocalización de manera similar a como lo hacemos nosotros.

Para analizar los competidores directos de nuestro negocio deberíamos revisar aquellos que están funcionando con su negocio en línea.

Actualmente Via Pool ([www.viapool.com.ar](http://www.viapool.com.ar)) ofrece:

- Soluciones digitales para la administración de recursos de movilidad orientadas a empresas.
- Reducción de costos
- Cuidado del medio ambiente promoviendo la movilidad sustentable y el desarrollo sostenible de la sociedad.
- Todos los servicios son accesibles a través de un explorador web.
- El cliente abona una suscripción mensual que le permite gestionar y administrar servicios de movilidad (charters, taxis, remises y mensajería) sin necesidad de hardware o software.
- Integración con los sistemas de gestión del cliente para sincronizar las bases de datos de usuarios y automatizar los procesos de facturación de servicios de movilidad en forma clara y ordenada.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 153	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Si bien, en su sitio promulgan haber comenzado a operar hace 4 años, recién en abril de este año comenzaron a operar.

OCA ([www.oca.com.ar](http://www.oca.com.ar))

- Ofrece tracking de paquetes en línea
- e-documentos, para el envío de comunicaciones legales en cualquier momento del día
- e-Carta, envío de cartas desde internet
- e-Telegrama, envío de telegramas desde internet.
- e-Pak, ofrece lo siguiente:


Disponible para AMBA e Interior del País	Puerta a Puerta	OCA realiza el pick up de sus envíos en su domicilio en fecha y hora programada registrando el pedido de retiro desde nuestro sitio web para lo cual deberá contar con sus opciones de envío previamente convenidas. Su envío será entregado en el domicilio de destino donde Ud. lo solicite.
	Entrega en sucursal OCA	OCA realiza el pick up de sus envíos en su domicilio en fecha y hora programada registrando el pedido de retiro desde nuestro sitio web para lo cual deberá contar con sus opciones de envío previamente convenidas. Su envío podrá ser retirado por el destinatario directamente en la sucursal OCA más próxima a su domicilio que Ud. haya elegido. El destinatario recibe una notificación por e-mail / SMS en el momento en que se encuentre disponible su paquete en nuestra sucursal.
	Desde Sucursal OCA a Destino	Su destinatario puede solicitar como opción, la entrega de su envío a su domicilio por un cargo adicional en el momento de su entrega.

Como se puede observar es el competidor más directo que aprovecha su estructura. Este servicio recién comienza a operar.

## 9.2.4 Estrategia de Precios

Siendo que es un tipo de producto nuevo por sus características, la mejor opción para comenzar con la fijación de precios, es una estrategia de fijación de precios para penetrar en el mercado, hasta poder determinar el valor que produce en el cliente. Este margen estará determinado por un porcentaje fijo por sobre las diferentes formulas que se plantean a continuación.

Servicio	Descripción	Conurbano
A	Costo fijo del X % sobre el total del viaje en el conurbano y un Costo fijo del X-1% sobre el total del viaje fuera del conurbano	Si
	Costo fijo del X % sobre el total del viaje en el conurbano y un Costo fijo del X-1% sobre el total del viaje fuera del conurbano	No
B	Costo fijo del X-1 % sobre el total del viaje en el conurbano y un Costo fijo del X-1% sobre el total del viaje fuera del conurbano + Costo por KM como tarifa hasta el Cliente de recargo	Si

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 154	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

	Costo fijo del X-1 % sobre el total del viaje en el conurbano y un Costo fijo del X-1% sobre el total del viaje fuera del conurbano + Costo por KM como tarifa hasta el Cliente de recargo	No
C	Costo fijo del X + 8 % sobre el total de viaje donde sea.	NO APLICA

A todas estas formas de calcular el precio por el servicio se le debe sumar dependiendo de las condiciones climáticas un porcentaje adicional sobre el precio fijo del proveedor, que solo para aclarar, será obtenido al instante de los radares del Observatorio y/o Ezeiza que nos brindan información cada 10 minutos.

Los cobros se realizarán por distintos medios priorizando los electrónicos que son más prácticos:

- Transferencias desde el banco del cliente a la cuenta de la empresa vía Web (e-banking)
- Transferencias a través de la red Banelco/Link a nivel nacional
- Depósito en cuenta bancaria (forma tradicional)
- Pago en nuestras oficinas.

Las facturas podrán ser impresas por el cliente desde el sitio web.


### Ejemplos Ilustrativos

Aquí demostraremos un ejemplo práctico de cómo podrá ser cada una de las selecciones de precios que podrá hacer el proveedor:

Tabla de Valores			
Comisión Conurbano (%)	Comisión Fuera Conurbano (%)	Adicional KM(\$)	Recargo Lluvia (%)
6	5	2	50

Modelo 1 - Modelo de Comisión Variable 1					
Costo Fijo (\$)	Viaje de	Viaje Hasta	Clima	KM Recargo	Margen
25	Balvanera	Recoleta	Soleado	0	1,5
45	Balvanera	Avellaneda	Soleado	0	5,40

Modelo 2 - Modelo de Comisión Variable 2					
Costo Fijo (\$)	Viaje de	Viaje Hasta	Clima	KM Recargo	Margen
25	Balvanera	Recoleta	Soleado	5	11,5
45	Balvanera	Avellaneda	Soleado	5	12,25

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 155	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Modelo 3 - Modelo de Comisión Fija					
Costo Fijo (\$)	Viaje de	Viaje Hasta	Clima	KM Recargo	Margen
25	Balvanera	Recoleta	Soleado	0	2,75
45	Balvanera	Avellaneda	Soleado	0	4,95

En la columna Margen, se ve reflejado el margen de ganancias basado en el cálculo de la comisión por viaje.

La elección de un modelo u otro, se verá afectada según diferentes factores, a simple vista, el modelo de comisión variable 1, parece ser el más beneficioso para cualquier proveedor, pero notemos que si bien deja un costo de comisión más bajo, el proveedor deberá estar ubicado preferentemente en el conurbano, en caso de que la empresa realice muchos viajes fuera del conurbano automáticamente los costos se duplican, y en caso de estar fuera de zona hay que sumarle el precio por KM por cada KM adicional hasta el destino de entrega.


El modelo de comisión variable 2, parece ser el menos conveniente, pero le permite al proveedor que está alejado geográficamente, sacrificar costos para poder obtener más clientes, bajando el costo fijo de cada viaje.

Por último el modelo de comisión fija se podría denominar el modelo más balanceado para aquellos viajes "cortos", pero eso dependerá de la empresa que brinde el servicio.

## 9.2.5 Costos

Se utilizará un porcentaje fijo en relación a las ventas para poder realizar la publicidad del producto. El inicialmente será del 1% y se deberá ajustar según el curso de la empresa.

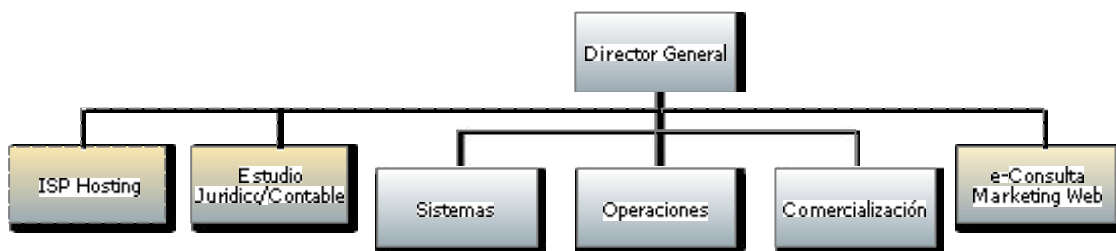
En cuanto a la promoción se asumirán costos de envío de producto a cambio de la suscripción de mayor cantidad de clientes y proveedores dentro del período de los tres primeros meses. Donde según las proyecciones, el producto no presentará utilidades significativas.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 156	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 9.3 Administrativa

Siendo que nos encontramos en una fase de desarrollo del producto y conformación de la empresa la misma, presentará una estructura administrativa sencilla que le permita tener la flexibilidad suficiente para poder adaptarse tanto a los cambios que requiere una empresa en desarrollo como los impuestos por una empresa de tecnología.

Si asociamos a estos conceptos a la innovación constante que es una necesidad junto a una agenda estratégica para poder sobrevivir en el mercado de comercio en línea, nos parece óptimo la utilización de una estructura adhocrática profesional, para poderla ubicar dentro de un marco de organización conocido.



Como se aprecia en el gráfico organizacional la empresa cuenta con una breve cantidad de personal fijo, y depende de proveedores externos (marcados en amarillo) para la realización de tareas relacionadas con la Contabilidad, administración de servicios de conectividad y marketing.

Al comenzar las actividades la empresa utilizará un proceso de toma de decisiones centralizado ya que la delegación de tareas con este tipo de estructura todavía no es lo suficientemente robusta. La empresa que estará fundada por una persona.

Se ocupará del cargo de Director general. Podemos definir como característica el liderazgo audaz que impulsa a la empresa.


Se espera la incorporación de un socio a la brevedad que posee contactos con algunos proveedores y posee conocimientos Administrativo - Contable.

Siendo que este tipo de viabilidad está muy vinculada con la financiera.

Por lo tanto, comenzaremos a trabajar utilizando una estructura simple proyectada para poder operar eficientemente según las necesidades planteadas.

#### 9.3.1 Recursos vigentes a la fecha

**Pablo Cósimo:** Realiza múltiples roles, Director Gral, pero a su vez, como la empresa recién comienza asumirá los roles de Gerente de Sistemas, Analista

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 157	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

en Sistemas y Arquitecto de Solución. Analista de Sistemas de 32 años que está cursando actualmente el último año de Ingeniería en la Universidad Abierta Interamericana.

Tiene un perfil netamente técnico, pero con conocimientos amplios sobre tecnologías Web 2.0 y diseño gráfico.

Los conocimientos de administración de grupos de trabajo para el desarrollo de actividades profesionales relacionadas con tecnologías de punta le permiten poseer una visión acorde a las necesidades de la organización.

Posee capacidades de dirección de recursos humanos, análisis de problemas, investigación, buena predisposición para escuchar y es muy observador. Quizás su gran falencia es la pasa por la comunicación hacia perfiles no técnicos.

Experiencia en múltiples ámbitos laborales en el mercado.

Posee conocimientos avanzados de programación en tecnologías VB .NET, C#, ASP.NET, SQL, HTML, Javascript, Ajax y XML y otros lenguajes. Ocupará el puesto de Gerente de General.

### 9.3.2 Recursos a Contratar

**Operador:** Se requiere la contratación de un perfil administrativo y que posea buena predisposición para la atención al cliente. Sus tareas incluirán la atención telefónica del cliente, generación de informes y la facturación. Será el vínculo fundamental de la organización entre la gerencia y el cliente.

Deberá poseer una experiencia mínima de un año en Call Centers o puestos administrativos-contables.


**Vendedor:** El vendedor deberá ser una persona con experiencia en venta de productos y servicios a clientes. Deberá conocer bien el producto y el mercado.

Deberá poseer una actitud de compromiso, determinación, entusiasmo y responsabilidad.

Dentro de las habilidades personales, deberá saber escuchar, ser creativo, autodisciplinado y poseer facilidad para la palabra.

Es requerido poseer una experiencia mínima de dos años. Se valorarán estudios en marketing.

**Desarrollador:** El postulante deberá ser un programador Semi Sr con conocimientos en VS Studio 2008 para programar en ASP.NET en el lenguaje VB.NET y SQL Server 2008 R2. Se buscará que posea algunos conocimientos

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 158	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

básicos de Reporting Services o Crystal Reports 10 en adelante, dada la similitud de ambos productos.

Se deberá poseer una experiencia mínima de dos años y haber cursado una carrera de Sistemas o afines.

### 9.3.3 Tercerización

**Hosting:** administración del hosting, base de datos del sistema y seguridad física, asegurando la disponibilidad del mismo las 24x365. (GoDaddy.Com)

**Administración Jurídica Contable:** Esta área va a ser cubierta por un estudio jurídico- contable denominado Service Bureau, esto elimina muchos costos de sistemas contables y soportes, más allá de esto, el o los operadores del sistema se ocuparán de la facturación y seguimiento de cuentas que será enviada al estudio contable que realizará actividades de contaduría, impositivas y de liquidación de sueldos.

**Marketing Web:** Consultora especializada en marketing para sitios web, promociones y publicidad. Además brinda soporte de negocios, gestión de mejoras y management (e-consultora)

Los costos relacionados con la tercerización ya fueron incluidos en el Modelo de Egresos.


### 9.3.4 Responsabilidad de los RRHH

Los recursos humanos serán administrados por el gerente general de empresa que seleccionará el personal necesario para realizar las actividades dispuestas en el marco inicial de desarrollo de la empresa para que en futuro delegar estas actividades a un sector responsable de dicha actividad.

Al utilizar personal profesional idóneo para las tareas a realizar el y ya habiendo establecido la organización como una adhocracia profesional se espera un rendimiento de los mismos en función a las tareas a realizar de manera de permitir un desenvolvimiento y crecimiento de los mismos que permitan conformar una estructura jerárquica con proyecciones a futuro de crecimiento sostenido.

### 9.3.5 Gestión de Inventarios

Se realizará una gestión interna de inventarios llevada a cabo por el personal de sistemas que inspeccionara los equipos necesarios para el trabajo, cualquier diferencia de la inspección ocular con respecto al inventario contable deberá ser reportada a la gerencia. Independientemente de esto, el mismo deberá ser enviado al estudio contable para que ellos cotejen la información.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 159	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 9.3.6 Costos Fijos y Variables


Se debe tener en cuenta la relación que implica esta factibilidad con relación a la parte financiera por ello nombraremos aquí, los requerimientos de costos necesarios para sostener la estructura organizacional.

Gastos Fijos	
Sueldos (Básico)	\$ 29.600,00
Servicios	
ISP Hosting (us\$)	\$ 42,90
Estudio Jurídico-Contable	\$ 2.200,00
Inversión en Marketing Web (% Ventas)	1%
ISP Internet + Telefono IP	\$ 300,00
Alquiler	\$ 2.640,00
Expensas	\$ 370,00
Luz	\$ 60,00
Gas	\$ 52,00
Gastos Variables	
Equipamiento	
Servidor de Desarrollo	\$ 3.603,60
PC Notebook x2	\$ 3.600,00
PC Desktop Operador	\$ 1.950,00
PC Desktop Desarrollador - 3 cuotas	\$ 3.210,00
Muebles y Utiles	\$ 2.200,00
Contingencias	\$ 200,00
SQL Server 2008 Developer R2 + Reporting Services (us\$)	\$ 171,60
Paquete de Office	\$ 280,00

Para mayor detalle ver 8.1 Flujo de Egresos

#### 9.3.6.1 Recursos Humanos

Sector	Recurso	Sueldo Básico
Sistemas	Desarrollador	\$ 6.500
Contabilidad	Estudio Jurídico Contable	\$ 2.100
Comercialización	Vendedor * *	\$ 5.000
Operaciones	Operador	\$ 6.000
Gerencia	Gerente Gral	\$ 10.000

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 160	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

\* La Consultora de Marketing será tenida en cuenta, en relación a los ingresos que genere la empresa, por ello, en principio se destinará un porcentaje sobre las ventas.

\* \* El vendedor recibirá un 3.5% de comisión sobre las ventas, por ello, allí solo se refleja el sueldo neto fijo.

### 9.3.7 Gestión del proyecto


La gestión del proyecto será llevada a cabo por el gerente general, por medio de la utilización de diagramas Pert y Gantt, del mismo, y la utilización de herramientas de costeo para el planteo escenario basadas en el método Monte Carlo para casos muy críticos, o bien que se encuentren en el camino crítico del desarrollo. En caso no requerir la profundidad de necesaria de la metodología anterior, se utilizará una planilla de estimación de casos basada en prioridades y dificultad, similar a la que se utiliza para metodología Scrum.

Adicionalmente se podrán utilizar herramientas como Costar, que permitirán medir el tiempo y rendimiento de los recursos afectados al proyecto, pero su utilidad se vería realmente reflejada al momento de incorporar más recursos, donde la necesidad de decidir por los trueques a realizar en la administración del proyecto vean afectados los ejes de alcance, costos y tiempo.

Los autores Pinto y Slevin existen 9 factores de éxito:

- Objetivos claramente definidos
- Administrador de proyecto competente
- Apoyo de la alta administración
- Miembros competentes en el equipo de PM
- Asignación de recursos suficientes
- Canales de comunicación adecuados
- Mecanismos de control
- Capacidades de retroalimentación
- Buena respuesta al cliente



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 161	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 9.4 Legal

Para cumplir con las disposiciones legales establecidas por el Estado, se pone en conocimiento al cliente sobre las implicaciones que lleva este desarrollo, a saber:

**Licencias de Software:** Una vez próximo el producto a su instalación, deberá validar la caducidad de las licencias de Software donde corra total o parcialmente la aplicación. El Estado y las compañías propietarias podrán ser aquellos que soliciten las mismas. Para evitar penalidades se recomienda hacer una revisión del estado actual. Si se requiere más información [www.softwarelegal.org](http://www.softwarelegal.org).

**Ley 11.723:** Se pone en conocimiento del cliente la vigencia de la mencionada ley, que encuadra la propiedad intelectual del desarrollo próximo a realizarse.

**Ley 24.766:** Se pone en conocimiento del cliente la vigencia de la mencionada ley, que encuadra la propiedad de los datos personales que se pudieran volcar eventualmente en el banco de datos que se desarrollará para la solución en una etapa posterior.

**Ley 25.326:** Se pone en conocimiento del cliente la vigencia de la mencionada ley. Queda bajo la responsabilidad de los representantes del organismo el registrar el banco de datos que se conformará en la solución a desarrollar en una etapa posterior.

De manera aclaratoria de las leyes mencionadas, se procederá a volcar el contenido de las mismas para tener una mayor claridad y para todo aquel responsable del organismo en el que recaiga la responsabilidad de los artículos vertidos en dichas leyes sancionadas por el Senado Nacional Argentino. Las mismas pueden encontrarse en el **ANEXO**


### 9.4.1 Derechos y Obligaciones

El Software y los documentos que lo acompañarán son obras de propiedad intelectual de la organización. El uso del Software se rige por las condiciones del Contrato de Licencia para el Usuario Final que se acompaña o se incluye en dicho Software.

EntregaYa no se podrá descargar ni instalar ningún software que acompañe o se incluya en un Contrato de Licencia para el Usuario Final, a menos que acepte las condiciones de tal Contrato.

Si EntregaYa! no las acepta, no podrá utilizar el Software.

EntregaYa! no se podrá descompilar, aplicar técnicas de ingeniería inversa ni intentar por otros medios descubrir el código fuente del Software.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 162	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 9.4.2 Contrato de Licencia


Términos y condiciones del contrato de uso bajo licencia entre EntregaYa! y nuestra empresa (el "Otorgante")

**1. Otorgamiento de licencia de uso.** Por medio de la presente, usted acepta del Otorgante una licencia no exclusiva y no transferible para usar el Programa únicamente en código de objeto (el "Software") y de acuerdo con lo expresamente autorizado en el Contrato de Uso Bajo Licencia (el "Contrato"). El producto se otorga bajo licencia para uso personal directo y no debe ser usado por otra persona; los derechos de licencia no se pueden vender, transferir, alquilar ni distribuir a terceros. Usted acuerda no reasignar, subcontratar, transferir, alquilar ni compartir los derechos recibidos con este Contrato de Uso Bajo Licencia. Está prohibido usar el Programa en lugares a la vista del público, usarlo en medios de difusión y usarlo para cualquier propósito no interactivo y personal.\* A excepción de lo que pueda estar expresamente autorizado en este contrato, está prohibido hacer copia parcial o total del Programa, ya sea por usted o por cualquier persona bajo su autoridad o control.

**2. Derechos del Otorgante.** Usted acepta y acuerda que el Software y la Documentación asociada son propiedad del Otorgante de la licencia y esos derechos de propiedad están protegidos por leyes internacionales de derecho intelectual, de registro de marcas, de secretos comerciales y de patentes. Usted también acepta y acuerda que todos los derechos, títulos e intereses en/del Programa, incluso los derechos de propiedad intelectual, pertenecen y seguirán perteneciendo al Otorgante de la licencia. El Contrato de Uso Bajo Licencia no le confiere a usted ningún derecho sobre el Programa, excepto el derecho revocable de uso limitado por las estipulaciones del presente Contrato. Las provisiones de este párrafo continuarán en vigencia después de la terminación de este Contrato.

**3. Duración.** Este Contrato de Uso Bajo Licencia tiene vigencia a partir del momento en que usted abra es paquete y continuará en vigencia hasta que sea terminado. Usted puede terminar en cualquier momento este Contrato de Uso Bajo Licencia y el Otorgante también lo puede terminar en cualquier momento y sin aviso previo en el caso de que usted no cumpla con cualquiera de sus estipulaciones. Al darse por terminado el Contrato, usted acuerda desinstalar el Programa y todos sus componentes y copias.

**4. Garantía limitada.** Usted acuerda que los términos mencionados anteriormente constituyen los únicos términos de resarcimiento en el caso de incumplimiento de cualquier garantía bajo este Contrato por parte del Otorgante. El Otorgante tendrá el derecho, aunque no la obligación, de asumir la defensa o llegar a un acuerdo (a su entera discreción) en cualquier causa judicial que emprendieran en su contra si el uso del Producto y este Contrato infringieran derechos de patente, de propiedad intelectual u otros derechos de propiedad de terceros. Usted acuerda que notificará por escrito al Otorgante sobre dicha causa judicial dentro de los diez (10) días siguientes de recibir la notificación de la misma y que proporcionará toda la ayuda que sea razonablemente necesaria para la defensa del caso. El Otorgante tendrá absoluta discreción y control sobre la defensa jurídica a menos que decida no asumir dicha defensa ni llegar a un acuerdo con el querellante, en cuyo caso usted estará en libertad de usar las alternativas que crea necesarias para resolver la causa.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 163	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

**5. Limitación de responsabilidades.** La responsabilidad total del Otorgante hacia usted o hacia terceros por los perjuicios emergentes de cualquier reclamo, demanda o causa relacionada con este Contrato, se limitará a la suma pagada por usted al Otorgante en concepto de la licencia de uso del Programa. Bajo ninguna circunstancia el Otorgante será responsable de perjuicios directos, indirectos, especiales o punitivos, ni por lucro cesante, aunque el Otorgante haya sido notificado sobre la posibilidad de dichos perjuicios.


**6. Confidencialidad.** La compañía se compromete a no revelar ninguna información personal que lo identifique (incluso las direcciones de correo electrónico especificadas en el Programa), a menos que cuente con su autorización expresa para hacerlo.

**7. Varios.** Este Contrato de Uso Bajo Licencia será interpretado de acuerdo con las leyes vigentes. La instalación del Software constituye una relación comercial entre usted y el Otorgante. El Otorgante puede iniciar una causa judicial en cualquier jurisdicción competente con el objeto de buscar resarcimiento si usted o cualquiera que estuviera bajo su responsabilidad infringiera los términos de este Contrato. Si cualquiera de las partes intervinientes en este Contrato iniciara una causa judicial contra la otra, quien prevalezca tendrá derecho a recuperar, aparte de cualquier otro resarcimiento estipulado en el fallo judicial, los honorarios de abogados y los gastos del litigio. Si cualquier parte de este Contrato de Uso Bajo Licencia fuera declarada no válida por una autoridad judicial de jurisdicción competente, no afectará ni anulará el resto de los términos del Contrato. Si cualquiera de las partes decidiera no tomar medidas contra la otra en el caso de incumplimiento de los términos de este Contrato, no será considerado como una renuncia a tomar medidas correctivas si en el futuro se produjera otro incumplimiento.

### **9.4.3 Organización del negocio**

La negocio, en una etapa inicial, funcionará como una organización unipersonal, bajo el esquema de sociedad autónoma; para tales efectos se comportará como personería jurídica, es decir que se someterá a los regímenes vigentes en cuanto a la Seguridad Social de prestación de servicios de todos los profesionales contratados, contemplados en las leyes **26.417**, **26.425** y la ley **24.241** que estipula el porcentaje aplicable a las cargas sociales. En esta primera etapa, vincularemos durante el máximo período disponible a asesores profesionales como desarrolladores, abogados y proveedores en general, a quienes exigiremos la facturación necesaria por la prestación de sus servicios, de esta forma aseguraremos el crecimiento sostenible, encaminados a las proyecciones a corto, mediano y largo plazo de la empresa.

La Ley **24.977** nos acredita como pequeños contribuyentes, por cuanto destinaremos aportes al Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA) y el Sistema Nacional de Seguro de Salud (SNSS) tal como lo estipulan las leyes **23.660**, **23.661** y sus respectivas modificaciones.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 164	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Debido a nuestro carácter de empresa individual, estaremos sujetos a típicas obligaciones concernientes a ingresos y pérdidas que serán registradas e informadas periódicamente para cumplir debidamente con declaraciones de renta e implicaciones tributarias a que haya lugar. El manejo contable de la empresa estará a cargo de terceros para asegurar la transparencia en la rentabilidad del negocio.

Las proyecciones del negocio se calculan en un período no mayor a dos años, como es común para este tipo de empresas e-commers, momento en el que culminará la etapa inicial de la empresa y evolucionará para convertirse en una Sociedad de Responsabilidad Limitada, con todas las implicaciones legales y jurídicas que estipula la ley **19.550** en su sección IV (Art. 146 y 147)

#### **9.4.4 Régimen tributario**

Se ingresará al mercado bajo el régimen de autónomos categoría I (\$227 por mes) y una categoría D, para el pago de ingresos brutos. Dado que las recategorizaciones son cada 3 meses, se realizarán los trámites necesarios según la marcha del negocio.

El pago obligatorio de IB que corresponde a fin de año, según los cálculos realizados es de un 3,5% del total de ventas, que variará su monto de acuerdo al flujo de caja y evolución del negocio.

En cuanto a ganancias, se realizará el pago en el mes 13, por lo que no se realizará el pago de la ganancia mínima presunta en el primer año.

El pago de IVA de compra e IVA venta se realizará de acuerdo a los flujos de ingreso y egreso según corresponda.


#### **9.4.5 Logo y Marca**

Se registrará la marca EntregaYa! y su logo en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial<sup>xix</sup> según lo dispone la Ley 22.362 y con el Decreto Reglamentario 558/81, modificado por el 1141/03. La publicación de la aprobación de la marca estará disponible en el sitio web del organismo, luego de los 18 meses como mínimo.

El arancel del trámite es de \$ 400.-

#### **9.4.6 Costos**

Se utilizará un estudio Jurídico-Contable denominado Service Bureau, que facilitará la gestión. El costo inicial para la realización de trámites es de \$2.200, y con un cobro mensual fijo de \$1500.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 165	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## **10 Aspectos Descriptivos de la Solución Tecnológica**

### **10.1 Descripción Reducida del negocio**

El producto desarrollado será el primer paso, para ingresar nuestra empresa de logística en el mercado en línea. Nos permitirá ver el fruto del trabajo de nuestros especialistas en el área de tecnología y logística, por ello tenemos enfocadas todas nuestras energías en el mismo.

Presentaremos un producto, que sea un interlocutor entre Pymes y consumidores finales brindando una serie de ventajas que la competencia todavía no ha llegado a desarrollar.

Nos concierne, la distribución de mercancías utilizando como medio de contacto nuestro producto en línea. Los involucrados aquí serán comerciantes que trabajen con internet, empresas de mensajería que formaran nuestra cartera de servicio y los consumidores finales de los productos.

La aplicación de tecnología junto a una mirada desde un ángulo diferente el mercado de comercio electrónico nos lleva a una posición privilegiada respecto al resto. Nuestro mayor capital es nuestra gente.

La expansión a diferentes lugares de nuestro país y al crecimiento tanto de nuestros clientes como de nuestros proveedores, se realizará de manera progresiva a medida que el producto gana la confianza entre nuestros clientes.

Nuestros proveedores se verán recompensados a través de la preferencia del público, lo que se traducirá en mayores ingresos.


Generaremos una mayor distinción a aquellos comerciantes que utilizan nuestros servicios ya que a través de bajos costos y una presencia distinguida de nuestros proveedores en el momento de realizar las entregas.

Brindaremos seguridad al cliente, para que deposite su confianza en el momento de recibir las entregas, lo que va a permitir que éste confíe sus pagos a través del mismo medio.

Actualmente para el envío de mercancías adquiridas por medios electrónicos se utilizan el correo, entrega personal y reparto en motos de mensajería.

En estas operaciones comerciales se ven involucrados comerciantes que son Pymes o nuestros clientes, servicios de mensajería o nuestros proveedores y terceros.

Queremos lograr una mejor interacción entre las partes brindando un servicio que permita mejorar los costos, dar un servicio puerta a puerta, realizar las cobranzas y brindar seguridad a cada una de las partes.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 166	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Por ello, lo que se busca es ofrecer un servicio donde los comerciantes, puedan solicitar un envío, y permita tener respuesta de cualquier empresa de reparto dentro de las zonas de envío y/o recepción en el momento que lo necesite.

Una cartera de empresas de repartidores formaría el haber del servicio sin necesidad de indicar cuál es la empresa en particular de la cual se recibe el servicio, pero estas poseerán una credencial o pin, así como también la empresas de reparto deberán registrar a sus empleados para poder permitir a tanto los comerciantes como los clientes identificarlos.

Un sistema de puntuación y evaluación permitirá tanto a los comerciantes como a sus clientes poder determinar el tipo de servicio que recibieron y así armar rankings de confiabilidad de las empresas de reparto, de manera de motivar un mejor servicio.

Las empresas de repartidores, pueden recibir aletas para determinados servicios en determinadas horas y ser tomados según la zona o conveniencia, como si fuesen radio-taxis. Con la toma del servicio por parte de la empresa de reparto, se les confeccionara una hoja de ruta para facilitarles la tarea de logística.

El comerciante recibirá una alerta con la información identificadora de la empresa de reparto. (foto, nombre y apellido del repartidor, nombre de la empresa)


Para un individuo común que tenga que enviar un paquete de una oficina a otra, puede pedir un servicio para una determinada hora, o según la disponibilidad que haya en el momento del envío.

La rentabilidad de este servicio, será controlada un costo de comisión sobre el envío o por kms. Este servicio puede ser ofrecido a empresas que se dediquen a la venta de productos por medios no tradicionales, pero también podrá ser utilizado para otros fines individuales como ser el envío de documentos que realizan las empresas diariamente.

Por otro lado, este tipo negocio, tiene menor costo para llevarse a cabo, ya que utiliza empresas ya existentes para brindar el servicio, y se reducen los costos de infraestructura ya que trabaja en la red global.

## **10.2 Análisis de beneficios**

- El factor de diferenciación en la recepción de sus pedidos provocará un reconocimiento por medio del mercado de consumidores finales, generando vínculos de confianza con nuestro negocio, lo que atraerá un incremento de la cartera de repartidores con implicancias en beneficios tanto para nuestra empresa como para nuestros clientes.
- Servicio puerta a puerta, con cobranzas incluidas con solo unos clicks.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 167	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- Comodidad
- Un sistema de ranking por medio de puntuación, permitirá evaluar el servicio, lo cual motivará a las empresas intervinientes realicen un mejor servicio.
- La seguridad que genera poder identificar a la persona que realizará la entrega será un atractivo a los comerciantes y clientes. Lo que hacia nosotros se va a traducir con lealtad hacia nuestro servicio.
- El mejoramiento continuo del proceso de logística, de envío de paquetes permitirá a nuestra cartera de repartidores brindar un mejor servicio y obtener un flujo continuo de trabajo beneficiando nuestra cadena de valor.
- Un modelo de negocios innovador permite a Pymes que no poseen una distribución de sus productos, cuenten con un servicio que satisfaga sus necesidades.
- Reducción en los costos de las operaciones de reparto, ya que generamos competencias entre diferentes empresas de mensajería.
- Generación de una marca en línea especializa en distribución por un canal tradicional.
- Poder brindar más opciones a las empresas el momento de enviar un pedido.


### **10.3 Fundamentos de la solución Tecnológica**

#### **10.3.1 Propósito**

En la actualidad existen muchas empresas de mensajería ultra rápida que operan en las grandes ciudades de nuestro país, las mismas son utilizadas por Pymes para poder brindar servicios de entrega de paquetes o documentos y cadetería.

Las empresas de servicio de mensajería en la actualidad, no posee una estrategia de publicidad adecuada. Por lo tanto, estas organizaciones trabajan con una porción acotada del que potencialmente pueden llegar a tener, ya que las mismas se publicitan por medio de ocasionales volantes entregados en la vía pública o mediante el “boca en boca”.

Siendo que existe un evidente incremento en las operaciones en línea, muchas de ellas se ven afectadas por cuestiones de distribución y cobro de productos. Es por eso, que cada vez más comerciantes optan por la traslado de sus productos a través de motos de mensajería, dejando de lado medios tradicionales como es el correo.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 168	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Por ello nuestro propósito como solución tecnología es múltiple:

- Generar rentabilidad
- Conectar empresas de mensajería con vendedores de productos.
- Abaratar costos de envío y recepción, generando más oferta
- Brindar seguridad y confort al cliente final
- Crear una imagen pública

El propósito rentabilidad es a través del cobro de utilización del servicio por medio de comisiones. Con respecto a la utilización del servicio, se refiere al traslado de mercaderías que soliciten las Empresas para sus Clientes.

Las empresas de mensajería al aceptar prestar servicio, automáticamente se comprometen al envío de las mercancías. Se cobrará una comisión a las empresas prestadoras del servicio, dependiendo si se ha fijado un precio por kilómetro o un precio fijo..

Antes de continuar, nos preguntamos ¿Por qué no utilizar otros vehículos de mayor volumen y beneficiarse con el envío masivo de productos? Bien, la utilización de este tipo de transportes para áreas metropolitanas complica el proceso tanto de envío como de recepción. Complica el servicio puerta a puerta.

Existen aspectos económicos, en cuando, que una camioneta para ser rentable tiene que estar llena y en movimiento constante. Lo cual, que como ya explicamos es difícil en áreas con mucho transito, difíciles de llegar y donde hay muchos problemas con el abastecimiento y precios de combustible como viene sucediendo actualmente.


En cuanto a lo socio-político, este tipo de transporte por su volumen, puede verse aún más afectado por protestas, marchas, cortes de calles, etc. lo cual afecta a las entregas.

Para continuar con algunos aspectos del negocio, podemos mencionar que tanto el comerciante, como el consumidor podrán dar su opinión del servicio ya que accederán a la sitio de nuestro producto para poder identificar al individuo encargado de la entrega y dar la puntuación del servicio.

A su vez el comerciante, podrá especificar características, descripciones y tamaños de las mercancías con un máximo de tamaño, relativo a las medidas de la caja más grande que utiliza Correo Argentino (43,5 x 42 x 33 cm) que es una medida aceptable para el transporte en moto. El intercambio de mensajes en línea entre la empresa de reparto con el comerciantes ayudará a mejorar el contacto entre los mismo.

Además, podrá confeccionar una agenda en línea de sus clientes más asiduos que junto con lo anterior, nos brindará información sobre hábitos de los consumidores para nuestro beneficio.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 169	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Finalmente, cuando el producto llegue a tener un posicionamiento importante se busca integrar la solución con servicios de financiamiento, como ser DineroMail, MercadoPago y PayPal.

### 10.3.2 Objetivos

Nuestros objetivos a largo plazo se pueden enumerar de la siguiente manera:


- Posicionarnos fuertemente en las transacciones online donde, no hay un ícono empresarial preponderante en el área del mercado que apuntamos
- La expansión a otras regiones del producto
- Arbitraje en los costos de las operaciones de reparto
- Obtención de información sobre tendencias y costumbres del comprador en línea
- Integración con otras plataformas de venta en línea
- Incorporación del servicio de transporte de personas en motovehículos, como se realiza en otros países tanto de Latinoamérica como de Europa.
- Incorporación de empresas de transporte de mercancías que operen con automotores
- Incorporación de servicios de cadetería

### 10.3.3 Limitaciones de la solución

No se espera que el producto sea instalado en todo el país ya que no todas las regiones poseen servicios de mensajería en moto con la presencia que se manejan en las principales ciudades. Esto nos define directamente nuestro segmento geográfico.

Por otro lado, dependemos de la cantidad de empresas de mensajería y su distribución para ofrecer servicios a los clientes.

Tampoco podremos controlar el vínculo del comerciante con la empresa de mensajería, ya que estos últimos, una vez utilizado el servicio de nuestra plataforma pueden quedarse con el contacto de manera permanente. Aunque esto mismo sucede con los usuarios que realizan compras online, por lo que los datos del vendedor, recién se revelan una vez concretada la compra, y a través de la moderación de mensajes entre las partes interesadas.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 170	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 10.4 Análisis del uso

El usuario va a interactuar con la solución a través de su navegador, y va a requerir que el mismo deba tener instalado:

- Internet Explorer 7 o superior para poder hacer uso de las funcionalidades completas del sistema.
- Windows XP o superior actualizado.

La solución podrá ser accedida mediante dispositivos móviles pero con algunas limitaciones con respecto a los navegados preinstalados en estos dispositivos.

Se espera compatibilidad con navegadores como ser Firefox y Chrome en futuras implementaciones.

## 10.5 Perfiles de los usuarios

La solución tecnológica consta en ser un aplicativo web, permitirá interactuar cuatro roles fundamentales, el administrador, el operador, las empresas de mensajería y los usuarios solicitantes de servicio que son los comerciantes, individuos o empresas.

El **administrador** es el usuario de nuestra empresa que se dedica a tareas que son fundamentales para el mantenimiento del sistema. Sin ellas, el sistema podría llegar a funcionar de manera correcta.


El **operador** es usuario de nuestra que tiene como fin principal dar soporte a las tareas del día a día, siendo la cara visible del sistema. Se ocupa de interactuar con el resto de los usuarios del sistema brindando soporte en las operaciones que realiza el sistema.

El **proveedor** o empresas de mensajería es aquel usuario que ingresa para utilizar el servicio y capturar los viajes para brindar servicio a los **clientes**.

Su principal preocupación es la oferta de viajes y estar conectado con la última información proveniente del sitio.

El usuario **Cliente** o comerciantes, son aquellos que ingresan sus productos en el sistema para poder ser distribuidos y eligen dentro de las zonas correspondientes y los diferentes precios, cual empresa de mensajería le conviene más para entregar su paquete. Serán los encargados dar el principal feedback sobre el servicios que reciben.

El **Tercero** o usuario no comercial, recibirán información del sistema en caso que el comerciante cargue el correo de los mismos, a través de una alerta por medio de un correo donde podrán ver quién va a ser la persona que va enviar su pedido y generar una opinión para los rankings de las empresas de mensajería.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 171	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 10.6 Escenarios de uso

Esta solución está pensada principalmente para personas o empresas que utilizan el comercio electrónico. Interviene en el proceso comercial agregando el componente de envío y recepción de las mercancías, que muchas veces suele ser limitante por cuestiones de tiempo, movilidad o inseguridad.

### 1er Escenario: Acceso de Operador

Nuestra solución va a tener cargada varias empresas de mensajería, las mismas van a ser dadas de alta por un operador, que ingresará los datos y colaborará con la misma para que complete el perfil. La empresa de mensajería incluirá en su perfil, nombres y apellidos de sus empleados, foto y otros datos relevantes relacionados con su empresa.

Por cada empresa cargada, se creará una cuenta contable asociada, que permitirá al usuario operador hacer el seguimiento de las cobranzas realizadas a los proveedores, allí se realizarán se todas la imputaciones correspondientes por los servicios prestados y emitir las facturas correspondientes para el envío.

Estos pasarán a formar parte de la cartera de empresas que se ofrecerán en el momento que el comerciante busque una empresa para realizar el envío de sus productos.

El operador también deberá ver los mensajes enviados entre el cliente y el proveedor para que no incluya información que comprometa nuestro negocio.


El operador también podrá publicar noticias sobre nuevos proveedores y nuevos productos en el mercado.

El operador se ocupará a fin de mes, de realizar la facturación, por medio sistema, que, generará un listado de los proveedores con sus cuentas corrientes y podrá determinar que documentos va a generar para el pago o el cobro de servicios prestados. El mismo, realizará las imputaciones correspondientes a las cuentas corrientes del cliente según corresponda.

Además enviará a través del sistema los comprobantes correspondientes a la AFIP.

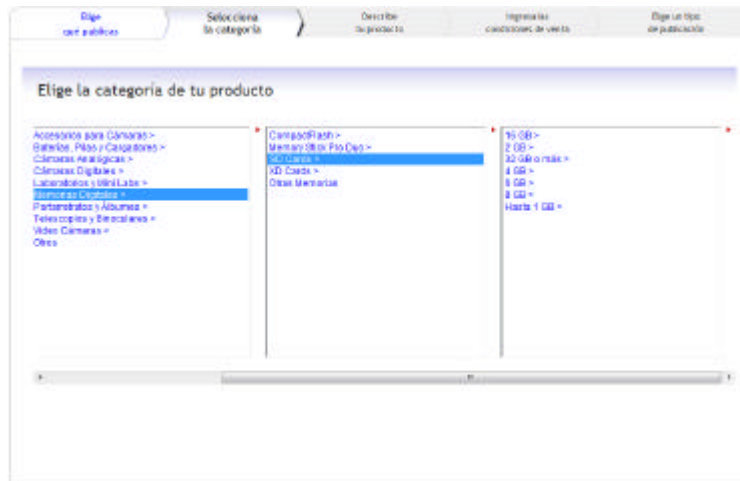
### 2do Escenario: Acceso del Cliente

El usuario comerciante deberá darse de alta en la solución y cuando desee realizar un envío indicará el destino de sus paquetes. Estos últimos podrán ser descriptos por un proceso símil al de la carga de un producto para su venta, pero

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 172	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

solo ingresándolo en diferentes categorías para que la empresa de mensajería que tome el viaje pueda darse una idea de tamaños de los productos que se enviarán.

Podemos observar en el siguiente gráfico para dar una idea a lo que nos referimos.



Opcionalmente el comerciante cuando realiza la carga de su ofrecimiento, podrá indicar en qué fecha y horarios se deberá realizar la entrega y recepción del paquete.

Además este mismo, podrá seleccionar la empresa que más le conviene para el envío según los precios ofrecidos por las mismas ya sea por km o por costo de envío para las diferentes zonas de entrega.


El usuario comerciante, podrá cargar el correo de la persona que recibe el paquete en una pequeña agenda que le brindará la solución para poder facilitarle los envíos frecuentes y además para que el sistema le envíe al mismo el pedido de opinión sobre como recibió el servicio de mensajería.

Podrá además comentarios necesarios para realizarle indicaciones a la empresa de reparto.

### 3er Escenario: Acceso de Proveedor

La empresa de mensajería podrá aceptar o rechazar la oferta de envío, y a su vez otras empresas podrán ofrecer su servicio, como para que el usuario comerciante tenga en cuenta al momento de decidir.

Se presentará la información en una grilla donde tendrá acceso a un mapa de la localización de los puntos de origen y destino, y en la cual en caso de aceptar el servicio, podrá asignar a la persona de sus empleados, cargados en el sistema que va a realizarlo.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 173	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

El sistema enviará al comerciante automáticamente la información de la empresa de mensajería, quien va a ser la persona que va a realizar la operación de envío.

Se les permitirá configurar información relativa al servicio que brindan, como ser el precio por kilometro o costo fijo, pero esta información podrá ser actualizada una vez por mes.

Podrán administrar la carga de datos de sus empleados en el sistema para ponerlos a disposición en el momento de ser asignados para un determinado servicio.

#### 4to Escenario: Acceso del Tercero

Podrá recibir un correo del sistema con un vinculo hacia la información correspondiente a la persona de la cual recibirá la entrega y para que brinde su opinión sobre el servicio.

#### 5to Escenario: Acceso del Administrador

El administrador ingresará al sistema para habilitar los diferentes roles y asociar los puntos de menú para que los usuarios puedan interactuar con el sistema.

Para empezar, podrá de dar de alta uno o más operadores, del sistema, luego revisará las transacciones realizadas mirando las bitácoras, si encuentra accesos sospechosos deberá revisar de que IP's provienen y tomar las acciones correctivas.

La bitácora le brindará suficiente información para detectar anomalías en el sistema y le permitirá reconstruir datos ya que cada transacción queda en formato XML, a través de un sistema de novedades.


También le permitirá determinar qué tipo de error se produjo y en casos, extremos, realizar una recuperación de una versión anterior de la base de datos.

El sistema correrá copias de resguardo automáticos, pero, el administrador en cualquier situación podrá optar por realizarlo manualmente, como puede pasar si se requiere realizar una migración en determinado momento.

Muchas veces sucede que usuarios del sistema bloquean sus claves porque exceden los intentos, el administrador podrá reiniciar las claves y/o bloquear usuarios.

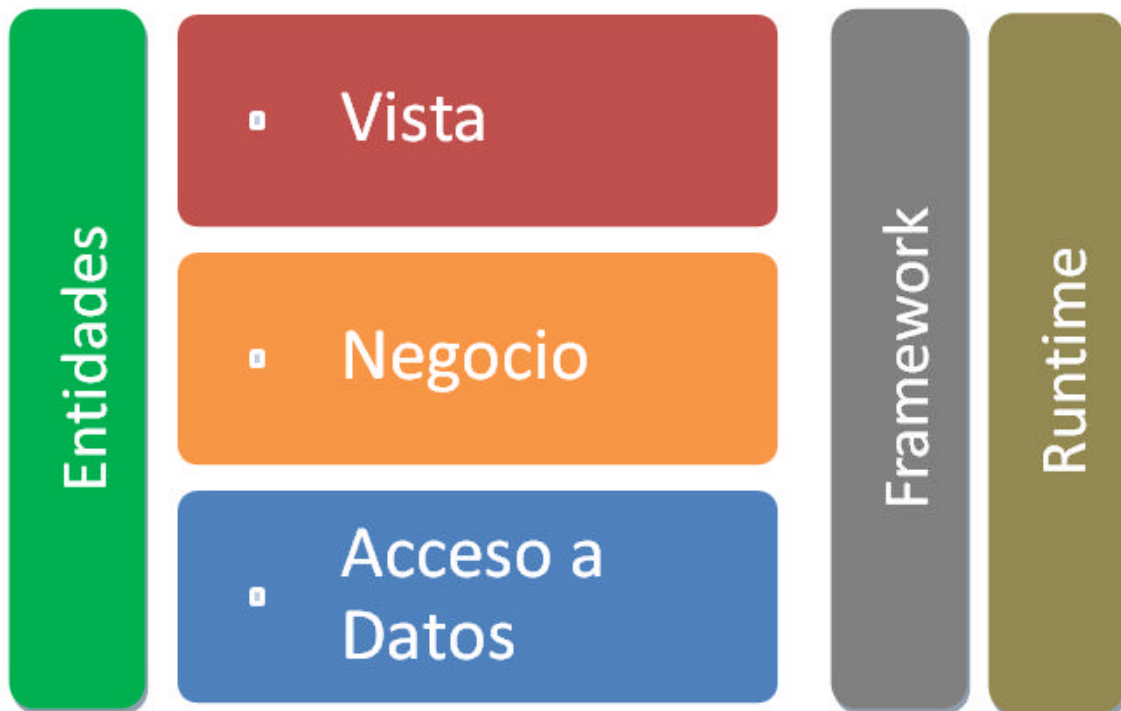
## **10.7 Estrategias para la selección de la plataforma tecnológica**

Para el desarrollo de la solución se utilizarán las siguientes tecnologías:

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 174	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

- Microsoft ASP.NET
- Lenguajes: VB.NET – Javacript
- Base de Datos: SQL Sever 2008 con Reporting Services
- Framework .NET 3.5
- Framework customizado que brindará soporte para AJAX, Componentes, clases base, manejo de errores y otros servicios.
- ORM: Entity Framework
- Arquitectura Event Driven Layered
- Internet Information Services 6-7

### Esquema de Capas




### Explosión de Capas

#### Capa de Vista

En esta capa se van a ubicar los formularios web que van a ser utilizados organizados en carpetas para el control de seguridad y prolijidad.

En esta capa se también se trabajará con el code behind de los formularios web que deberán heredar de una página base proveniente de la capa del framework.

Se deberán realizar a esta altura todas las validaciones pertinentes relacionadas con el flujo de datos provenientes de los formularios web.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 175	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Capa de Regla de Negocios

Aquí se contendrá la lógica particular de negocio que responde a los requerimientos de la capa de vista, consume entidades, y se comunica con el acceso a datos.

## Capa de Acceso a datos

Esta capa realizará transacciones con la base de datos e interactuará con las entidades y las reglas de negocio. Utilizará componentes de acceso a datos provistos por el framework.

## Capa de Entidades

Permite el armo de objetos y colecciones de objetos para enviar entre las interfaces de las diferentes capas.

## Capa de RunTime


También denominada en algunos sistemas como "Common", permite el agregado de funcionalidades por fuera del framework que son comunes al sistema pero son particulares del negocio como ser implementaciones particulares de webservices, métodos comunes, constantes, etc.

Soporte para googlemaps, para poder armar el trazado de las rutas.

## Capa de Framework

Esta capa brinda servicios a todo el resto, brindando diferentes funcionalidades:

- Seguridad
  - o Control conexión acceso a datos. Encriptación de cadenas de conexión
  - o Control de acceso a reglas de negocio. Control de atributos basados en roles.
  - o Control de acceso a formularios web. Habilitación y deshabilitación de controles web.
- Manejo de Sesiones
- Encriptación/Descriptación
  - o Soporte de encriptación simétrica
  - o Soporte de encriptación asimétrica
- Paginas Base
- Componentes de Base de Datos
- Servicio de Reporteo

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 176	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- Acceso a reportes en Reporting Services
- Exportación de reportes a Excel
- Soporte de Transacciones
- Controles customizados
- Soporte de Excepciones
  - Logueo de excepciones en archivos de texto y eventlog y base de datos.
  - Excepciones customizadas multinivel
  -
- Soporte Multidioma
- Serialización de Objetos
- Manejo de archivos
- Librería de utilidades para manejo de objetos
- Soporte para AJAX
- Mensajería
  - Correo electrónico
  - Ventanas de repuestas para el usuario.
- Manejo de archivos de Texto y XML.
- Librería javascript de funciones comunes. Ej: Calculo de diferencia entre fechas.
- Cache de Objetos por Session
- Soporte para feeds RSS

Esta capa además tendrá reforzará la seguridad de acceso entre la vista y las reglas de negocios, controlando el acceso a los métodos.

## ***10.8 Estrategia de seguridad***

La seguridad en el sistema será administrada en diferentes niveles, primero de todo a **nivel de red**, estará basada en autenticación Windows. La **base de datos** utilizará, seguridad mixta, para la conexión de la aplicación se utilizará seguridad integrada.


Por otro lado a **nivel de aplicación**, se encriptarán tanto las claves de usuario como la información de relativa a la conexión de la base de datos, específicamente las claves.

El sistema contará con encriptación simétrica para las claves de los usuarios, también el sistema tendrá la opción de encriptación asimétrica para futuros desarrollos.

La aplicación contará con procedimientos de LogIn y LogOut para validar a los usuarios que ingresan en el sistema.

El sistema de seguridad contará con Patentes en donde se vinculará la información relativa a cada punto de menú. Este a su vez, las Patentes se agrupan



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 177	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

dentro de Familias lo que permite administrar de mejor manera los perfiles de los usuarios. Así por ejemplo, al usuario Administrador se la asigna la familia “Administración” que contendrá las patentes o funcionalidades relacionadas con el mismo, como ser “Gestor de Operadores”.

Adicionalmente el acceso interno a los métodos de las reglas de negocio del sistema deberá pasar por una capa de fachada que brindará otro nivel de acceso.

La bitácora de la aplicación permitirá a los usuarios administradores controlar los errores que se producen en el sistema, ver las IP's, y los usuarios que se entran en el sistema y verificar si se encuentran inconsistencias en los datos. Junto con esto, están los logs del IIS, SQL y el visor de eventos del sistema operativo.

Con estas herramientas deberá reportar comportamientos anómalos del sistema y tomar las acciones correctivas.

Para la realización de resguardo y recuperación de la base se ocupará el administrador de sistema, horarios en los cuales se pondrá fuera de línea el sistema.

El sistema también posee la opción de realizar resguardos y recuperaciones del sistema en forma manual desde la aplicación.

El modelo de resguardo del sistema será completo, comprimiendo archivos para optimizar el tamaño de los mismos en el disco.

Se espera que el resguardo del sistema se realice una vez por semana, los días domingo a última hora.


El hosting estará a cargo de un tercero que implementará la seguridad física de nuestro servidor.

## ***10.9 Descripción de Áreas funcionales***


### ***10.9.1 Requerimientos***

#### ***Requerimientos Funcionales***


- Administrador de Sistema.
  - Gestión de Operadores, gestión de usuarios operadores del sistema
  - Gestión de Familias, permite armar familias de usuarios para agrupar funcionalidades.
  - Listado de Patentes, permite listar todos los puntos de menú del sistema.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 178	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- Gestión de Familia-Patente, permite armar las relaciones entre los puntos de menú y el grupo que definido en la familia.
- Clientes o Empresas
  - Gestión de Empresas: Permite administrar la información relacionada con la empresa que trabajarán con el sitio solicitando servicio.
    - Herramienta de selección de localización por mapa.
  - Gestor de Templates: Configuraciones de publicaciones pre-armadas por los clientes desde el publicador de pedidos para facilitar la tarea del mismo.
  - Listado de historial de pedidos del cliente
  - Puntaje y opiniones, permite realizar la calificación del servicio recibido por las empresas de mensajería
  - Gestor de preguntas: Permite el intercambio de mensajes con el proveedor.
  - Buscador de servicios de entrega: Listado que utiliza varios criterios de búsqueda que facilita la tarea del cliente.
    - Integración con puntajes y opiniones.
  - Agenda de clientes: Permite a los clientes armar una agenda de sus clientes de manera de tener precargada la información de localización y así poder ser utilizado por el servicio de notificaciones.
    - Integración con sistema de notificaciones del sistema.
  - Publicación de pedidos: Carga de pedidos de envío de productos a través de un ayudante o "wizard" que permitirá al cliente describir su producto y realizar las especificaciones necesarias sobre el producto.
    - Integración con Mis Templates, que permite repetir publicaciones similares a los clientes.
    - Herramienta de selección de localización por mapa.
- Proveedores
  - Gestión de Proveedores: Permite administrar proveedores de servicio de mensajería. Se deberá cargar la información relacionada a la facturación y las zonas de entrega
  - Gestión de Empleados de Proveedores: Permite a los proveedores dar administrar sus empleados para asignar a los servicios de envío.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 179	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- Configuración del Proveedor: Permite al proveedor establecer los costos del servicio y zonas de cobertura.
- Listados que permitan brindar información útil al mismo como pueden ser:
  - Entregas pendientes
  - Histórico de entregas
  - Facturas abonadas
- Visualizador de Facturas, el cliente podrá ver la factura o bien obtener el archivo pdf que corresponde a la factura para poder imprimirla en otro momento.
- Panel de Control: Permite en un vistazo visualizar las solicitudes de envío de paquetes junto con la información ingresada en la publicación de pedidos.
- Trazado de rutas: Permite a los proveedores ver las localizaciones de las entregas a realizar.
  - Herramienta de selección de localización por mapa.
- Visualizador puntuaciones: Permite ver a los proveedores las puntuaciones por el servicio realizado
- Gestor preguntas: Permite a los proveedores contestar inquietudes de los clientes.
- Operador: contará con las herramientas que requieren los operadores para realizar su trabajo.
  - Gestión de Empresas, contará con opciones exclusivas como ser el bloqueo de clientes y modificación de datos.
  - Gestión de Proveedores, contará con opciones exclusivas como ser el bloqueo de proveedores y modificación de datos.
  - Moderación de mensajes: Permite revisar el intercambio de mensajes entre los clientes y los proveedores para que no se incluya información que comprometa la nuestra operatoria.
  - Gestión de categorías y sub categorías de productos (utilizado por la herramienta de publicación de pedidos)
    - Gestión de Categorías: Permite armar categorías de productos, permite armar relaciones entre diferentes categorías y


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 180	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

subcategorías de manera que se arme redes de información hasta llegar al producto.

- Gestión de Items: Permite cargar ítems para ser relacionados en las categorías.
- Publicaciones de noticias: Publicador de información del sitio que permitirá mantener a los usuarios informados de las últimas novedades relacionadas con el sitio, tecnología, proveedores, etc.
- Gestión de Zonas y Puntos de referencia, permite dar de alta información que será mostrada en los mapas y en la publicación del pedido para brindar información a las empresas de mensajería
- Factura online: Se generará la factura electrónica que se enviará a la AFIP (RG 2485) por servicios de informática y desarrolladores de software, según se encuentra reglamentado. Se utilizará el webservice de la AFIP que está disponible para dicho fin.<sup>1</sup>
  - Generación de Factura Mensual, permitirá generar la factura correspondiente para el cliente, podrá ser consultada desde Mis Facturas.
  - Gestión de Factura: Podrá editar las facturas generadas para los clientes, así como también crear notas de crédito y débito.
  - Envío de notificaciones por facturas impagas.
  - Listado de cobros pendientes a realizar.

---

1

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 181	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### ***Requerimientos No Funcionales***


- Backup y Restore de la base de datos.
- Visor de Eventos y Bitácora
  - Logueo de Excepciones
  - IP's
  - Niveles de Error
  - Acciones del usuario
- Encriptación
- Rendimiento
- Recupero de Contraseña
- Bloqueo de Usuarios
- Seguridad Integrada en la base de datos.
- Disponibilidad
- Compresión de datos, de los backups de la base de datos realizados manualmente.

### ***Requerimientos del negocio***

- Comunicación rápida entre cliente y proveedor.
- Velocidad de refresco de datos del proveedor en el Panel de Control
- Newsletter
- Alertas

### **10.9.2 Alcance**

En un principio el alcance de la solución va a cubrir las necesidades básicas del negocio en cuestión. La idea principal del sistema es la interacción entre los diferentes actores, clientes, proveedores y terceros, para que se realice el intercambio de mercancías, teniendo como beneficio final hacia nuestra empresa, el costo de la intermediación entre las partes involucradas.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 182	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

La información recolectada de las operaciones realizadas nos permitirá a nosotros realizar los análisis correspondientes.

Para resultar atractivo para la utilización de nuestros clientes el sistema deberá contar con una serie de características que lo distingan tanto por su sencillez como por su facilidad de uso.

### Front End para los clientes

Nuestros clientes contarán inicialmente, con una disposición de datos simples similar a una empresa aérea, donde podrán indicar la dirección de envío del paquete y la fecha.

Para aquellos más experimentados, podrán optar por seleccionar dentro un mapa de Google, la dirección donde se deberá enviar el paquete.

Opcionalmente podrán cambiar el lugar donde la empresa de reparto debe ir a buscar el paquete que se enviará e indicar determinados horarios y agregar un cometario para la empresa de reparto.

Una vez seleccionada la zona y lugar de entrega, seleccionarán entre una serie de categorías y sub categorías que se enviará, información que le permitirá a la empresa de reparto determinar el tipo de motovehículos a utilizar.

Y luego, se procederá a seleccionar la empresa de reparto que más le convenga a través de un listado de empresas de reparto.


El sistema le ofrecerá ingresar el nombre y dirección de correo de la persona que va a recibir el pedido, para poder tener al tanto al tercero del individuo que se encargará de enviar su pedido. El tercero así, pasará a formar parte de la agenda de clientes para facilitarle el uso en el futuro.

### Front End para proveedores

Por su parte, el sistema deberá ofrecer un entorno tan amigable a los proveedores, que deberán tener cargada la información de sus empleados para aceptar los pedidos de los clientes y así comunicarles quién va a ser el individuo de reparto que se ocupará de su pedido.

Contarán con un panel de control, que le desplegará la información de los pedidos pendientes, mapa de ubicación del lugar de entrega, comentarios del cliente, contestar dudas al cliente y poder aceptar o rechazar el envío.

- En caso de rechazar el envío, el sistema deberá avisar al cliente y sugerir otra empresa, por medio de una alerta.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 183		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

- En caso de aceptar el envío, la empresa de reparto deberá asignar un empleado de la lista de empleados en el sistema y avisar al cliente y al tercero, sobre quien es la persona que se ocupará de su envío.

El panel de control, es una herramienta que les permitirá además saber cuál es su ranking como empresa, según las críticas recibidas por los clientes e influirá en su posicionamiento cuando se realicen las búsquedas.

El sistema además deberá permitir configurar a la empresa de reparto el método con el cual se le va a cobrar, este puede ser un costo fijo o bien por km, la información relacionada con su empresa para la facturación y sobre sus empleados.

Contarán con un reporte de facturación, donde se les indicará cuanto es la deuda con nuestra empresa, también un historial de pedidos y entregas pendientes.

Día después pasado el período de entrega, el cliente y el tercero recibirán una notificación sobre para que describan su experiencia con el individuo de reparto.

### **Back End para operadores**

El operador verá la actividad que se realiza en el sitio a través de la gestión de las empresas y las inquietudes que surjan de los proveedores y clientes.

Estará en contacto con la información que fluye entre las parte moderando los mensajes.

También podrá se ocupará de poner noticias relacionadas con la actividad.


Es el principal encargado del funcionamiento del negocio, ya que deberá reportar cualquier irregularidad al administrador y es el que va a recibir feedback directo de los clientes, cuando tengan algún inconveniente con el sistema, lo que nos servirá para que poder determinar la continuidad de algunos clientes y proveedores.

En caso de ser necesario será el encargado de bloquear o eliminar a los mismos.

Deberá administrar las regiones límite que definan las empresas de mensajería para efectuar los traslados. Esto se efectuará mediante un listado de zonas y permite a los clientes conocer los radios en que se manejan los repartidores.

Otro punto importante es la Categorización de ítems, que son los productos que se distribuyen. Las categorías permiten generar redes de información que conformarán templates para ser usados por los clientes, y una fuente de información gerencial sobre las tendencias de productos consumidos.

En cuanto a la facturación deberá poder generar la factura, nota de crédito y notas de debito para poder imputar a las cuentas correspondientes de los clientes y así conformar los saldos de las mismas y poder realizar las cobranzas correspondientes.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 184	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

El sistema deberá tener generada la cuenta del cliente en el momento del alta del mismo de manera que poder realizar la contabilización en su cuenta de los importes a favor o en contra.

El cliente recibirá por correo electrónico o podrá ver directamente en el sistema su factura de manera que pueda realizar los pagos.

El envío de la información a la AFIP se manejará a través del sistema por medio de un webservice brindado por el organismo.

Se encargará de brindar el reporte de facturación a la gerencia de nuestra empresa.

### **10.9.3 Lista de características y funciones**

#### **Gestión de Empresas**

Los empleados de las empresas deberán poder ser identificados en el sistema junto con su foto, esto va a permitir que tanto los proveedores como los clientes puedan ver quién es el responsable del envío del producto.

#### **Puntos de referencia**

Permitirá a nuestros proveedores marcar su ubicación y la de sus clientes, basándose en la información del sistema.

Los puntos de referencia se utilizarán también para calcular trayectorias.


A los operadores, les permitirá crear puntos de referencia.

#### **Publicación de Pedidos**

Permite la asignación de rutas por medio de mapas de Google o bien por medio selectores, indicando las direcciones correspondientes, especificación de los pedidos utilizando categorías y sub categorías, enviar comentarios a las empresas de reparto, buscar las empresas de reparto por diferentes criterios, permite agregar a la agenda a los terceros para que reciban la información del empleado que se asignó a su pedido y además del formulario para calificar al empleado.

El sistema deberá permitirle al cliente poder administrar la configuración de las categorías seleccionadas para poder utilizarlas nuevamente en el futuro de manera de agilizar el proceso de solicitud de servicios, como también eliminarlas.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 185	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Panel de Control

Es un tablero de comando en el cual, los proveedores, pueden visualizar información de los pedidos pendientes, asignar empleados para la entrega que estén cargados en el sistema, ver las rutas en mapas de Google y ver las indicaciones del cliente. Además se podrá, contestar a las inquietudes que tenga el cliente que deja sus comentarios con respecto al servicio.

La utilización de mapas permitirá realizar el cálculo de trayectorias por geolocalización, las cuales podrán ser ajustadas manualmente.

Brindará información sobre el tipo de producto que se está enviando según la información que haya cargada en las categorías el cliente.

También contará con la información proveniente del feedback de los usuarios, allí podrá contestar a las calificaciones recibidas.

Para mantener el dinamismo del flujo de información el sistema tendrá una grilla ideada especialmente para esto, la cual utilizará AJAX y se caracterizará por ser ultraliviana.

## Categorías y Sub Categorías

Permite armar el enlace entre diferentes tipos de productos para poder llegar a identificar que se está enviando en el sistema, de manera de poder armar relaciones entre los diferentes productos, como si se estuviese realizando una venta. Ej: Se crea la categoría electrónica, sub categoría computadora, sub categoría desktop, sub categoría componentes etc.


Los grupos de categorías se podrán ser guardados por los clientes para que puedan ser utilizados en el futuro, que necesiten enviar otros productos similares, esta información podrá ser modificada por los clientes que utilicen el sistema.

La generación de las listas de opciones se realizará de manera dinámica dependiendo de la profundidad del árbol creado.

## Reporteo

Son listados que permitirán consultar la Factura online para ver la deuda de los proveedores, además, poder ver el histórico de pedidos y de pendientes de entrega.

Además aquí se ofrecerán otros reportes de interés general de la aplicación, como ser cuales son los clientes que más utilizan la aplicación, ranking de empresas, zonas de distribución más frecuentadas.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 186	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Se utilizarán reportes utilizando la plataforma de reporte brindada por Microsoft SQL Server denomina Reporting Services lo que permitirá generar listados por pantalla, imprimirlos y exportarlos a diferentes formatos.

### Tablas genéricas

Este modulo permite la administración de tablas “virtuales” del sistema que se utilizan como soporte para la aplicación. Por ejemplo, una tabla puede ser la de tipos de factura, en la cuales los datos serán A, B y C, la definición de la tabla quedará en una tabla genérica y el detalle de la información en otra.

El sistema accederá a la misma por medio de claves y facilitará el mantenimiento y extensibilidad del sistema.

### Facturación AFIP

Permitirá la confección de las facturas electrónicas para el envío a AFIP a través del webservice de AFIP, este servicio, utiliza el protocolo SOAP, y seguridad a través de Certificados X64.

### Notificaciones

El sistema notificará por correo electrónico a los usuarios ya sea para avisarles que tienen que realizar puntuaciones por servicios prestados entre proveedores y clientes, como también cuando haya facturas pendientes por pagar o cuando se asignen usuarios y contraseñas.


El newsletter generado por el sistema, será enviado a aquellos usuarios que así lo deseen en el momento de darse de alta en el sistema y contará con información proveniente de las publicaciones de las noticias en el sistema.

### Feeds Rss y Clima

El sistema tendrá acceso a noticias que serán publicadas a través de feeds RSS en el sitio para mantener informados a nuestros usuarios sobre las últimas novedades en diferentes temas.

Además contará con información del clima que permitirá determinar al mismo si se aplican las tasas de recargo que imponen las empresas de envío de paquetes dadas las condiciones climáticas adversas. Esta información se obtendrá por medio de un webservice dedicado a tal fin. Las búsquedas se verán influidas por los costos adicionales dadas las condiciones climáticas ya que los costos serán diferentes.

## 10.9.4 Fuera del alcance

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 187		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

El sistema no contempla los pagos online por los servicios prestados entre las partes, dígase, cliente y tercero.

En cuanto a los pagos que se realizan a nuestra empresa se espera que el cliente realice una transferencia bancaria o pago en nuestras oficinas por lo que la registración deberá ser manual en el sistema.


No se contemplan procesos contables como ser mayores, cierres y libros diarios de manera confeccionados de manera legal.

El sistema tampoco incluye un sistema de tracking de los paquetes que se están enviado, solo propone rutas y direcciones donde realizar las entregas.

## 11 Análisis

### 11.1 Descripción y análisis de cada área funcional


Código	Casos de Uso	Área Funcional			
		Administrador	Operador	Cliente	Proveedor
CU001001	Gestor de Operadores	x			
CU001002	Gestor de Familias	x			
CU001003	Consultar Patentes	x			
CU001004	Bitacora	x			
CU001005	Backup de la base	x			
CU001006	Restore de la base	x			
CU001007	Bloquear Usuarios	x			
CU001008	Asignar Familia-Patente	x			
CU001009	LogIn en el sistema	x	x	x	x
CU001010	LogOut en el sistema	x	x	x	x
CU001011	Recuperar Clave	x	x	x	x
CU001012	Gestor de Tablas Genéricas	x			
CU001013	Registrarse			x	x
CU002001	Gestor de Clientes - Empresa		x	x	
CU002002	Listar Historial de Pedidos			x	
CU003001	Gestor de Proveedores			x	x
CU003002	Gestor de Empleados				x
CU003003	Referencias			x	x
CU003004	Gestor de Zonas y Precios				x
CU004001	Administrar Pedidos				x
CU004002	Listar Entregas Pendientes				x

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 188		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

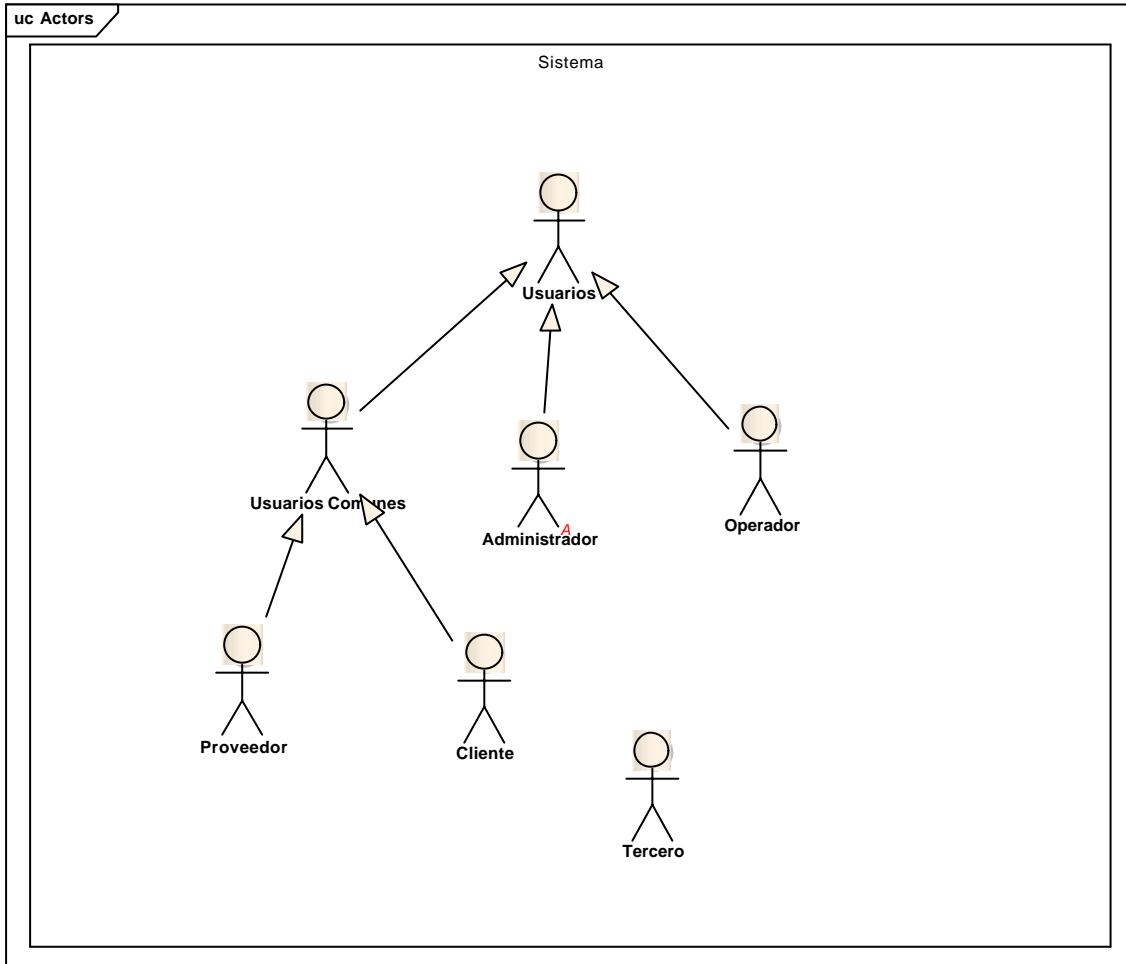
Código	Casos de Uso	Área Funcional			
		Administrador	Operador	Cliente	Proveedor
CU004003	Listar Histórico de Entregas				x
CU004004	Mis Facturas				x
CU005001	Buscar empresa de entrega			x	
CU005002	Agendar Clientes			x	
CU005003	Publicar Pedido			x	
CU005004	Mis Templates			x	
CU005005	Mis Calificaciones			x	x
CU005006	Mis Preguntas		x	x	x
CU005007	Mis Publicaciones			x	
CU006001	Gestor Categorías e Items		x		
CU006002	Gestor de Noticias		x		
CU006003	Bloquear Publicaciones		x		
CU007001	Gestor de Facturas		x		
CU007002	Listar Cobros Pendientes		x		
CU007003	Listar Cuenta Corriente		x		
CU007004	Generar Factura		x		
CU007005	Asentar Cobros y Pagos		x		
CU007006	Gestor de Cuentas		x		

### 11.1.1 Casos de Uso por áreas funcionales


Código	Paquete
CU001	Gestión de Seguridad
CU002	Gestión de Cliente
CU003	Gestión de Proveedor
CU004	Gestión de Pedidos
CU005	Publicación de Ofertas
CU006	Administración General
CU007	Facturación

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 189
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!			

## Actores del sistema



## Home del Sistema

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 190	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

ui Home General

Home General

Home    Atencion Al Cliente

Desde

Hasta

Buscar

Registrarse    Ingresar    Salir

Vinculos de Interes

Publicidad

Acceso de Clientes

Acceso de Proveedores

Noticias

Políticas de Privacidad

CopyRight

### 11.1.2 Listado de casos de uso por área funcional



uc Use Case Model

Operador

- + CU006001 - Gestor Categorías e Items
- + CU006002 - Gestor de Noticias
- + CU006003 - Bloquear Publicación
- + CU007001 - Gestor de Facturas
- + CU007002 - Listar Cobros Pendientes
- + CU007003 - Listar Cuenta Corriente
- + CU007004 - Generar Factura
- + CU007005 - Asentar Pagos y Cobros
- + CU007006 - Gestor de Cuentas

Actors

- + Administrador
- + Cliente
- + Operador
- + Proveedor
- + Sistema
- + Tercero
- + Usuarios
- + Usuarios Comunes

Proveedores

- + CU003001 - Gestor de Proveedores
- + CU003002 - Gestor de Empleados
- + CU003003 - Referencias
- + CU003004 - Gestor de Zonas y Precios
- + CU004001 - Administrar Pedidos
- + CU004002 - Entregas Pendientes
- + CU004003 - Historico de Entregas
- + CU004004 - Mis Facturas

Cliente


- + CU002001 - Gestor Cliente-Empresa
- + CU002002 - Historial de Pedidos
- + CU005001 - Buscar Empresa de Entrega
- + CU005002 - Agendar Clientes
- + CU005003 - Publicar Pedido
- + CU005004 - Mis Templates
- + CU005005 - Mis Calificaciones
- + CU005006 - Mis Preguntas
- + CU005007 - Mis Publicaciones

Administrador

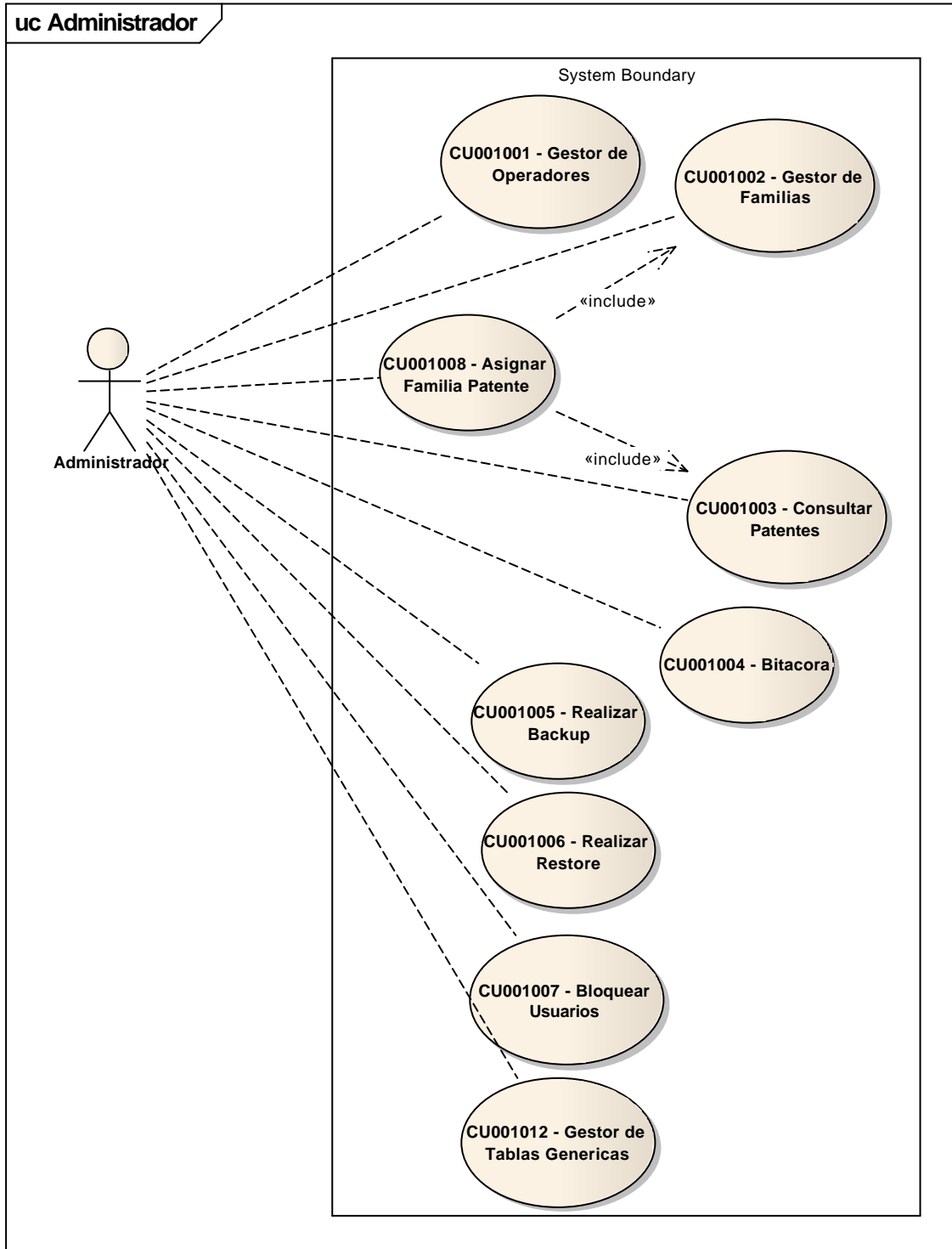
- + CU001012 - Gestor de Tablas Genericas
- + CU001003 - Consultar Patentes
- + CU001004 - Bitacora
- + CU001005 - Realizar Backup
- + CU001006 - Realizar Restore
- + CU001001 - Gestor de Operadores
- + CU001002 - Gestor de Familias
- + CU001007 - Bloquear Usuarios
- + CU001008 - Asignar Familia Patente

General

- + CU001009 - LogIn
- + CU001010 - LogOut
- + CU001011 - Recuperar Clave
- + CU001013 - Registrarse

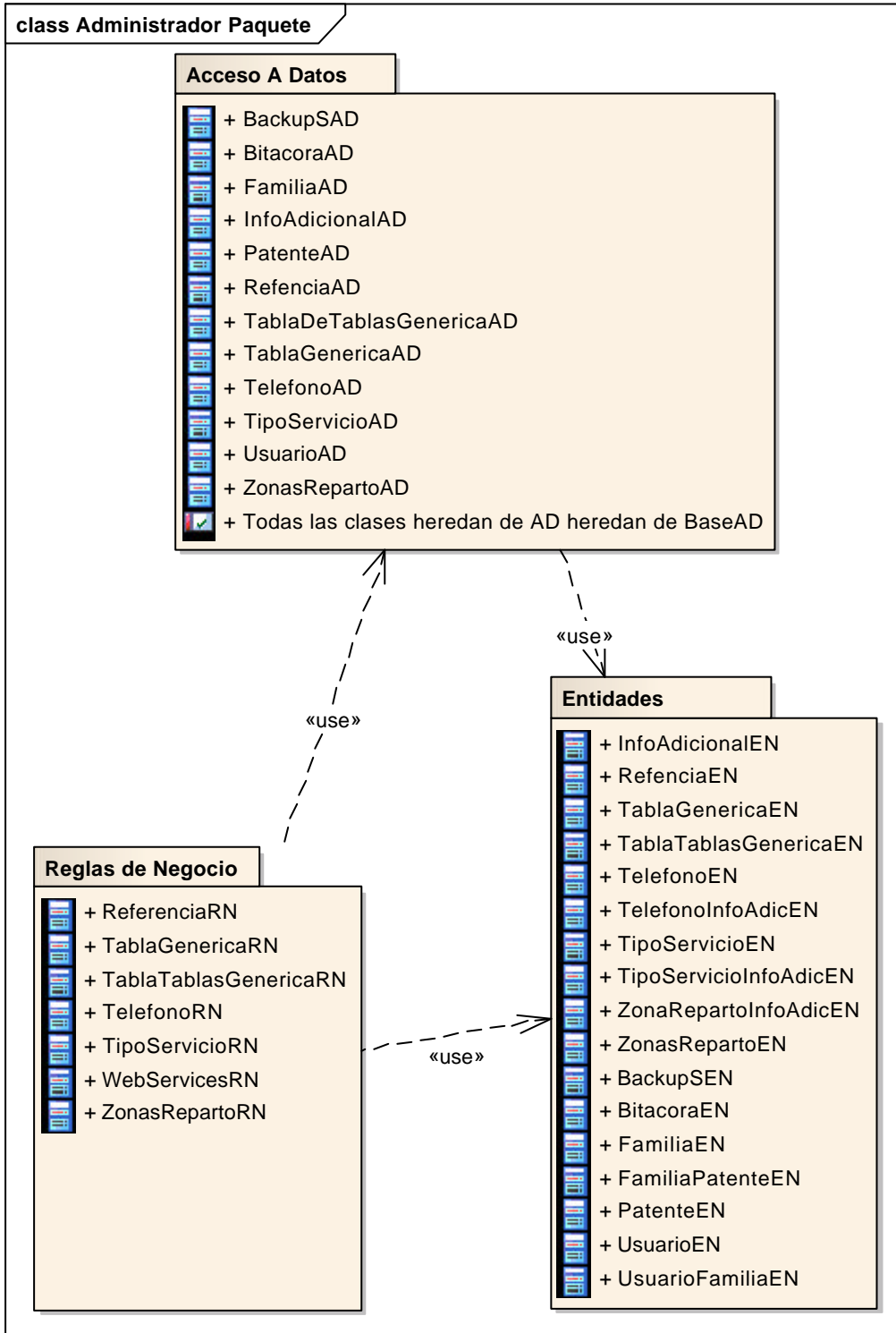
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 192	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


### 11.1.3 Diagrama de Caso de Uso: Administrador





### 11.1.4 Diagrama de Paquetes de Clases por Capa



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 194	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### **11.1.5 Casos de Uso Administrador**

#### **CU – 001 - 001 – Gestor de Operadores**

##### **Cuadro de revisión**

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	20/06/2011

##### **Descripción del Caso de Uso**

Este caso de uso permite dar de alta operadores del sistema para la realización de tareas relacionadas con la administración de proveedores, facturación, pagos, cobros y generación de reportes.

##### **Pre Condición**

El logueado como Administrador

##### **Post Condición**

El operador podrá comenzar a trabajar con el sistema.

##### **Actores Primarios**

Administrador

##### **Actores Secundarios**


Sistema.

##### **Disparador**

Solicitud de gerencia. La opción estará disponible a través del menú de seguridad que posee el administrador.

##### **Escenarios Principal de Éxito**

El sistema mostrará un listado de usuarios del sistema que tengan status Activo, con su tipificación., filtrando solo los Operadores.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 195	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### Alta


1. El sistema le dejará al administrador completar los campos correspondientes a:
  - a. Nombre de Usuario
  - b. Por defecto marcará el Tipo de Usuario
  - c. Dirección de Correo
  - d. Provincia
  - e. Localidad
  - f. Domicilio
    - i. Calle
    - ii. CP
    - iii. Localidad
    - iv. Provincia
  - g. Teléfonos
    - i. Nextel
    - ii. Celular
    - iii. Fijo
  - h. Tipo Documento
  - i. Nro Documento
  - j. Un checkbox Usuario Bloqueado desmarcado.
2. El usuario administrador presionará el botón "Alta"
3. El sistema validará la información ingresada este completa sino VER CA1
4. El sistema generará una clave y la enviará por correo al operador.
5. El sistema guardará la información obtenida en la base de datos.

### Modificación

1. El administrador seleccionará un registro de la grilla
2. El sistema autocompletará los campos utilizados en el alta.
3. El administrador podrá actualizar los datos del usuario operador.
4. El administrador presionará el botón "Modificar".
5. El sistema validará la información ingresada este completa sino VER CA1
6. El sistema guardará la información en la base de datos

### Baja

1. El administrador seleccionará un registro de la grilla
2. El sistema autocompletará los campos utilizados en el alta.
3. El administrador presionará el botón "Baja".
4. El sistema consultará al operador si está seguro de continuar la operación, por afirmativo continua, sino VER CA2
5. El sistema marcará al usuario operador con el status desactivado

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 196	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Camino Alternativo 2

1. No sucede nada, se cancela la acción .

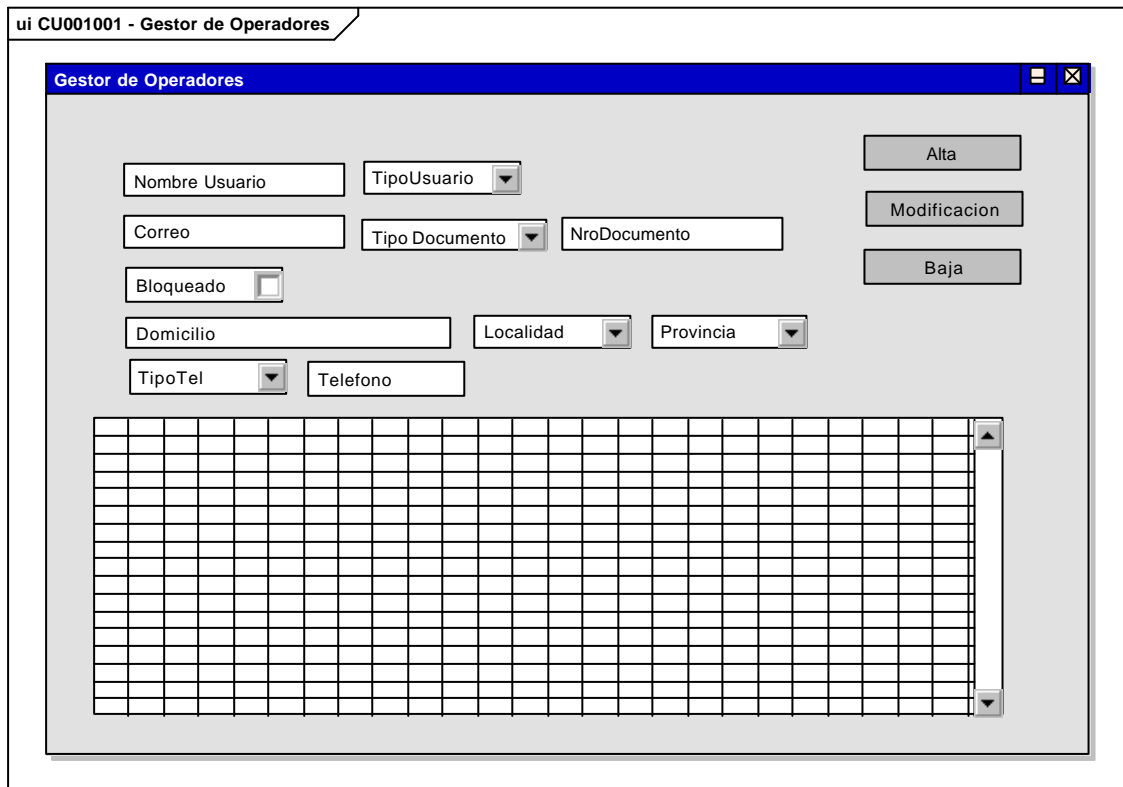
## Referencias

1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los Tipos de Teléfono, Provincias, Localidades, Tipo Documento

## Requisitos Especiales

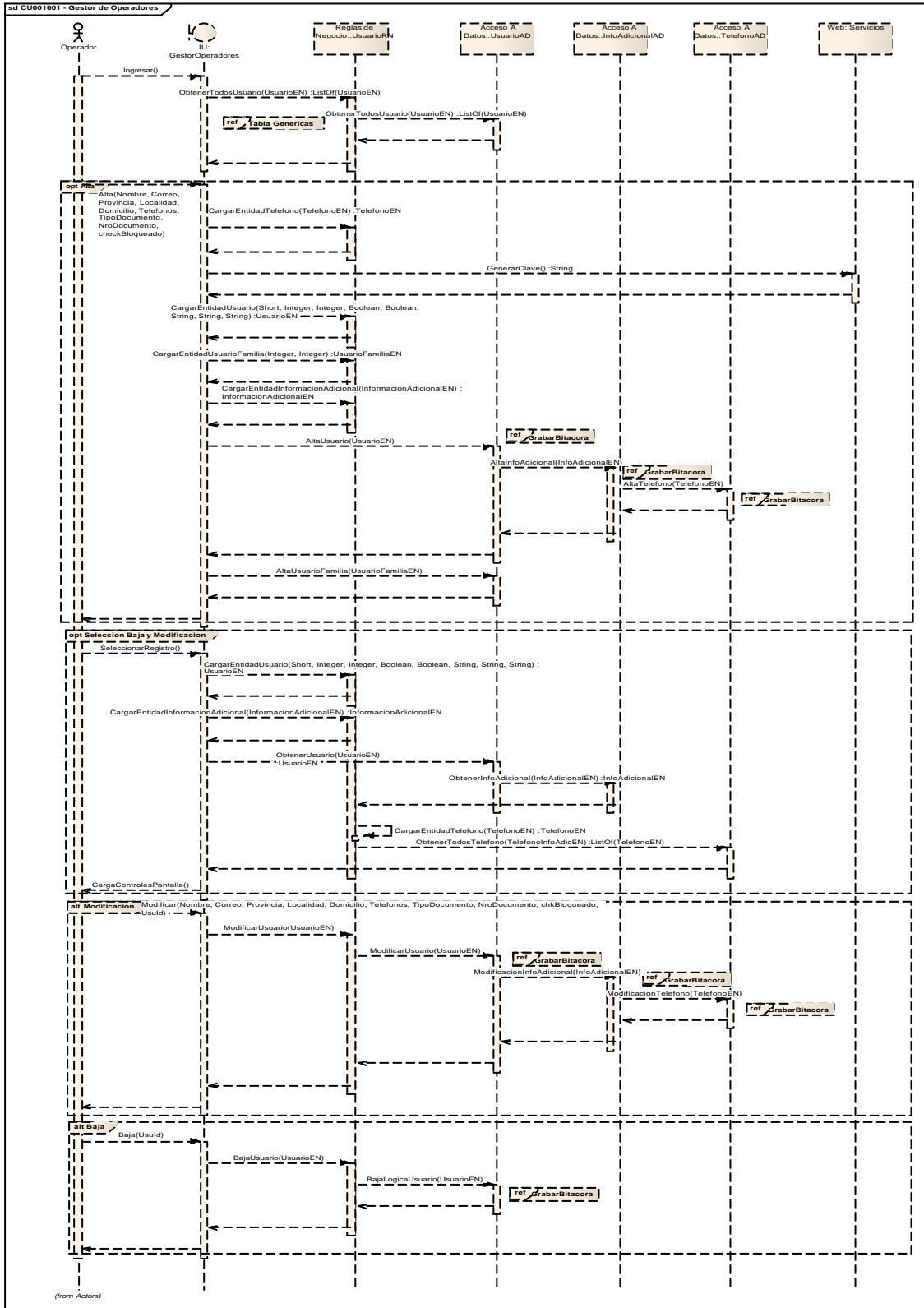
El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.


## Diseño de Interfaz





### Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 198	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 001 - 002 – Gestor de Familias

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	23/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite gestionar las familias creadas en el sistema para poder luego asignarle las patentes correspondientes

### Pre Condición

El usuario logueado como Administrador

### Post Condición

### Actores Primarios

Administrador

### Actores Secundarios

### Disparador


Menu de seguridad, gestor de familias

### Escenarios Principal de Éxito

El sistema mostrará un listado de familias del sistema

#### Alta

1. El sistema le dejará al administrador completar los campos correspondientes a:
  - a. Descripción de la familia

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 199	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


2. El usuario administrador presionará el botón “Alta”
3. El sistema validará la información ingresada este completa sino VER CA1
4. El sistema grabará la nueva familia en el sistema en la base de datos

#### **Modificación**

1. El administrador seleccionará un registro de la grilla
2. El sistema autocompletará los campos utilizados en el alta.
3. El administrador podrá actualizar la descripción.
4. El administrador presionará el botón “Modificar”.
5. El sistema validará la información ingresada este completa sino VER CA1
6. El sistema guardará la información en la base de datos

#### **Baja**

1. El administrador seleccionará un registro de la grilla
2. El sistema autocompletará los campos utilizados en el alta.
3. El administrador presionará el botón “Baja”.
4. El sistema verificará que el Administrador no borre su propia familia., sino VER CA3
5. El sistema consultará al administrador si está seguro de continuar la operación, por afirmativo continua, sino VER CA2
6. El sistema procederá con la eliminación.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 200	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
Turno:			Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Camino Alternativo 2

1. No sucede nada, se cancela la acción .

### Camino Alternativo 3

1. El sistema mostrará un cartel indicando: No se puede borrar esta familia.


## Referencias

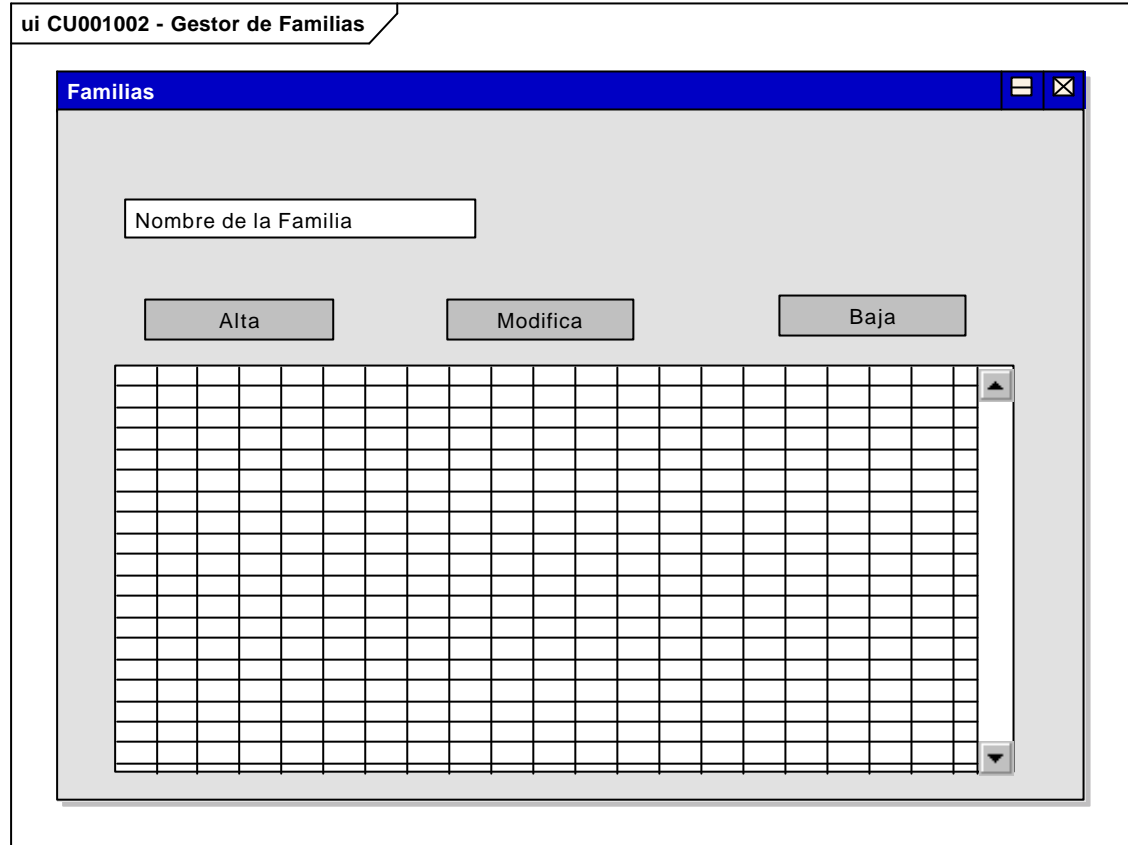
## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

## Diseño de Interfaz



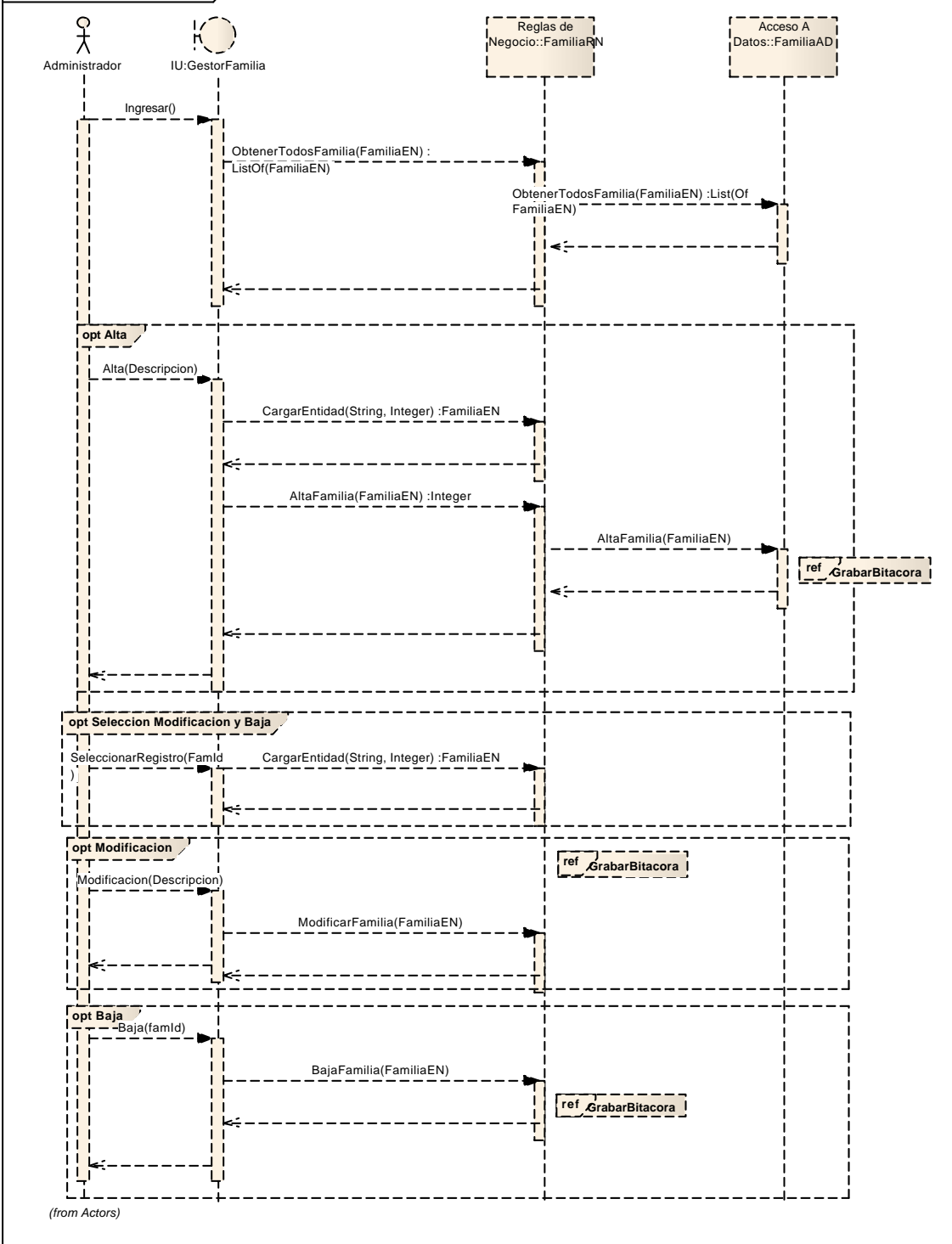
	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 201	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboia			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				




**Diagrama de Secuencia**



sd CU001002 - Gestor de Familias



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 203	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboia			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 001 - 003 – Consultar Patentes

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	23/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite listar las patentes para asignarlas a las familias

#### Pre Condición

El usuario logueado como Administrador

#### Post Condición

Una nueva familia de usuarios se ha creado.

#### Actores Primarios

Administrador

#### Actores Secundarios

#### Disparador


Menú de seguridad, listar patentes.

#### Escenarios Principal de Éxito

El sistema mostrará un listado de Patentes del sistema

#### Caminos Alternativos

##### Camino Alternativo 1

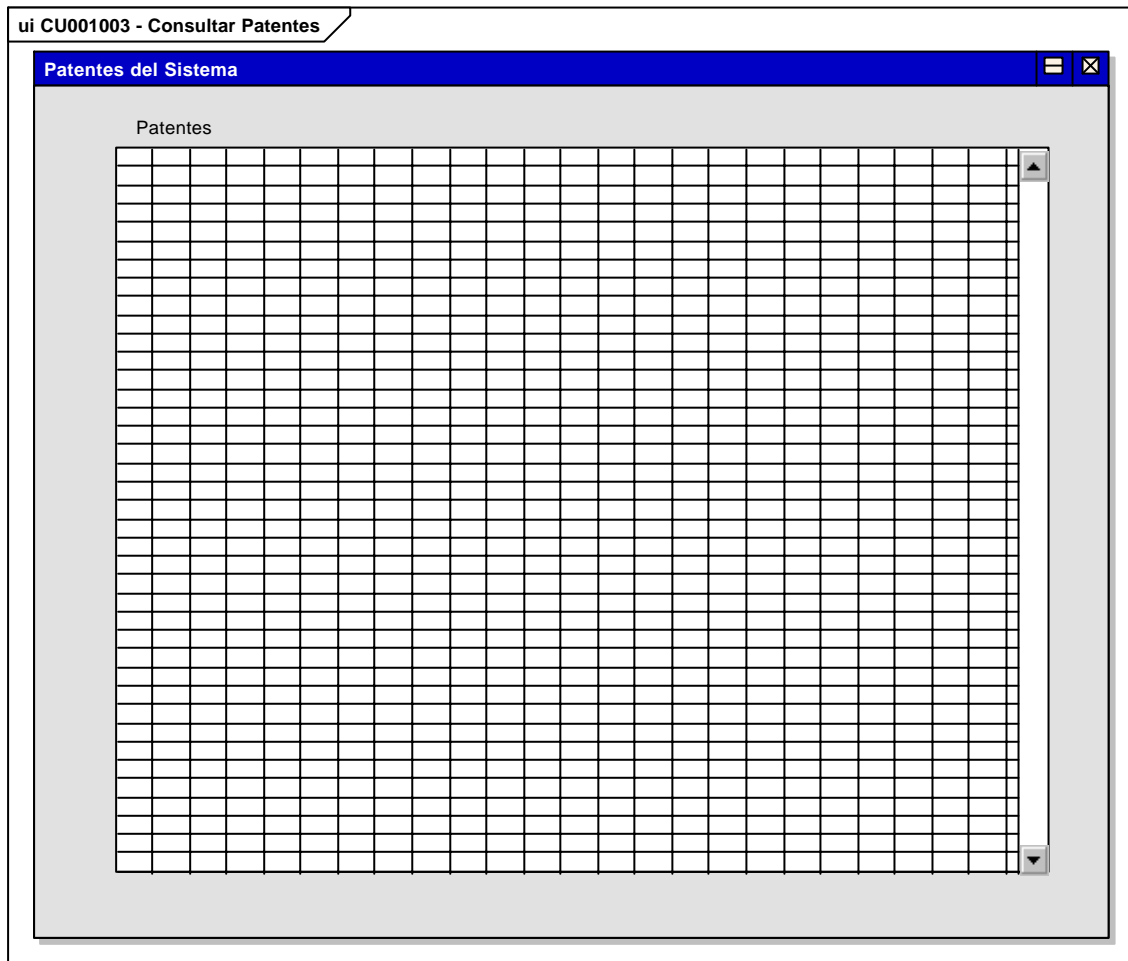
 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 204	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


## Referencias

1. CU001008 - Asignar Familia Patente

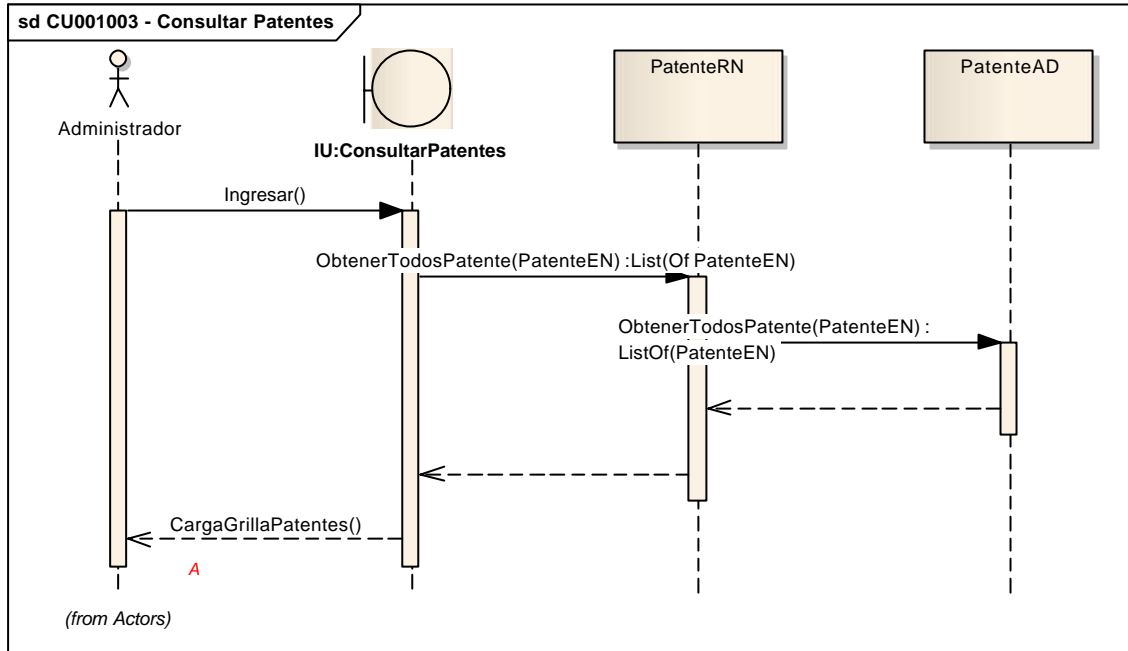
## Requisitos Especiales


## Diseño de Interfaz



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 205	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 206	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 001 - 004 – Bitácora

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	23/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de usuario administrador podrá ver la información relativa a la actividad del sistema. Las bitácoras se generan con las interacciones que se realizan en el sistema, ya sea altas, bajas y modificaciones o bien ingreso o egreso del sistema.

### Pre Condición

El usuario logueado como Administrador

### Post Condición

### Actores Primarios

Administrador

### Actores Secundarios

### Disparador


Menú del administrador Bitácoras.

### Escenarios Principal de Éxito

El sistema mostrará un listado de las bitácoras de sistemas ordenadas por fecha descendente, incluyendo información completa de la base

#### Listado

1. El administrador podrá aplicar filtros por rango de fecha, prioridad y usuario e ip
2. Presionará el botón Filtrar
3. El sistema devolverá la bitácora completa según los filtros.

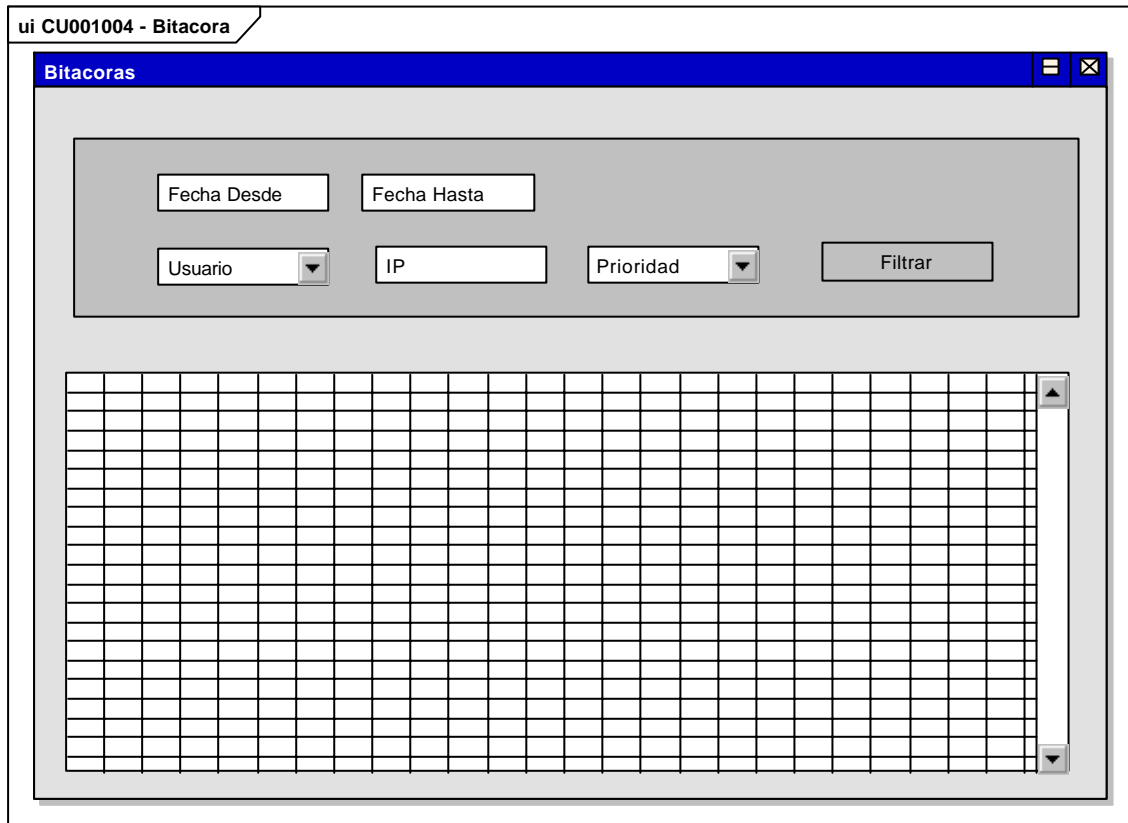
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 207	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Caminos Alternativos

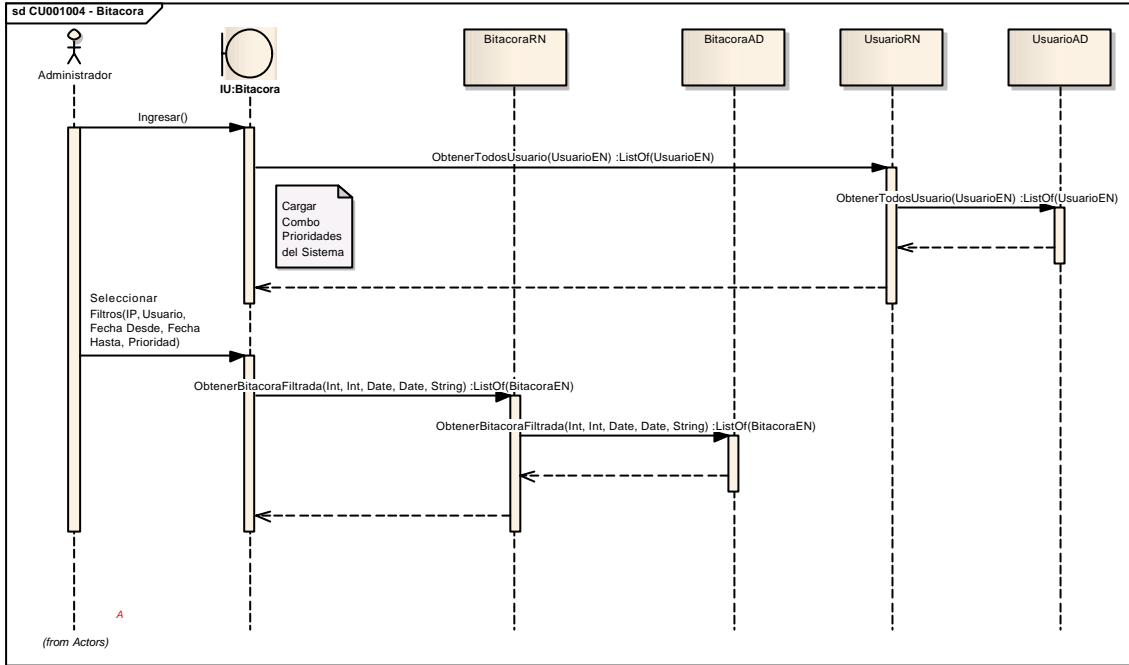
## Referencias

## Requisitos Especiales


## Diseño de Interfaz



## Diagrama de Secuencia





 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 209	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 001 - 005 – Realizar Backup

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	23/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de usuario administrador podrá realizar un backup de la base del sistema

### Pre Condición

El usuario logueado como Administrador

### Post Condición

### Actores Primarios

Administrador

### Actores Secundarios

### Disparador


Menú del administrador Backup y Restore.

### Escenarios Principal de Éxito

El sistema mostrará el listado de backups ordenados por fecha descendente

1. El administrador ingresará una descripción para el backup
2. El sistema validará la descripción sea ingresada sino Ver CA1
3. Presionará el botón Ejecutar
4. El sistema realizará un backup de la base de datos.
5. Se refrescará la lista de backup

### Caminos Alternativos

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 210
	Facultad de Tecnología Informática		
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa		
	Alumno: Pablo José Cósimo	Legajo: 34281	
Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana	
Proyecto: EntregaYa!			

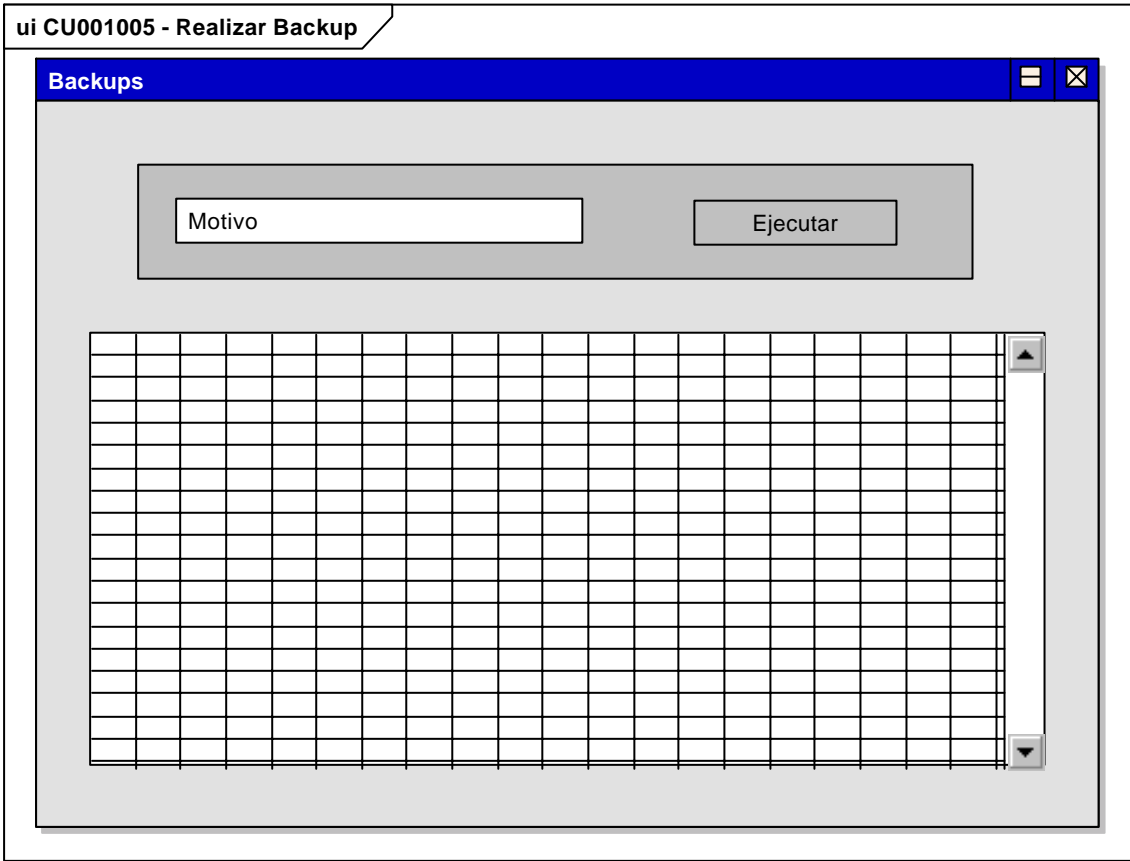
### Camino Alternativo 1


1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Referencias

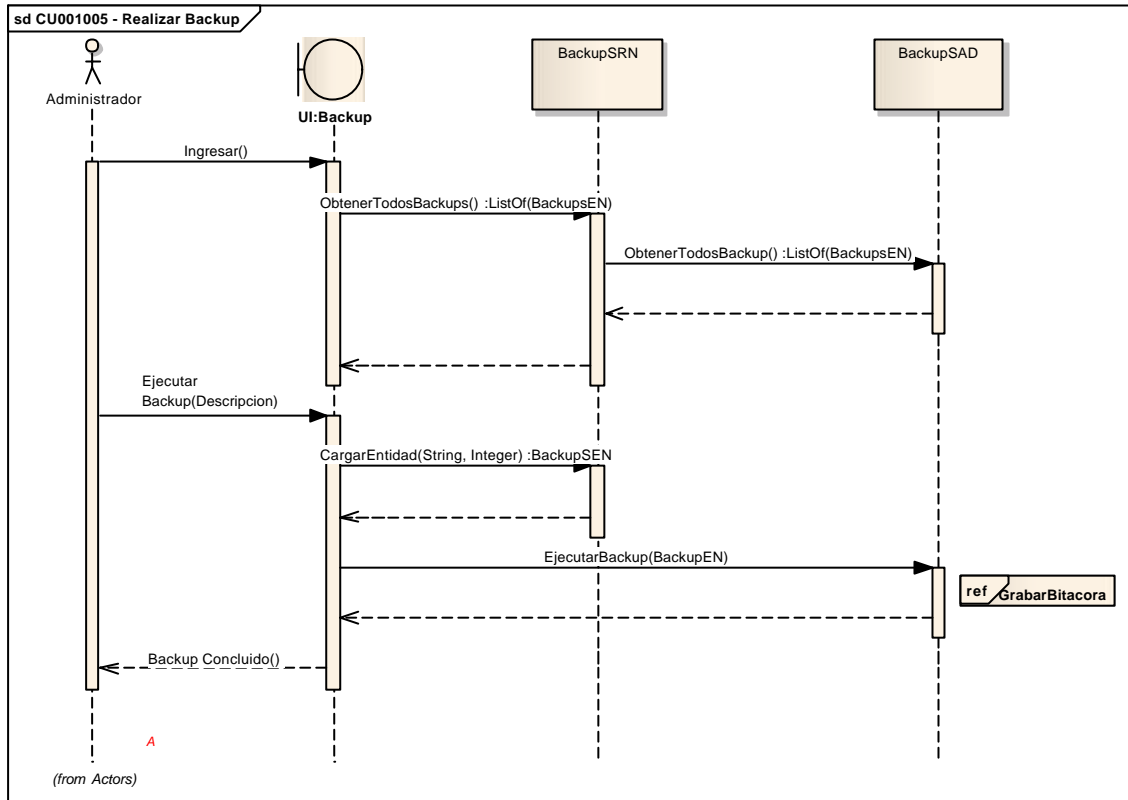
### Requisitos Especiales


### Diseño de Interfaz



 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 211	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 212	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
Turno:			Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 001 - 006 – Realizar Restore

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	23/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de usuario administrador podrá realizar una restauración de la base del sistema

### Pre Condición

El usuario logueado como Administrador

### Post Condición

### Actores Primarios

Administrador

### Actores Secundarios

### Disparador


Menú del administrador Backup y Restore.

### Escenarios Principal de Éxito

El sistema mostrará el listado de backups ordenados por fecha descendente

1. El administrador seleccionará un backup de la lista
2. Presionará el botón Ejecutar
3. El sistema realizará un restore de la base de datos.

### Caminos Alternativos

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 213	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

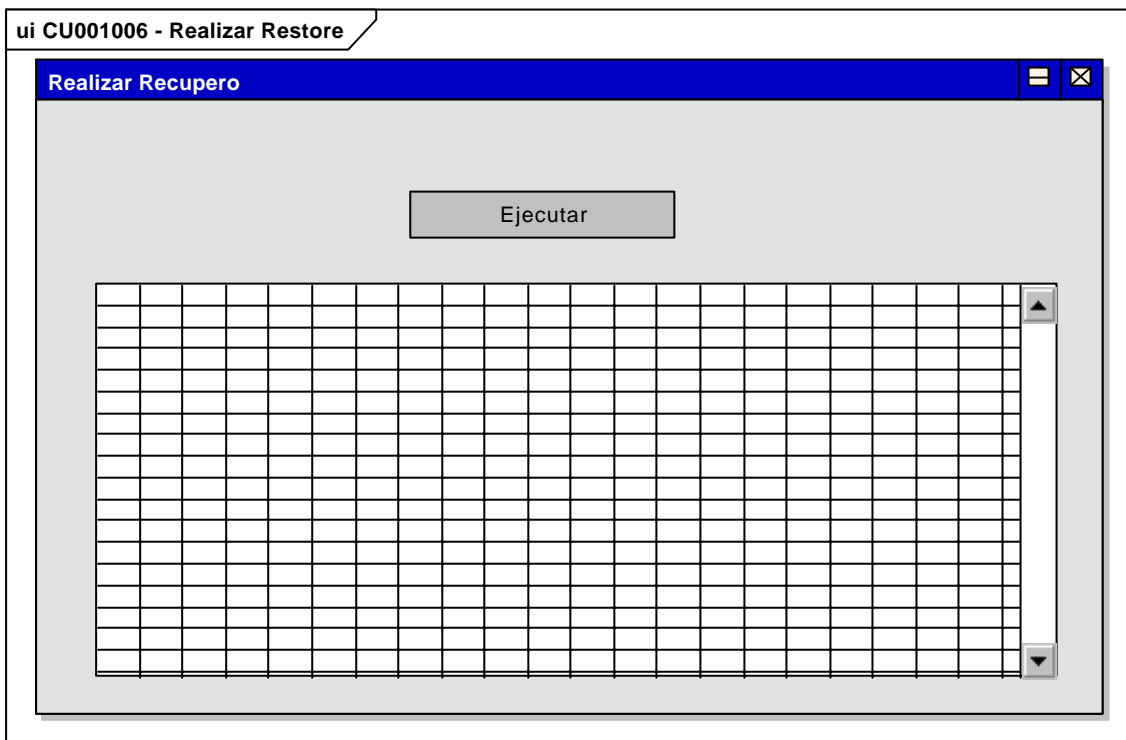
## Referencias


CU -001 -006 Realizar Backup

## Requisitos Especiales

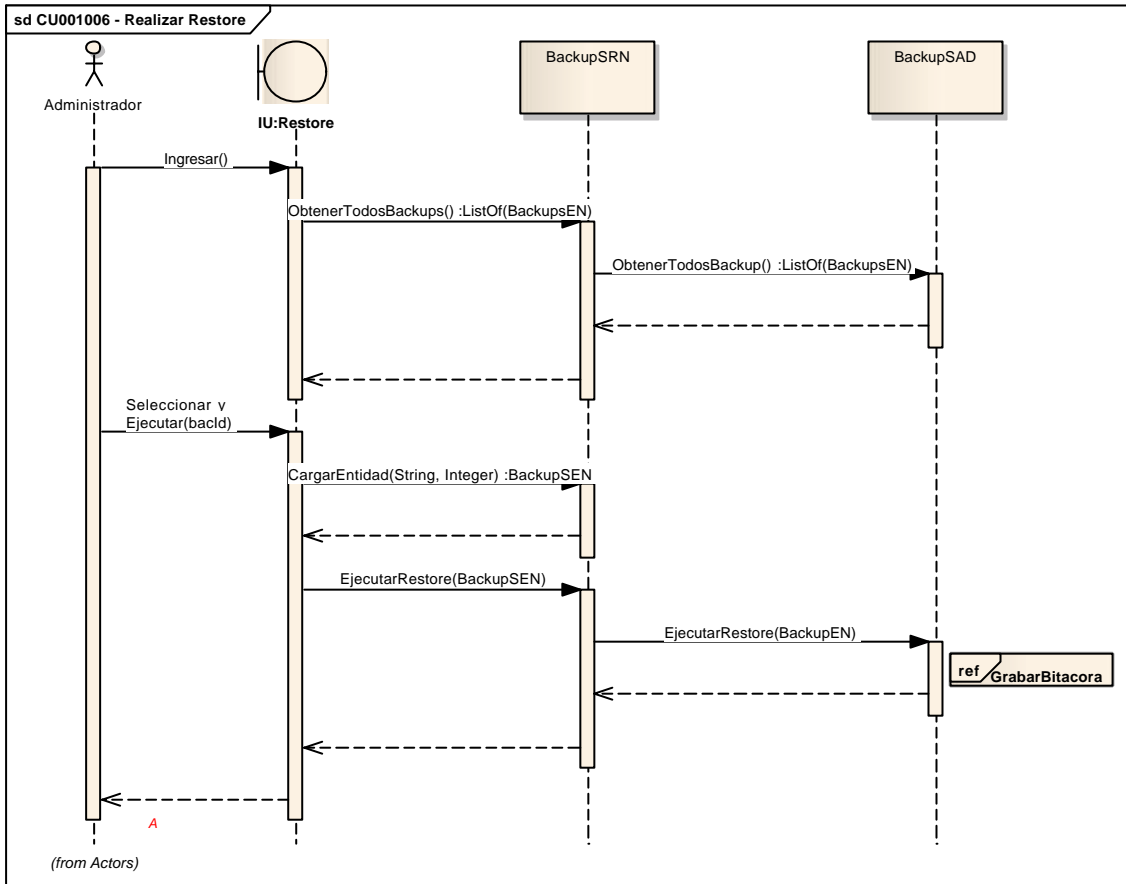
Haber algún backup en la lista para habilitar el botón Ejecutar


## Diseño de Interfaz



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 214	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Diagrama de Secuencia



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 215	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 001 - 007 – Bloquear Usuarios

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	23/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de usuario administrador podrá realizar bloqueo y desbloqueo de usuarios ya sea porque haya ingresado su contraseña erróneamente, o bien puede activar o desactivar usuarios del sistema.

### Pre Condición

El usuario logueado como Administrador

### Post Condición

### Actores Primarios

Administrador

### Actores Secundarios

### Disparador


Menú del administrador Bloqueo de Usuarios.

### Escenarios Principal de Éxito

El sistema mostrará el listado de los usuarios del sistema sin estar incluido el mismo.  
El sistema le permitirá aplicar filtros por la familia a la cual pertenecen.

#### Filtrado

1. El administrador seleccionará el filtro por familia y presionará el botón filtrar.
2. El sistema mostrará un listado con todos los usuarios filtrados con un check de activado y otro de bloqueado en cada registro

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 216	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

### Bloqueo/Desbloqueo

1. El administrador seleccionará marcará el check de bloqueo en caso de querer bloquear el acceso al sistema al usuario
2. El administrador deseleccionará el check de activado en caso de querer eliminar lógicamente el usuario del sistema.
3. El sistema guardará los cambios dinámicamente.

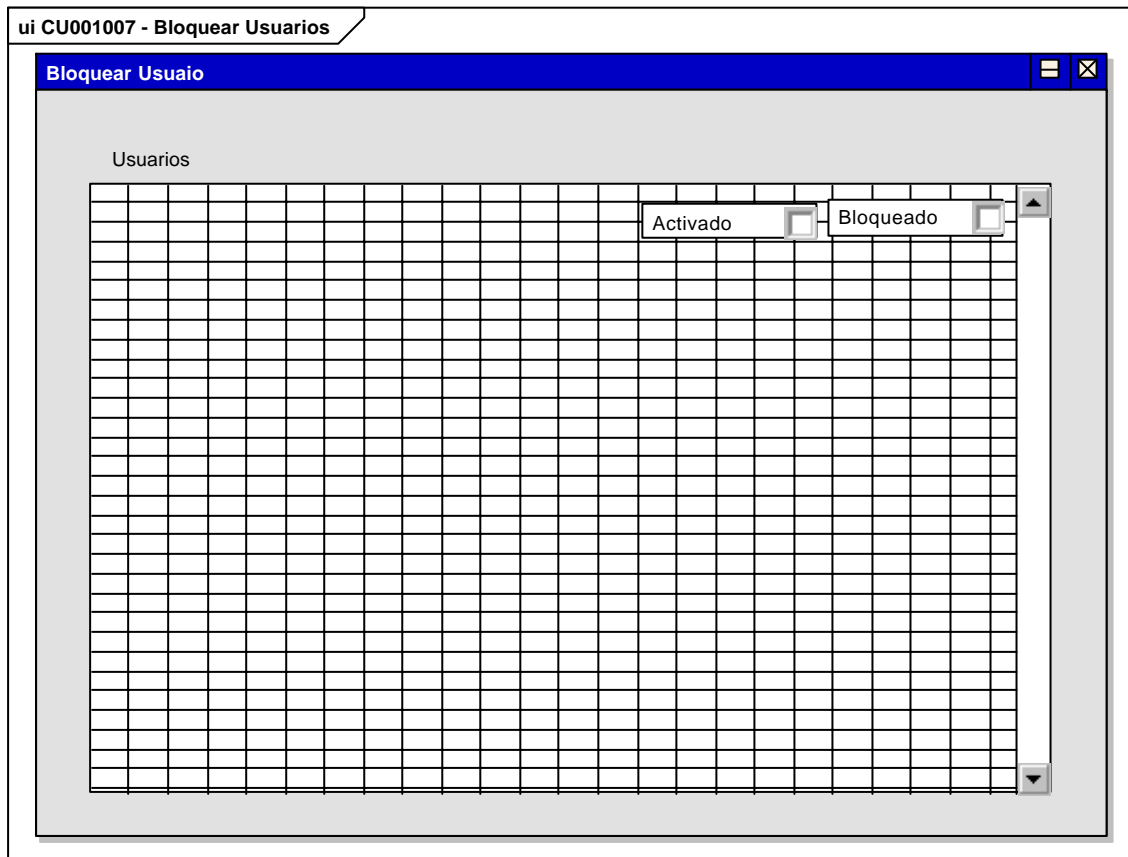
### Caminos Alternativos

### Referencias

- CU001009 – LogIn → Bloqueo Desbloqueo y Desactivación
- CU003001 – Gestor de Proveedores → Desactivación de Usuario
- CU002001 - Gestor de Cliente-Empresa → Desactivación de Usuario
- CU001001 - Gestor de Operadores → Desactivación de Usuario

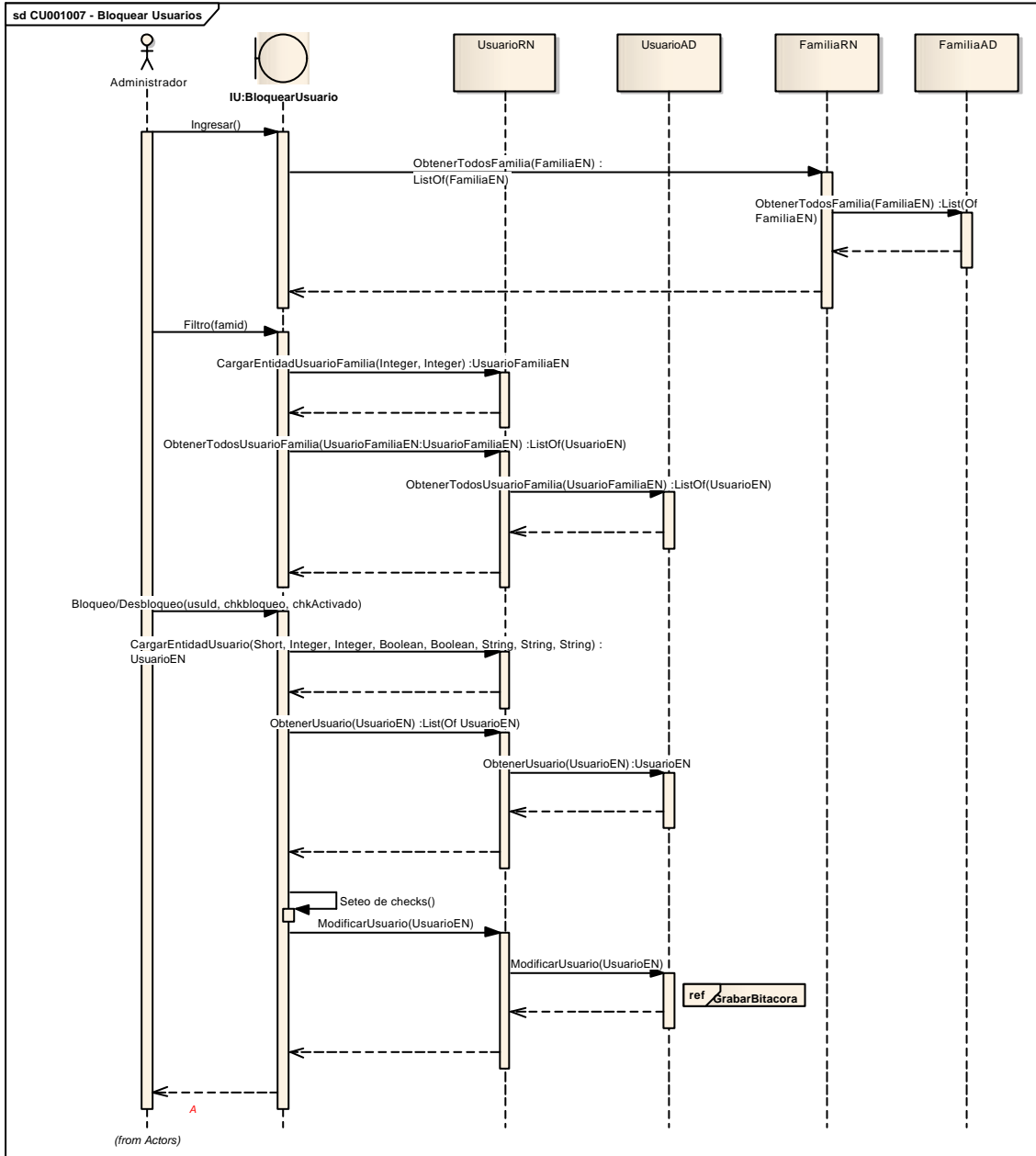
### Requisitos Especiales


### Diseño de Interfaz





## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 218	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 001 - 008 – Asignar Familia Patente

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	23/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite gestionar las relaciones del usuario, la creación de familias y la asignación de patentes a las familias

### Pre Condición

El usuario logueado como Administrador

### Post Condición

### Actores Primarios

Administrador

### Actores Secundarios

### Disparador


Menú de seguridad, asignar Familia Patente

### Escenarios Principal de Éxito

El sistema mostrará un listado de usuarios Activos en el sistema, y no estará él mismo en el listado y un checkboxlist con las familias marcadas y sin marcar, al hacer click en la familia se refrescará un checkboxlist de al lado con el listado de patentes asociadas marcadas y las sin marcar.

#### Asociar Familia

1. El administrador seleccionará un usuario
2. El Administrador seleccionará una familia.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 219	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

3. El sistema grabará los cambios en el sistema en la base de datos. Esto se hará dinámicamente a medida que el usuario realice las selecciones.

### Asociar Patente

1. El administrador seleccionará del segundo checkboxlist las patentes.
2. El sistema grabará los cambios en el sistema en la base de datos. Esto se hará dinámicamente a medida que el usuario realice las selecciones.

### Des-Asociar Familia

1. El administrador seleccionará un usuario
2. El Administrador deseleccionará una familia.
3. El sistema grabará los cambios en el sistema en la base de datos. Esto se hará dinámicamente a medida que el usuario realice las selecciones.

### DesAsociar Patente

1. El administrador deseleccionará del segundo checkboxlist las patentes.
2. El sistema grabará los cambios en el sistema en la base de datos. Esto se hará dinámicamente a medida que el usuario realice las selecciones.

## Referencias

CU001009 – LogIn

## Requisitos Especiales

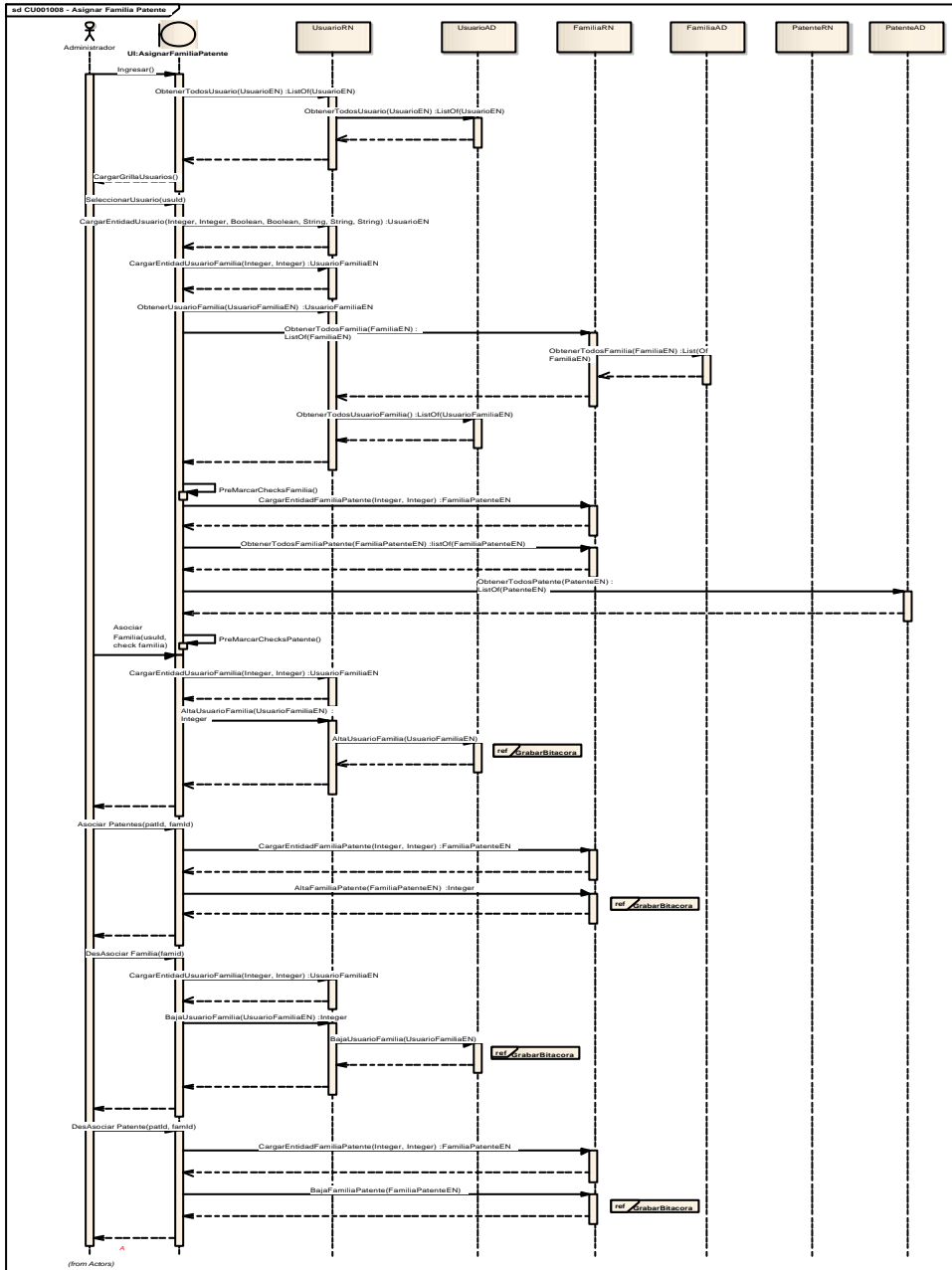
El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.


## Diseño de Interfaz





UNIVERSIDAD ABIERTA  
INTERAMERICANA



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 222	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 001 - 012 – Gestor de Tablas Genéricas

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	24/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite gestionar tablas de uso general que se utilizarán en el sistema.

Está compuesto por dos partes, la gestión de la representación de la tabla con un nombre, código y columnas asociadas (campos adicionales) denominado Tabla de Tablas y por el otro lado la parte que correspondería a los registros que componen la misma denominado Tabla Genérica.

Estas tablas permiten evitar la creación de tablas adicionales que maneja el sistema y no requieren mucho mantenimiento, como puede ser una tabla que contenga las alícuotas de IVA.

La tabla genérica estará compuesta por 3 campos tipo entero y 3 campos de tipo alfanumérico para uso general. Dependerá que columnas se carguen en la tabla de tablas para ver que columnas se arman en la tabla genérica y permita cargar datos.

### Pre Condición

El usuario logueado como Administrador

### Post Condición

### Actores Primarios


Administrador

### Actores Secundarios

### Disparador

Menu de seguridad, Tablas Genéricas

### Escenarios Principal de Éxito

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 223	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

El sistema mostrará un de tablas genéricas del sistema, y más abajo, a manera de detalle, los registros que componen la misma a medida que el usuario haga click en un registro.

### Alta de Tabla de Tablas Genérica


1. El Administrador deberá cargar:
  - a. Código de Tabla Genérica (clave de entrada)
  - b. Descripción de la misma (esta será utilizará referenciada en los casos de uso)
  - c. Adicional1... 6, nombres de columnas de la tabla genérica que requiere, el resto queda vacío.
2. El usuario administrador presionará el botón “Alta”
3. El sistema validará los campos código de tabla y descripción estén completos sino VER CA1
4. El sistema grabará en la base de datos
5. Refrescará las grillas

### Alta de Tabla Genérica

1. El administrador deberá seleccionar el registro de una de las tablas de tablas genérica (grilla superior), para que el sistema tome el Código de Tabla a la cual se le van a asociar los registros y arme las columnas correspondientes:
  - a. Código de Elemento
  - b. Descripción del Elemento
  - c. Descripción Abreviada
  - d. Valores correspondientes a los adicionales completados (no vacíos) en el Alta de Tabla de Tablas Genérica
  - e. Orden
2. El sistema validará que estén cargados mínimamente el código de elemento y la descripción sino VER CA1
3. El administrador presionará el botón “Alta”
4. El sistema grabará en la base de datos
5. Refrescará las grillas

### Modificación de Tabla de Tablas Genérica

1. El administrador seleccionará un registro de la grilla superior
2. El sistema autocompletará los campos utilizados en el alta.
3. El administrador podrá actualizar:
  - a. Descripción
  - b. Adicionales correspondientes según los que se hayan completado en el Alta de Tabla de Tablas Genérica
  - c. Descripción Abreviada
4. El administrador presionará el botón “Modificar”.
5. El sistema validará que estén cargados la descripción sino VER CA1
6. El sistema grabará en la base de datos

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 224	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

7. Refrescará las grillas

#### **Modificación de Tabla Genérica**

1. El administrador seleccionará un registro de la grilla inferior
2. El sistema autocompletará los campos utilizados en el alta.
3. El administrador podrá actualizar:
  - a. Descripción
  - b. Adicional 1...6
  - c. Orden
4. El administrador presionará el botón "Modificar".
5. El sistema validará los campos código de tabla y descripción estén completos sino VER CA1
6. El sistema grabará en la base de datos
7. Refrescará las grillas

#### **Baja de Tabla de Tablas Genérica**

1. El administrador seleccionará un registro de la grilla superior
2. El administrador presionará el botón "Baja".
3. El sistema consultará al administrador si está seguro de continuar la operación, por afirmativo continua, sino VER CA2
4. El sistema procederá con la eliminación de la tabla de tablas genérica y los registros de la tabla genérica


#### **Baja de Tabla Genérica**

1. El administrador seleccionará un registro de la grilla inferior
2. El administrador presionará el botón "Baja".
3. El sistema consultará al administrador si está seguro de continuar la operación, por afirmativo continua, sino VER CA2
4. El sistema procederá con la eliminación del registro de la tabla genérica

#### **Filtros**

1. El administrador podrá ingresar:
  - a. Código de tabla
  - b. Descripción o parte de ella
2. El administrador presionará el botón "Filtrar"
3. El sistema devolverá la información correspondiente.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 225	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1


1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Camino Alternativo 2

1. No sucede nada, se cancela la acción.

## Referencias

CU001001 - Gestor de Operadores  
CU005001 - Buscar Empresa de Entrega  
CU005005 - Publicar Pedido  
CU002001 - Gestor de Cliente-Empresa  
CU002002 - Historial de Pedidos  
CU003003 - Referencias  
CU007001 - Gestor de Facturas  
CU007002 - Listar Cobros Pendientes  
CU007005 - Asentar Pagos y Cobros  
CU007006 - Gestor de Cuentas  
CU003004 - Gestor de Precios y Zonas  
CU004004 - Mis Facturas  
CU003001 - Gestor de Proveedores  
CU004001 - Administrar Pedidos  
CU005005 - Mis Calificaciones


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 226	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos. Se deberán cargar las siguientes tablas y elementos:

Tabla TABGEN	Adicional1	Adicional2
Tipos de Teléfono	Celular/Fijo/Nextel	
Categoría IVA	Responsable Ins/No Responsable/Exento/Cons Final	10,5 21
Tipos de Factura	A,B,C	
Provincias	Buenos Aires/Catamarca/Jujuy	
Localidades	Capital Federal/Moreno/...	
Formas de Pago	Efectivo/Transferencia	
Porcentajes Comisión		3%
Tipo Documento	CUIT/CUIL/DNI	
Zonas	Belgrano/Martínez/etc	
Tipos de Servicio	Cadetería personal/Cadetería en Moto/Camioneta	
Tipo Usuario	Operador/Empresa/Cliente	Id Familia Por Defecto
Tipos de Paquete	Caja, Bolsa, Caja grande, Caja pequeña, Documento	
Tipos Calificación	1-Buena 2-Mala 3-Excelente	
Tipo Documento Facturación	FC/NC/ND	
Concepto Factura	Compra/Venta	
Concepto Línea Detalle	S-Servicio/P-Producto/I-IVA	
Números Interno	Numerador Incremental	
Cuenta Contable	Códigos	
Tipo Cuenta Contable	Activo Pasivo PN	
Tipo Movimiento	Pago -Cobro	
Estado Publicación	F- Finalizada, A- Activa P-Pendiente E - Espera de Publicación, B- Bloqueada	Marca con 1 los estados A y E
Tipo Documento Físico	P-Propio T-Terceros	

## Diseño de Interfaz

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			Pag. 227
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboia			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana	

Proyecto: EntregaYa!

ui CU001012 - Gestor de Tablas Genericas

**Tablas Genericas**

Codigo Tabla      Descripcion

Adicional1      Adicional2      Adicional3

Adicional4      Adicional5      Adicional6

Alta      Modifica      Baja

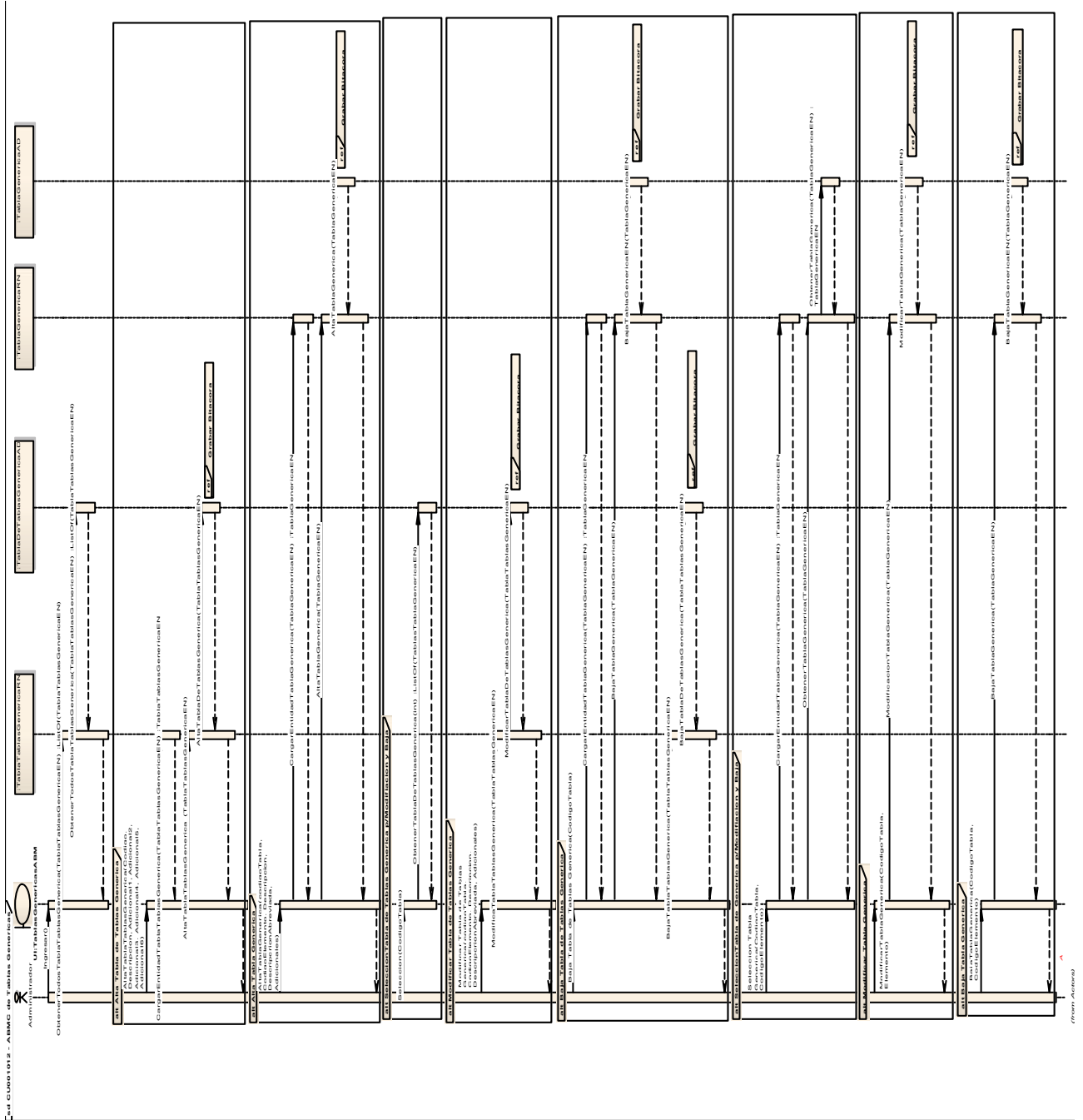

CodigoElemento      Descripcion      Descripcion Abreviada

Adicional1      Adicional2      Adicional3

Adicional4      Adicional5      Adicional6

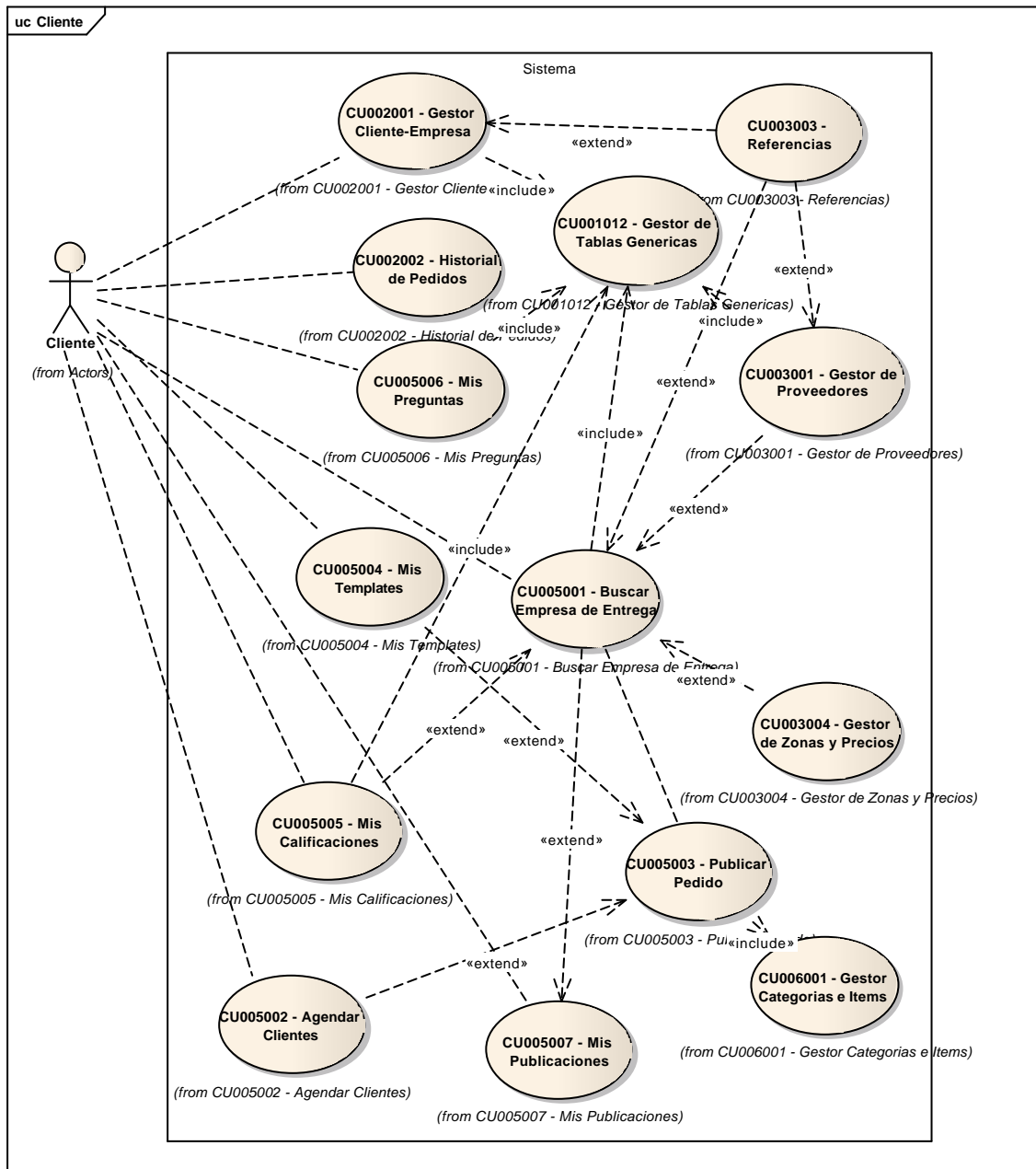
Alta      Modifica      Baja



**Diagrama de Secuencia**



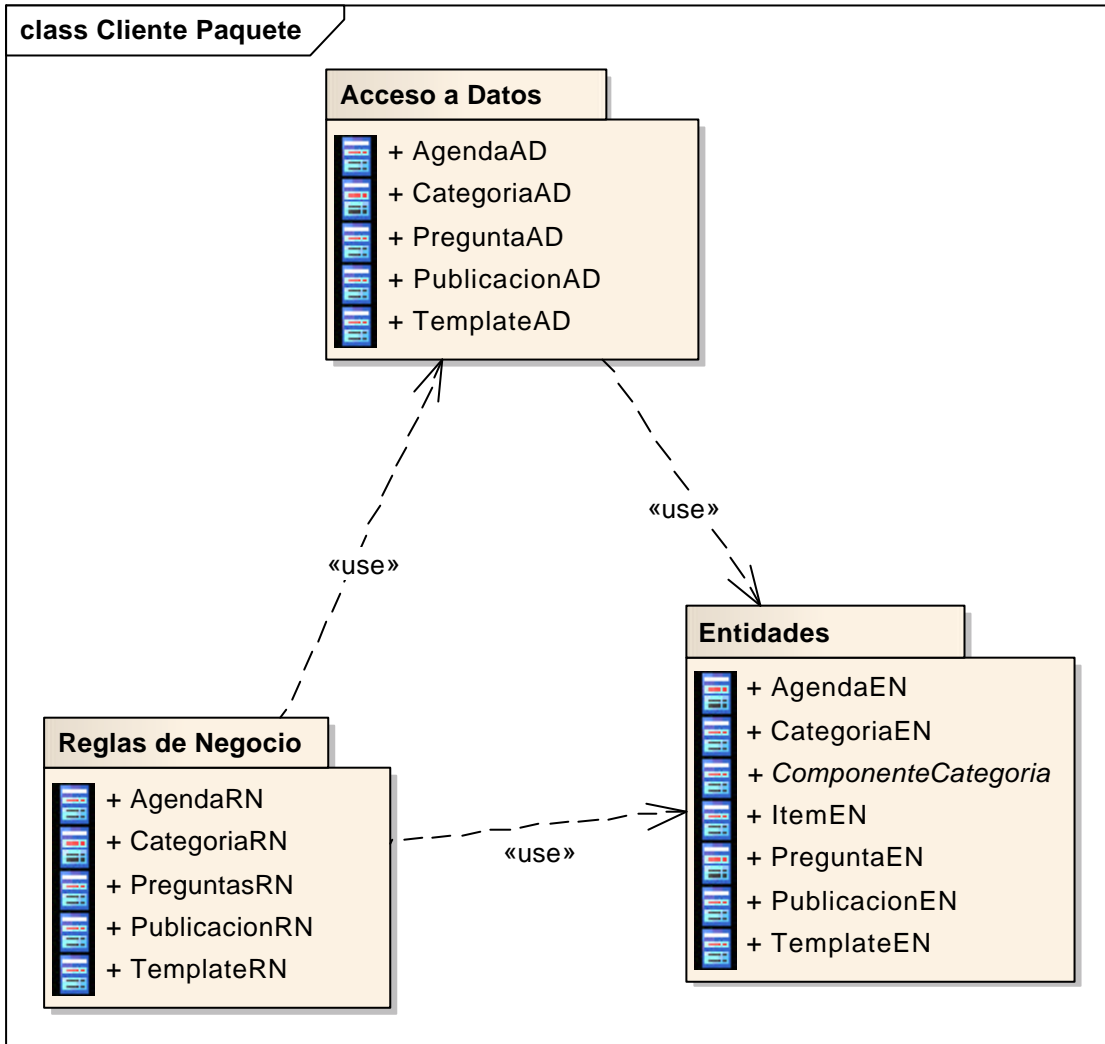



### 11.1.6 Diagrama de Caso de Uso: Cliente



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 230	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno: Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 11.1.8 Diagrama de Paquetes de Clases por Capa



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 231	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 11.1.9 Casos de Uso Cliente

#### CU – 002 - 001 – Gestor de Cliente Empresa

#### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	24/06/2011

#### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite la carga de información del cliente o empresa que se quiera suscribir a los servicios de entrega por mensajería. Una vez registrado el usuario, deberá completar su perfil a través de este gestor.

#### Pre Condición

El usuario deberá haberse registrado en el sistema

#### Post Condición

El cliente podrá acceder a todas las opciones del sistema habilitadas para su perfil

#### Actores Primarios

Cliente, Operador

#### Actores Secundarios

Sistema

#### Disparador


La registración de un cliente. CU001013 Registrarse.

#### Escenarios Principal de Éxito

##### 1.7.1 Para el caso de que sea un usuario Operador

El sistema brindará un listado de todos los clientes en el sistema donde permitirá realizar las siguientes acciones:

##### 1.7.1.1 Modificación

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 232	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

1. El operador seleccionará un registro de la grilla
  2. El sistema abrirá una ventana modal.
  3. El sistema cargará los campos:
    - a. Razón Social
    - b. Tipo Documento: CUIT/CUIL/DNI
    - c. Nro Documento
    - d. Categoría: Responsable Inscripto/No Inscripto/No responsable/Monotributo
    - e. Domicilio
    - f. Calle
    - g. CP
    - h. Localidad
    - i. Provincia
    - j. Tipo Teléfono y Teléfono. Presionando el "+"y "-".Permite agregar o quitar
      - i. Nextel
      - ii. Celular
      - iii. Fijo
- Una vez concluida la carga de información deberá presionar el botón "Modiifcar". El sistema deberá realizar las validaciones de todos los campos. En caso de error Ver CA3

#### 1.7.1.2 Baja

El sistema emitirá una alerta sobre ésta acción:


1. En caso de aceptar, el sistema procederá poner una marca de eliminación en el usuario y pondrá todas sus publicaciones en estado "F"
2. En caso de rechazar, Ver CA4

#### 1.7.2 Para el caso de que sea un usuario Cliente

##### 1.7.2.1 Alta

1. El sistema mostrará **1.7.1.1 Modificación** Puntos 2 y 3
  - En caso de presionar el botón "Guardar" el sistema. El sistema guardará la información del cliente o empresa.
  - En caso de presionar "Ver Mapa", Ver CA6
  - En caso de presionar el botón "Cancelar". Ver CA5
2. Redirigirá a la pantalla principal de clientes.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 233	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 1.9.2.2 Modificación

1. El sistema mostrará **1.7.1.1 Modificación** Puntos 2 y 3
2. El sistema cargará la información del usuario en los campos correspondientes.
  - En caso de presionar el botón “Guardar” el sistema. El sistema guardará la información del cliente o empresa.
  - En caso de presionar el botón “Cancelar”. Ver CA5
3. Redirigirá a la pantalla principal de clientes.

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema cerrará la sesión del usuario.

### Camino Alternativo 3

1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Camino Alternativo 4

1. El sistema no tomará acción alguna.

### Camino Alternativo 5

El sistema deberá preguntar al usuario si desea salir, y que no podrá continuar hasta usando el sistema hasta que haya completado la registración completa.

1. En caso afirmativo, Ver CA 1
2. En caso negativo, cerrará la pregunta volverá al flujo normal.

### Camino Alternativo 6

El sistema mostrará un mapa con la referencia según la dirección ingresada.

## Referencias

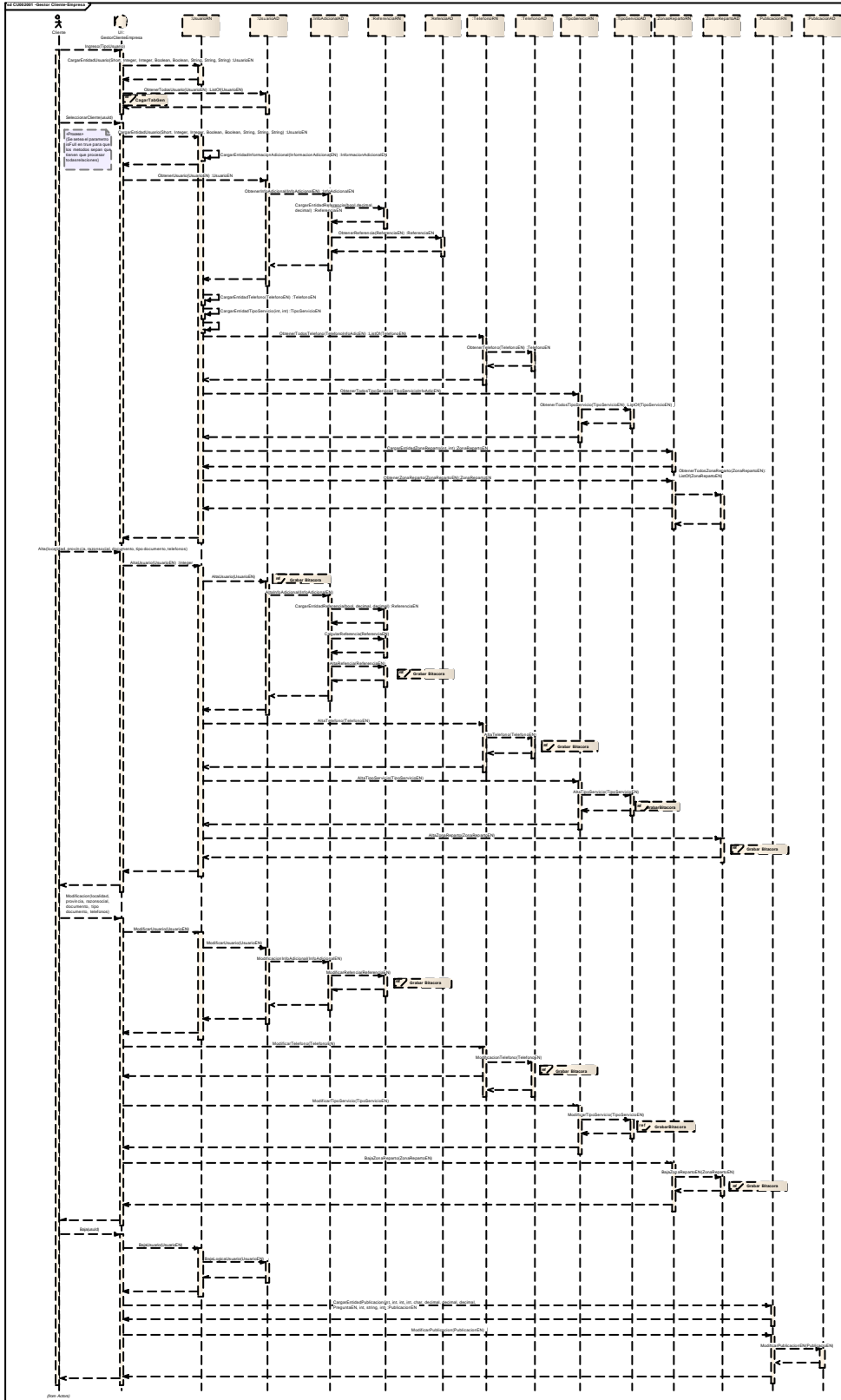
1. CU001013 - Registrarse.
2. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los Tipos de Teléfono, Provincias, Localidades, Tipo Documento, Zonas
3. CU003004 – Referencias. Permite consultar en el mapa una dirección y guardar la posición en el mismo.






UNIVERSIDAD ABIERTA  
INTERAMERICANA

## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 236	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 002 - 002 – Historial de Pedidos

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite al cliente listar los pedidos que ha realizado a lo largo del tiempo, el mismo tomará información de las publicaciones indicando que proveedor, zona de envío y puntaje le dio, para tener referencias sobre que empresas le brindaron buen servicio.

### Pre Condición

El usuario deberá logueado Cliente

### Post Condición

### Actores Primarios

Cliente

### Actores Secundarios


Sistema.

### Disparador

Desde el Home del Cliente. Historial de pedidos.

### Escenarios Principal de Éxito

1. Al ingresar en este punto de menú el usuario presionará el botón "Listar", en caso de querer aplicar filtros Ver CA1
2. El sistema filtrará la información correspondiente mostrando:
  - a. Razón Social la empresa de mensajería
  - b. Descripción de la publicación
  - c. Fecha de Publicación del pedido
  - d. Fecha de Finalización (Si es que se termino)
  - e. Estado de la publicación

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 237	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- f. Calificación dada
- g. Zona en que se realizó el envío
  - i. Localidad
  - ii. Provincia
- h. Precio

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1


1. El usuario adicionalmente podrá seleccionar:
  - a. Un rango de fechas de publicación
  - b. Calificación
  - c. Localidad
  - d. Provincia
2. El retornar al flujo principal

## Referencias

1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los, Tipo de Calificación, Zonas (localidad), Provincias
2. CU005003 - Publicar Pedido
3. CU003001 - Gestor de Proveedores

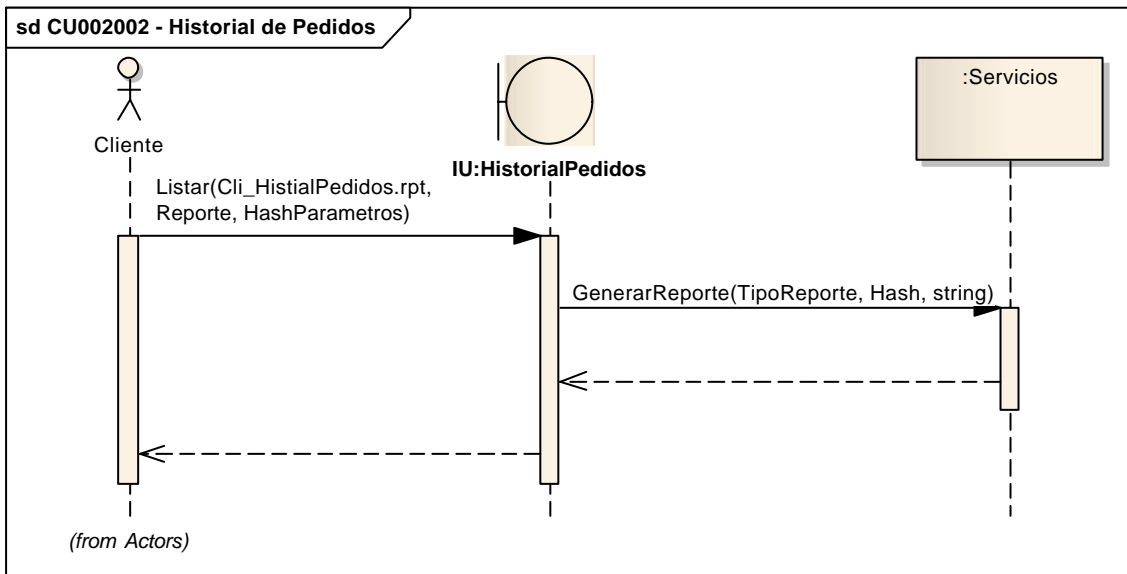
## Requisitos Especiales


## Diseño de Interfaz

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 238	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				



## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 239	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 005 - 001 – Buscar Empresa de Entrega

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	12/06/2011
1.1	Cósimo, Pablo J.	Revisión	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite buscar al cliente entre el listado de empresas cual es la que más le conviene. Para ello, se valdrá de filtros que le permitirán seleccionar la misma, allí podrá observar que empresas aparecen en su zonas, que calificaciones le dieron otros usuarios, cuanto es el costo de envío hasta la zona deseada, la ubicación en el mapa de la empresa de mensajería

### Pre Condición

El usuario deberá haberse registrado en el sistema como un Cliente

### Post Condición

El sistema le enviará un correo a la empresa de mensajería que el usuario haya seleccionado, si es que seleccionó alguna.

### Actores Primarios

Cliente

### Actores Secundarios


Sistema.

### Disparador

Desde el Home del Cliente. Buscar Empresa o bien desde el Publicador de Pedidos del Cliente


### Escenarios Principal de Éxito

1. El sistema ofrecerá una serie de Filtros de información donde permitirá especificar ciertos criterios:
  1. Provincia y Zona de Envío. Que vendrá precarga si llamado de CU005005 - Publicar Pedido

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 240	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

2. Provincia y Zona de Recepción
  3. Tipo de Servicio
  4. Palabras Clave sobre el nombre de la empresa de mensajería
  5. Ordenamiento :
    1. Menor Precio/Mayor Precio
    2. Menor Calificación/Mayor Calificación
  2. Luego deberá presionar el botón “Buscar”. El sistema deberá tener completa la Zona de Envío obligatoriamente.
    - a. En caso contrario Ver CA2, sino seguir.
    - b. En caso de no encontrar información. Ver CA4
  3. El sistema desplegará un listado de todas las empresas con su razón social, precio, puntaje y un ícono de ubicación referencial en el mapa. Más a la derecha aparecerán dos botones, “Preguntar”, “Contratar”, “Ver Calificaciones”
  4. Además habilitará un ícono con todas las referencias que se traen en el listado.
  5.
    - a) En caso de que el usuario presione el botón “Preguntar” Ver CA5
    - b) En caso de que el usuario presione el botón “Contratar”, el sistema abrirá una ventana modal que contendrá:
      1. El usuario podrá redactar una consulta.
      2. El sistema mostrará el costo y la razón social del proveedor seleccionado.
      3. El sistema ofrecerá precarga la zona del envío, si es que el usuario la utilizó como filtro, sino deberá seleccionar una.
      4. El usuario deberá seleccionar del listado del templates una publicación o bien seleccionar nueva publicación.
        1. En caso de seleccionar nueva publicación. Y se habilitará el botón “Continuar”. Ver CU005003 – Publicar Pedido.
        2. En caso de seleccionar un template, Se habilitará el botón “Confirmar”.
          1. El sistema deberá validar que se haya seleccionado una zona de envío, si es así:
            1. En este caso el sistema realizará la publicación del pedido basado en la información del template para que la empresa de mensajería vea reflejada en su panel de pedidos y pueda aceptar o rechazar el envío.
            2. El sistema enviará un correo para notificar a la empresa de mensajería.
            3. El sistema enviará un correo para notificar al cliente.
          2. Caso contrario, Ver CA2
3. En caso que el usuario se arrepienta, podrá presionar el botón “Cancelar”. Ver CA1



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 241	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

c) En caso de presionar el botón “Ver Calificaciones” Ver CA6

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema cerrará la ventana

### Camino Alternativo 2

1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Camino Alternativo 3

1. El sistema no tomará acción alguna.

### Camino Alternativo 4

1. Deberá presentar el cartel “No se encuentran datos con ese Criterio”

### Camino Alternativo 5

El sistema desplegará una ventana modal que permitirá hacer una consulta a la empresa seleccionada.


- a) El usuario redactará su consulta y presionará el botón “Enviar”. Y volverá al flujo normal
- b) El usuario podrá “Cancelar” la acción. Ver CA1

### Camino Alternativo 6

1. El sistema abrirá una ventana modal con una lista de calificaciones y comentarios del servicio obtenidos por la empresa ordenada cronológicamente.
  - a. un botón “Cerrar” que en caso de presionarlo Ver CA1
2. El sistema vuelve al flujo normal.

## Referencias

1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los, Zonas, Tipo de servicio, Provincia
2. CU003004 – Referencias. Permite consultar en el mapa una dirección y guardar la posición en el mismo.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 242	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

3. CU003004 - Gestor de Zonas y de Precios. Permite consultar precios de proveedores.
4. CU005005 - Mis Calificaciones. Permite consultar puntajes y comentarios realizadas por los usuarios.
5. CU005004 - Mis Templates. Consulta de templates para contratar el servicio.
6. CU005003 - Publicar Pedido

## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.


## Diseño de Interfaz

ui CU005001 - Buscar Empresa de Entrega

Buscar Empresa
☰ ☒

Filtrar

Grilla de Proveedores


 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	<b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b> Facultad de Tecnología Informática		Pag. 243	
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboia			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

ui CU005001 - Buscar Empresa de Entrega 2

**Contratar**

**Mapa**

Mapa con Puntos de Referencia Marcados

 <p>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</p>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 244		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

ui CU005001 - Buscar Empresa de Entrega 3

**Ver Calificaciones**

Grilla de Calificaciones

Cerrar

**Enviar Consulta**

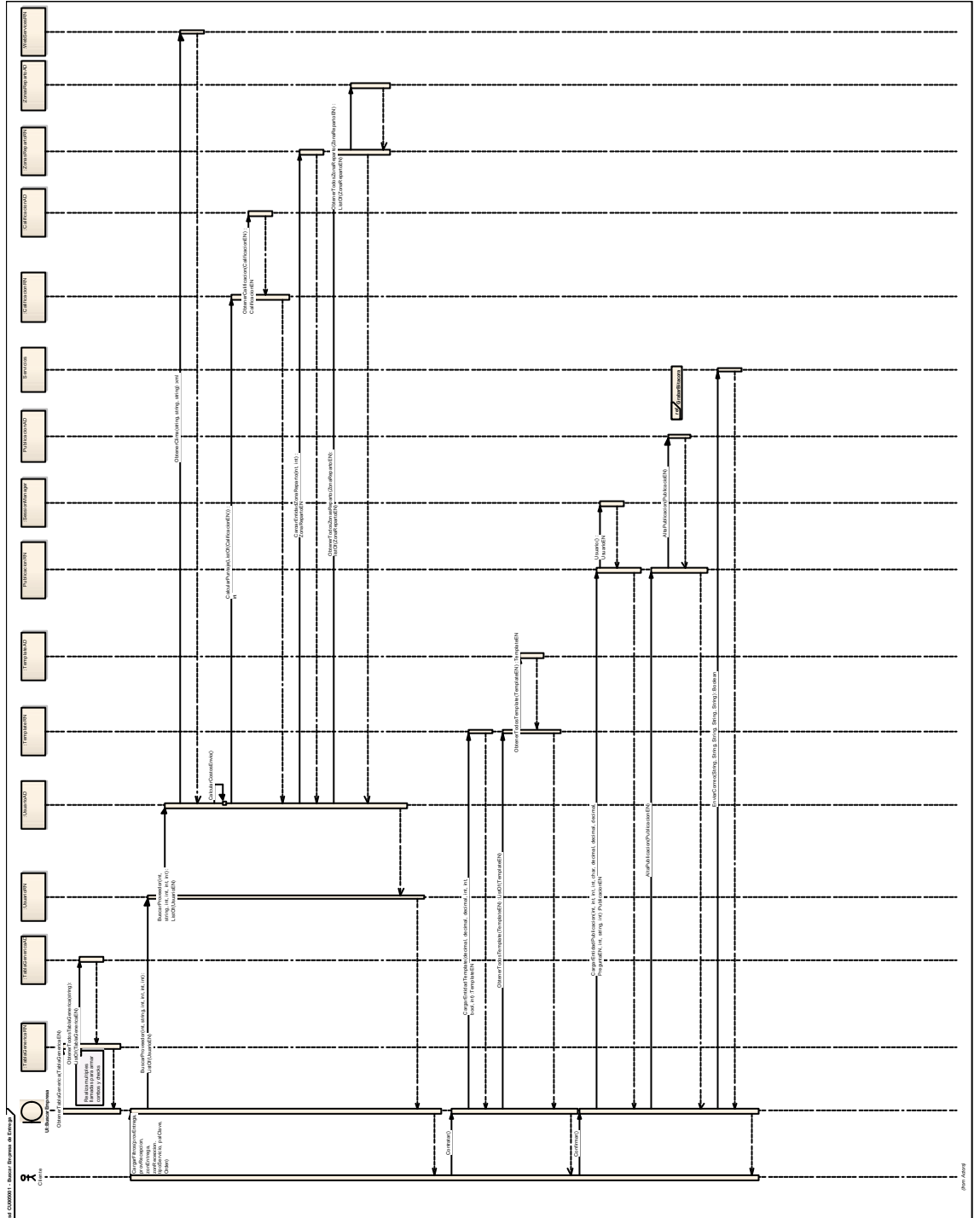
Consulta


Enviar Cancelar

**Diagrama de Secuencia**



UNIVERSIDAD ABIERTA  
INTERAMERICANA



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 246	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 005 - 002 – Agendar Clientes

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite la carga de información de la agenda de los clientes de nuestros clientes para facilitar los envíos que realizan comúnmente.

El sistema utilizará la agenda para enviar notificaciones por medio de correo electrónico.

### Pre Condición

El usuario deberá haberse registrado en el sistema como cliente

### Post Condición

### Actores Primarios

Cliente

### Actores Secundarios

Sistema

### Disparador

Home del Cliente, Agenda de Clientes/ CU005005 - Publicar Pedido


### Escenarios Principal de Éxito

#### 1.7.1 Para el caso de que sea llamado desde CU005005 – Publicar Pedido

El sistema brindará un listado con la agenda completa ordenada por dirección de correo y habilitará el botón “Seleccionar” y “Cancelar”

##### 1.7.1.1 Seleccionar de la agenda

1. El usuario seleccionará un registro de la grilla
2. El cliente presionará “Selecccionar”, en caso de seleccionar “Cancelar” Ver CA 2

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 247	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

3. El sistema cerrará la ventana modal, devolviendo a la pantalla anterior el correo electrónico.

### 1.7.2 Para el caso de que sea invocado de la Agenda de Clientes

El sistema brindará un listado con la agenda completa ordenada por dirección de correo, el sistema mostrará:

#### 1.7.2.1 Alta


1. El usuario podrá completar los campos:
  - a. Correo electrónico
  - b. Dirección
    - i. Localidad
    - ii. Provincia
  - c. Notas
  - d. Teléfono
2. En caso de presionar el botón “Alta” el sistema. El sistema guardará la información del cliente o empresa.
3. El sistema guardará los datos en la base.

#### 1.7.2.2 Modificación

1. El usuario deberá seleccionar un registro de la grilla
2. El sistema cargará los campos:
  - a. Correo electrónico
  - b. Dirección
    - i. Localidad
    - ii. Provincia
  - c. Notas
  - d. Teléfono
3. El usuario realizará las modificaciones y presionará “Modificar”
4. El sistema guardará los datos en la base.

#### 1.7.2.3 Baja

1. El usuario deberá seleccionar un registro de la grilla
2. El usuario deberá presionar “Baja”
3. El sistema advertirá si está seguro de borrar, sino VER CA1
4. El sistema guardará los datos en la base.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 248	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema cerrará la ventana de advertencia y refrescará la pantalla.

### Camino Alternativo 2

El sistema cerrará la ventana modal sin devolver datos.

## Referencias

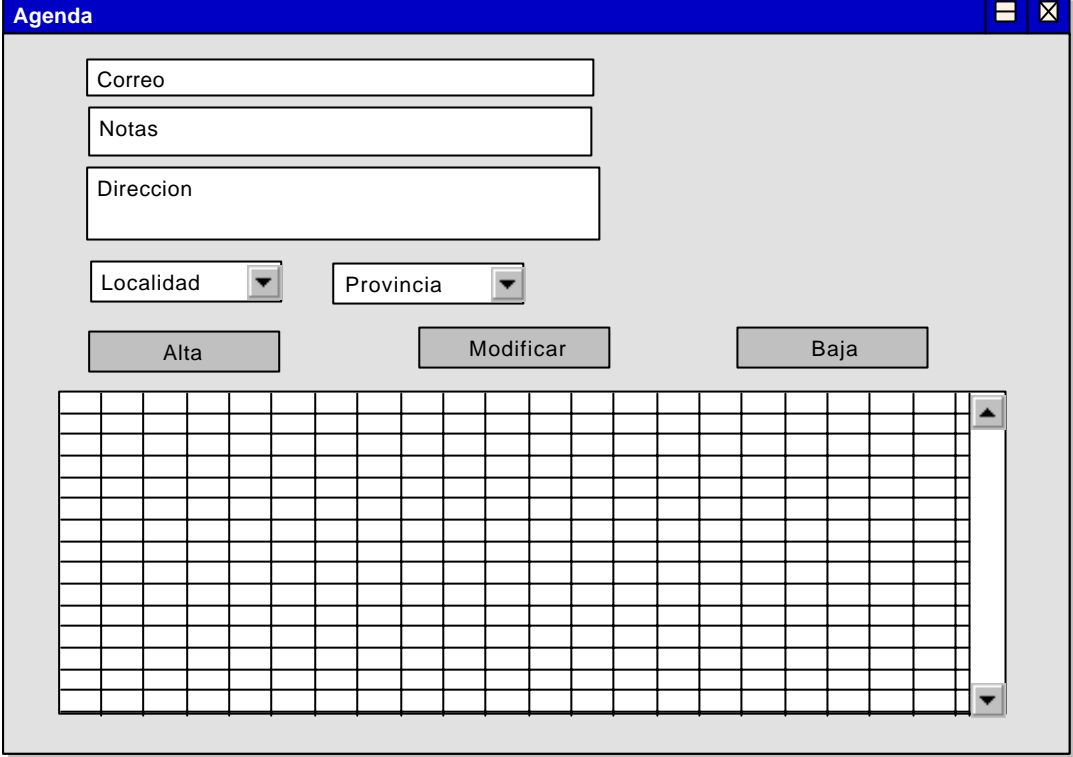
1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar Provincias, Zonas (Localidades)
2. CU005005 - Publicar Pedido

## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

## Diseño de Interfaz

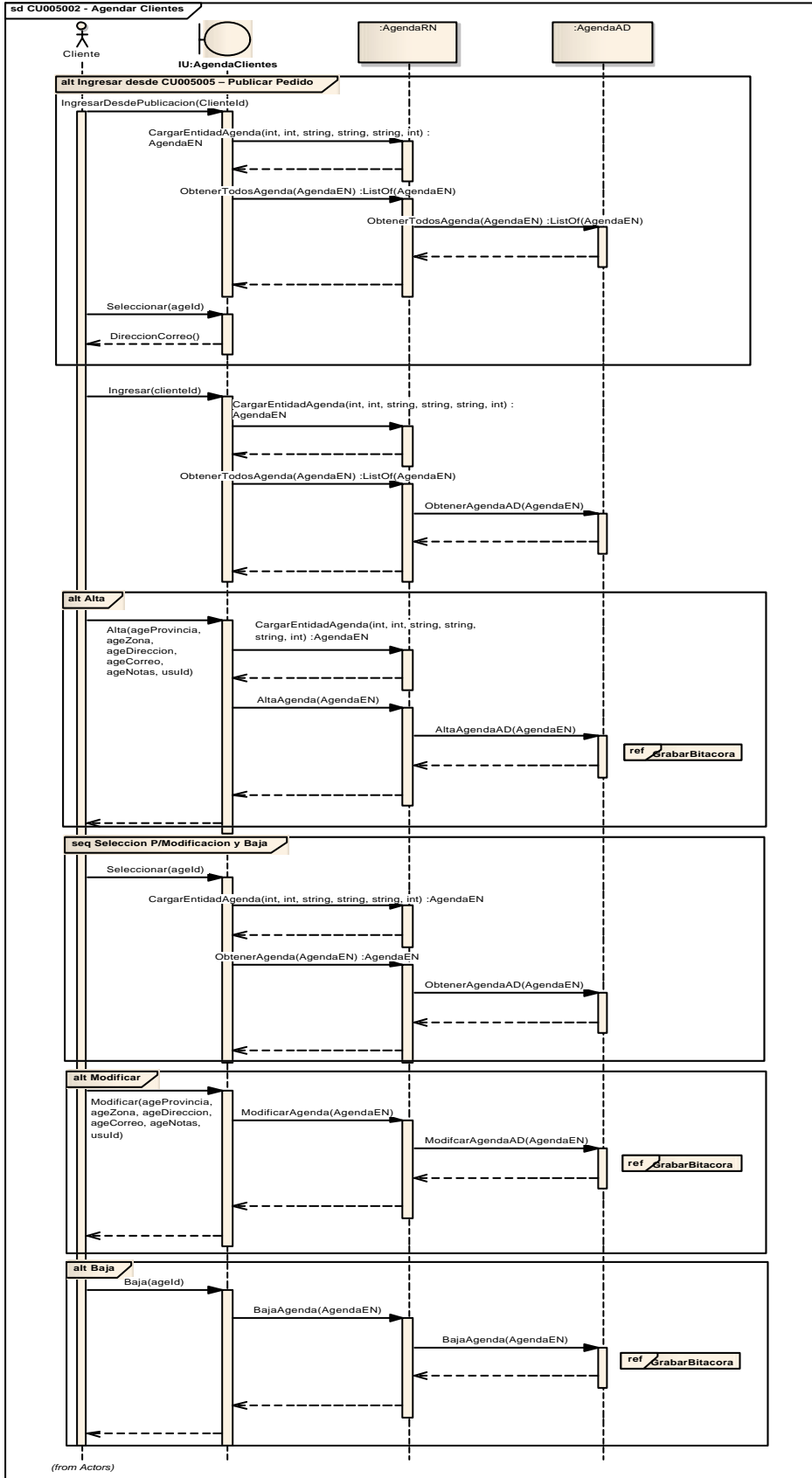





The screenshot shows a window titled "Agenda" with a blue header bar. The window contains a form with the following elements:

- Text input field: Correo
- Text input field: Notas
- Text input field: Direccion
- Dropdown menu: Localidad
- Dropdown menu: Provincia
- Buttons: Alta, Modificar, Baja
- A data grid with approximately 25 rows and 15 columns, located at the bottom of the form.

**Diagrama de Secuencia**



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 251	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 005 - 003 – Publicar Pedido

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	12/06/2011
1.1	Cósimo, Pablo J.	Agregado de clases faltantes	25/06/2011
1.2	Cósimo, Pablo J.	agregado de clases faltantes categorías	26/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso es utilizado por los Clientes para dar a conocer sus necesidades de envío de paquetes.

### Pre Condición

El usuario deberá haberse registrado en el sistema como un Cliente

### Post Condición

### Actores Primarios

Cliente

### Actores Secundarios

Proveedor, Sistema.


### Disparador

Desde el Home del Cliente. Publicar Pedido o bien desde Buscar Empresa.

### Escenarios Principal de Éxito

**1.7.1** El sistema ofrecerá una pantalla que le permitirá al usuario realizar las especificaciones del paquete que desea enviar.

1. En caso de llegar desde la Home del cliente, deberá ingresar:
  - a. Tipo de Servicio que requiere
  - b. Tipo de paquete y Medidas (opc)
  - c. Descripción
  - d. Categorías y Subcategorías cargadas dinámicamente a medida que el usuario selecciona ítems.
  - e. Provincia
  - f. Zona de Envío según la provincia seleccionada.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 252	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- g. Dirección Completa
- h. Correo del Cliente.
  - Este puede ser ingresado
  - Obtenido de la agenda. Ver CU005002 Agendar Cliente
- i. Forma de Pago
- j. Nombre del Template

2. El usuario luego podrá presionar “Guardar Template”, o bien, seleccionar “Buscar Proveedor”, el botón “Terminar” aparecerá deshabilitado.


- a. En caso de “Guardar Template”. Ver CA2
- b. En caso de “Buscar Proveedor”. Ver CA3

**1.7.2** En caso de llegar desde CU005001 - Buscar Empresa, habilitar el botón “Terminar”

1. Deberá agregarse un recuadro en la parte superior donde aparezca cual es la empresa previamente seleccionada.
2.
  - a. En caso de “Buscar Proveedor”. Ver CA3
  - b. En caso de “Terminar” el sistema procederá a la realización de la publicación.
    - i. En caso de haber seleccionado un Proveedor, El sistema pondrá la publicación en estado “A”
    - ii. En caso de no haber seleccionado un Proveedor. Ver CA4
      1. Enviará un correo al Cliente
      2. Enviará un correo a la empresa de mensajería. Esta podrá visualizar en el Panel de Pedidos la solicitud. Ver CU004001 Administrar Pedidos.

**1.7.3** En caso de llegar desde CU005007 – Mis Publicaciones, habilitar el botón “Terminar”. El sistema traerá precargada la siguiente información:

3. El usuario podrá editar:
    - Tipo de Servicio que requiere
      - a. Tipo de paquete y Medidas (opc)
      - b. Descripción
      - c. Categorías y Subcategorías cargadas dinámicamente a medida que el usuario selecciona ítems.
      - d. Provincia
      - e. Zona de Envío según la provincia seleccionada.
      - f. Dirección Completa
      - g. Correo del Cliente.
        - i. Este puede ser ingresado
        - ii. Obtenido de la agenda. Ver CU005002 Agendar Cliente
      - h. Forma de Pago
      - i. Nombre del Template
- a. En caso de “Modificar Template”. Ver CA2
  - b. En caso de “Buscar Proveedor”. Ver CA3

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 253	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Camino Alternativo 2

1. El sistema deberá validar la información en caso de encontrar un error. Ver CA1
2. El sistema guardará la configuración de la publicación del usuario, pondrá la publicación en estado "E"

### Camino Alternativo 3

1. El sistema abrirá una ventana modal Ver CU005001 Buscar Empresa de Entrega.
2. Una vez concluido volverá a este flujo.

### Camino Alternativo 4

1. El sistema deja la publicación en estado "E"
2. Una vez concluido volverá a este flujo.


### Camino Alternativo 5

1. El sistema deberá validar la información en caso de encontrar un error. Ver CA1
2. El sistema eliminará la publicación anterior, junto con la información asociada.
3. El sistema guardará la configuración de la publicación del usuario, pondrá la publicación en estado "E"

## Referencias

1. CU001012 - Gestor Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los, Tipos de Paquete, Forma de Pago, Zonas, Provincias
2. CU005002- Agendar Clientes. Permite consultar en el mapa una dirección y guardar la posición en el mismo.
3. CU005004 – Mis Templates. Consulta de templates y guardado.
4. CU005001 - Buscar Empresa de Entrega
5. CU006001 – Gestor de Categorías e Items
6. CU005006 – Mis Preguntas
7. CU005007 – Mis Publicaciones

## Requisitos Especiales

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 254	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos. Una vez concluida la publicación el sistema grabará en la base de datos un registro de calificación asociada a la publicación de manera que quede pendiente para la calificación.

## Diseño de Interfaz

ui CU005003 - Publicar Pedido

☰ ☒
**Publicar Pedidos**

(Informacion de Proveedor)

Tipo de Servicio ▾

Provincia ▾

Zona de Envio ▾

Paquete ▾

Alto

Ancho

Largo

Correo del Cliente

Agenda

Descripcion

Forma de Pago ▾

Categoria 1

Categoria 2

Categoria 3

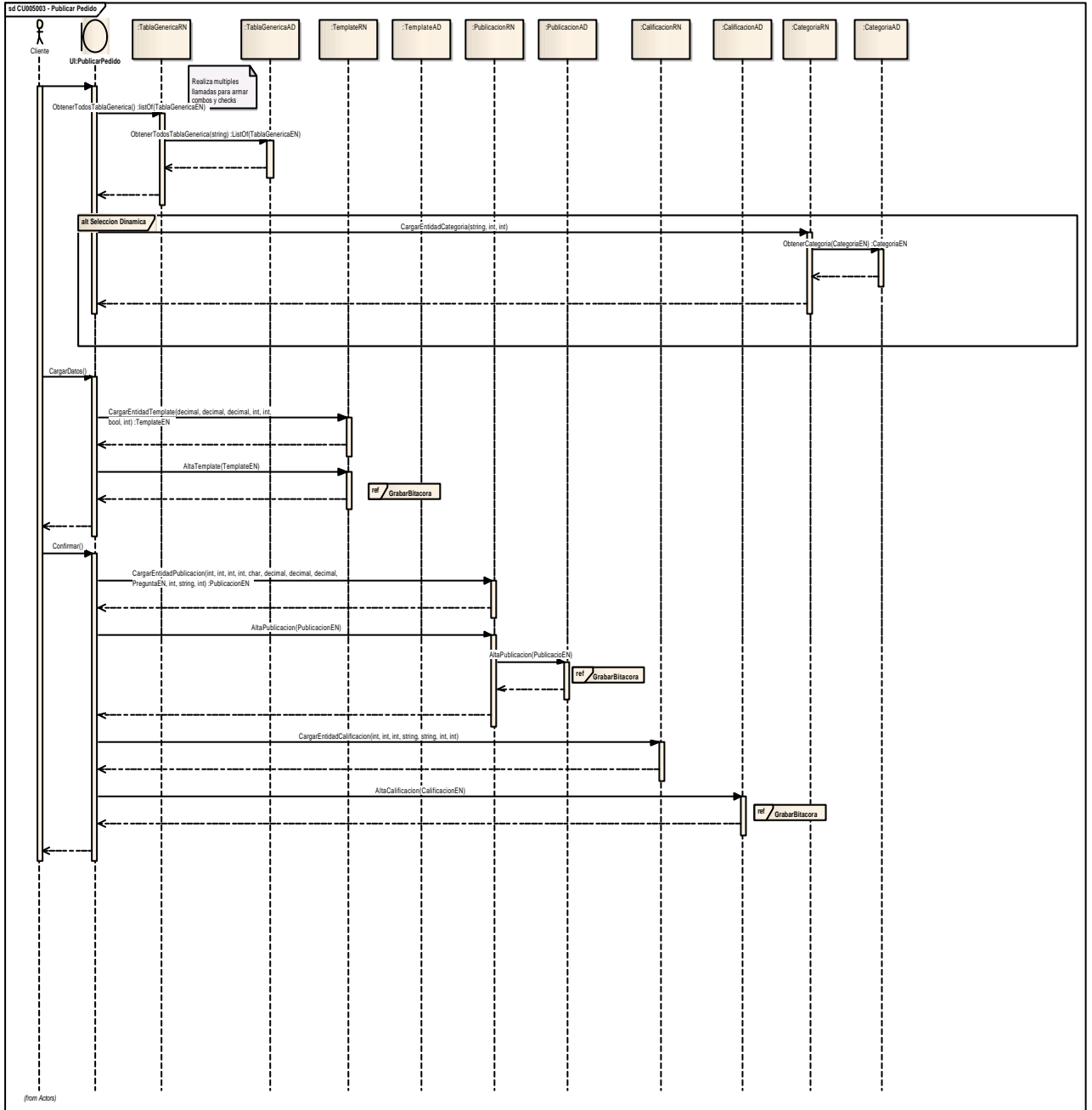
Descripcion Template


Guardar Template

Buscar Proveedor

Terminar

## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 256	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 005 - 004 – Mis Templates

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite al usuario administrar configuraciones pre armadas por él en el momento de la publicación de manera que permita re utilizar una solicitud de envío de paquetes no tenga que volver a ingresar nuevamente toda la información.

### Pre Condición

El usuario deberá estar logueado como un Cliente

### Post Condición

### Actores Primarios

Cliente

### Actores Secundarios

Sistema.

### Disparador

Desde el Home del Cliente. Mis Templates


### Escenarios Principal de Éxito

El sistema ofrecerá un listado de templates formado por la descripción, tipo de paquete, ancho, largo y ancho, y armará recursivamente las categorías.(Ej: Electronica→ Mp3→ 32GB)

#### Alta

1. El deberá cargar:
  - a. Descripción
  - b. Tipo de paquete
  - c. Medidas
    - Alto
    - Ancho



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 257	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- Largo
- d. Categorías y Subcategorías cargadas dinámicamente a medida que el usuario selecciona ítems.
2. El usuario luego podrá presionar “Alta”,
  3. El sistema validará que la descripción y al menos una categoría, sino Ver CA1.
  4. El sistema guardará la información en la base de datos.

### Modificación

1. El usuario deberá seleccionar un registro de la grilla.
2. El sistema autocompletará las selecciones del usuario
3. El sistema validará que este completa la descripción y al menos una categoría sino Ver CA1
4. El usuario realizará las modificaciones y presionará el botón “Modificar”
5. El sistema guardará la información en la base de datos.

### Baja

1. El usuario deberá seleccionar un registro de la grilla.
2. El sistema autocompletará las selecciones del usuario
3. El usuario realizará las modificaciones y presionará el botón “Baja”
4. El sistema advertirá al usuario de que el registro no se podrá recuperar, si acepta continua, sino Ver CA2
5. El sistema eliminará el registro.

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Camino Alternativo 2


1. Se cancela la operación.

## Referencias

1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los, Tipos de Paquete
2. CU005003 – Publicar Pedido

## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 258	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

## Diseño de Interfaz

ui CU005004 - Mis Templates

Mis Templates
☰ ☒

Tipo Paquete ▼

Alto cm

Ancho cm

Largo cm

Categoria1 ▲▼

Categoria 2 ▲▼

Categoria N ▲▼

Alta

Modificar

Baja

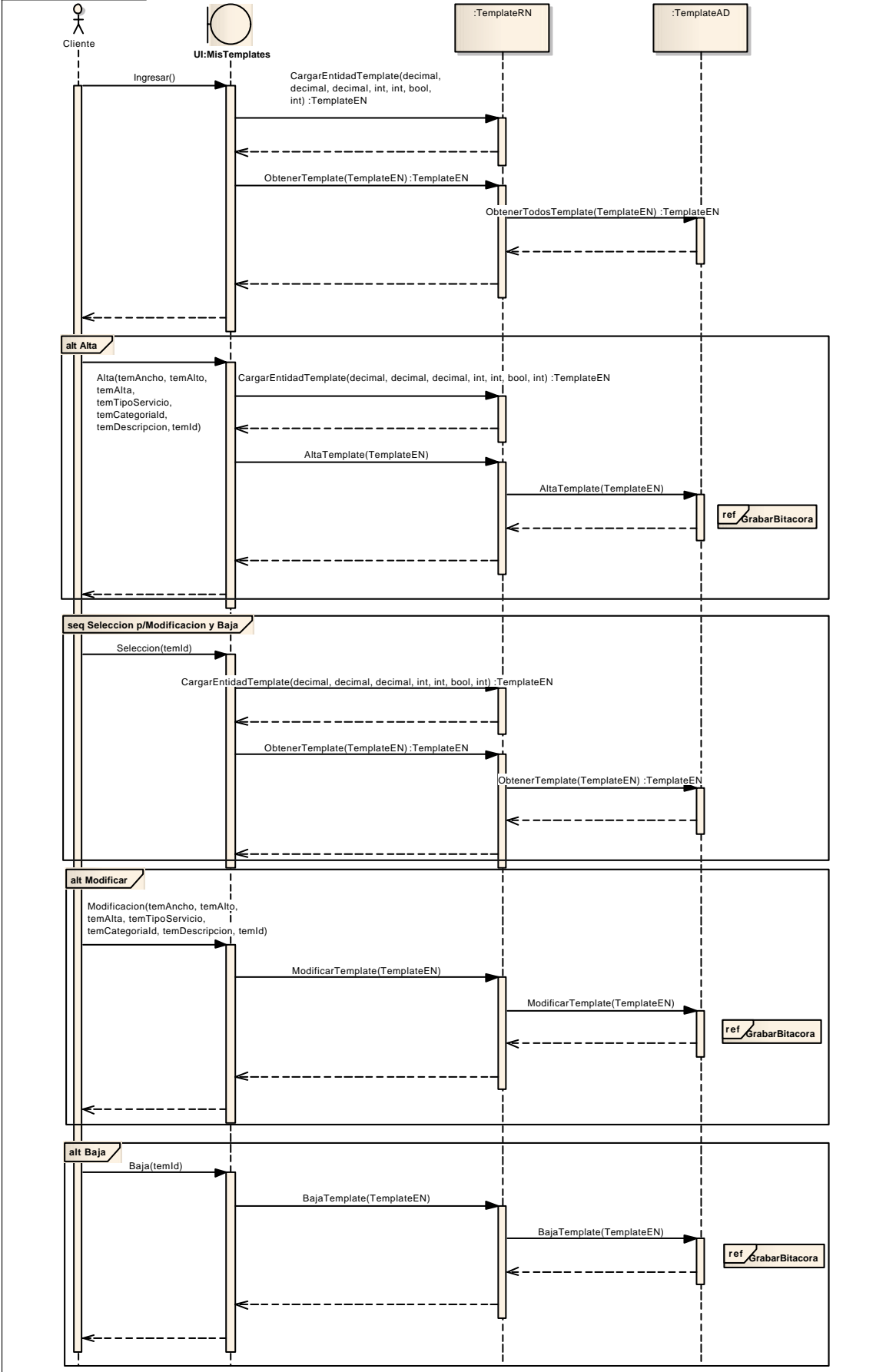
Limpiar


▲▼

## Diagrama de Secuencia



sd CU005004 - Mis Templates



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 260	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 005 - 005 – Mis Calificaciones

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite al usuario administrar revisar las calificaciones recibidas y poder poner una nota o una réplica. Cada calificación está asociada a una publicación y dependerá de quien ingrese sea cliente o proveedor opciones de la pantalla cambiarán.

Como el sistema enviará tanto a Clientes como a Terceros un correo para que clasifiquen el tipo de servicio recibido. Los terceros, tendrán en un correo con un vínculo a una página que contendrá solo la información mínima para llenar (Tipo Calificación y Nota adicional)

### Pre Condición

El usuario deberá estar logueado como un Cliente/Proveedor

### Post Condición

### Actores Primarios

Cliente, Proveedor

### Actores Secundarios

Sistema, Tercero

### Disparador

Desde el Home del Cliente. Mis Calificaciones


### Escenarios Principal de Éxito

#### 1.7.1 Cliente

El sistema mostrará una pantalla con todas las calificaciones realizadas y pendientes de realizar. El botón calificar se habilitará según si está pendiente o no.

Las calificaciones pendientes de realizar son aquellas en las cuales el cliente no ha ingresado un tipo de calificación.

#### 1.7.1.1 Calificar

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 261	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

1. El usuario deberá seleccionar alguna de las calificaciones pendientes.
2. Para poder realizar una calificación el usuario podrá
  - a. Completar el campo Nota, para agregar alguna información adicional
  - b. Deberá seleccionar entre los tipos de calificación:
    - Positiva
    - Negativa
    - Neutral
3. El usuario luego podrá presionar “Listo”,
4. El sistema guardará la información en la base de datos.

### 1.7.2 Proveedor

El sistema presentará todas las calificaciones que le realizaron por los servicios prestados, los registros se identificarán por no tener el id del proveedor asignado, por ello aquí la búsqueda aquí es a través de la publicación.

#### 1.7.1.2 Responder

1. El usuario deberá seleccionar un registro de la grilla.
2. El usuario podrá escribir una respuesta a la calificación recibida
3. El usuario realizará las modificaciones y presionará el botón “Responder”, en caso contrario presionará el botón “Cerrar” Ver CA1
4. El sistema guardará la información en la base de datos, poniendo el id del proveedor.

### 1.7.3 Tercero

Al hacer click en el correo, el vínculo recibido por correo le mostrará el registro correspondiente a la publicación.


#### 1.7.3.1 Calificar

1. Para poder realizar una calificación el usuario podrá
  - a. Completar el campo Nota, para agregar alguna información adicional
  - b. Deberá seleccionar entre los tipos de calificación:
    - i. Positiva
    - ii. Negativa
    - iii. Neutral
2. El sistema guardará la información en la base de datos.

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema no guardará ninguna respuesta y procederá con el flujo.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 262	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Referencias

1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los, Tipos de Calificación
2. CU005001 - Buscar Empresa de Entrega
3. CU002002 - Historial de Pedidos
4. CU004001 - Administrar Pedido

## Requisitos Especiales

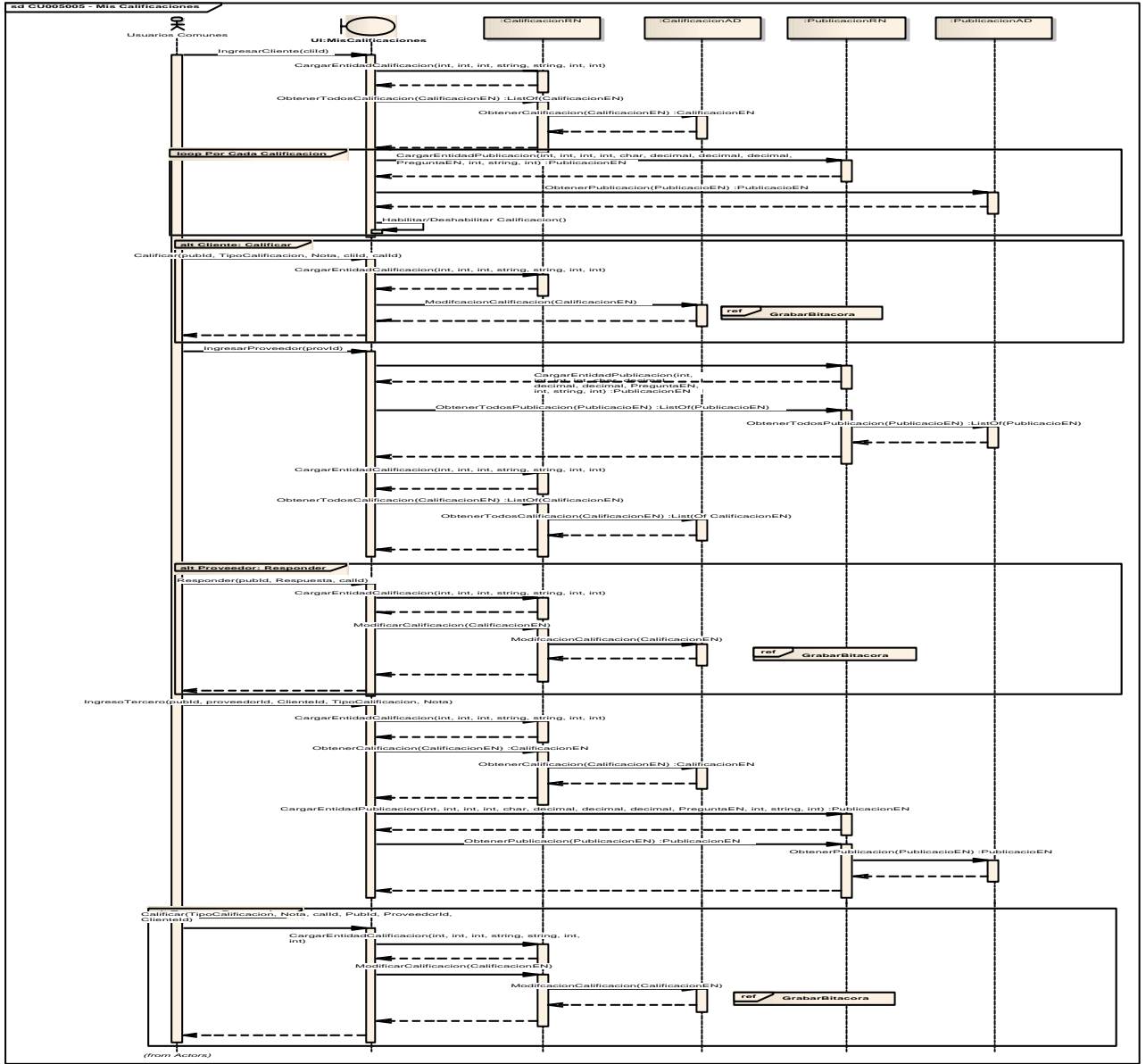
El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

## Diseño de Interfaz






### Diagrama de Secuencia





 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 265	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 005 - 006 – Mis Preguntas

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite al usuario enviar preguntas y recibir respuestas

#### Pre Condición

El usuario deberá estar logueado como un Cliente/Proveedor

#### Post Condición

#### Actores Primarios

Cliente, Proveedor

#### Actores Secundarios

Sistema, Operador

#### Disparador

Desde el Home del Cliente/Desde Home del Proveedor. Mis Preguntas  
O bien desde CU005001 – Buscar Empresa de entrega

### Escenarios Principal de Éxito


#### 1.7.1 Cliente desde CU005001 – Buscar Empresa de Entrega

El sistema mostrará una ventana modal. :

1. El usuario deberá completar la pregunta
2. El usuario deberá presionar "Preguntar" en caso de presionar "Cancelar". VER CA1
3. El sistema guardará la pregunta asociada a la publicación.

#### 1.7.2 Desde Mis Preguntas

##### 1.7.2.1 Cliente

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 266	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

El sistema mostrará una con todas las preguntas realizadas y las respuestas de los proveedores, teniendo en cuenta aquellas publicaciones que no estén en estado "F". Por lo tanto:

1. El usuario deberá seleccionar un registro correspondiente a una publicación, que contendrá preguntas y respuestas de manera ordenada.
2. El usuario deberá completar la pregunta
3. El usuario deberá presionar "Preguntar"
4. El sistema guardará la pregunta asociada a la publicación.

#### 1.7.2.2 Proveedor

El sistema mostrará una pantalla con todas las preguntas realizadas y las respuestas de los clientes, mostrando parte de la información asociada a la publicación, excluyendo dirección de entrega, dirección de correo del cliente, teléfono. Teniendo en cuenta aquellas publicaciones que no estén en estado "F".

1. El usuario deberá seleccionar un registro de la grilla.
2. El usuario ingresará una respuesta.
3. El usuario presionará el botón "Responder".
4. El sistema guardará la información en la base de datos.

#### 1.7.2. 3 Operador

El operador ingresará y verá el listado de preguntas y respuestas por de proveedores y clientes. El mismo podrá modificar el contenido y encuentra información que comprometa a la empresa o a la operatoria del sitio.

1. El usuario deberá seleccionar un registro de la grilla.
2. El usuario podrá modificar la pregunta o la respuesta presionando el botón "Anular"
3. El sistema guardará en su lugar. "Esta información no puede ser ingresada aquí, compromete la transparencia de la operatoria."
4. El sistema guardará la información en la base de datos.

## Camino Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema cerrará la ventana

## Referencias

1. CU005001 - Buscar Empresa de Entrega
2. CU004001 - Administrar Pedido

## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

## Diseño de Interfaz

ui CU005006 - Mis Preguntas

Cliente

Pregunta

Preguntar

Proveedor


Respuesta

Respuesta

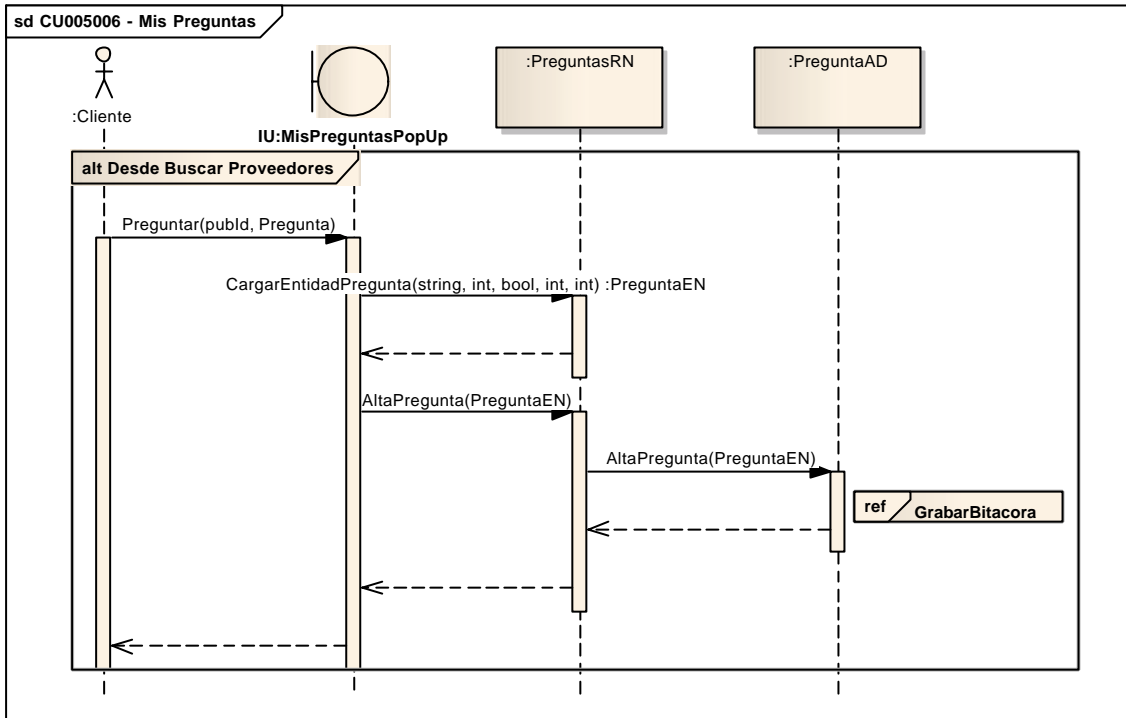
Operador

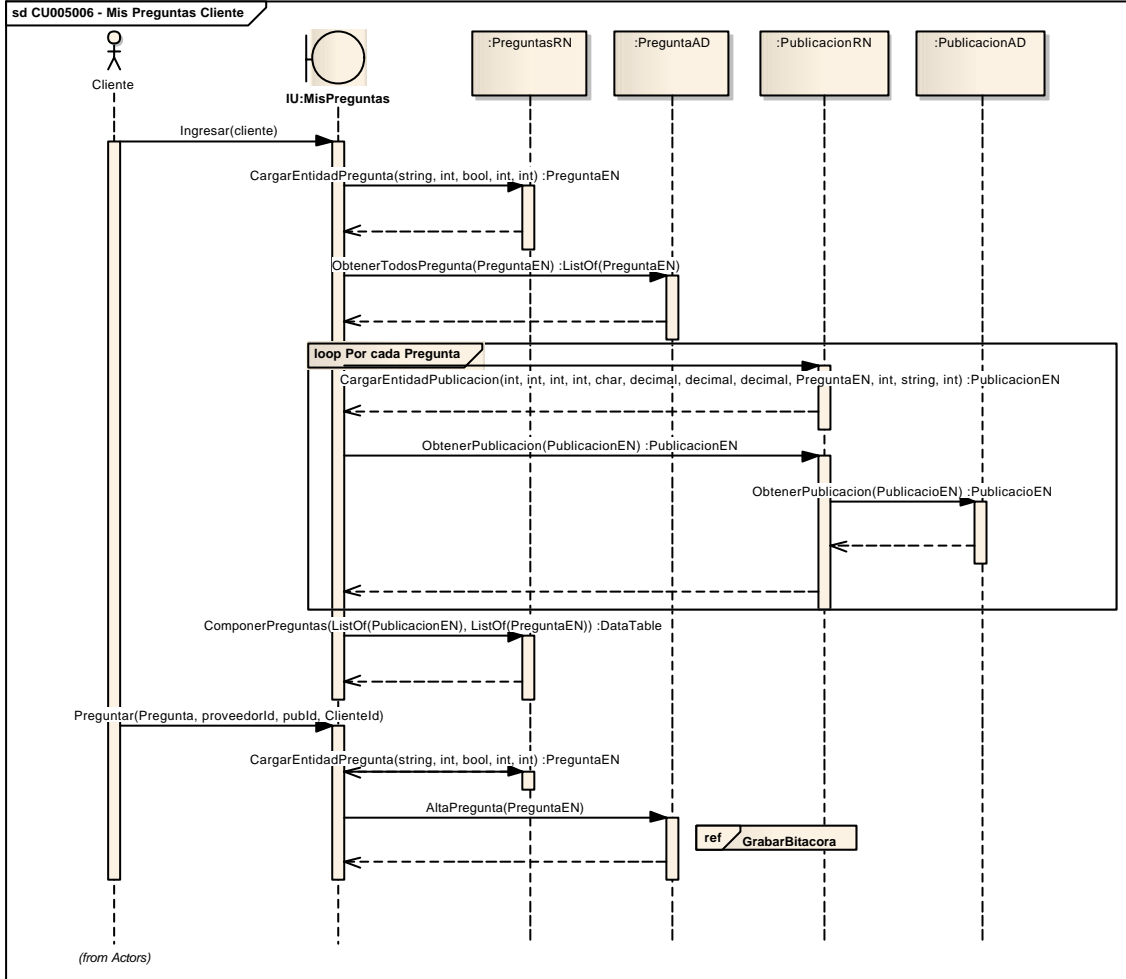
Motivo Anulacion

Anular

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 268	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

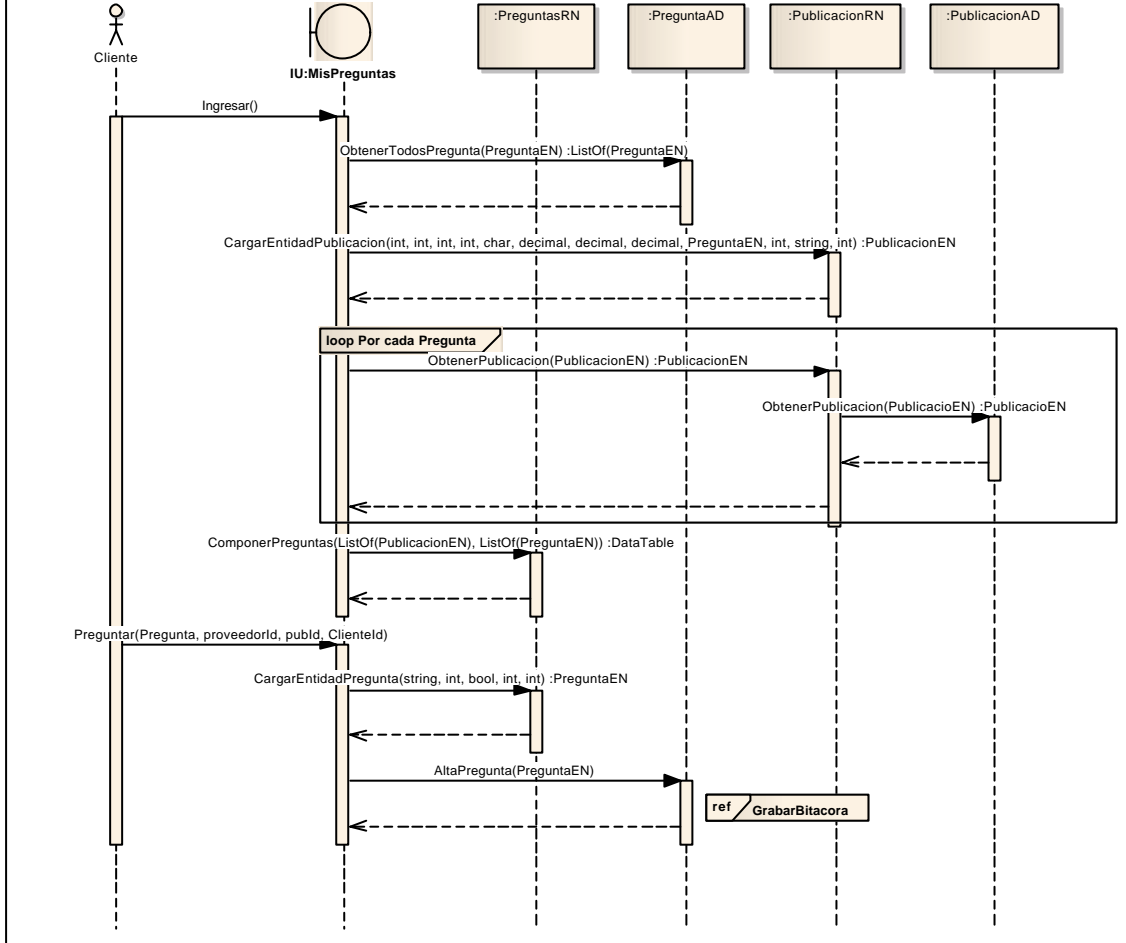
## Diagrama de Secuencia

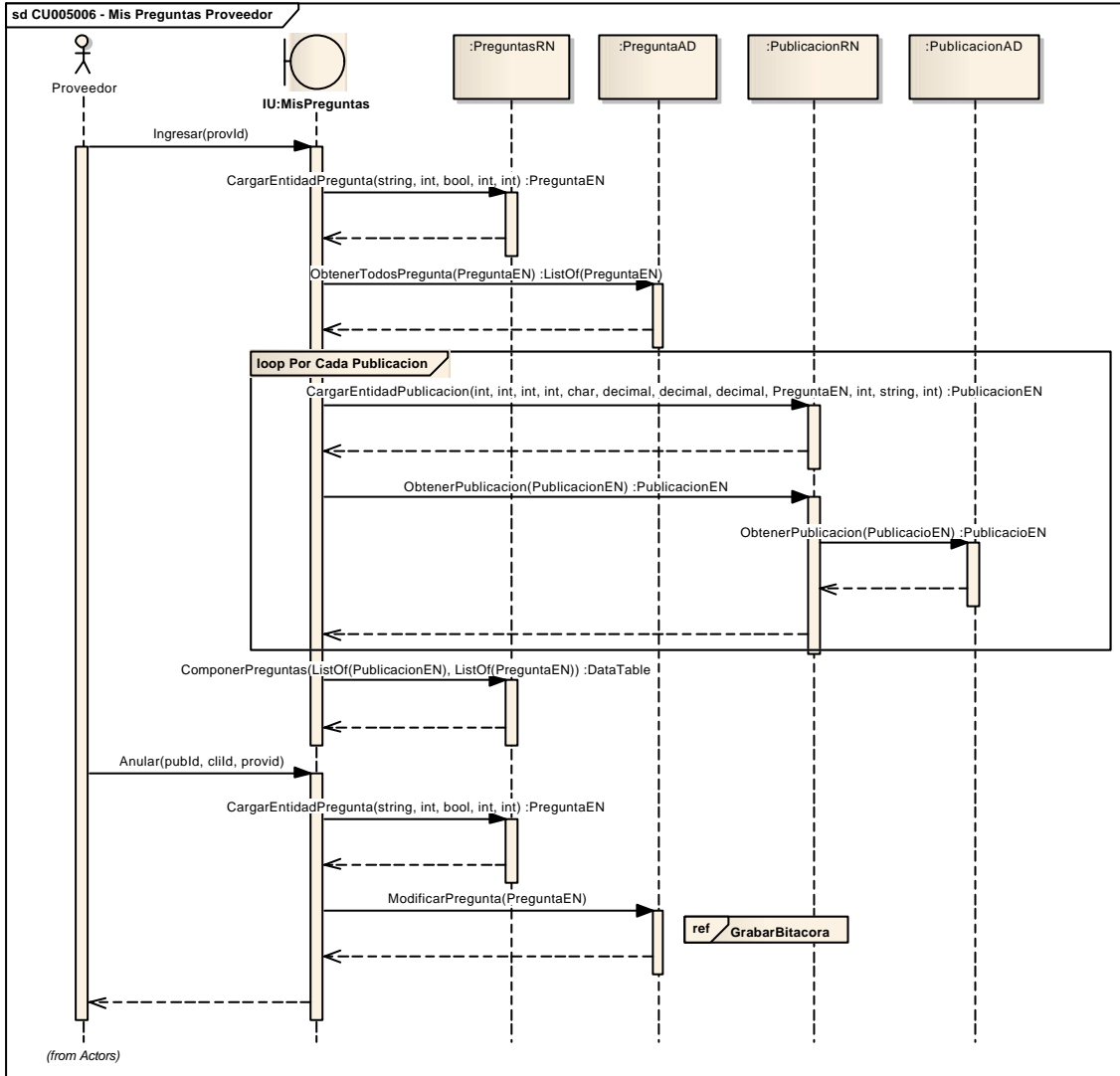







sd CU005006 - Mis Preguntas Operador





	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 272	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 005 - 007 – Mis Publicaciones

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso ver al usuario las publicaciones que tiene pendientes de publicar para poder relacionarles un proveedor

### Pre Condición

El usuario deberá estar logueado como un Cliente/Proveedor

### Post Condición

### Actores Primarios

Cliente

### Actores Secundarios

Sistema

### Disparador


Desde el Home del Cliente. Mis Publicaciones

### Escenarios Principal de Éxito

El sistema mostrará una pantalla con una lista de publicaciones en estado "E" o "A", a la espera de publicar.

1. El usuario podrá seleccionar un registro del listado
  - a. El usuario deberá presionar "Buscar Empresa de Entrega".
    - Abrir venta modal e Ir a CU005001 - Buscar Empresa de Entrega
  - b. El usuario podrá editar la publicación al presionar "Editar Publicación".
    - Abrir ventana modal e Ir a CU005003 - Publicar Pedido
  - c. El usuario podrá cambiar el estado de la publicación y presionar "Cambiar Estado"
    - Los estados posibles en este caso:
      - Activa
      - Espera



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 273	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

- d. El usuario podrá eliminar la publicación al presionar “Eliminar Publicación”
- El sistema advertirá de la acción, en caso afirmativo, continuar
  - El sistema eliminará la publicación de la base de datos.

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema no guardará ninguna respuesta y procederá con el flujo.

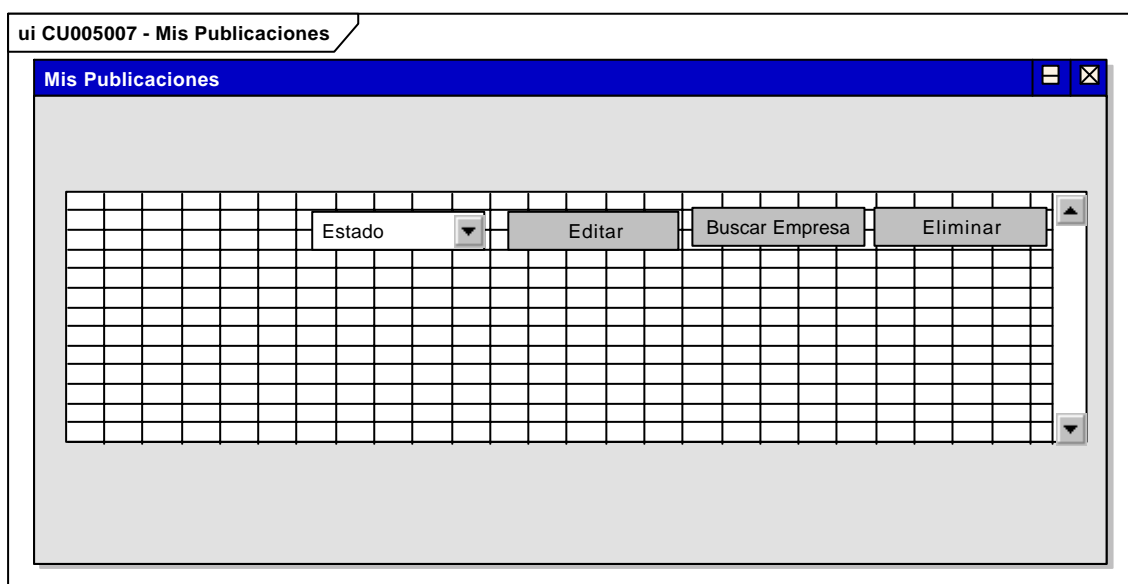
## Referencias

1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los, Estados de publicación, filtrado por adicional2 = 1
2. CU005001 - Buscar Empresa de Entrega
3. CU005003 - Publicar Pedido

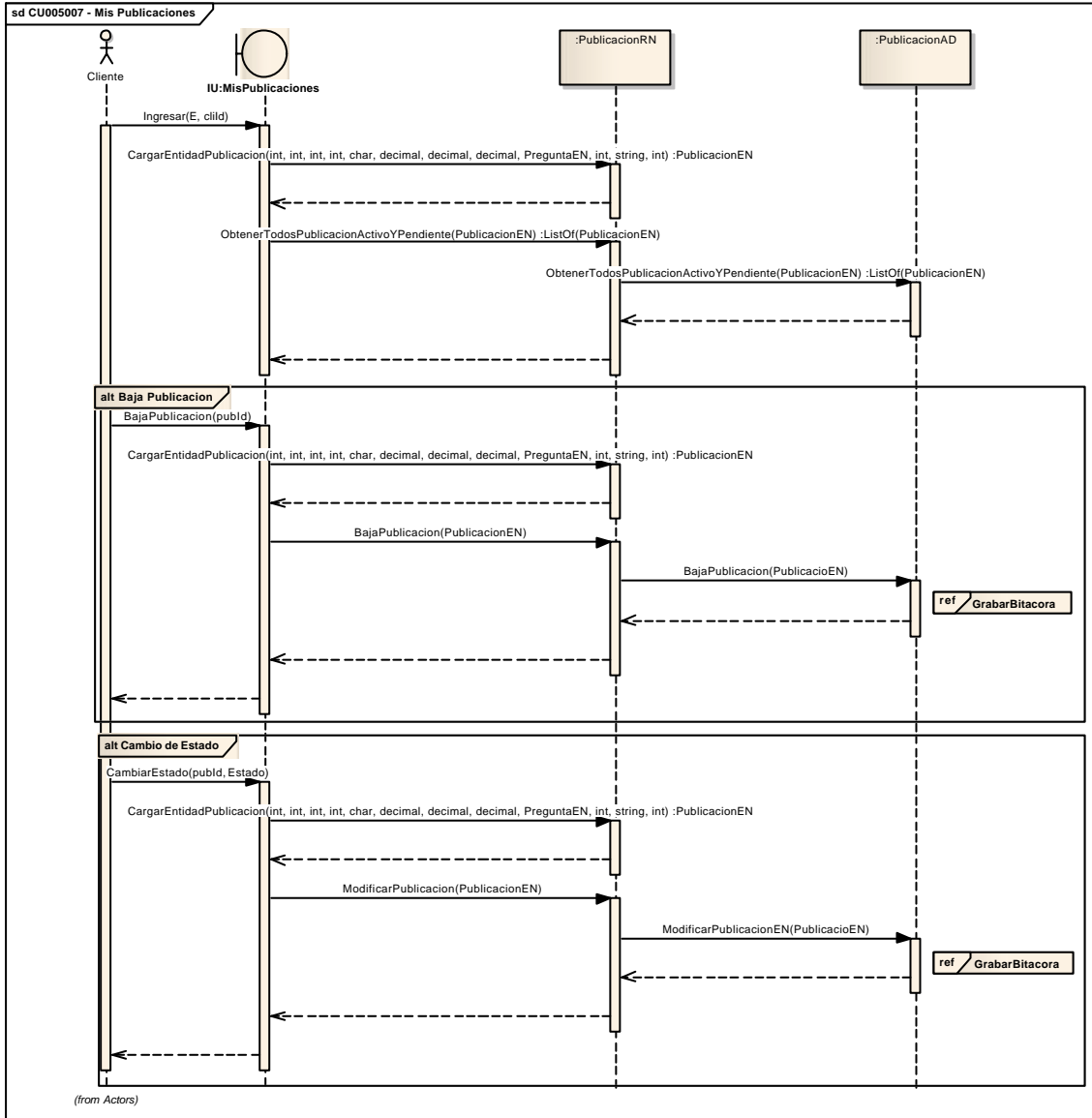
## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

## Diseño de Interfaz

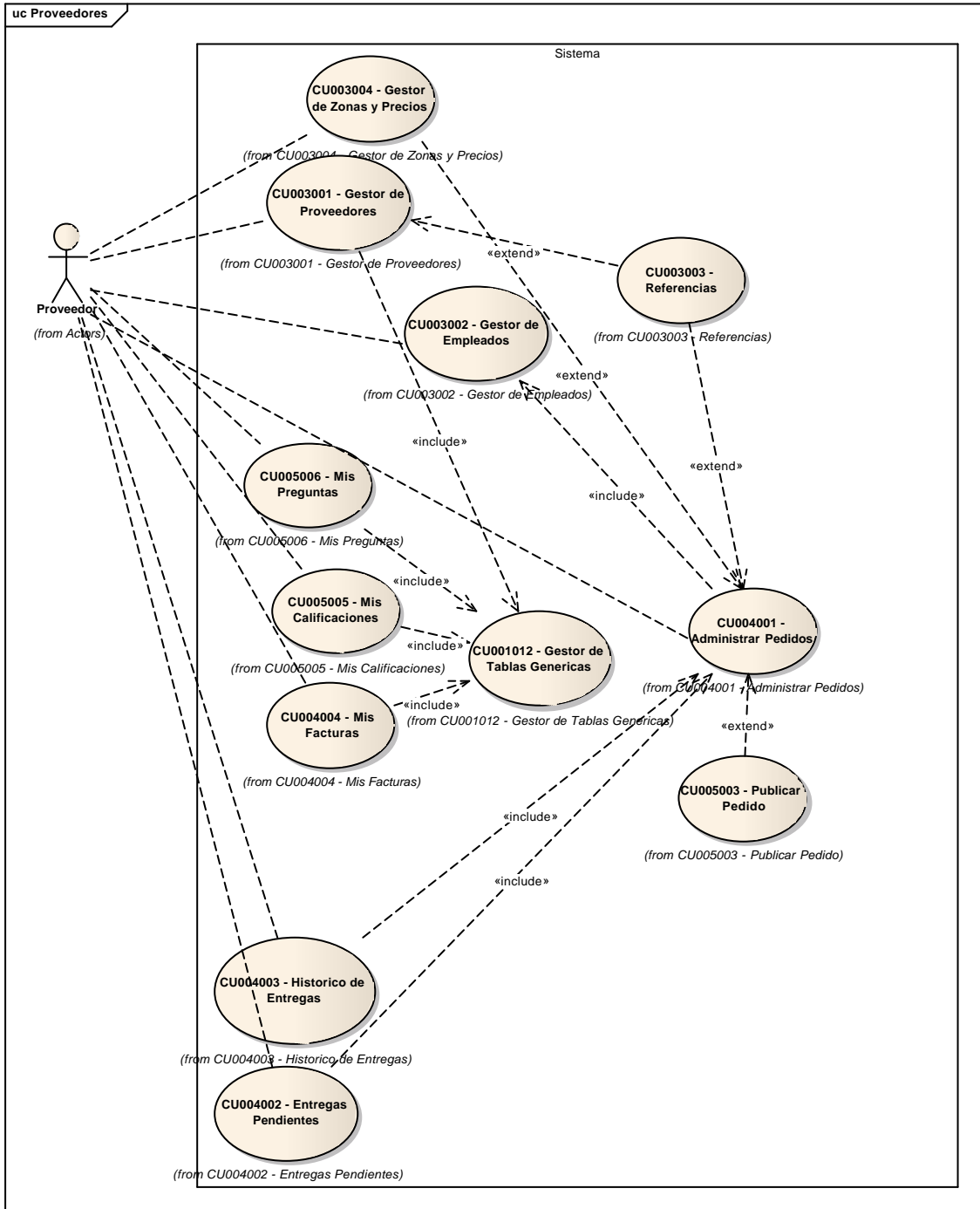



## Diagrama de Secuencia



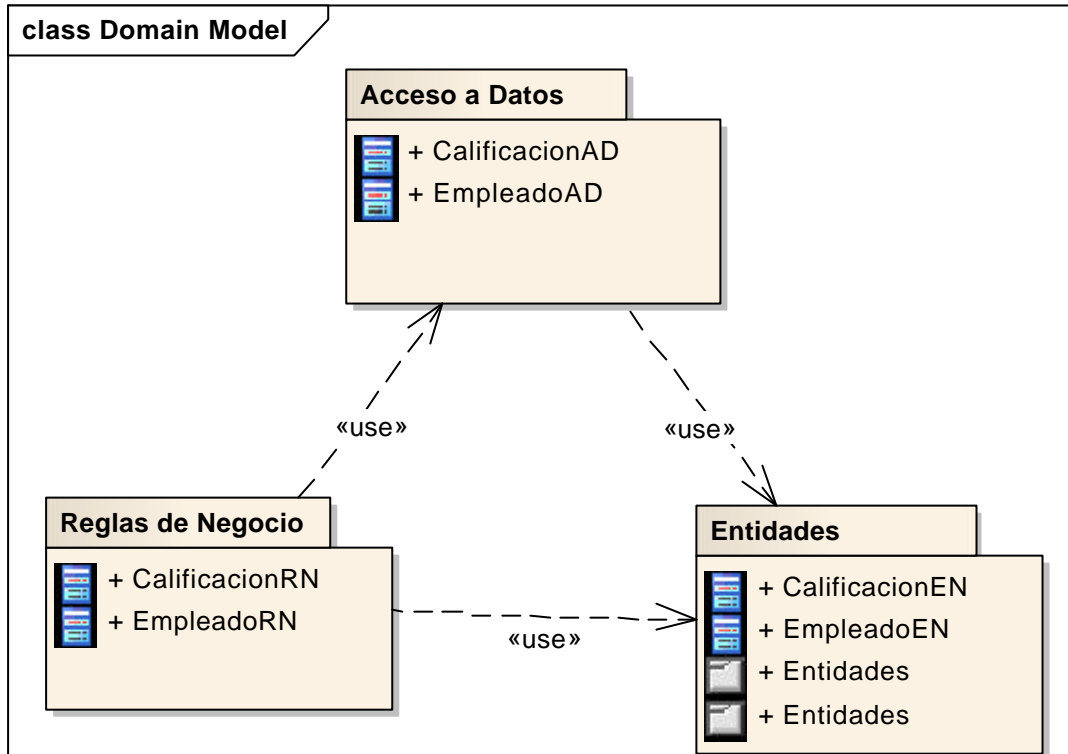



### 11.1.10 Diagrama de Caso de Uso: Proveedores



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 276	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 11.1.11 Diagrama de Paquetes de Clases por Capa



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 277	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 11.1.12 Casos de Uso Proveedor

#### CU – 003 - 001 – Gestor de Proveedores

##### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	12/06/2011
1.1	Cósimo, Pablo J.	Corrección	25/06/2011

##### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite dar gestionar proveedores, el mismo será utilizado por otros casos de uso como fuente de información para realizar diferentes operaciones.

La carga correcta de la información del proveedor es esencial para alimentar diferentes partes del sistema que van desde el buscador, hasta la facturación.

##### Pre Condición

El usuario deberá haberse registrado en el sistema como un Proveedor

##### Post Condición

El proveedor podrá comenzar con la carga de sus empleados, podrá recibir ofertas de pedidos pero no podrá aceptarlos hasta tener algún empleado cargado en el sistema.

##### Actores Primarios

Proveedor, Operador

##### Actores Secundarios

Sistema


##### Disparador

La registración de un proveedor. CU001013 Registrarse.

##### Escenarios Principal de Éxito

###### 1.7.1 Para el caso de que sea un usuario Operador

El sistema brindará un listado de todos los proveedores en el sistema donde permitirá realizar las siguientes acciones:

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 278	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 1.7.1.1 Modificación


El sistema abrirá una ventana modal, conteniendo varias solapas con cada uno de los pasos de información que deberá completar.

#### Solapa de Facturación

1. El actor deberá ingresar datos relativos a la facturación para poder cobrarle por el servicio prestado por ello deberá incluir:
  - Razón Social
  - Tipo Documento: CUIT/CUIL/DNI
  - Nro Documento
  - Categoría: Responsable Inscripto/No Inscripto/No responsable/Monotributo
  - Domicilio
    - o Calle
    - o CP
    - o Localidad
    - o Provincia
  - Teléfonos
    - o Nextel
    - o Celular
    - o Fijo
  - Forma de Pago
    - o Efectivo
    - o Transferencia
  - Tipo de Servicio
    - o Moto
    - o Cadetería
    - o Camioneta
2.
  - a) Una vez concluida la carga de información deberá presionar el botón "Continuar". El sistema deberá realizar las validaciones de todos los campos. En caso de error Ver CA3
  - b) En caso de presionar el botón "Cancelar". Ver CA5

#### Solapa de Zonas y Ubicación

1. Permitirá seleccionar mediante una lista de selección múltiple las zonas donde presta servicio, estas serán utilizadas por el sistema para luego cargar los precios que corresponden a cada zona de entrega.
2.
  - a) Una vez concluida la carga de información deberá presionar el botón "Continuar". El sistema deberá realizar la validación de que al menos una zona haya sido seleccionada. En caso de error Ver CA3

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 279	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


- b) En caso de que el usuario quiera realizar cambios en la Solapa anterior podrá presionar el botón "Volver". Ver CA 2
  - c) En caso de presionar el botón "Cancelar". Ver CA5
2. El sistema marcará la ubicación del Proveedor y el usuario opcionalmente podrá corregir la misma si no es correcta.

### Solapa de Precios

1. En esta solapa el usuario deberá ingresar la información de costos según la zona de entrega y el porcentaje de recargo por lluvia. (el sistema al calcular los costos de envío determinará a través de un WS si corresponde el recargo)
2. Por cada zona seleccionada en la Solapa de Zonas y Ubicación, se deberá incluir el costo del trayecto fijo.
3. Además deberá completar cuanto es el costo por KM.
4. La combinación de ambos permitirá al sistema realizar los cálculos correspondientes para la facturación.

Además se le permitirá al usuario seleccionar entre 4 formas de cálculo de porcentaje de comisión:

- Costo fijo del X % sobre el total del viaje en el conurbano y un Costo fijo del X-1% sobre el total del viaje fuera del conurbano + Costo por KM. Sin tarifar el viaje hasta el Cliente
  - Costo fijo del X % sobre el total del viaje en el conurbano y un Costo fijo del X-1% sobre el total del viaje fuera del conurbano + Costo por KM. Sumar tarifa de viaje hasta el Cliente por KM de recargo.
  - Costo fijo del X % sobre el total del viaje en el conurbano y Costo fijo del X1% sobre el total del viaje fuera del conurbano + Costo por KM. Sumar tarifa de viaje hasta el Cliente un Y% de recargo.
  - Costo fijo del X + 3 % sobre el total de viaje donde sea.
5.
    - a) En caso de que el usuario quiera realizar cambios en la Solapa anterior podrá presionar el botón "Volver". Ver CA 2
    - b) En caso de presionar el botón "Cancelar". El sistema deberá preguntar al usuario si desea salir, y que no podrá continuar hasta usando el sistema hasta que haya completado la registración completa.
      1. En caso afirmativo, Ver CA 1
      2. En caso negativo, cerrará la pregunta

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 280	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- c) Una vez concluida la carga de información deberá presionar el botón “Guardar”. El sistema deberá controlar que se hayan seleccionado al menos una metodología de cálculo y que la lista de precios este completa
1. En caso de no haber errores el sistema impactará los cambios en la base de datos, el sistema automáticamente calculará la referencia en el mapa según los datos .proveedor En caso de error Ver CA3

#### 1.7.1.2 Baja

El sistema emitirá una alerta sobre ésta acción:

1. En caso de aceptar, el sistema procederá poner una marca de eliminación en el usuario.
2. El sistema deberá avisar por correo a aquellos usuarios que tengan pendiente una entrega y demarcar las publicaciones pendientes, volviéndolas a estado A y desasociando el proveedor.
3. En caso de rechazar, Ver CA4

#### 1.7.2 Para el caso de que sea un usuario Proveedor

##### 1.7.2.1 Alta

1. Este programa trabajará como si fuese un “wizard” que permitirá al usuario ir completando diferentes aspectos, como se detalla a continuación. Ver **1.7.1.1 Modificación**
2. En caso de presionar el botón “Guardar” el sistema, además deberá crear la cuenta corriente generada utilizando el número de usuario con todos los saldos en cero.

##### 1.7.2.2 Modificación

1. Este programa trabajará como si fuese un “wizard” que permitirá al usuario ir completando diferentes aspectos, como se detalla a continuación. Ver **1.7.1.1 Modificación**

## Caminos Alternativos


### Camino Alternativo 1

1. El sistema cerrará la sesión del usuario.

### Camino Alternativo 2

1. El sistema volverá a la Solapa anterior



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 281	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### Camino Alternativo 3

1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Camino Alternativo 4

1. El sistema no tomará acción alguna.

### Camino Alternativo 5

El sistema deberá preguntar al usuario si desea salir, y que no podrá continuar hasta usando el sistema hasta que haya completado la registración completa.

1. En caso afirmativo, Ver CA 1
2. En caso negativo, cerrará la pregunta volverá al flujo normal.

### Referencias


1. CU001013 - Registrarse.
2. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los Tipos de Teléfono, Provincias, Localidades, Formas de Pago, Porcentaje Comisión, Tipo Documento, Zonas y Tipo de Servicio que presta
3. CU003004 – Referencias. Permite consultar en el mapa una dirección y guardar la posición en el mismo.
4. CU003004 - Gestor de Zonas y Precios. Permite consultar y guardar los precios asociados a cada una de las zonas de los proveedores.

### Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos. Ver CU002001 Gestor de Cliente Empresa para los diagramas de secuencia de Modificación y Selección de Registro.

### Diseño de Interfaz




 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 283	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboia			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

ui CU003001 - Gestor de Proveedores 2

Proveedores - Paso 1

Facturación
Zonas y Referencias
Precios

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 284	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

ui CU003001 - Gestor de Proveedores 3

☰ ☒
**Proveedores - Paso 2**

Facturación

Zonas y Referencias

Precios

Zonas

Agregar >>

<< Remover



Zonas Select

Mi Ubicacion en el Mapa

Volver

Continuar

Cancelar

 	<b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b> Facultad de Tecnología Informática		Pag. 285	
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
	Proyecto: EntregaYa!			

ui CU003001 - Gestor de Proveedores 4

Proveedores - Paso 3

Facturación

Zonas y Referencias

Precios

Grilla de Zonas Seleccionadas

Precio

Precio x KM

Calculo 1

Calculo 2

Calculo 3


Calculo 4

Volver

Guardar

Cancelar



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 287	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 003 - 002 – Gestor de Empleados

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	26/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite gestionar los empleados para ser asignados en el momento de realizar un envío.

### Pre Condición

El logueado como Proveedor

### Post Condición

### Actores Primarios

Proveedor

### Actores Secundarios

Sistema

### Disparador

Home del Proveedor, Empleados


### Escenarios Principal de Éxito

#### Listado

El sistema mostrará un listado de los empleados del usuario proveedor que se haya logueado al sistema, con el nombre, tipo de documento, número de documento y foto.

#### Alta

1. El sistema le dejará al operador completar los campos correspondientes a:
  - a. Nombre
  - b. Subir una foto. Indicar la ruta o utilizar el botón "Examinar"
  - c. Tipo Documento

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 288	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
Turno:			Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

d. Numero Documento

2. El usuario administrador presionará el botón “Alta”
3. El sistema validará que se hayan ingresado todos los campos sino VER CA1
4. El sistema guardará la información obtenida en la base de datos en la tabla de empleados del proveedor.


**Modificación**

1. El usuario seleccionará un empleado de la grilla de empleados.
2. El sistema precargará los campos
  - a. Nombre
  - b. Subir una foto. Indicar la ruta o utilizar el botón “Examinar”
  - c. Tipo Documento
  - d. Numero Documento
3. El usuario modificará la información necesaria
4. El administrador presionará el botón “Modificar”.
5. El sistema validará la descripción ingresada este completa sino VER CA1
6. El sistema guardará la información obtenida en la base de datos en la tabla de empleados del proveedor.

**Baja**

1. El usuario seleccionará un empleado de la grilla de empleados.
2. El usuario presionará el botón “Baja”.
3. El sistema consultará al usuario si está seguro de continuar la operación, por afirmativo continua, sino VER CA2
4. El sistema verificará que no se esté eliminando un empleado que este asignado a una publicación activa, sino VER CA3
5. El sistema eliminará el empleado



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 289	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

2. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Camino Alternativo 2

2. No sucede nada, se cancela la acción .

### Camino Alternativo 2

1. “No se puede eliminar un empleado que está asignado a una publicación activa”

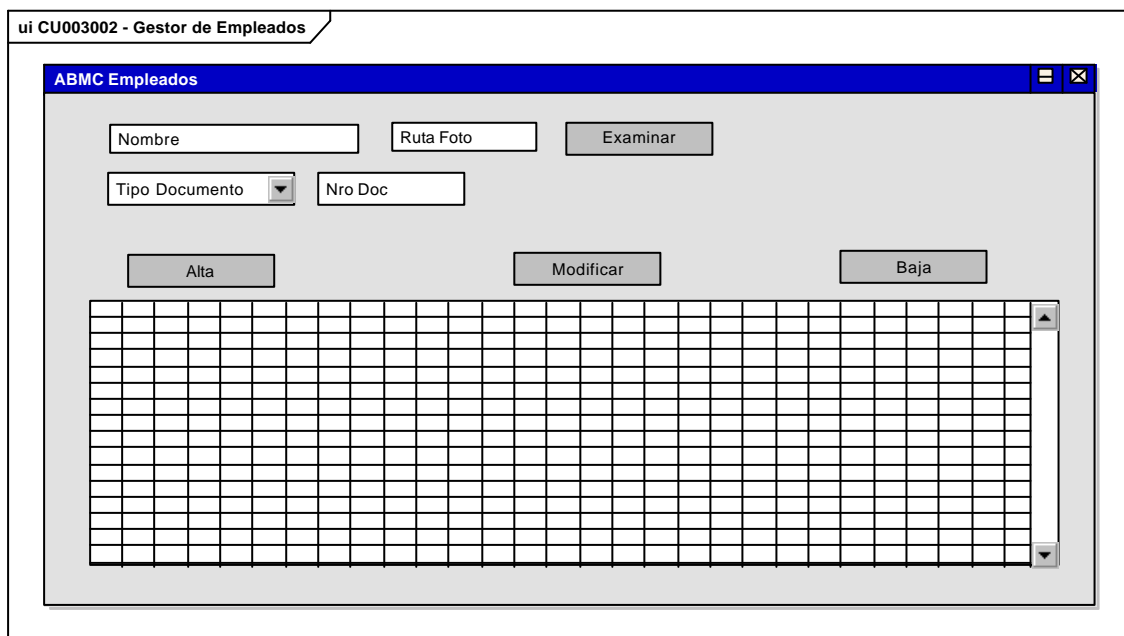
## Referencias

1. CU004001 - Administrar Pedido
2. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, Tipos de Documento

## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

## Diseño de Interfaz



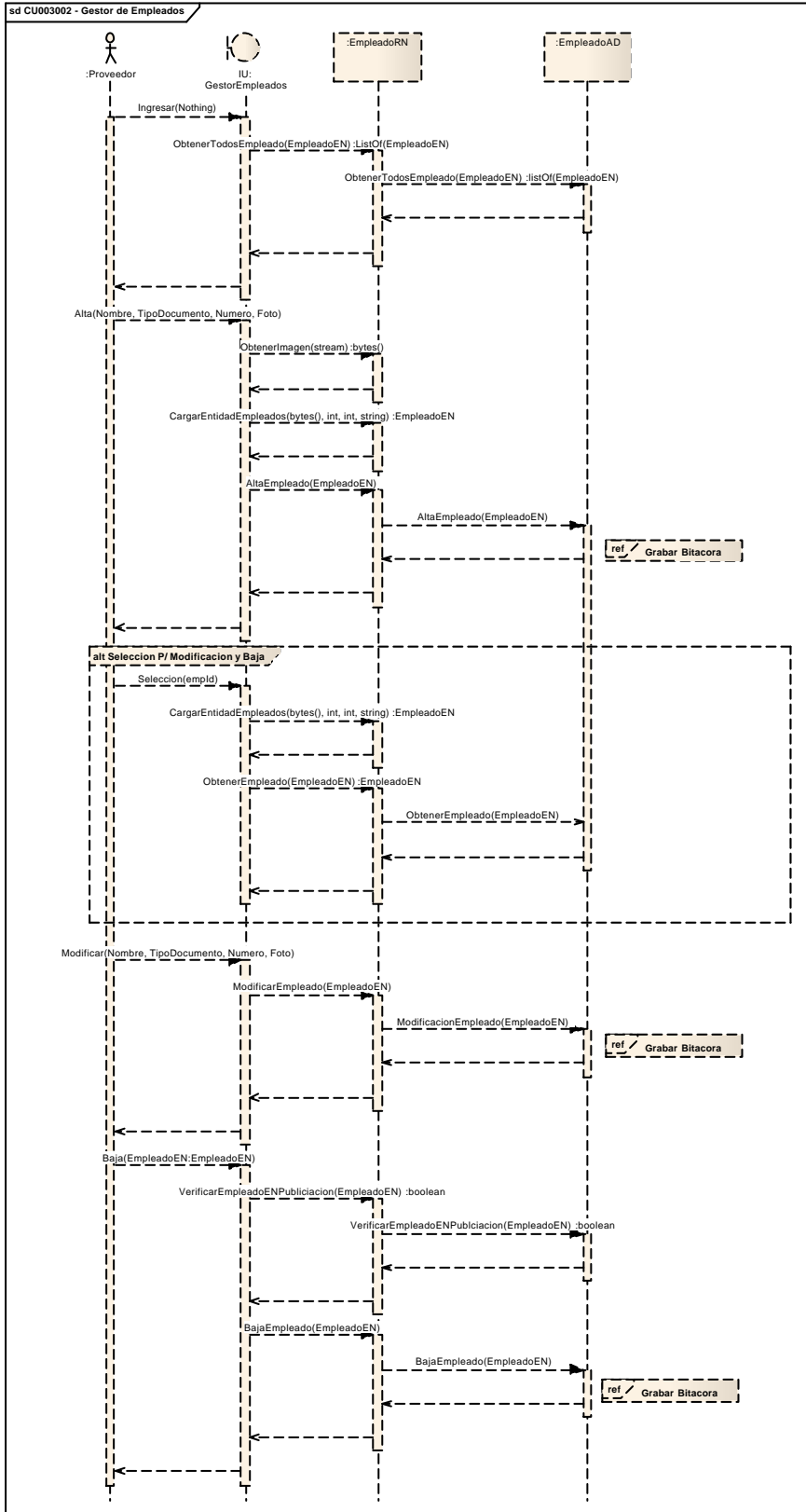
The screenshot shows a web application window titled "ui CU003002 - Gestor de Empleados". Inside the window, there is a header "ABMC Empleados". Below the header, there are several input fields and buttons:


- Input field for "Nombre"
- Input field for "Ruta Foto"
- Button "Examinar"
- Dropdown menu for "Tipo Documento"
- Input field for "Nro Doc"
- Button "Alta"
- Button "Modificar"
- Button "Baja"

At the bottom of the interface is a large data grid with approximately 20 columns and 15 rows, used for displaying employee records.



### Diagrama de Secuencia



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 291	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 003 - 003 – Referencias

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso permite al usuario, gestionar referencias geográficas en un mapa de Google.

Este caso de uso es llamado desde otros casos de uso, dependiendo de donde se llame, brindará la información precisa

### Pre Condición

El usuario deberá estar logueado como un Cliente/Proveedor

### Post Condición

### Actores Primarios

Cliente, Proveedor

### Actores Secundarios

Sistema

### Disparador


Desde el CU003001 – Gestor de Proveedores, CU004001 – Administrar Pedido, CU002001 – Gestor de Cliente-Empresa

### Escenarios Principal de Éxito

#### Desde CU003001 – Gestor de Proveedores

1. El sistema abrirá una ventana modal mostrando un mapa con una marca donde se encuentra la dirección del usuario, según la información que le haya pasado el sistema.
2. El usuario podrá corregir el punto marcado si lo desea
3. El proveedor presionará le botón “Cerrar”
4. Devolverá las coordenadas a la pantalla anterior

#### Desde CU004001 – Administrar Pedido

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 292	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

1. El sistema abrirá una ventana modal, mostrando el punto del origen y de destino trazando la ruta e indicando el kilometraje, tomando de la publicación la referencia de la entrega, la referencia del cliente y la posición del proveedor.
2. El proveedor presionará le botón “Cerrar”

#### Desde CU002001 – Gestor de Cliente-Empresa

1. El sistema abrirá una ventana modal mostrando un mapa con una marca donde se encuentra la dirección del usuario, según la información que le haya pasado el sistema.
2. El usuario podrá corregir el punto marcado si lo desea
3. El usuario presionará le botón “Cerrar”
4. Devolverá las coordenadas a la pantalla anterior

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema no guardará ninguna respuesta y procederá con el flujo.


## Referencias

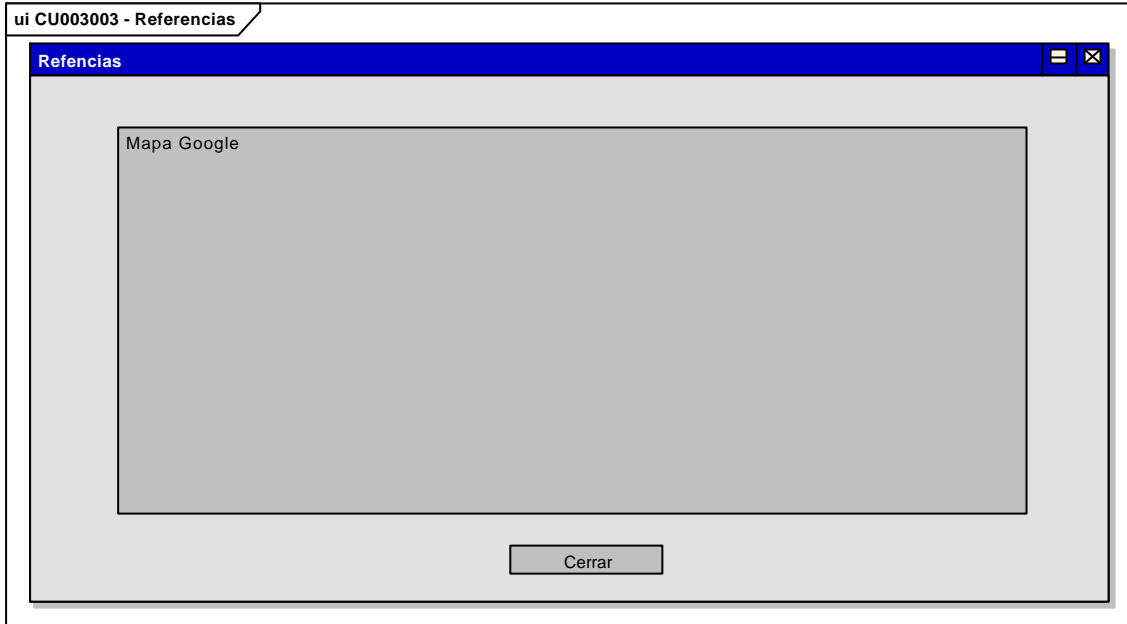
1. CU003001 – Gestor de Proveedores
2. CU004001 – Administrar Pedido
3. CU002001 - Gestor de Cliente-Empresa

## Requisitos Especiales

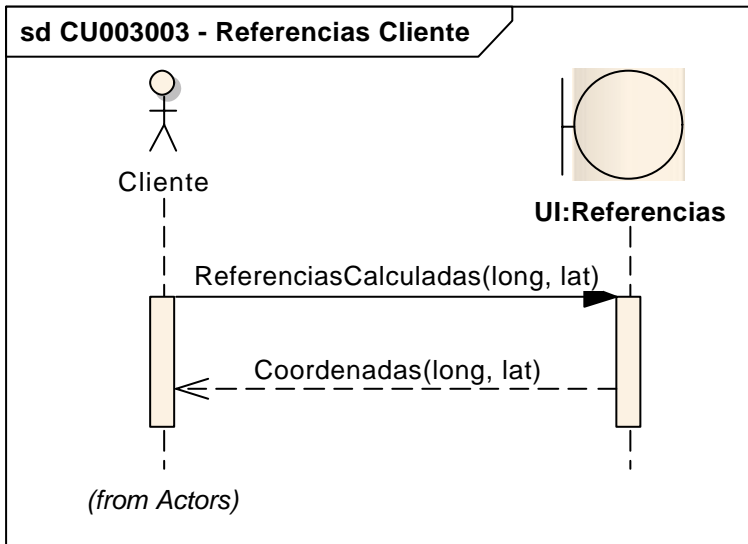
El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

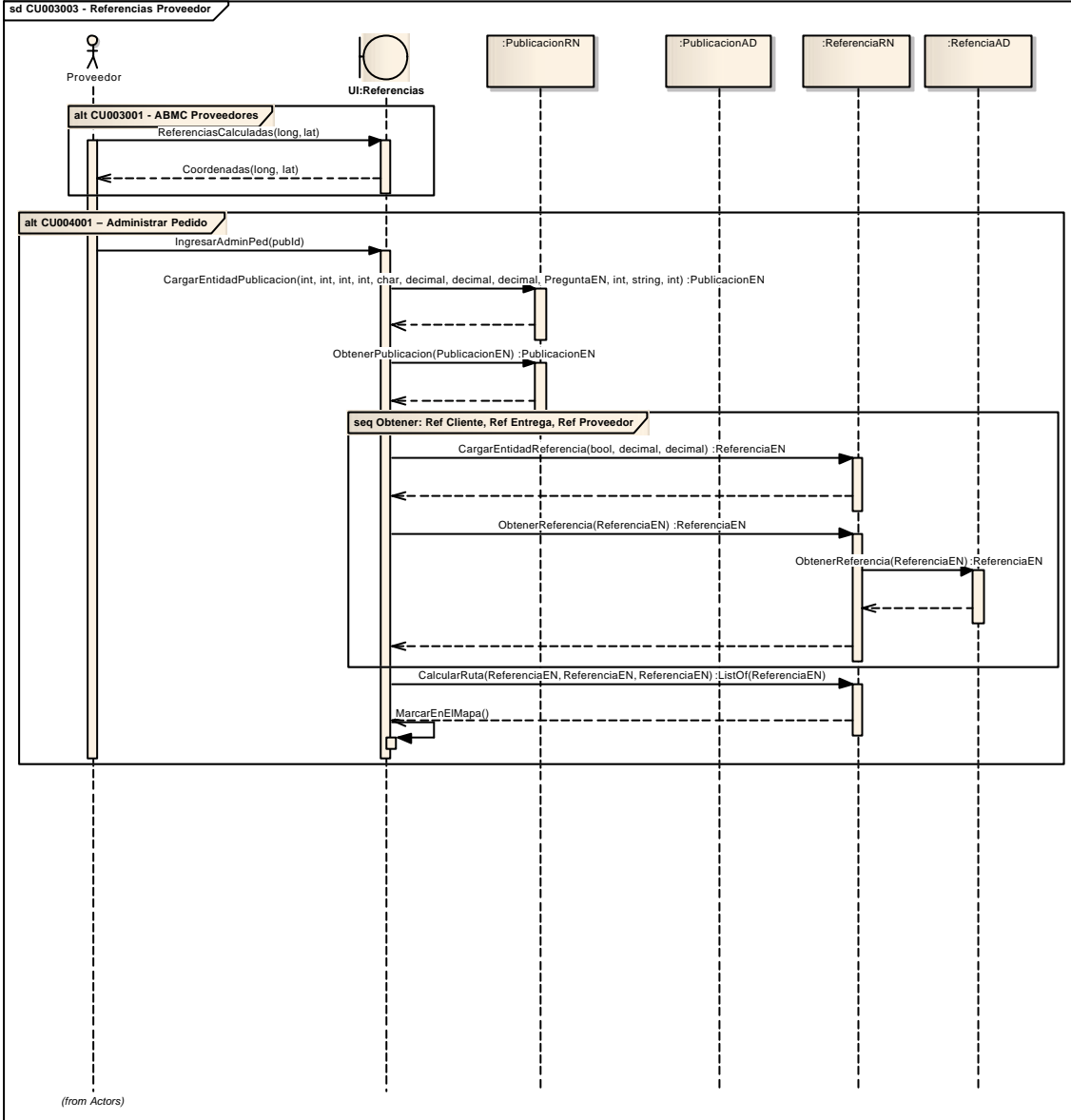
## Diseño de Interfaz


 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 293	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				



## Diagrama de Secuencia





 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 295	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 003 - 004 – Gestor de Zonas y Precios

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	26/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso al proveedor configurar la lista de precio por zona de entrega. El sistema utilizará los precios por zona para ofrecer servicios a los clientes.

### Pre Condición

El logueado como Proveedor

### Post Condición

### Actores Primarios

Proveedor

### Actores Secundarios

Sistema

### Disparador

Home del Proveedor, Zonas y Precios


### Escenarios Principal de Éxito

#### Listado

El sistema mostrará un listado de las zonas agrupadas por provincia y precios de cada una, y el porcentaje de recargo.

#### Alta

1. El sistema le dejará al usuario completar los campos correspondientes a:
  - a. Provincia - Zonas
  - b. Precio
  - c. Porcentaje de recargo

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 296	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

2. El usuario presionará el botón “Alta”
3. El sistema guardará en la base de datos en la tabla de zonas de reparto

### Modificación

1. El usuario seleccionará un registro de un grilla
2. El sistema autocompletará:
  - a. Provincia - Zonas
  - b. Precio
  - c. Porcentaje de recargo
3. El usuario presionará el botón “Modificar”.
4. El sistema validará que se hayan completado todos los campos sino VER CA1
5. El sistema guardará la información en la base de datos en la tabla de zonas de reparto

### Baja

1. El usuario seleccionará un registro de la grilla
2. El usuario presionará el botón “Baja”.
3. El sistema consultará al usuario si está seguro de continuar la operación, por afirmativo continua, sino VER CA2
4. El sistema eliminará el registro.

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Camino Alternativo 2

1. Se cancela la acción.


## Referencias

1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, Zonas y Provincias

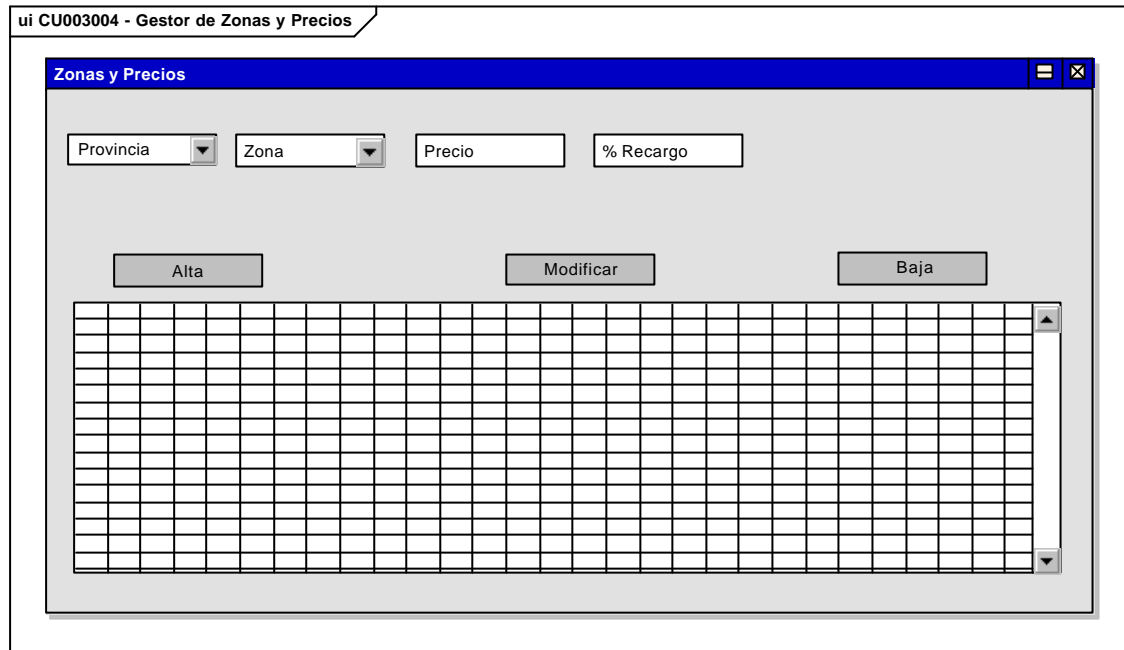
## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.



	<b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b> Facultad de Tecnología Informática		Pag. 297	
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

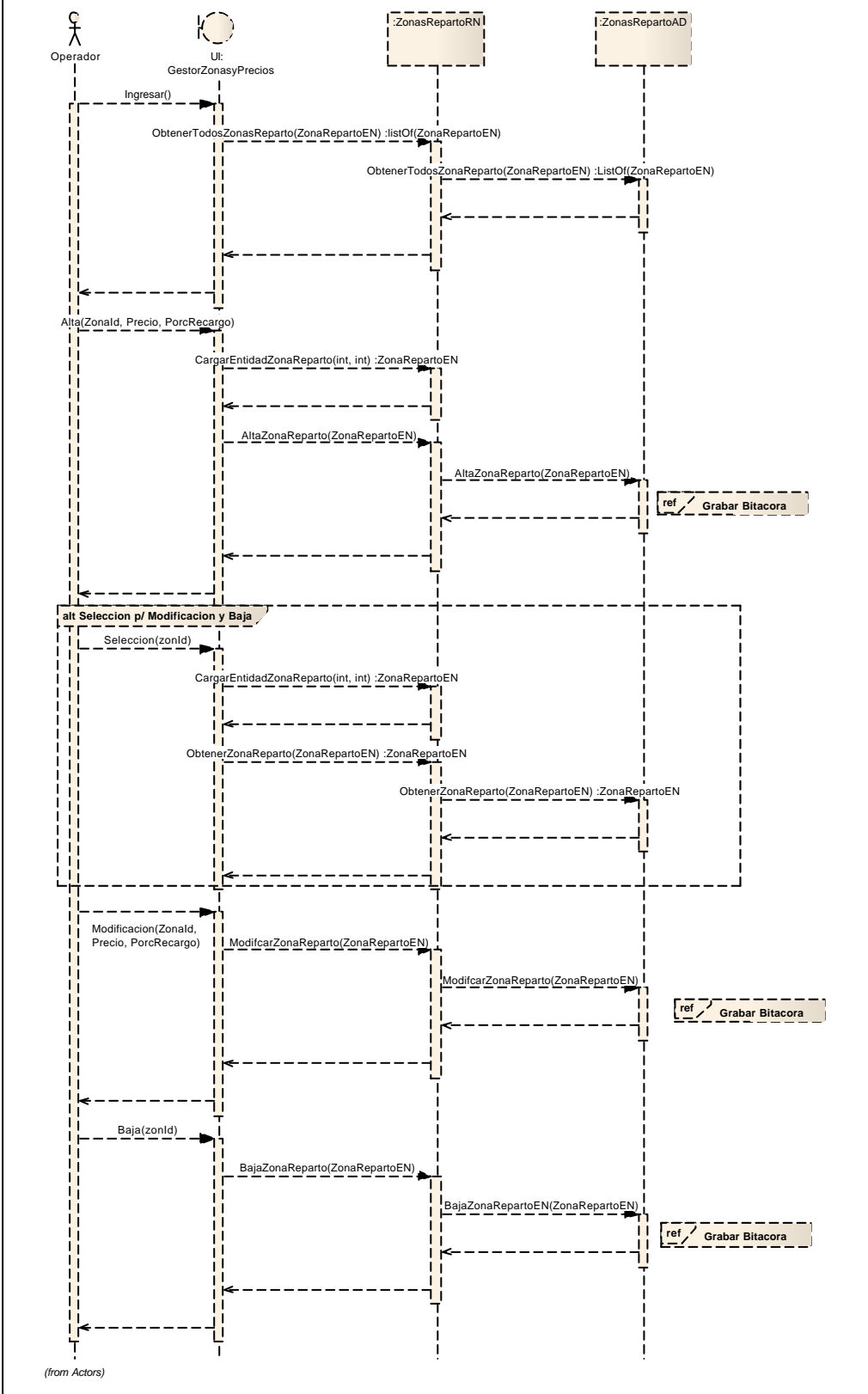
## Diseño de Interfaz




## Diagrama de Secuencia



sd CU003004 - Gestor de Zonas y Precios



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 299	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 004 - 001 – Administrar Pedido

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	12/06/2011

### Administrar Pedido

#### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso abrirá un panel de control disponible para los Proveedores, el mismo se refrescará repetidamente, mostrando las últimas solicitudes de los clientes para utilizar sus servicios. El mismo podrá aceptar o rechazar las mismas.

#### Pre Condición

El usuario deberá haberse registrado en el sistema como un Proveedor.

#### Post Condición

#### Actores Primarios

Proveedor

#### Actores Secundarios

Sistema.


#### Disparador

Desde el Home del Proveedor. Administrar Pedidos.

#### Escenarios Principal de Éxito

El sistema ofrecerá una pantalla que dispondrá de un panel de control conformado por una grilla de datos con múltiples opciones. Esta grilla deberá listar los pedidos pendientes de realizar.

1. El proveedor ve la lista de pedidos pendientes, pudiendo ver la zona de entrega, el costo del viaje, provincia y un botón "Responder" que se habilitará si existe alguna pregunta por parte del usuario pendiente.
2. El proveedor podrá seleccionar

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 300	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- 1) En caso de “Aceptar”.
  1. El usuario deberá seleccionar del combo de empleados que aparecerá “Asignar Empleado”. En caso de “Cancelar”. Ver CA3
  2. Luego sistema le habilitará los botones “Ver Mapa” y “Ver Información del Envío”,
  3. Al presionar el botón “Ver Mapa”, Ver CA4
  4. Al presionar el botón “Ver Información del Envío”, Ver CA5
- 2) En caso de “Rechazar”. Ver CA1
- 3) En caso de presionar el botón “Responder”. Ver CA6

## **Caminos Alternativos**

### **Camino Alternativo 1**

1. Enviar notificación al Cliente por correo.

### **Camino Alternativo 2**

1. El sistema cierra la ventana.

### **Camino Alternativo 3**

1. El sistema cierra la ventana y no podrá seguir con los siguientes pasos.


### **Camino Alternativo 4**

1. El sistema abrirá una ventana modal con la dirección de entre la empresa del cliente, la dirección a donde se debe enviar, indicando la cantidad de kilómetros y trazado calculado por el sistema en un mapa.
2. Al presionar “Cerrar” volverá al flujo principal.

### **Camino Alternativo 5**

1. el sistema abrirá una ventana modal con:
  - i) Nombre del Cliente
  - ii) Dirección de Envío
  - iii) Provincia
  - iv) Zona de Envío
  - v) Costo
  - vi) Correo del Cliente
  - vii) Teléfono del Cliente
  - viii) Forma de Pago
  - ix) Información del Paquete: Medida, Categorización, Descripción
2. Al presionar “Cerrar” el sistema volverá al flujo principal

### **Camino Alternativo 6**

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 301	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

1. Ver el sistema abrirá una ventana donde podrá contestar las inquietudes del usuario. Aparecerá una caja de texto.
  - Al presionar el botón “Enviar”, el sistema enviará un correo al usuario.
  - Al presionar el botón “Cancelar”.
2. Volver al Flujo Principal


## Referencias

1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los, Tipos de Paquete, Forma de Pago, Zonas, Provincias
2. CU005002– Agendar Clientes. Permite consultar en el mapa una dirección y guardar la posición en el mismo.
3. CU003002 - Gestor de Empleados
4. CU006001 – Gestor de Categorías e Items
5. CU003003 – Referencias.
6. CU005006 – Mis Preguntas

## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

## Diseño de Interfaz

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	<b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b> Facultad de Tecnología Informática		Pag. 302	
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

ui CU004001 - Administrar Pedido


**Administrar Pedido**
☰ ☒

Pedido

Grilla de Pedidos

**Información Envío**
☰ ☒

Cliente	Descripción Paquete
Provincia	
Zona Envío	
Forma de Pago	
Correo	Dirección
Costo	

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 303	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 004 – 002 – Historial de Entregas

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite ver las entregas que tiene pendiente el proveedor

#### Pre Condición

El usuario deberá logueado Proveedor

#### Post Condición

#### Actores Primarios

Proveedor

#### Actores Secundarios


Sistema.

#### Disparador

Desde el Home del Proveedor. Entregas Pendientes.

#### Escenarios Principal de Éxito

1. Al ingresar en este punto de menú el usuario presionará el botón "Listar", en caso de querer aplicar filtros Ver CA1
2. El sistema filtrará la información correspondiente mostrando:
  - a. Nombre del Cliente
  - b. Descripción de la publicación
  - c. Fecha de Publicación del pedido
  - d. Fecha de Finalización
  - e. Zona en que se debe realizar el envío
    - i. Localidad
    - ii. Provincia
  - f. Precio

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 304	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El usuario adicionalmente podrá seleccionar:
  - a. Un rango de fechas de publicación
  - b. Localidad
  - c. Provincia
2. El retornar al flujo principal

## Referencias

1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los, Zonas (localidad), Provincias
2. CU004001 – Administrar Pedidos


## Requisitos Especiales

## Diseño de Interfaz

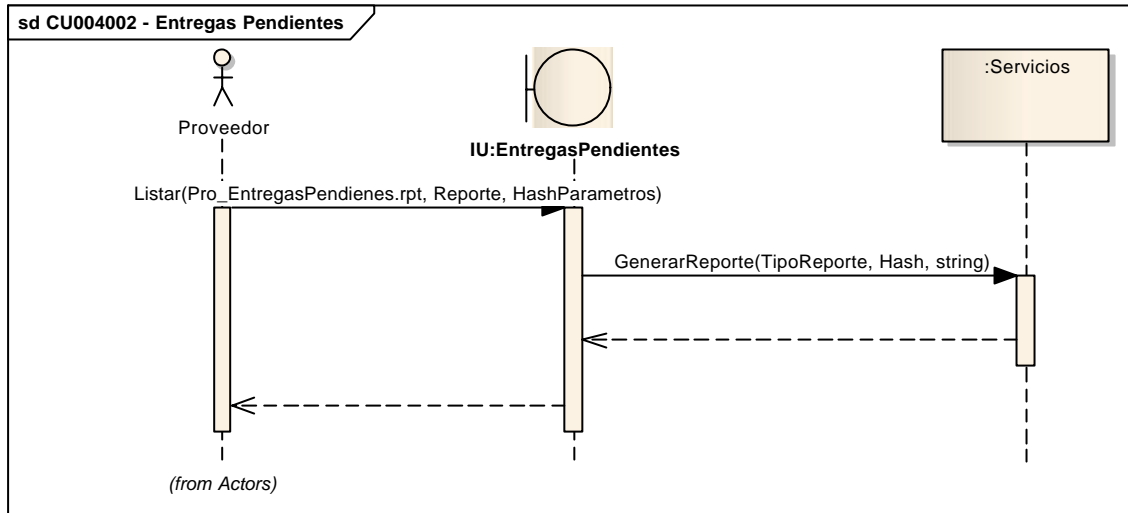
ui CU004002 - Entregas Pendientes


Entregas Pendientes
☰ ☒



 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 305	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 306	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 004 - 003 – Historial de Entregas

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite las entregas de los pedidos que ha realizado a lo largo del tiempo, el mismo tomará información de las publicaciones indicando que cliente zona de envío y puntaje le dio, para tener referencias sobre que clientes que formaron su puntaje.

### Pre Condición

El usuario deberá logueado Proveedor

### Post Condición

### Actores Primarios

Proveedor

### Actores Secundarios


Sistema.

### Disparador

Desde el Home del Proveedor. Historial de Pedidos.

### Escenarios Principal de Éxito

1. Al ingresar en este punto de menú el usuario presionará el botón "Listar", en caso de querer aplicar filtros Ver CA1
2. El sistema filtrará la información correspondiente mostrando:
  - a. Nombre del proveedor
  - b. Descripción de la publicación
  - c. Fecha de Publicación del pedido
  - d. Fecha de Finalización
  - e. Calificación dada
  - f. Zona en que se realizó el envío
    - i. Localidad
    - ii. Provincia

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 307	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

g. Precio

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El usuario adicionalmente podrá seleccionar:
  - a. Un rango de fechas de publicación
  - b. Calificación
  - c. Localidad
  - d. Provincia
2. El retornar al flujo principal

## Referencias


1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, la consulta de las mismas para cargar los, Tipo de Calificación, Zonas (localidad), Provincias
2. CU004001 – Administrar Pedidos

## Requisitos Especiales

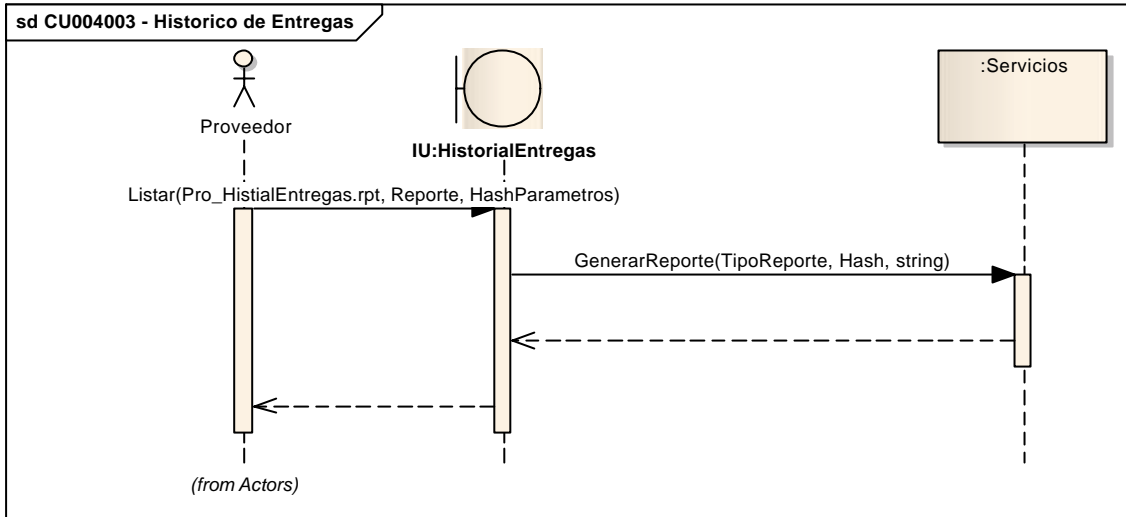
## Diseño de Interfaz


ui CU004003 - Historico de Entregas

Historial de Entregas
☰ ☒

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 308	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

## Diagrama de Secuencia



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 309	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 004 - 004 – Mis Facturas

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	26/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite ver las facturas generadas para que el proveedor pueda pagarlas.

#### Pre Condición

El usuario deberá logueado Proveedor

#### Post Condición

#### Actores Primarios

Proveedor

#### Actores Secundarios

Sistema.

#### Disparador



Desde el Home del Proveedor. Mis Facturas.

#### Escenarios Principal de Éxito

1. Al ingresar en este punto de menú el usuario presionará el botón "Listar", en caso de querer filtrar Ver CA1
2. El sistema armará una factura basándose en la información proveniente de la tabla de factura y líneas
3. El sistema mostrará una ventana con una factura por pagina.

#### Caminos Alternativos

##### Camino Alternativo 1

 	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 310	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

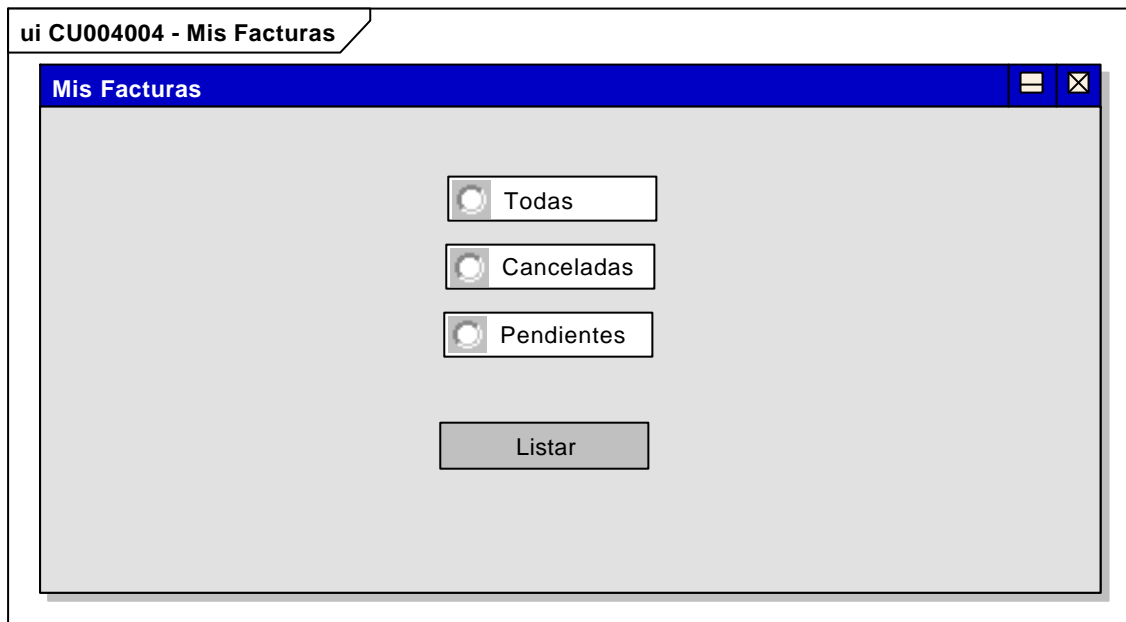
1. Filtrar por Todas, Canceladas, Pendientes


## Referencias

1. CU007004 - Generar Factura



## Requisitos Especiales


## Diseño de Interfaz



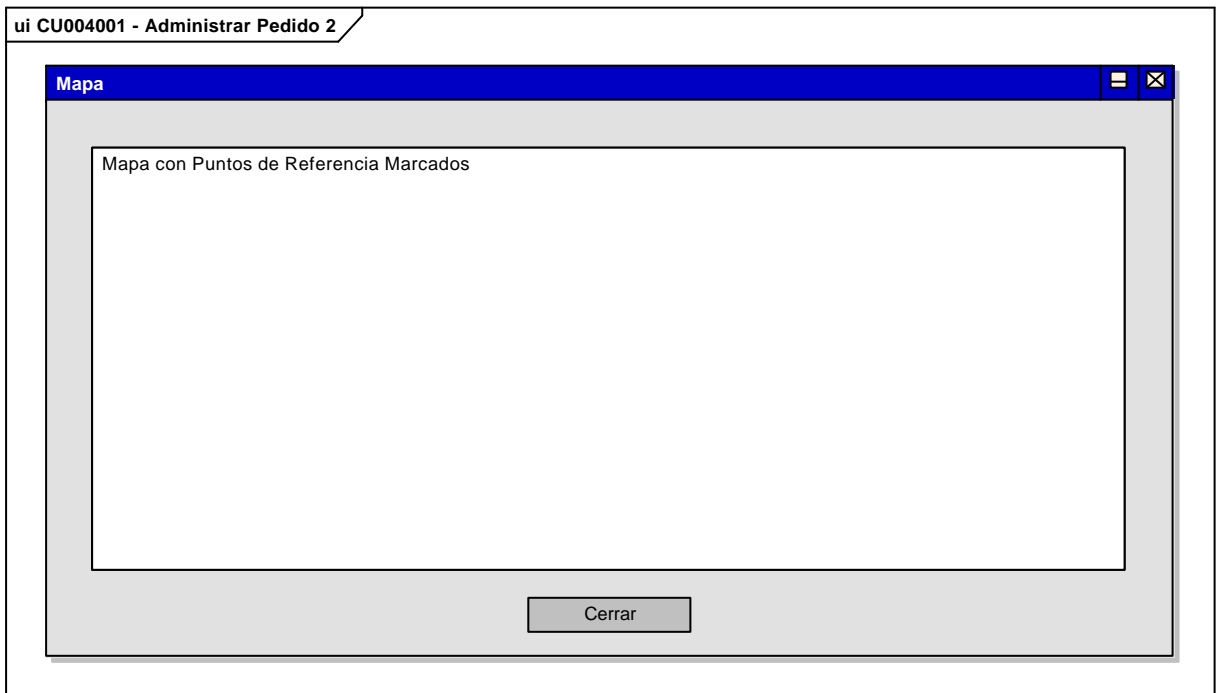
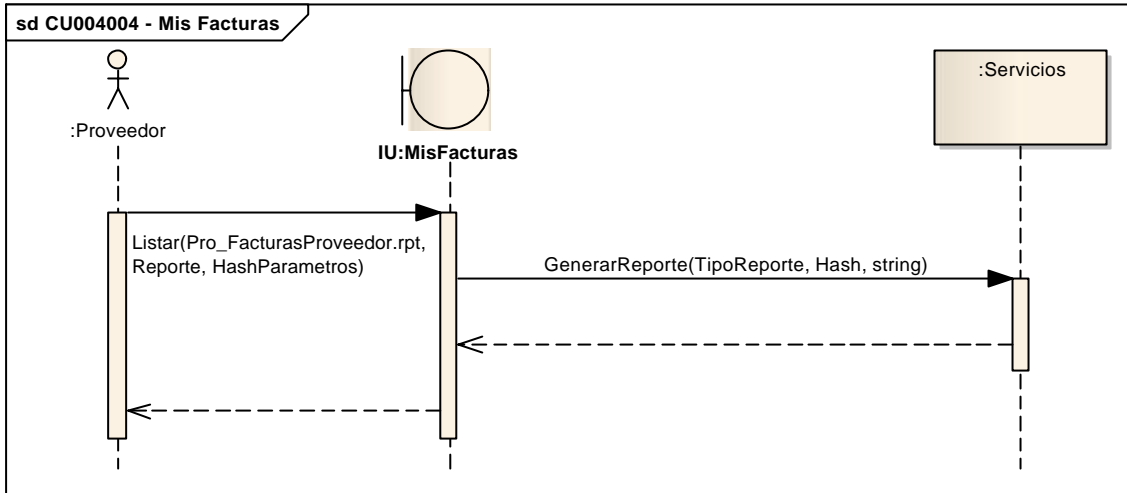
 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 311	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboá			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

**Diseño de la Factura**

														
Nº 0001- 00 000718														
<b>RESPONSABLE MONOTRIBUTO</b>		Fecha <span style="display: inline-block; width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; border-radius: 50%;"></span> <span style="display: inline-block; width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; border-radius: 50%;"></span> <span style="display: inline-block; width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; border-radius: 50%;"></span>												
Sr.(es).....			FACTURA											
Domicilio:.....														
<table border="0" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td rowspan="2" style="font-weight: bold; font-size: 1.2em; vertical-align: middle;">IVA</td> <td>No Resp. <input type="checkbox"/></td> <td>Exento <input type="checkbox"/></td> <td>Cons. Final <input type="checkbox"/></td> <td>Resp. Monotrib. <input type="checkbox"/></td> <td>CUIT .....</td> </tr> <tr> <td>Responsable inscripto <input type="checkbox"/></td> <td>Responsable No inscripto <input type="checkbox"/></td> <td colspan="3"></td> </tr> </table>				IVA	No Resp. <input type="checkbox"/>	Exento <input type="checkbox"/>	Cons. Final <input type="checkbox"/>	Resp. Monotrib. <input type="checkbox"/>	CUIT .....	Responsable inscripto <input type="checkbox"/>	Responsable No inscripto <input type="checkbox"/>			
IVA	No Resp. <input type="checkbox"/>	Exento <input type="checkbox"/>	Cons. Final <input type="checkbox"/>		Resp. Monotrib. <input type="checkbox"/>	CUIT .....								
	Responsable inscripto <input type="checkbox"/>	Responsable No inscripto <input type="checkbox"/>												
<table border="0" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="font-weight: bold; font-size: 0.8em;">CONDICIONES DE VENTA</td> <td>Contado <input type="checkbox"/></td> <td>Cuenta Corriente <input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table>				CONDICIONES DE VENTA	Contado <input type="checkbox"/>	Cuenta Corriente <input type="checkbox"/>								
CONDICIONES DE VENTA	Contado <input type="checkbox"/>	Cuenta Corriente <input type="checkbox"/>												
TARJETA:.....		Nº CUPON:.....	Nº CUOTAS.....											
Cant.	DETALLE	P. Unit.	TOTALES											
TOTAL \$														
 <b>Artes Gráficas Noal</b> de Manuel Chamuel - Tel. (0388) 4259099 Juan H. Justo 25 - CUIT 20-24324780-0 (R. M. Prov. A251S/01)		USO DIDÁCTICO	Fecha de Imp: ENERO/2008 N° 0000551 al 0000800 Orig. Blanco Dup. Color											

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 312	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

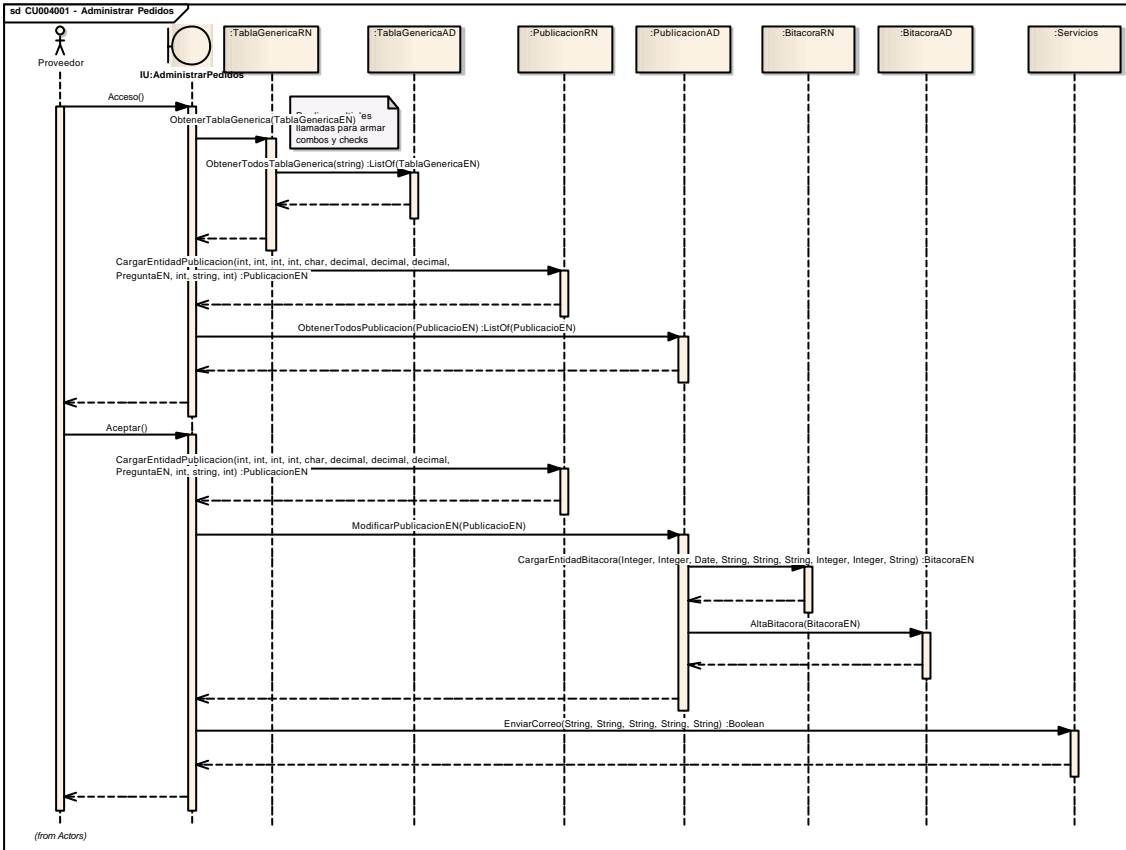
## Diagrama de Secuencia






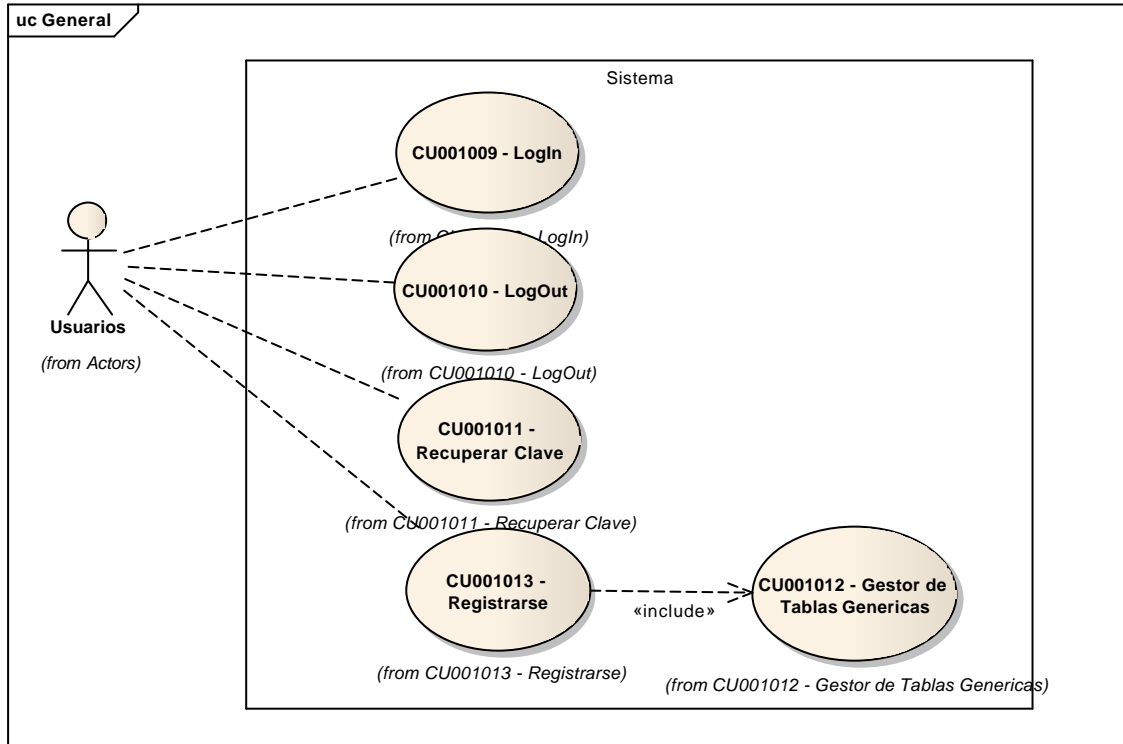



### Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 314	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 11.1.13 Diagrama de Caso de Uso: Generales



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 315	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 11.1.14 Casos de Uso Generales

#### CU – 001 - 009 – Log In

#### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

#### Descripción del Caso de Uso

Permite el ingreso al usuario dentro del sistema.

#### Pre Condición

#### Post Condición

#### Actores Primarios

Cliente, Operador, Administrador, Proveedor

#### Actores Secundarios


Sistema

#### Disparador

Ingreso al sistema.

#### Escenarios Principal de Éxito

1. El usuario deberá ingresar nombre y clave y presionará "Ingresar"
2. El sistema verificará los datos ingresados, caso contrario CA01
3. El sistema encriptará la clave.
4. El sistema registra en la bitácora.
5. El sistema cargará la información de las familias y patentes del usuario.
6. El sistema verificará los permisos y perfil de usuario para armar el GUI, según el tipo de usuario
7. El usuario entra al sistema.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 316	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema mostrará el mensaje, usuario y clave incorrectas, en caso de ser la tercera vez VER CA2

### Camino Alternativo 2

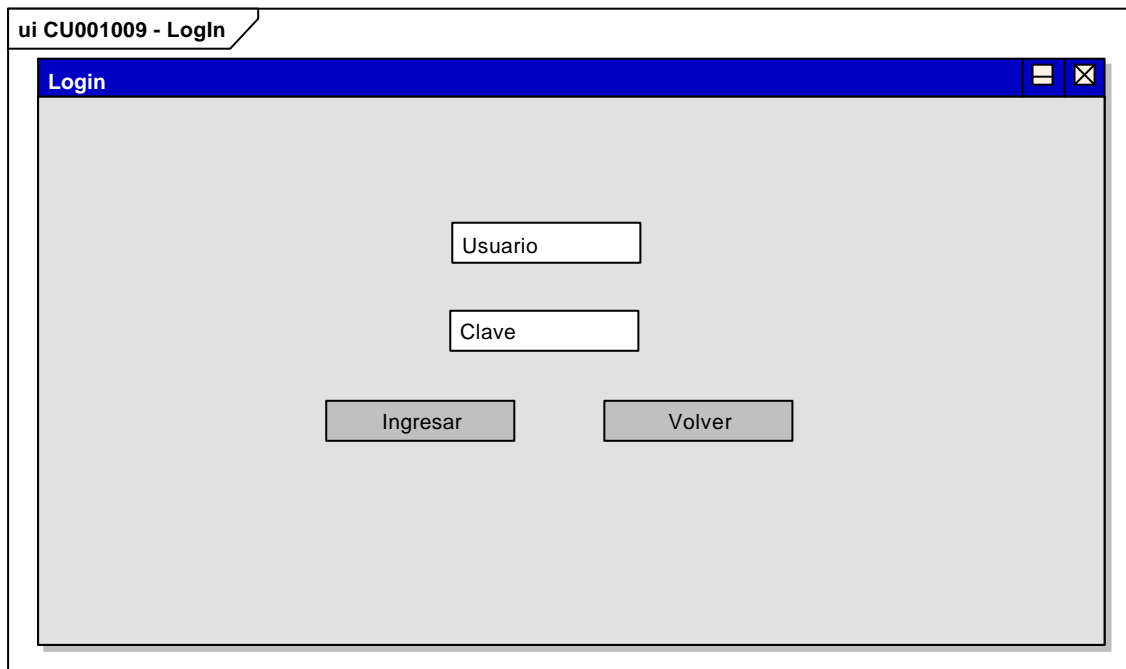
1. El sistema bloqueará el usuario y enviará un correo al mismo, indicándole la situación.

## Referencias

## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos. Al login se accederá desde la Home Principal o en caso de que se haya hecho una búsqueda y el usuario no esté logueado.

## Diseño de Interfaz



ui CU001009 - Login

Login

Usuario

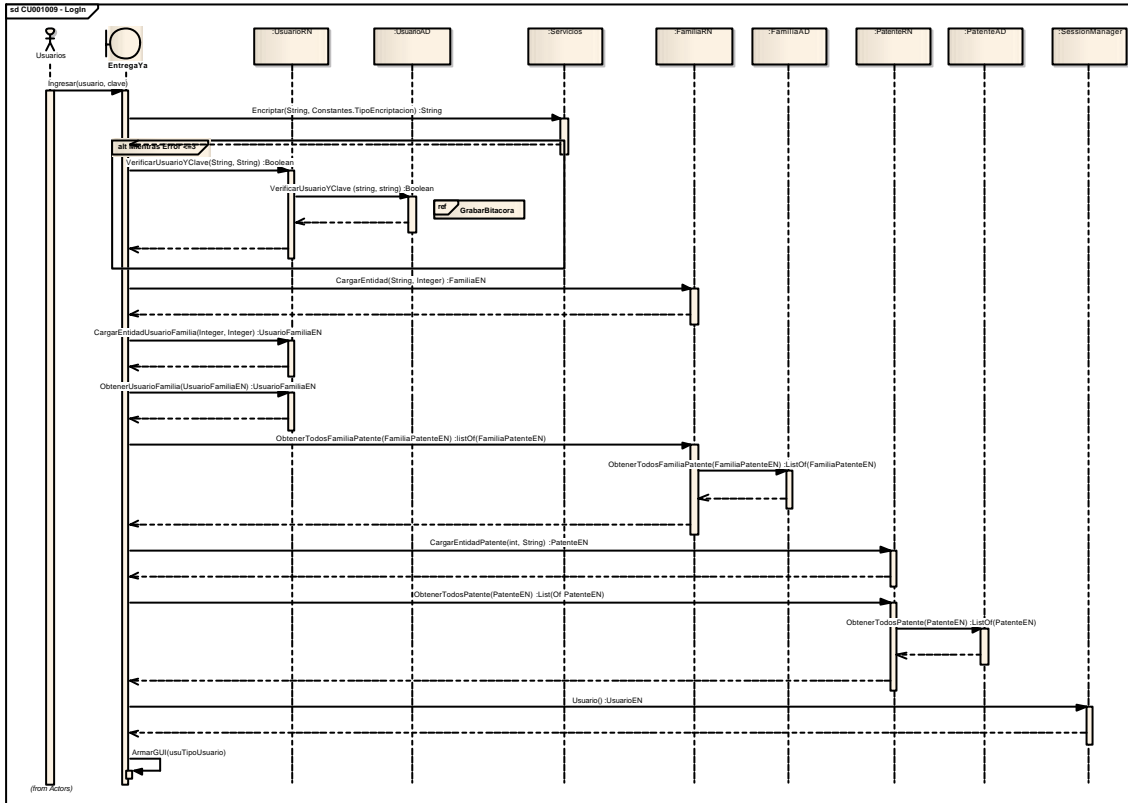
Clave


Ingresar

Volver



## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 318	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 001 - 010 – Log Out

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Cualquier usuario en el sistema desea cerrar la sesión.

### Pre Condición

Estar logueado en el sistema

### Post Condición

### Actores Primarios

Cliente, Operador, Administrador, Proveedor

### Actores Secundarios

Sistema

### Disparador

Salir.


### Escenarios Principal de Éxito

1. El usuario deberá presionar "Salir"
2. El sistema cerrará la sesión del usuario liberando la información en sesión y redirigirá a la home general

### Caminos Alternativos

### Referencias

### Requisitos Especiales

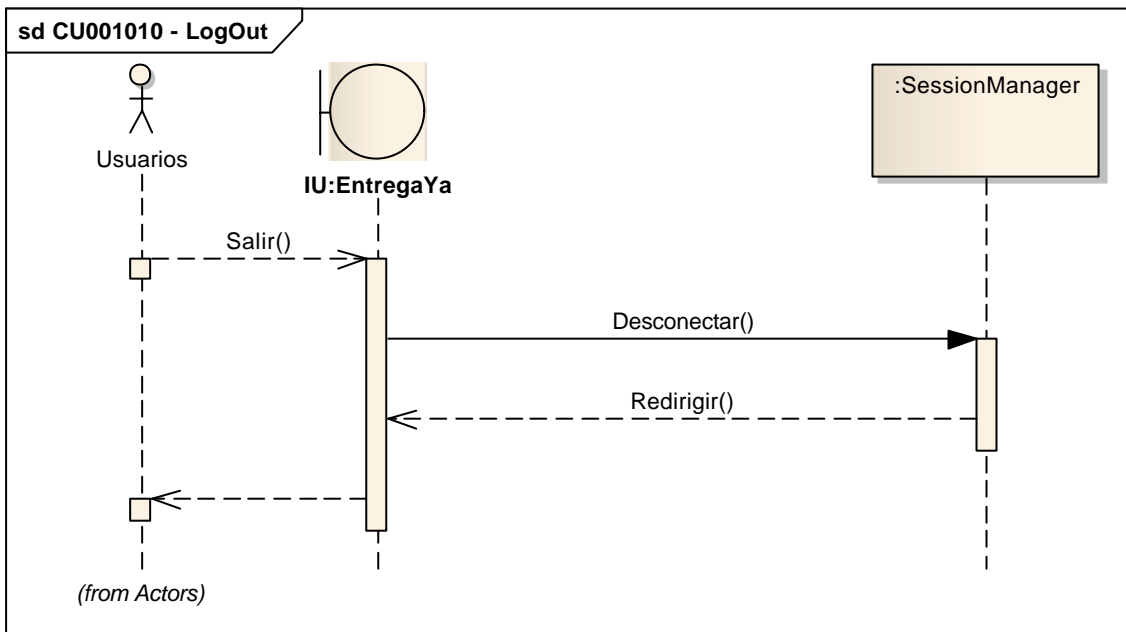
	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 319	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.  
 Disponible en la Home de los usuarios

## Diseño de Interfaz

Disponible en la Home de los usuarios

## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 320	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 001 - 011 – Recuperar Clave

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite a los usuarios que olvidaron o bien fueron bloqueados poder recuperar su clave

### Pre Condición

Estar logueado en el sistema para cambiar la clave, no para recuperar

### Post Condición

### Actores Primarios

Cliente, Operador, Administrador, Proveedor

### Actores Secundarios

Sistema


### Disparador

Home General Recuperar/Cambiar Clave

### Escenarios Principal de Éxito

1. Deberá ingresar su dirección de correo dada de alta en el sistema, luego presionar "Recuperar"
  - a. El sistema desbloquea el usuario
2. En caso de querer cambiarla deberá ingresar la clave y confirmarla, luego presionar "Cambiar"
  - a. El sistema validará que el usuario este logueado para realizar esta acción. Sino Ver CA2
  - b. El sistema validará que ambas claves sean iguales. Sino ver CA 1
  - c. El sistema guarda los cambios en la base de datos.
3. El sistema enviará la clave al usuario por correo.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 321	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. “Las claves son diferentes, vuelva a ingresarlas”. Cancela el flujo

### Camino Alternativo 2

1. “Debe estar logueado en el sistema para realizar esta acción”. Cancela el flujo

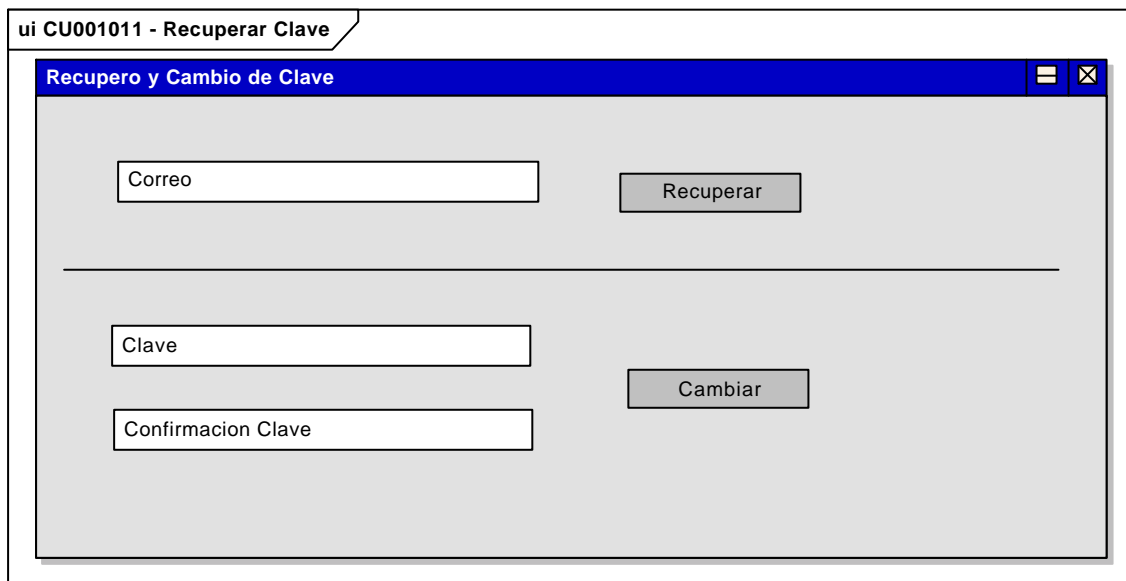
## Referencias

CU001009 - LogIn

## Requisitos Especiales

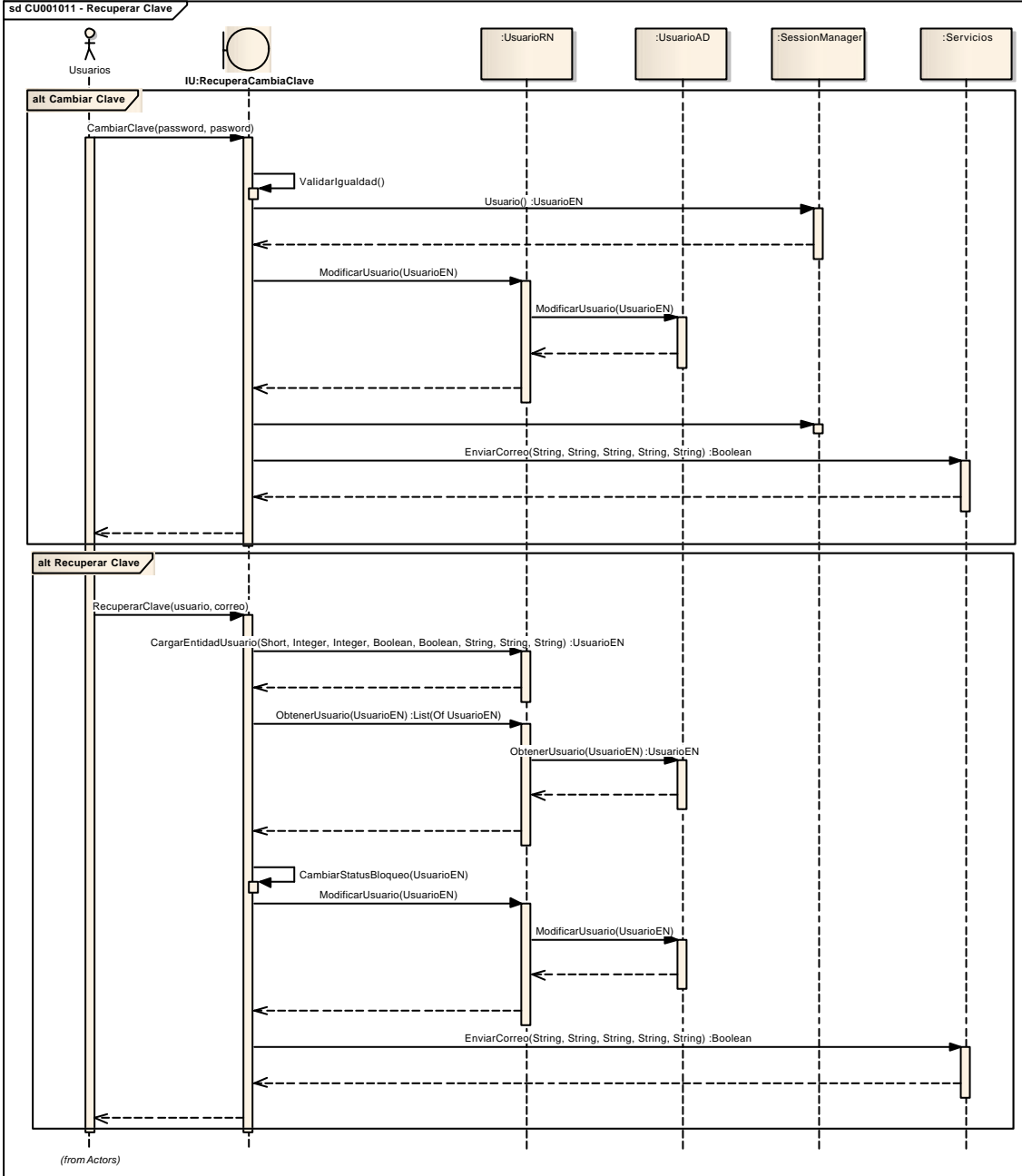
El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.


## Diseño de Interfaz



The screenshot shows a web browser window titled "ui CU001011 - Recuperar Clave". The main content area has a blue header "Recupero y Cambio de Clave". Below the header, there are two sections separated by a horizontal line. The first section contains a text input field labeled "Correo" and a button labeled "Recuperar". The second section contains two text input fields, one labeled "Clave" and one labeled "Confirmacion Clave", and a button labeled "Cambiar".

## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 323	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 001 - 013 – Registrarse

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Permite el ingreso al usuario dentro del sistema.

### Pre Condición

### Post Condición

### Actores Primarios

Tercero

### Actores Secundarios


Sistema

### Disparador

Home General

### Escenarios Principal de Éxito

1. El usuario deberá ingresar:
  - a. Nombre de usuario
  - b. Clave
  - c. Tipo de Usuario
  - d. Correo electrónico
2. El sistema verificará los datos ingresados, caso contrario CA01
3. El sistema encriptará la clave.
4. El sistema envía un correo al usuario con su nombre de usuario y claves registrados.
5. El sistema dará del alta el usuario y asociará al mismo a una familia por defecto según el tipo de usuario
6. El usuario entra al sistema según el perfil a:
  - a. Clientes: CU002001 – Gestor de Cliente-Empresa
  - b. Proveedor: CU001001 – Gestor de Operadores

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 324	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema verificará que todos los datos estén completos sino mostrará error campo XXX incompleto.
  - a. La clave deberá contener un carácter especial, ser de un mínimo de 5 y un máximo de 8 caracteres, mezclando números y letras, sino mostrará el mensaje clave demasiado corta.
  - b. El correo se validará el formato

### Camino Alternativo 2

1. El sistema bloqueará el usuario y enviará un correo al mismo, indicándole la situación.


## Referencias

1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, Tipos de Usuario y familia por defecto
2. CU001009 - LogIn

## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

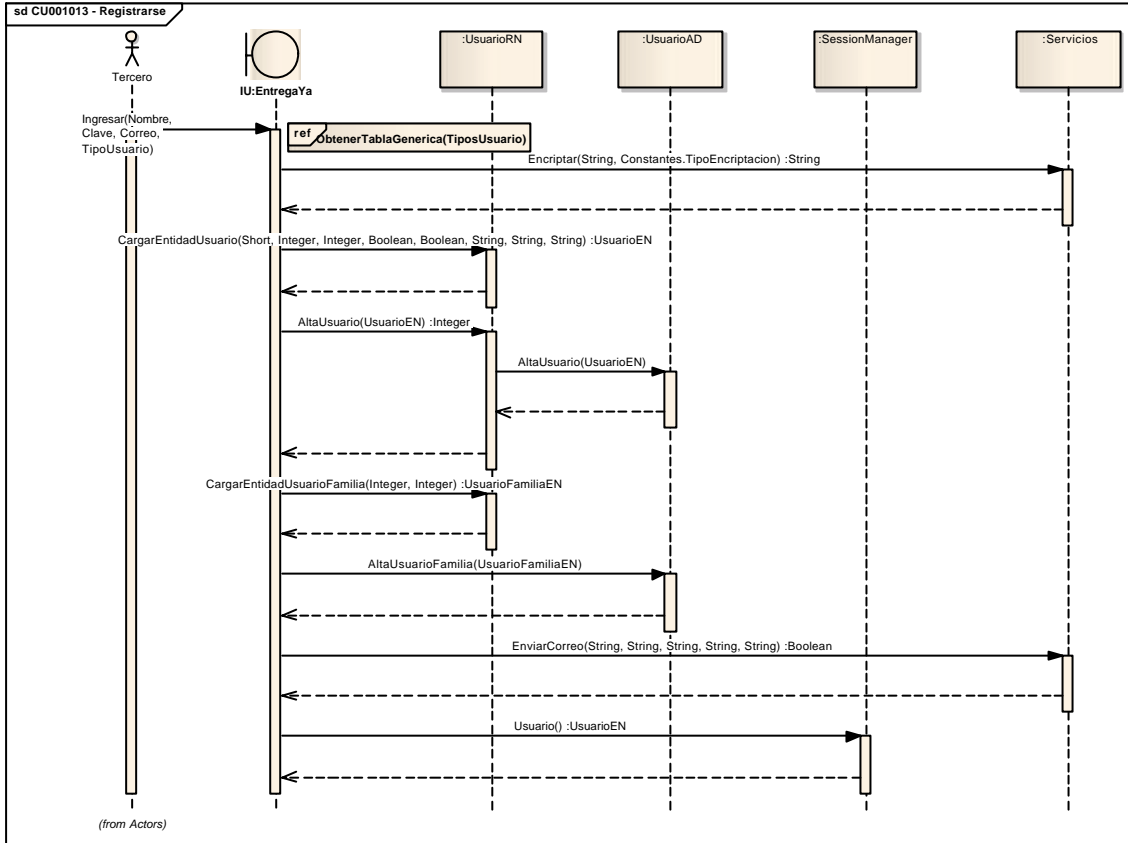
## Diseño de Interfaz

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 325	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

ui CU001013 - Registrarse

**Registrarse**
☰ ☒

## Diagrama de Secuencia

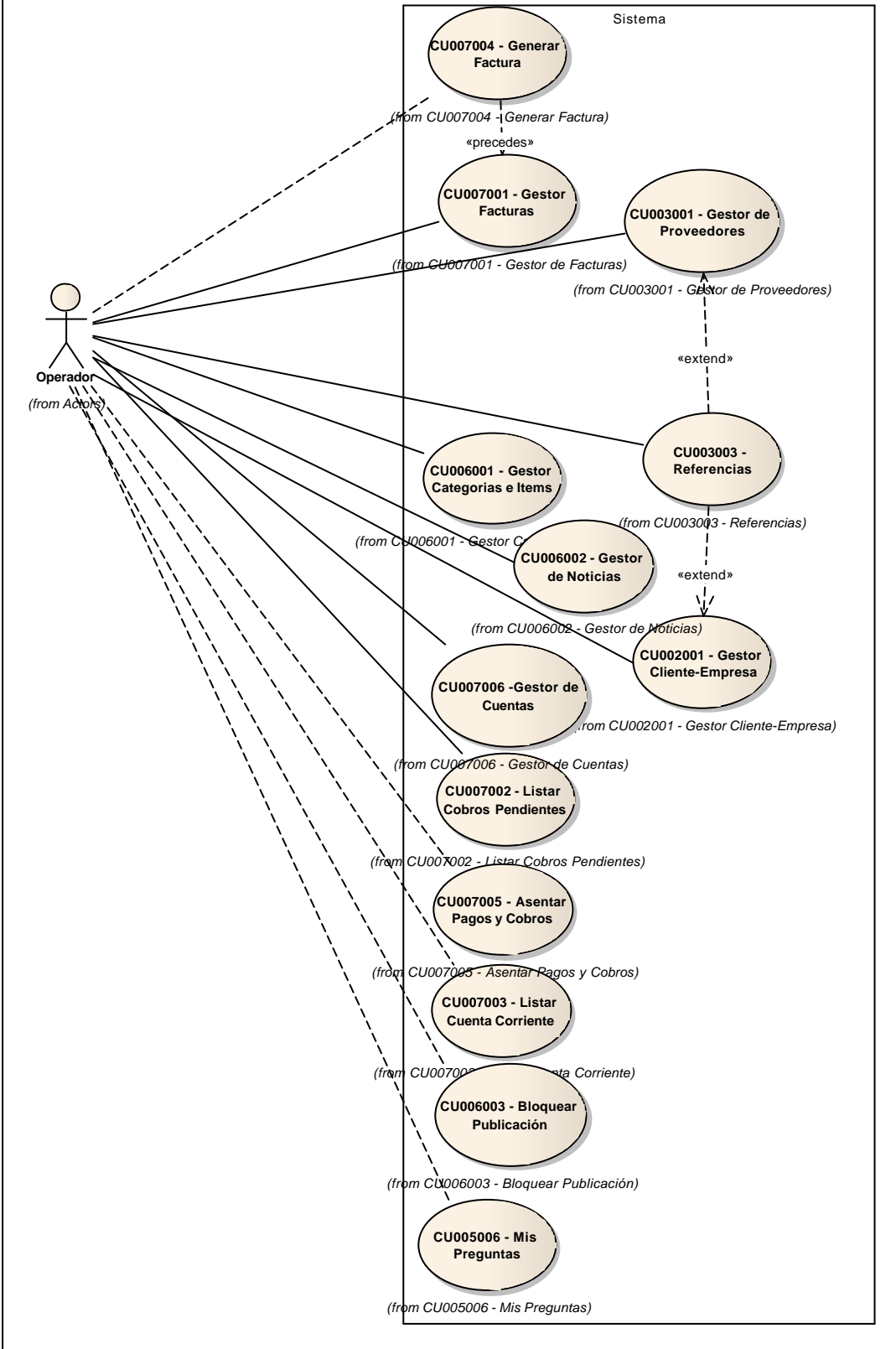



### 11.1.13 Diagrama de Caso de Uso: Operador



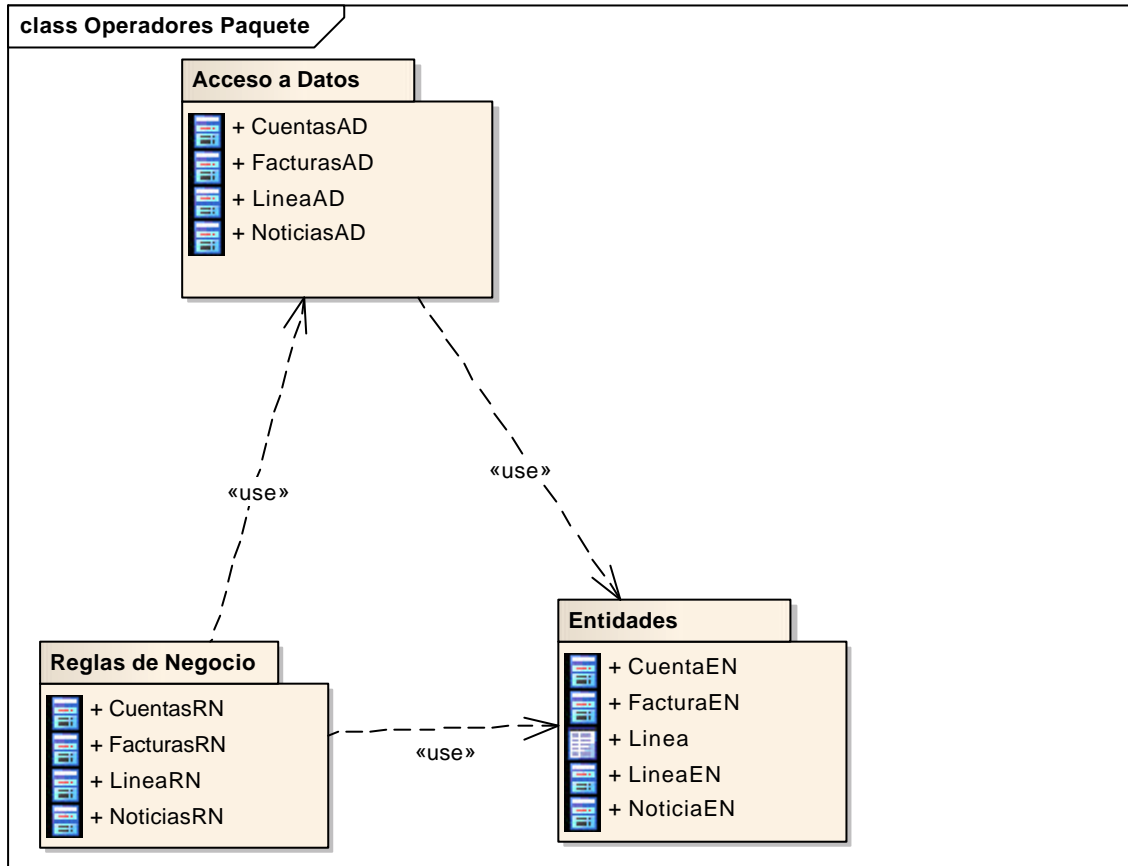
UNIVERSIDAD ABIERTA  
INTERAMERICANA

uc Operador




	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 328	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

### 11.1.14 Diagrama de Paquetes de Clases por Capa





 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 329	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 11.1.15 Casos de Uso Operador

#### CU – 006 - 001 – Gestor Categorías e Ítems

##### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	26/06/2011

##### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite gestionar categorías de ítems y su relación para crear arboles ítems. El cliente utilizará estas relaciones para identificar el producto que será enviando. El proveedor para ver que producto debe enviar.

##### Pre Condición

El logueado como Operador

##### Post Condición

##### Actores Primarios

Operador

##### Actores Secundarios

Cliente, Proveedor

##### Disparador


Home del Operador, Categorías e Ítems

##### Escenarios Principal de Éxito

###### Listado

El sistema mostrará un listado de categorías e ítems relacionados a cada categoría. (EJ: Electronica→ MP3→ 16GB). Al hacer click en un categoría arma dinámicamente los elementos relacionados en forma de listboxes. Este listado es utilizado en **CU005005 - Publicar Pedido**

Alta

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 330	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


1. El sistema le dejará al operador completar los campos correspondientes a:
  - a. Descripción del campo
  - b. Combo Hijo De: Un combo que contendrá una lista completa de ítems, con la opción Ninguno, este ultimo hace indica que es un nodo raíz
2. El usuario administrador presionará el botón “Alta”
3. El sistema validará la descripción ingresada este completa sino VER CA1
4. El sistema guardará la información obtenida en la base de datos.

#### **Modificación**

1. El administrador seleccionará un registro de un listbox
2. El administrador podrá actualizar solo la descripción.
3. El sistema validará la descripción ingresada este completa sino VER CA1
4. El administrador presionará el botón “Modificar”.
5. El sistema guardará la información en la base de datos

#### **Baja**

1. El administrador seleccionará un registro de un listbox
2. El administrador presionará el botón “Baja”.
3. El sistema consultará al usuario si está seguro de continuar la operación, por afirmativo continua, sino VER CA2
4. El sistema eliminará la categoría.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 331	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
Proyecto: EntregaYa!			Turno:	Mañana

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.

### Camino Alternativo 2

1. No sucede nada, se cancela la acción .

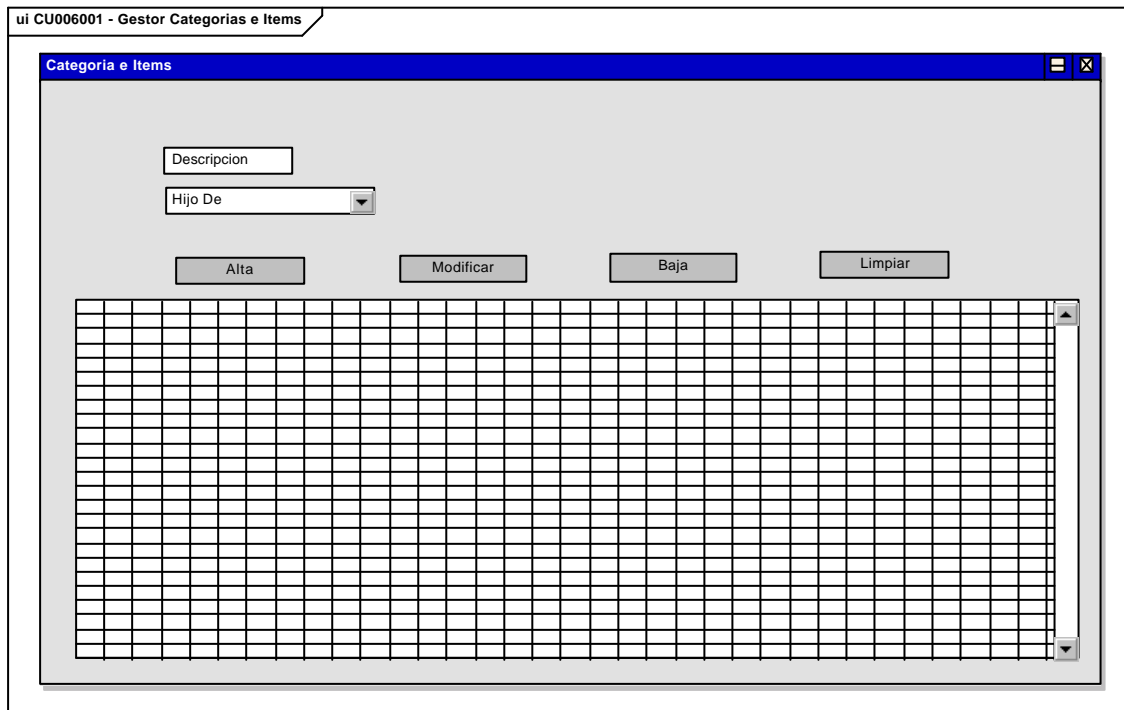
## Referencias

1. CU005005 - Publicar Pedido

## Requisitos Especiales

El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

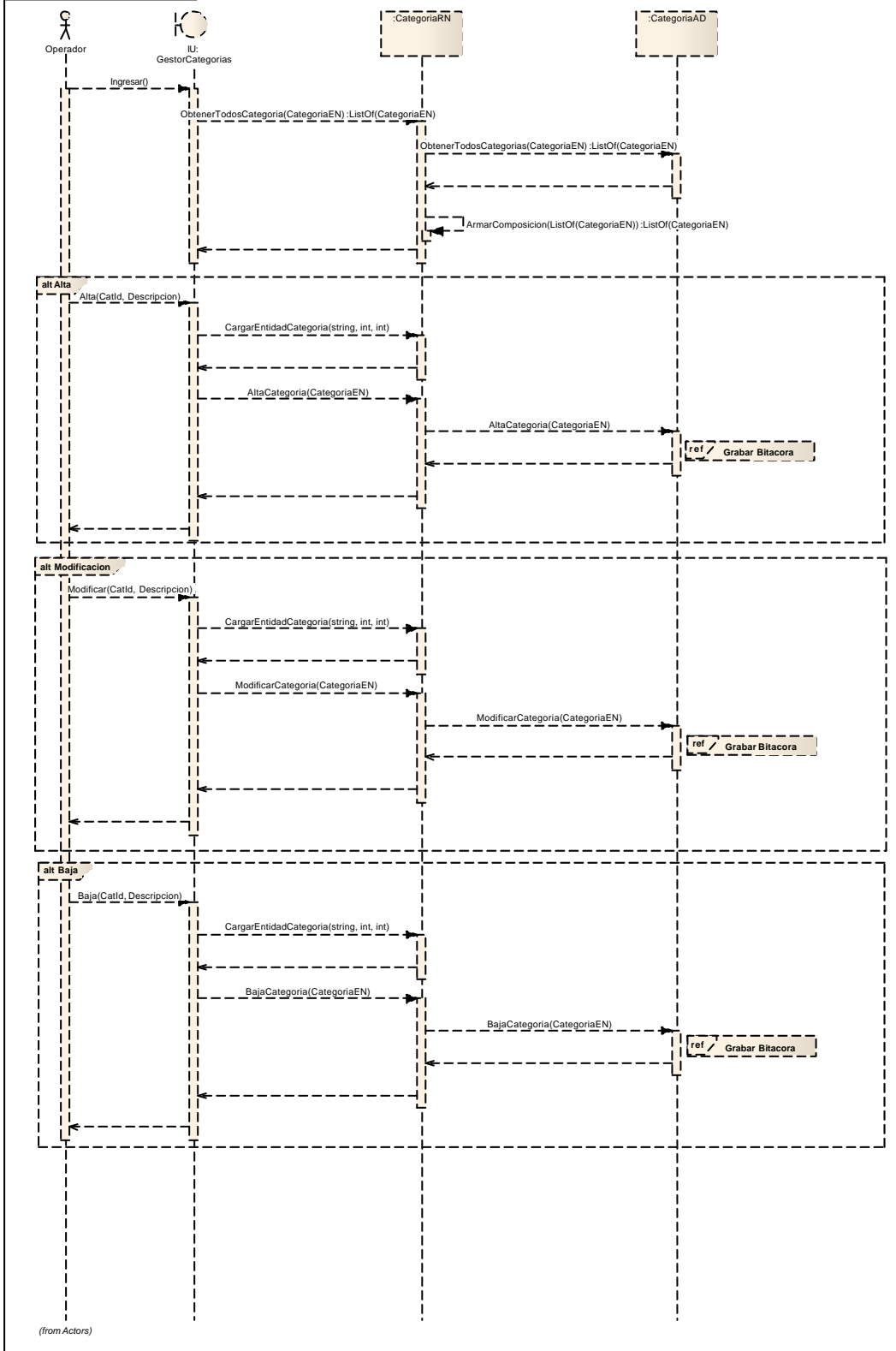
## Diseño de Interfaz




## Diagrama de Secuencia



sd CU006001 - Gestor Categorías e Items



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 333	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 006 - 002 – Gestor de Noticias

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	26/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite la carga de una noticia que aparecerá en la home general del sistema.

### Pre Condición

El usuario debe estar logueado como Operador

### Post Condición

Se publicará las últimas 3 noticias en la home del sistema

### Actores Primarios

Operador

### Actores Secundarios

Sistema.

### Disparador


Desde el Home del Operados. Noticias

### Escenarios Principal de Éxito

El sistema desplegará una lista con todas las noticias publicadas ordenadas por fecha ascendente.

### Alta

1. El usuario podrá ingresar la dirección del feed RSS, donde tomar la noticia en formato ATOM y presionará "Obtener"
2. El sistema obtendrá la noticia en caso de no poder hacerlo VER CA1
3. El usuario presionará "Publicar"
4. El sistema guardará la noticia, descargará imagen del sitio web correspondiente.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 334	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Baja

1. El usuario seleccionará una noticia del grilla.
2. El usuario presionará "Eliminar"
3. El sistema advertirá si está seguro el usuario, en caso afirmativo continuar, caso contrario VER CA2
4. El sistema eliminará la noticia.

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema no puede obtener la noticia, pruebe con otra.

### Camino Alternativo 1

1. Se cancela la eliminación.

## Referencias

## Requisitos Especiales

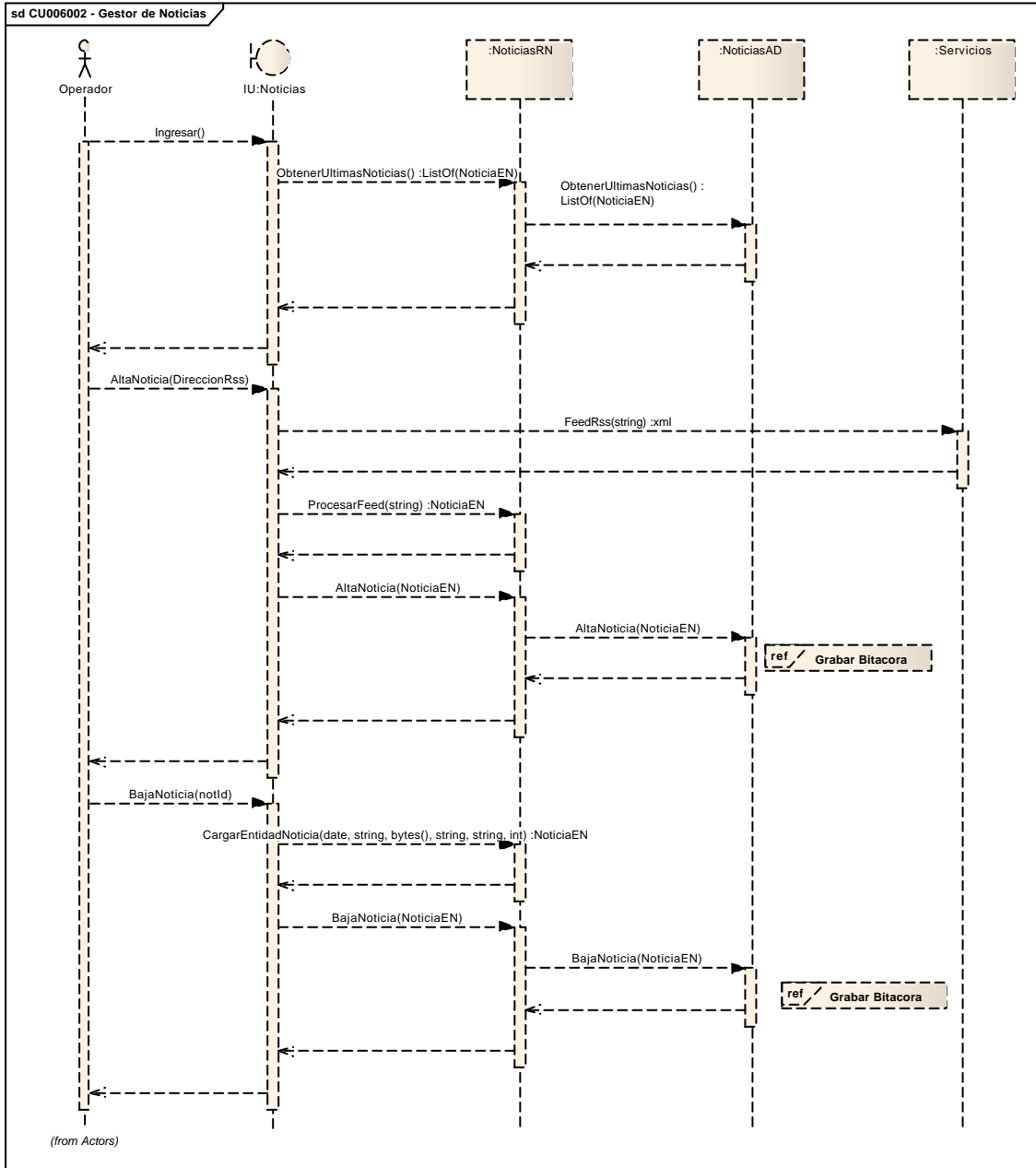
Esta información se publica en la Home

## Diseño de Interfaz






### Diagrama de Secuencia





 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 337	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
Turno:			Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 006 - 003 – Bloquear Publicación

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	26/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite bloquear publicaciones realizadas por los clientes que puedan ser dañinas para el negocio.

### Pre Condición

El logueado como Operador

### Post Condición

### Actores Primarios

Operador

### Actores Secundarios

Cliente

### Disparador

Home del Operador, Bloquear Publicación


### Escenarios Principal de Éxito

#### Listado

El sistema mostrará un listado de publicaciones que estén en estado "A". El sistema brindará filtros por Cliente y Fecha de publicación.

1. El usuario seleccionará algún filtro.
2. Presionará "Filtrar"
3. El sistema mostrará la información en un grilla.

#### Bloqueo

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 338	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

1. El usuario deberá seleccionar un registro de la grilla.
2. El usuario presionará el botón "Bloquear/Desbloquear"
3. El sistema marcará la publicación seleccionada con estado "B"
4. En caso de presionar nuevamente Ver CA1

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema pondrá la publicación en estado "P".

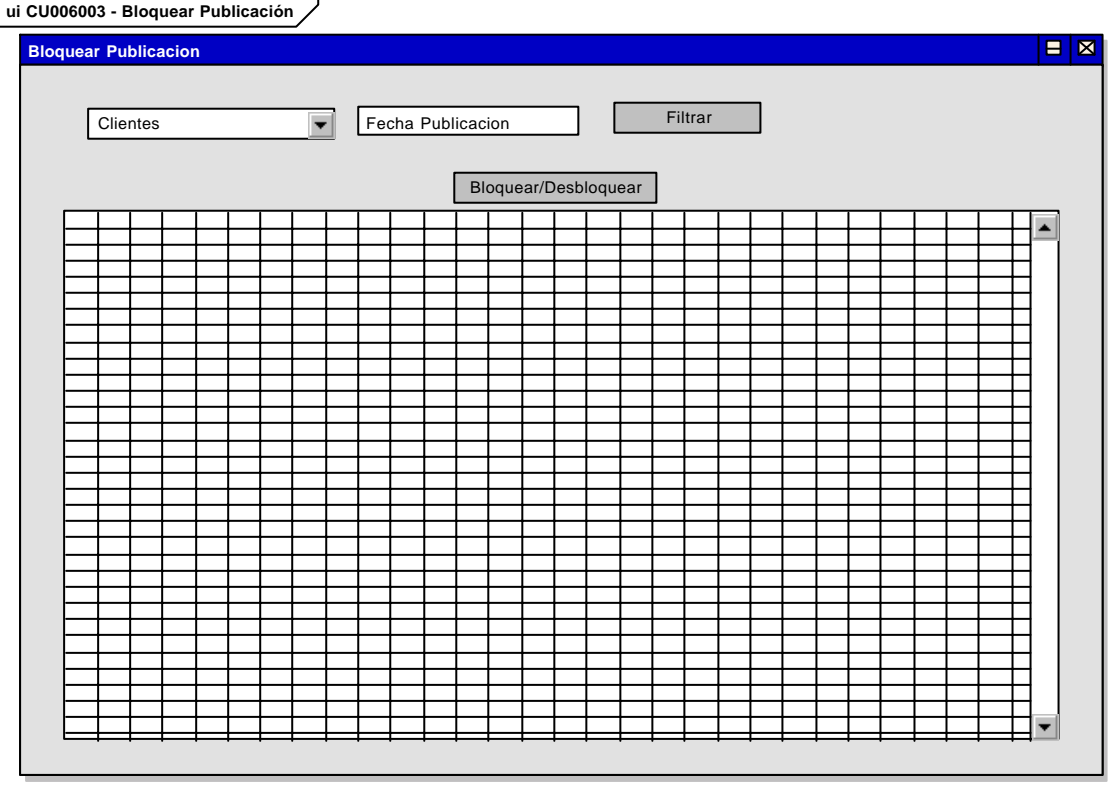
## Referencias

1. CU005005 - Publicar Pedido

## Requisitos Especiales


El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

## Diseño de Interfaz

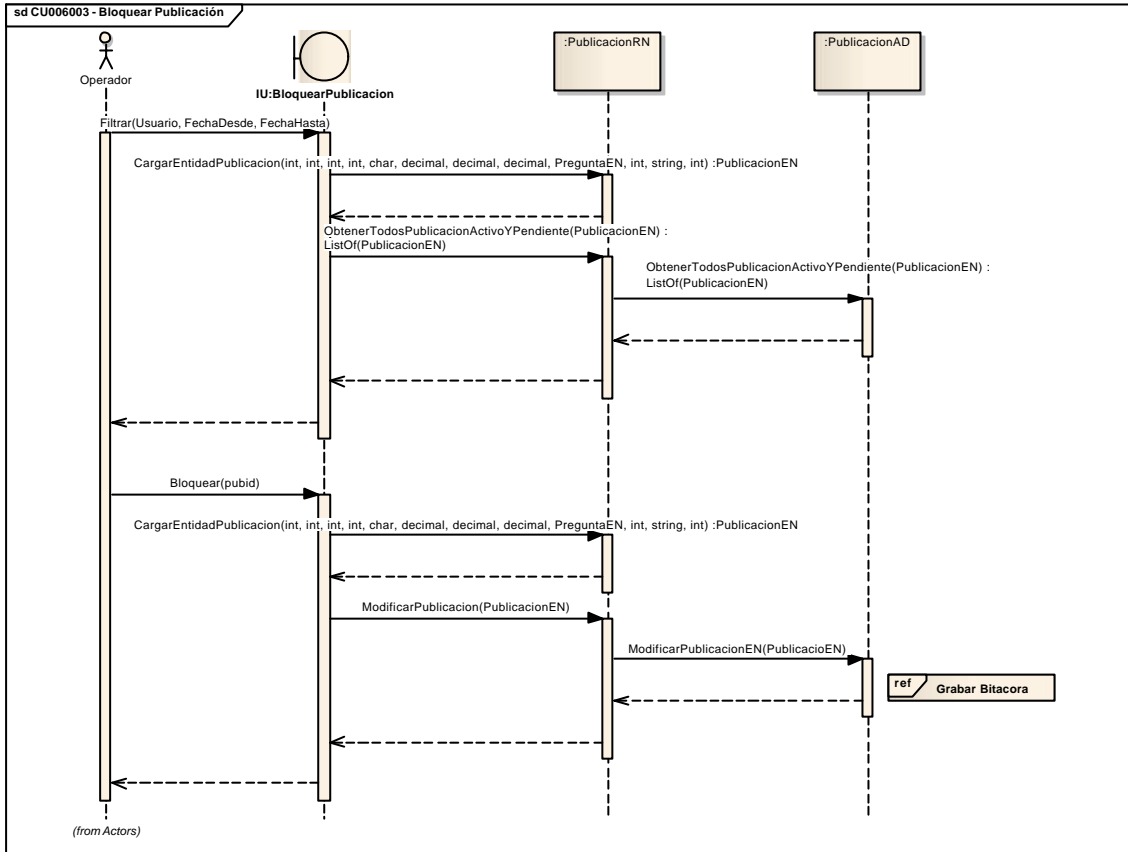



The screenshot shows a web application window titled "ui CU006003 - Bloquear Publicación". The window has a blue title bar with standard window controls. The main content area is light gray and contains the following elements:

- A dropdown menu labeled "Clientes" with a downward arrow.
- A text input field labeled "Fecha Publicacion".
- A button labeled "Filtrar".
- A button labeled "Bloquear/Desbloquear" centered below the input fields.
- A large grid with approximately 20 columns and 20 rows, intended for displaying a list of publications.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 339	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
Turno:			Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 340	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 007 – 001 – Gestor de Facturas

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	26/06/2011
1.1	Cósimo, Pablo J.	Revisión	02/07/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite la gestión de documentos, principalmente facturas en el sistema, las mismas pudieron haberse generado automáticamente o bien desde aquí de manera manual.

El sistema permitirá la carga tanto de facturas, como notas de crédito, y notas de debito que será identificado por el tipo de comprobante que dejará seleccionar.

La carga del documento, tendrá incluido el asiento de las líneas que componen al mismo, para poder luego realizar la cancelación de las mismas a través de CU007005 - Asentar Pagos y Cobros. Es muy importante distinguir entre tipos de documentos físicos, aquellos que son propios como ser las facturas que se le generan a los proveedores y aquellos que son de terceros como ser una factura de luz, que nos emite EDESUR.

Por último, las facturas generadas deberán ser enviadas a la AFIP, por ello el operador, a través del WS disponible para esa finalidad, enviará los documentos en tiempo y forma.

### Pre Condición

El usuario deberá logueado Operador

### Post Condición

### Actores Primarios

Operador


### Actores Secundarios

Sistema.

### Disparador

Desde el Home del Operador. Gestor de Facturas

### Escenarios Principal de Éxito

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 341	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Listado

El sistema presentará un listado de documentos ordenadas por fecha de emisión en dos partes: -


- Una grilla que poseerá la cabecera del documento de la tabla de facturas. (grilla superior)
  - Otra grilla que poseerá las líneas de detalle. (grilla inferior)
1. La interacción se llevará a cabo de que el usuario seleccione un registro del documento, y sistema cargue el detalle en la grilla inferior.

## Filtros

1. El sistema presentará los siguientes filtros:
  - a. Rango de Fechas de emisión del documento
  - b. Tipo de Documento Físico: Propio o Tercero
  - c. Número de Factura
  - d. Código de Subcuenta (recordemos que el código de Subcuenta, para el caso de ser un proveedor es el id del proveedor)
2. El usuario presionará el botón "Filtrar"
3. El sistema devolverá la selección en la grilla superior.

## Alta

1. El sistema abrirá una ventana modal y permitirá cargar:
  - a. Tipo Documento Físico
  - b. Tipo: FC, NC, ND, RM
  - c. Cuenta/SubCuenta
    - i. Con esto el sistema traerá la alícuota de IVA correspondiente por defecto.
  - d. Debito/Credito: D/C
  - e. Importe Bruto
  - f. Importe Neto
  - g. Numero Documento
  - h. Fecha de Emisión
  - i. Fecha de Vencimiento
2. Un vez concluida la carga, el usuario presionará el botón "Guardar"
3. El sistema validará la completitud de los campos, sino VER CA1
4. El sistema habilitará en este momento la carga de los detalles de la línea:
  - a. Descripción de la línea
  - b. Alícuota IVA, si corresponde
  - c. Debito /Crédito
  - d. Importe Bruto
  - e. Importe Neto
  - f. Tipo Movimiento: Pago o Cobro
  - g. Concepto de Detalle: S-Servicio/P-Producto/I-IVA

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 342	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

5. El usuario deberá cargar la línea y luego:
  - a. En caso de querer agregar otra línea, presionar “Agregar”, Ver CA3
  - b. En caso de haber concluido, presionar “Terminar”, continuar con el flujo
  - c. En caso de querer modificar una línea ya ingresada, seleccionar de la grilla inferior la línea. Ver CA2
6. El sistema validará la completitud de los campos, sino VER CA1
7. El sistema agregará la línea en la grilla inferior.
8. El sistema validará que el importe bruto de la cabecera sea igual a la suma del importe bruto de las líneas. Ver CA4
9. El usuario presionará “Guardar Documento”.
10. El sistema guardará el documento en la tabla facturas y en la tabla de líneas, asignando el mismo número interno que obtendrá de las tablas genéricas, sumándole uno y actualizando la misma.
11. El sistema actualizará los saldos de la cuenta corriente, correspondientes al mes y año de emisión de la factura.

#### Modificación


1. El usuario seleccionará la factura y presionará el botón “Modificar”
2. El sistema abrirá una ventana modal:
3. El sistema precargará la información de los campos:
  - a. Tipo Documento Físico
  - b. Tipo: FC, NC, ND, RM
  - c. Cuenta/SubCuenta
    - i. Con esto el sistema traerá la alícuota de IVA correspondiente por defecto.
  - d. Debito/Credito: D/C
  - e. Importe Bruto
  - f. Importe Neto
  - g. Numero Documento
  - h. Fecha de Emisión
  - i. Fecha de Vencimiento
4. Se repiten los puntos 4 al 11 del **Alta**.

#### Baja

1. El usuario seleccionará el documento y presionará el botón “Modificar”
2. El sistema advertirá al usuario que esta acción no se podrá revertir
3. El usuario presionará Si, sino Ver CA5
4. El sistema procederá con la eliminación de la factura, las líneas y actualizará el saldo en la cuenta y subcuenta correspondiente.

#### Envío AFIP

1. El usuario seleccionará una factura propia de la grilla superior.
2. El usuario presionará el botón “Envío AFIP”
3. El sistema enviará la factura a la AFIP

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 343	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Al enviar la factura a AFIP, la misma AFIP devolverá el CAE y la fecha de Vencimiento del CAE, que deberá actualizarse en la factura

## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. El sistema mostrará el nombre del campo XXX, e indicará que debe ser completado y no dejará continuar.
- 2.

### Camino Alternativo 2

1. El sistema repetirá desde el flujo principal punto 4

### Camino Alternativo 3

1. El sistema cargará la línea
2. El usuario modificará la información
3. Volver al flujo principal punto 5

### Camino Alternativo 4

1. El sistema validará los importes brutos comparando la cabecera del documento con la suma de las líneas teniendo en cuenta si es Propio o Tercero.
  - a. En el caso de ser Propio, se sumarán aquellas líneas que tengan tipo de movimiento "C"
  - b. En caso de ser Tercero, se sumarán aquellas líneas que tengan tipo de movimiento "P"
2. En caso de no dar iguales el sistema mostrará un cartel que indicará que el documento no balancea y no continuará con el guardado, caso contrario, volver al flujo normal.

### Camino Alternativo 5

1. En caso de que el usuario conteste que No, el sistema cancelará la eliminación

## Referencias

CU007004 - Generar Factura

## Requisitos Especiales

## Diseño de Interfaz

ui CU007001 - Gestor Facturas

**Listado Facturas** [icon] [x]

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**ABM Facturas** [icon] [x]

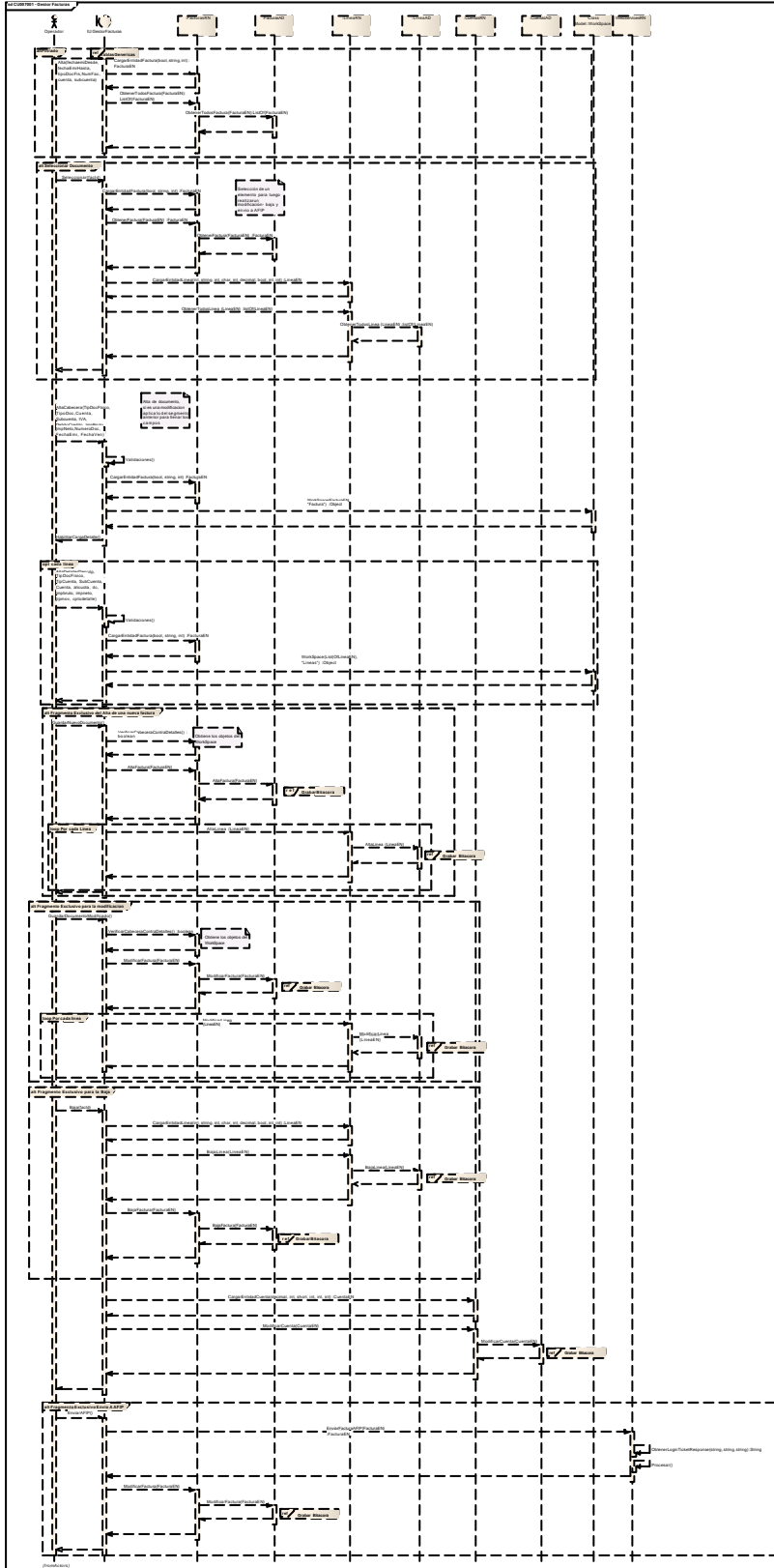
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--


**Diagrama de Secuencia**





UNIVERSIDAD ABIERTA  
INTERAMERICANA



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 346	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 007 – 002 – Listar Cobros Pendientes

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite ver los proveedores que tienen deuda con nuestra empresa

#### Pre Condición

El usuario deberá logueado Operador

#### Post Condición

#### Actores Primarios

Operador

#### Actores Secundarios

Sistema.


#### Disparador

Desde el Home del Operador. Cobros Pendientes

#### Escenarios Principal de Éxito

1. El sistema ofrecerá un combo para seleccionar Cuenta y Subcuenta
2. El usuario presionará listar
3. El sistema listará aquellos proveedores que en su cuenta corriente tengan saldo distinto de cero
  - a. Nombre del Proveedor
  - b. Mes de la Deuda
  - c. Año de la deuda
  - d. Importe adeudado
  - e. Importe Acumulado

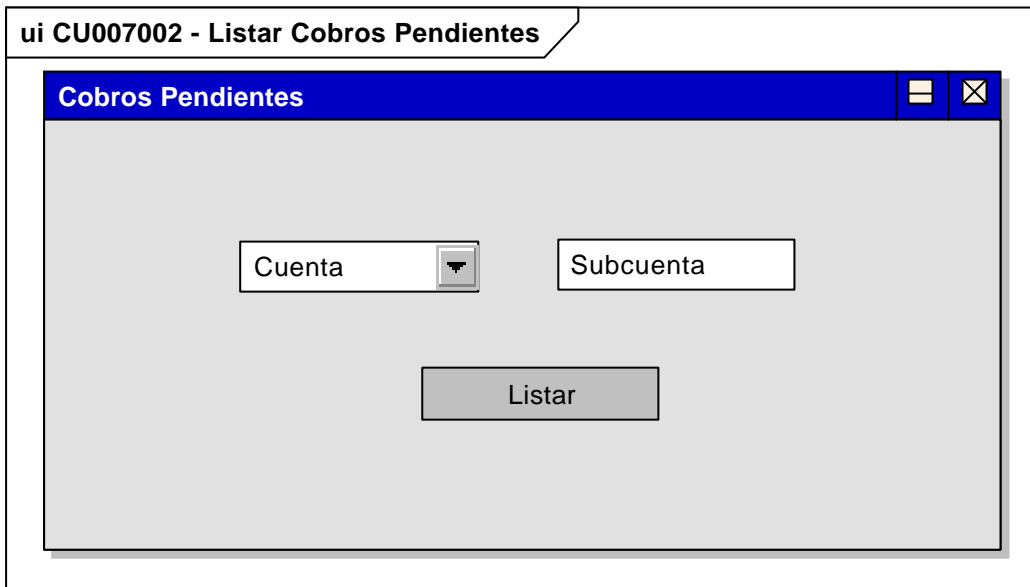
#### Caminos Alternativos

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 347	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

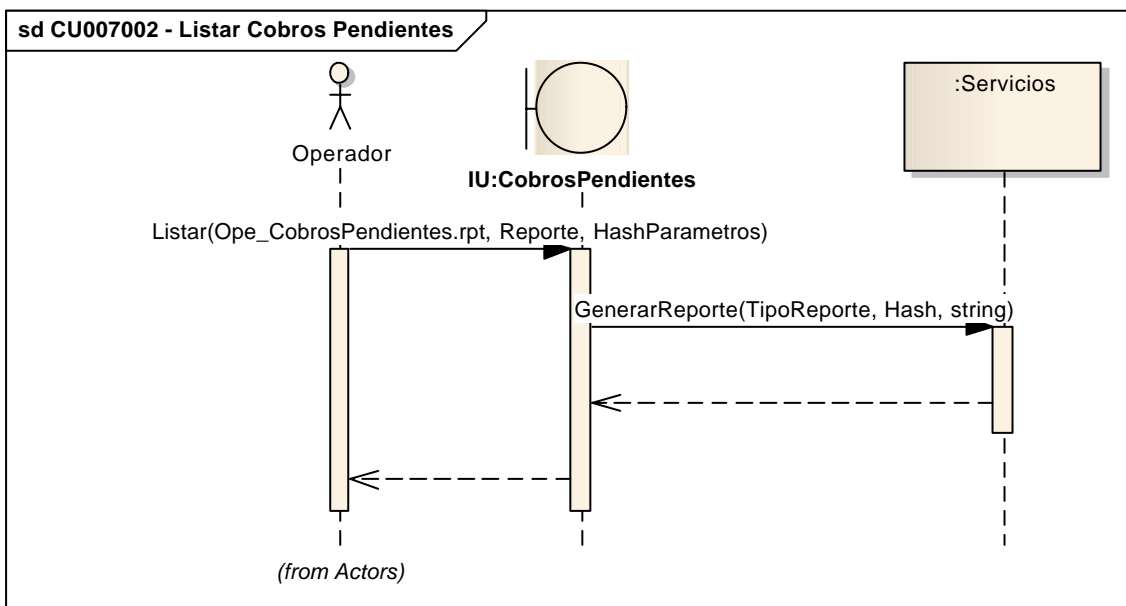
## Referencias


## Requisitos Especiales

## Diseño de Interfaz



## Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 348	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 007 – 003– Listar Cuenta Corriente

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	25/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite ver la cuenta corriente de los proveedores en el año

### Pre Condición

El usuario deberá logueado Operador

### Post Condición

### Actores Primarios

Operador

### Actores Secundarios


Sistema.

### Disparador

Desde el Home del Operador. Cuentas Corrientes

### Escenarios Principal de Éxito

1. El sistema ofrecerá un combo para seleccionar Cuenta y Subcuenta
2. El usuario presionará listar
3. El sistema listará detallando los movimientos.
  - a. Número de cuenta
  - b. Subcuenta
  - c. Saldo Mes
  - d. Año
  - e. Importe Acumulado

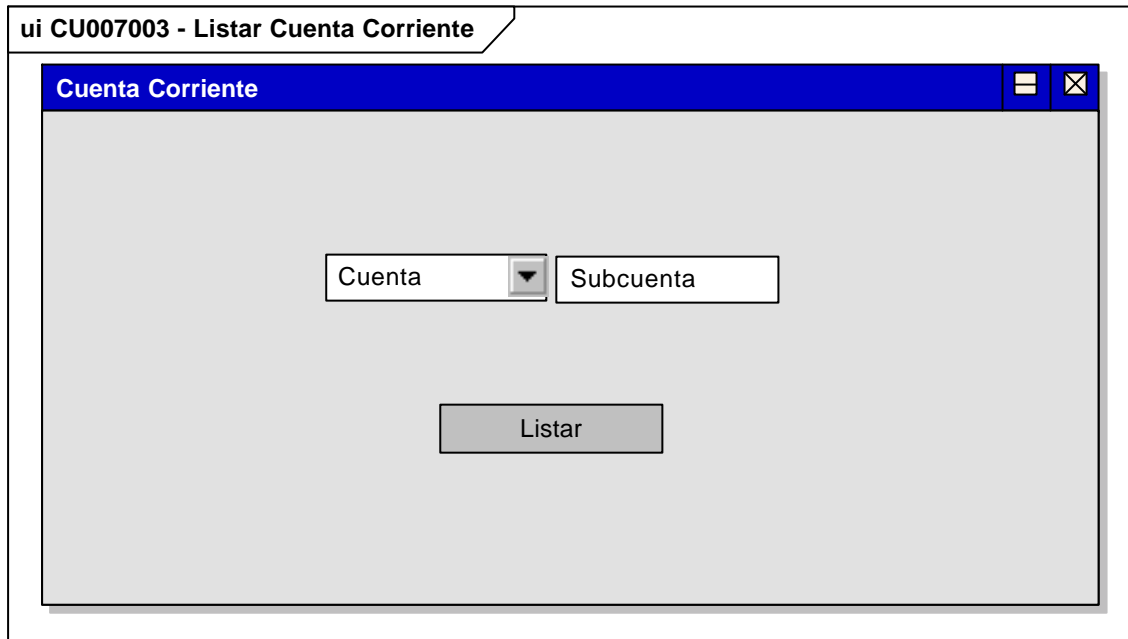
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 349	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


## Caminos Alternativos

## Referencias

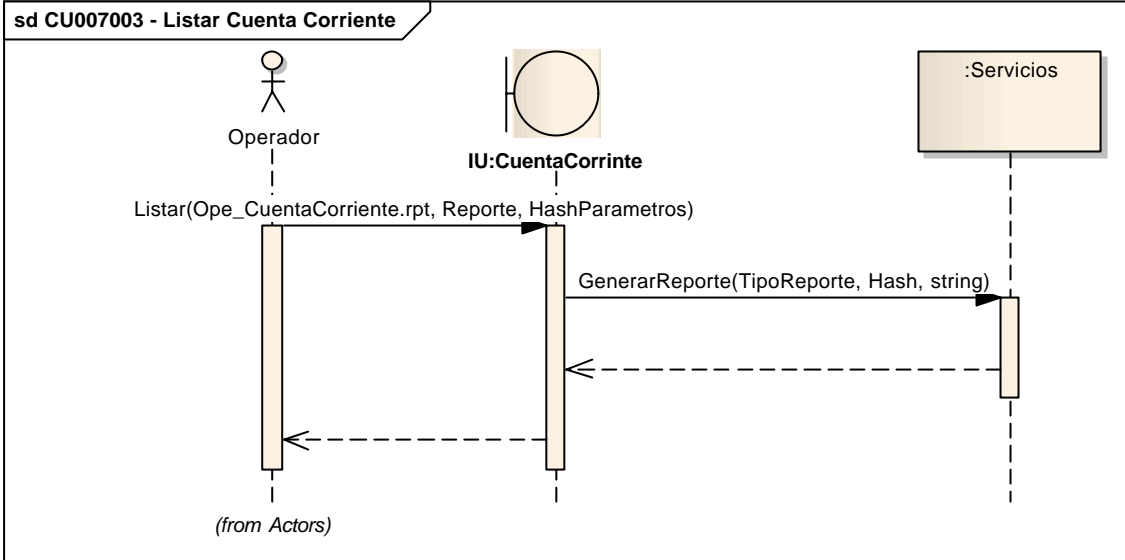
## Requisitos Especiales


## Diseño de Interfaz



 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 350	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### Diagrama de Secuencia



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 351	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 007 – 004 – Generar Facturas

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	26/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite la generación automática de facturas para realizar los cobros mensuales a las empresas de mensajería.

### Pre Condición

El usuario deberá logueado Operador

### Post Condición

### Actores Primarios

Operador

### Actores Secundarios


Sistema.

### Disparador

Desde el Home del Operador. Generación de facturación mensual.

### Escenarios Principal de Éxito

1. El usuario presionará "Generar"
2. El sistema procederá con la generación de las facturas del mes y año actual de la siguiente manera:
  - a. Consultará las publicaciones del mes y año en estado "F" y que no tengan la fecha de facturación. , de allí tomará el id de proveedor, y el costo del envío
  - b. Buscar el nombre del cliente que recibió el servicio del proveedor.
  - c. Buscará el proveedor en las cuentas por tipo de cuenta proveedor y subcuenta con el id del proveedor, allí sumará al saldo y mes correspondiente
  - d. Buscará en la información adicional del proveedor, la información de facturación, categoría de iva, para determinar si tiene que generar un movimiento de iva
  - e. Agregará una nueva factura, dejando la marca de cancelación de la misma en false, lo mismo para la fecha de cancelación

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 352	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboia			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- f. Se ingresará una nuevo movimiento en la tabla línea, y allí se agregara el concepto correspondiente al servicio prestado, tomándolo de las zonas de entrega y el nombre del cliente que recibido el servicio. En caso de corresponder IVA, según como se determino en el punto d, se generar otra línea
  - g. Se marcará la publicación con la fecha de facturación.
3. El sistema mostrará un cartel al usuario: "Proceso Terminado"

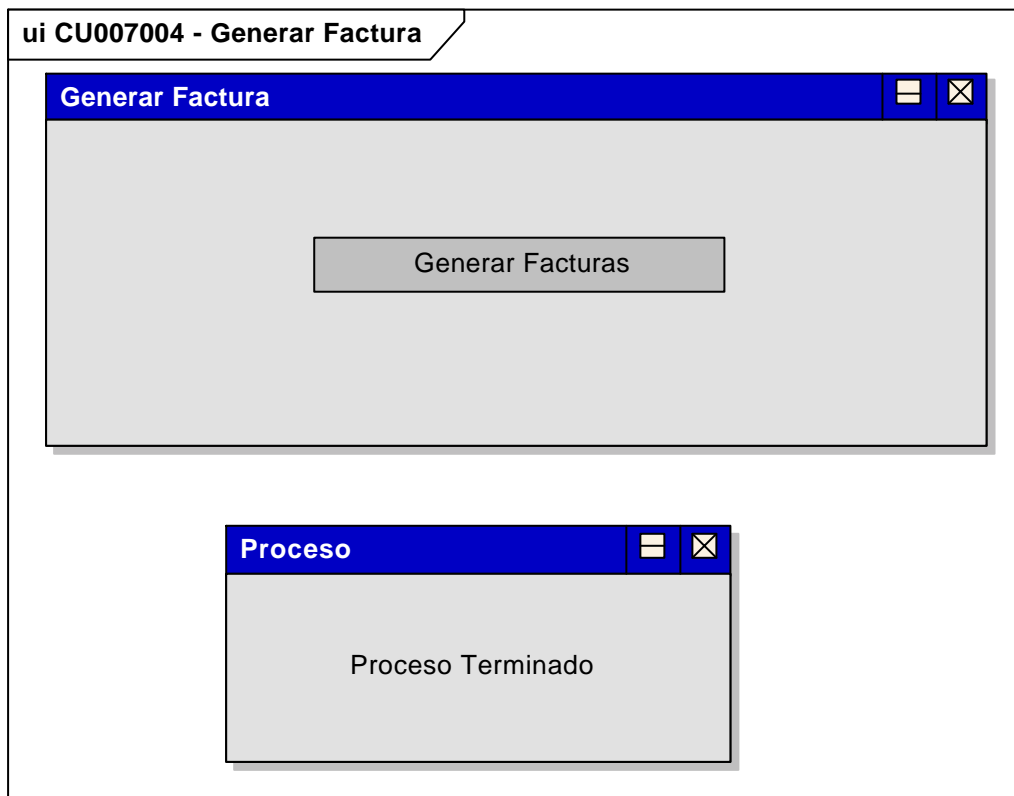
## Caminos Alternativos

## Referencias

CU007004 - Generar Factura


## Requisitos Especiales

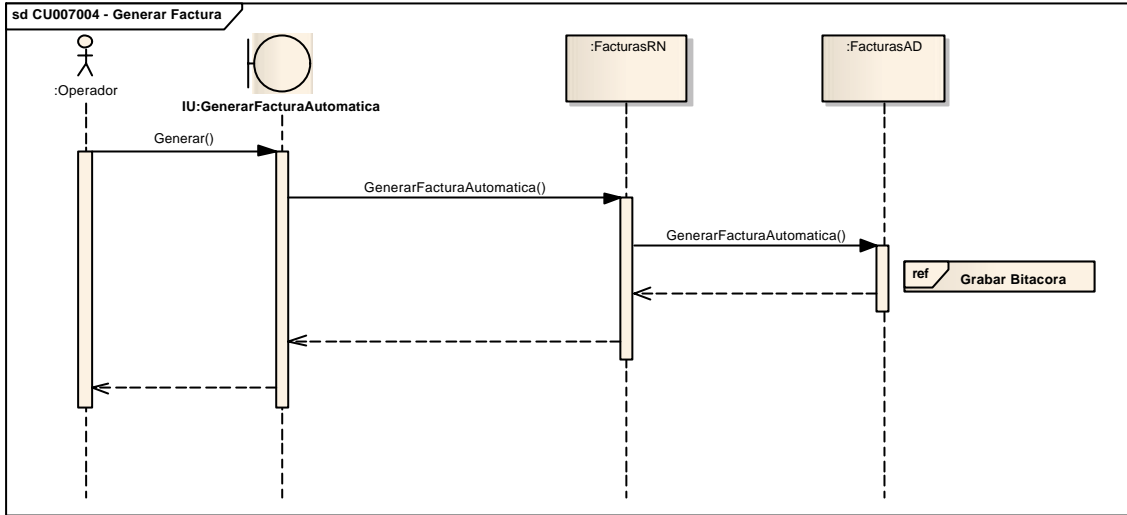
## Diseño de Interfaz




## Diagrama de Secuencia



 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 353	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 354	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 007 - 005 – Asentar Pagos y Cobros

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	26/06/2011
1.1	Cósimo, Pablo J.	Revisión	02/07/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite asentar movimientos de pagos y cobros. Por la forma en que se asientan las líneas no requieren ser exclusivamente para la cancelación de facturas de proveedores, sino también otro tipo de documentos como puede ser un ticket.

Para el caso de los proveedores que paguen sus facturas, el cobro de las mismas se deberá hacer a su cuenta y subcuenta correspondiente, lo que hará que se actualicen los saldos de su cuenta.

### Pre Condición

El logueado como Operador

### Post Condición

### Actores Primarios

Operador

### Actores Secundarios

Sistema


### Disparador

Home del Operador, Asentar Pagos y Cobros

### Escenarios Principal de Éxito

#### Filtros

- a. Subcuenta
- b. Tipo de Cuenta
- c. Periodo: Fecha Desde y Fecha Hasta

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 355	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

1. El sistema le dejará al usuario completar los campos correspondientes a:

- a. Descripción de la línea
- b. Tipo Documento Físico: Propio o Tercero
- c. Tipo de Cuenta, esto le corresponderá un Código de Cuenta
- d. Código Subcuenta
- e. Fecha Cancelación
- f. Alícuota IVA, si corresponde
- g. Debito /Crédito
- h. Importe Bruto
- i. Importe Neto
- j. Tipo Movimiento
- k. Concepto de Detalle

## COBROS Y PAGOS

### Alta

1. El usuario presionará el botón "Agregar Línea"
2. El sistema validará que toda la información de los campos haya sido completada, sino VER CA2
3. Una vez concluido el ingreso de líneas el usuario deberá presionar "Terminar"
4. El sistema abre una ventana con un listado de documentos de la tabla de facturas que no tengan fecha de cancelación, y se devuelve el numero interno  
Se buscará el documento que se cancela, y se le asignará la fecha de cancelación y se asociará el número interno en caso de coincidir el total de la suma de las líneas ingresadas con el importe bruto de la factura sino VER CA1  
El sistema deberá actualizar los saldos en la tabla de cuenta.

5. Se guardará las nuevas líneas generadas

### Baja

1. El usuario selecciona de la grilla la línea
2. Presiona "Eliminar"
3. El sistema elimina la línea y actualiza los saldos de las cuenta


## Caminos Alternativos

### Camino Alternativo 1

1. "El documento no balancea". Cortar flujo

### Camino Alternativo 2

1. Falta completar Campo XXX. Cortar flujo

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 356	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
Turno:			Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Referencias

1. CU001012 - Gestor de Tablas Genéricas, Cuentas Contables, Tipos de Movimiento, Concepto de Detalle, Tipo de Documento Fisico
2. CU007001 – Gestor de Facturas

## Requisitos Especiales

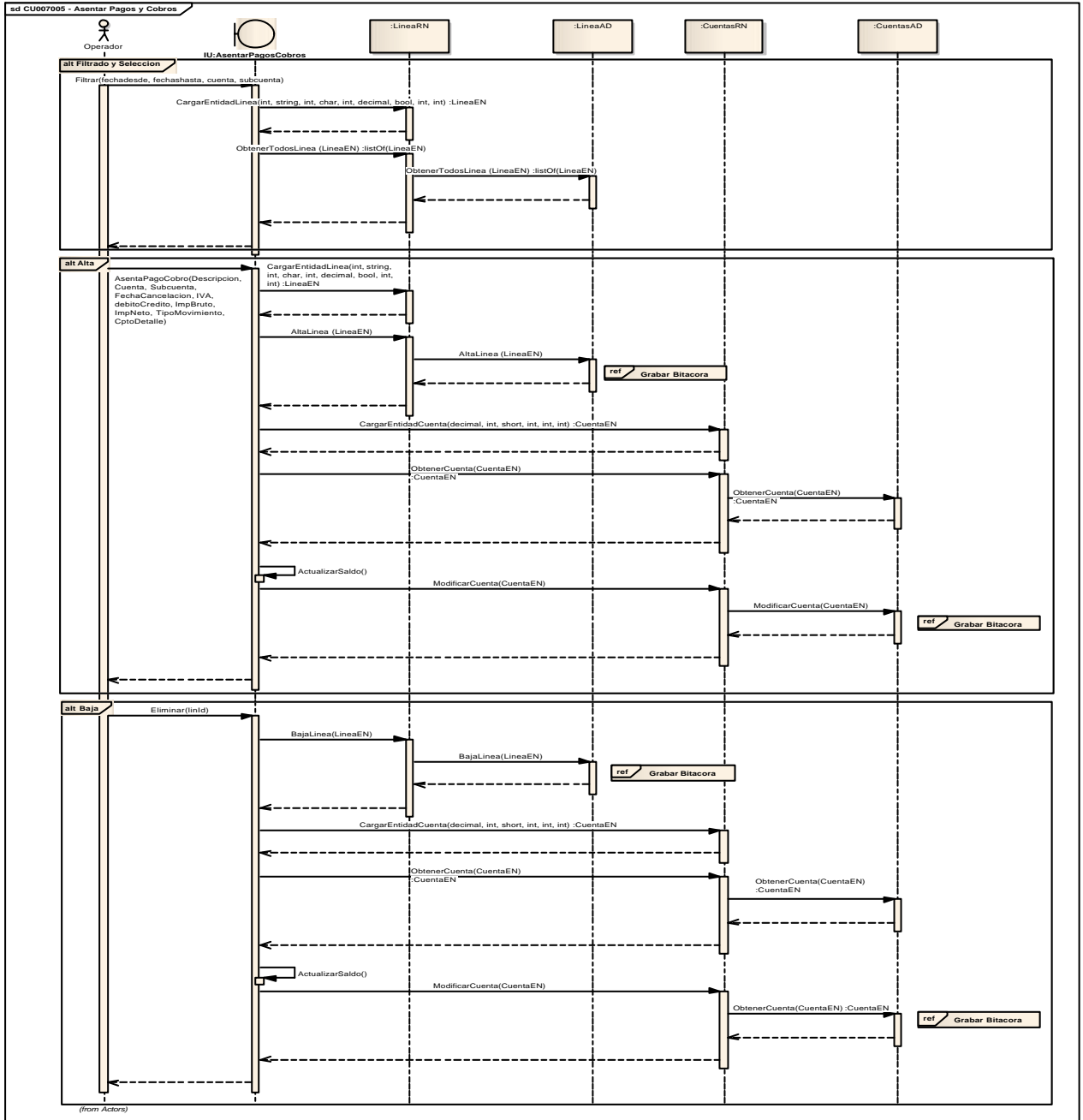
El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.


## Diseño de Interfaz





### Diagrama de Secuencia



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 359	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## CU – 007 - 006 – Gestor de Cuentas

### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	26/06/2011

### Descripción del Caso de Uso

Este caso de uso permite ver las cuentas corrientes compuestas por los saldos mes a mes.

### Pre Condición

El logueado como Operador

### Post Condición

### Actores Primarios

Operador

### Actores Secundarios

Sistema

### Disparador

Home del Operador, Cuenta Corriente


### Escenarios Principal de Éxito

#### Listado

El sistema mostrará un listado en el cual se verán la cuenta contable, la subcuenta (en caso de ser un proveedor será el id del mismo), Año, Mes, Saldo correspondiente. La pantalla mostrará filtros por Cuenta, Subcuenta, Año y Mes

#### Alta

1. El sistema le dejará al usuario completar los campos correspondientes a:
  - a. Tipo de Cuenta
  - b. Código Subcuenta
  - c. Año

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 360	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- d. Mes
- e. Saldo Inicial, por defecto en 0

2. El usuario presionará el botón “Alta”
3. El sistema guardará la nueva cuenta corriente.


### Modificación

1. El usuario seleccionará un registro de un grilla
2. El usuario podrá cambiar la subcuenta
3. El usuario presionará el botón “Modificar”.
4. El sistema validará que la cuenta/subcuenta no esté en uso sino VER CA3
5. El sistema guardará la información en la base de datos

### Baja

1. El usuario seleccionará un registro de la grilla
2. El usuario presionará el botón “Baja”.
3. El sistema validará si la cuenta esta cero al mes actual sino VER CA1
4. El sistema consultará al usuario si está seguro de continuar la operación, por afirmativo continua, sino VER CA2
5. El sistema eliminará el registro.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 361	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## **Caminos Alternativos**

### **Camino Alternativo 1**

1. “No se puede eliminar la cuenta ya que tiene saldo pendiente”, cancelar la acción.

### **Camino Alternativo 2**

1. No sucede nada, se cancela la acción .

### **Camino Alternativo 3**

1. “Subcuenta ya utilizada.”
2. El sistema cancela acción de grabar.

## **Referencias**

1. CU001012 - Gestor Tablas Genéricas, Cuentas Contables

## **Requisitos Especiales**

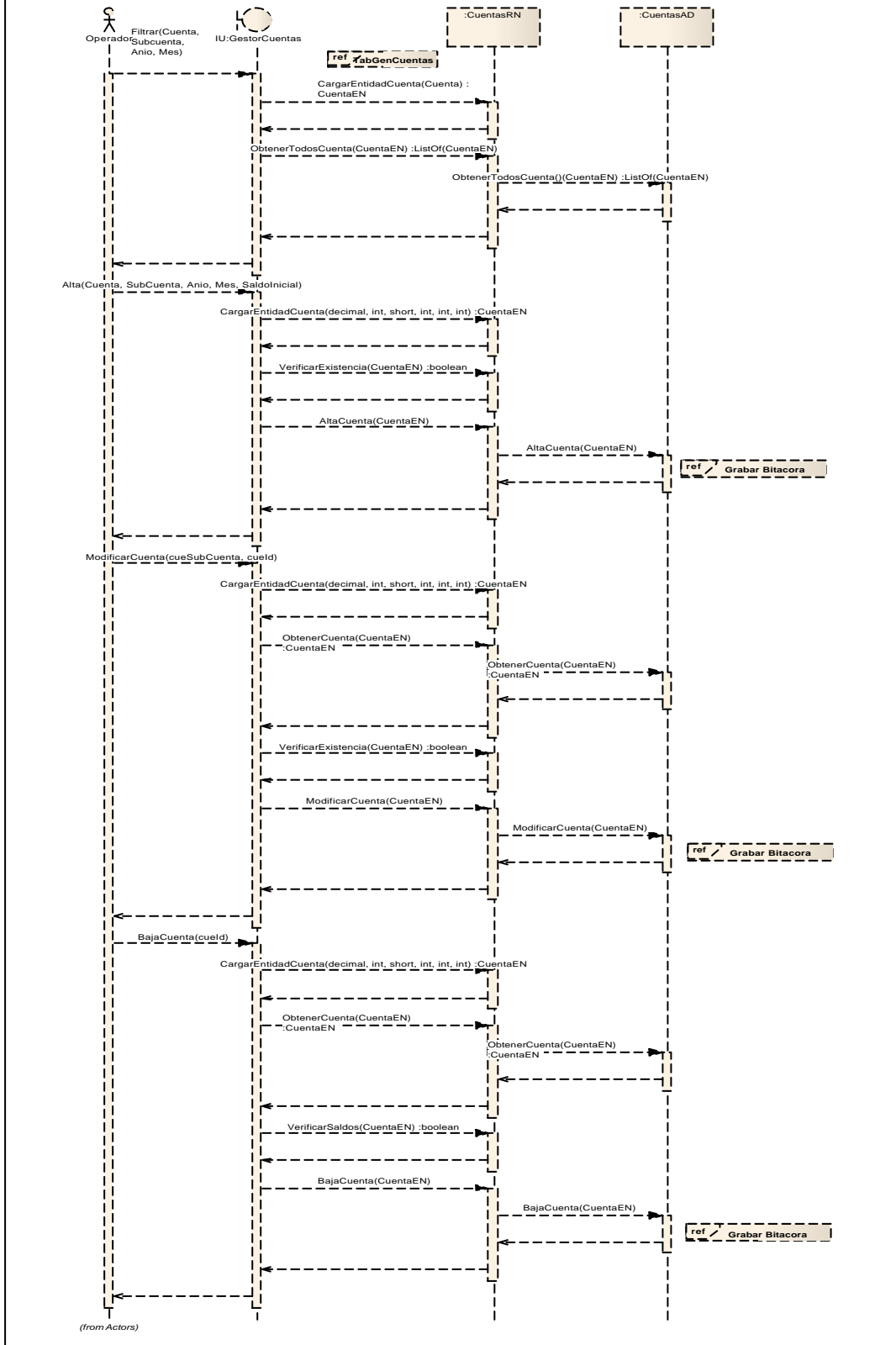
El sistema deberá grabar en la bitácora todas las acciones que se realizan en la base de datos.

## **Diseño de Interfaz**





sd CU007006 -Gestor de Cuentas



### 11.1.16 Diagramas de Secuencia Genéricos

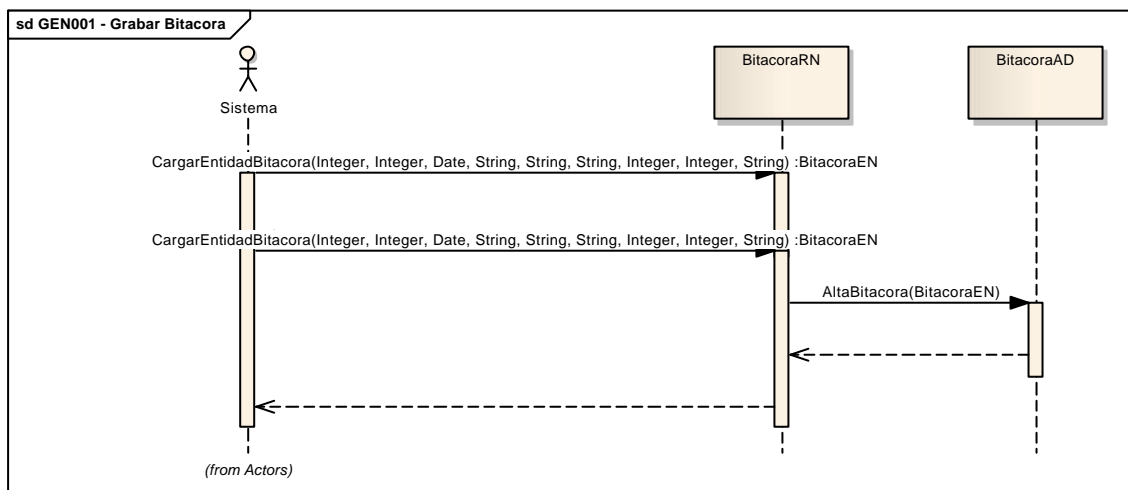
#### Cuadro de revisión

Versión	Responsable	Descripción de la revisión	Fecha
1.0	Cósimo, Pablo J.	Creación del Caso de Uso	26/06/2011

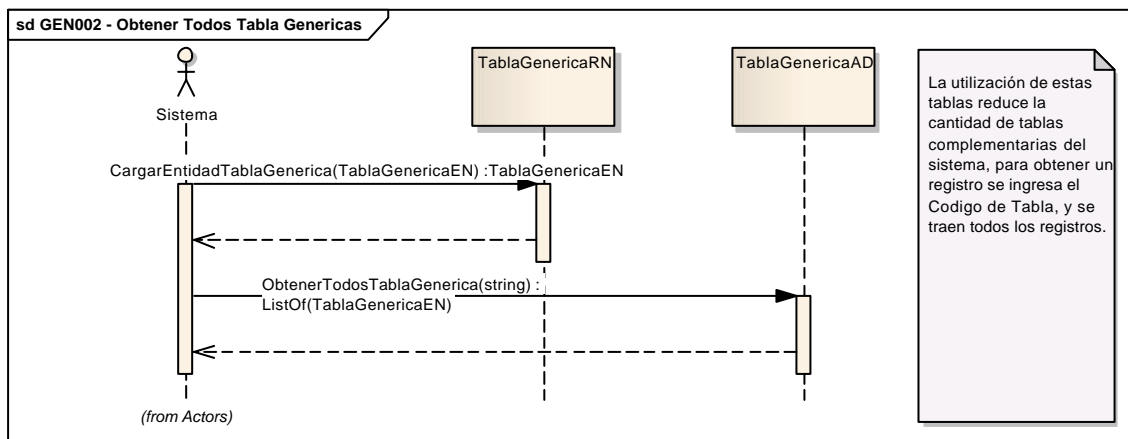
#### Descripción


Estos diagramas de secuencia son referenciados desde otros diagramas de secuencia

#### GEN001 – Grabar Bitácora

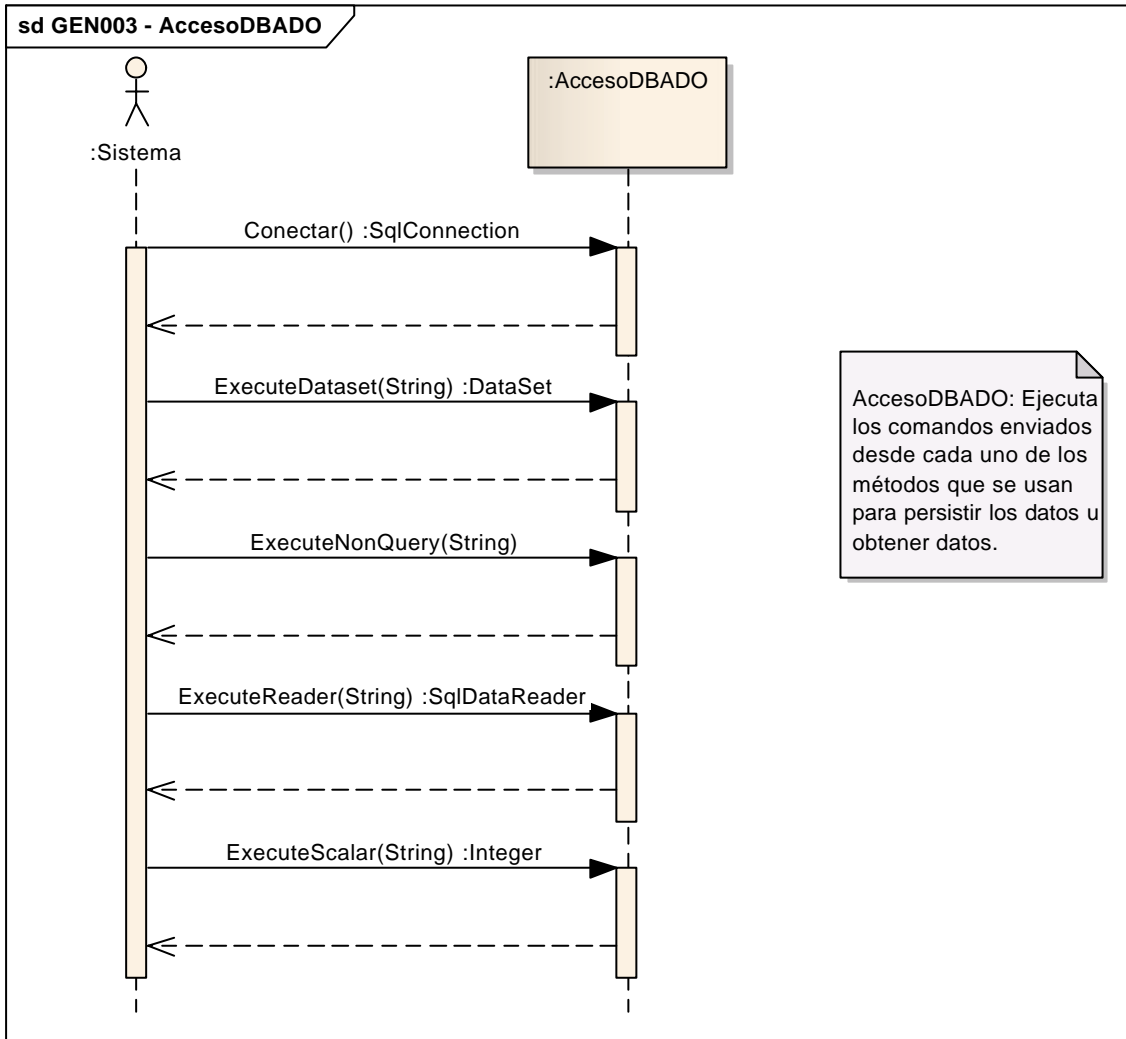



#### GEN002 – Obtener Tablas Généricas



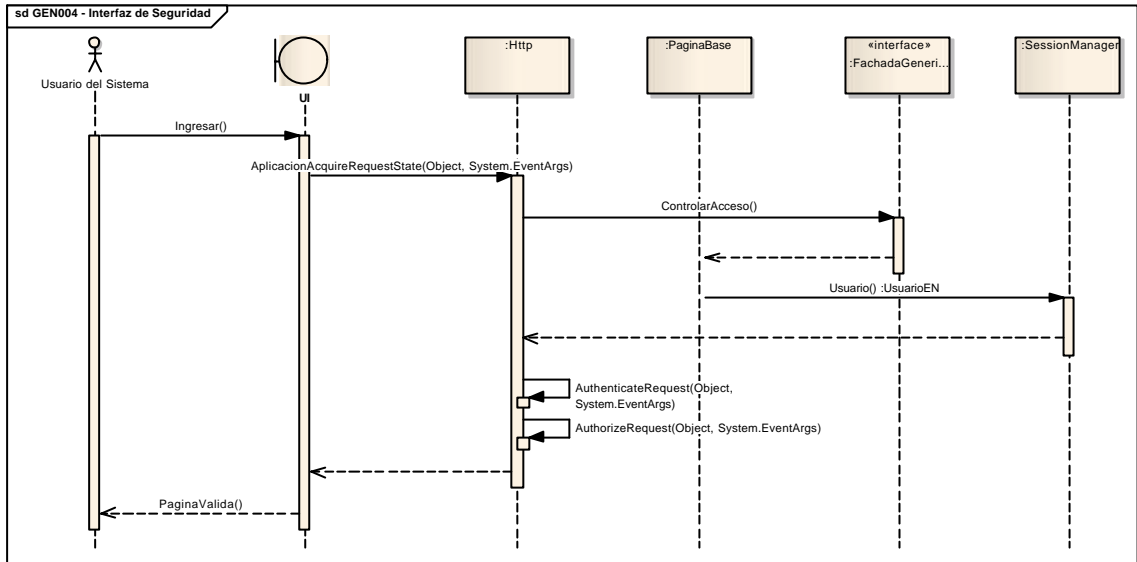
	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 365	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## GEN003 – Acceso ADO



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 366	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## GEN004 – Interface de Seguridad

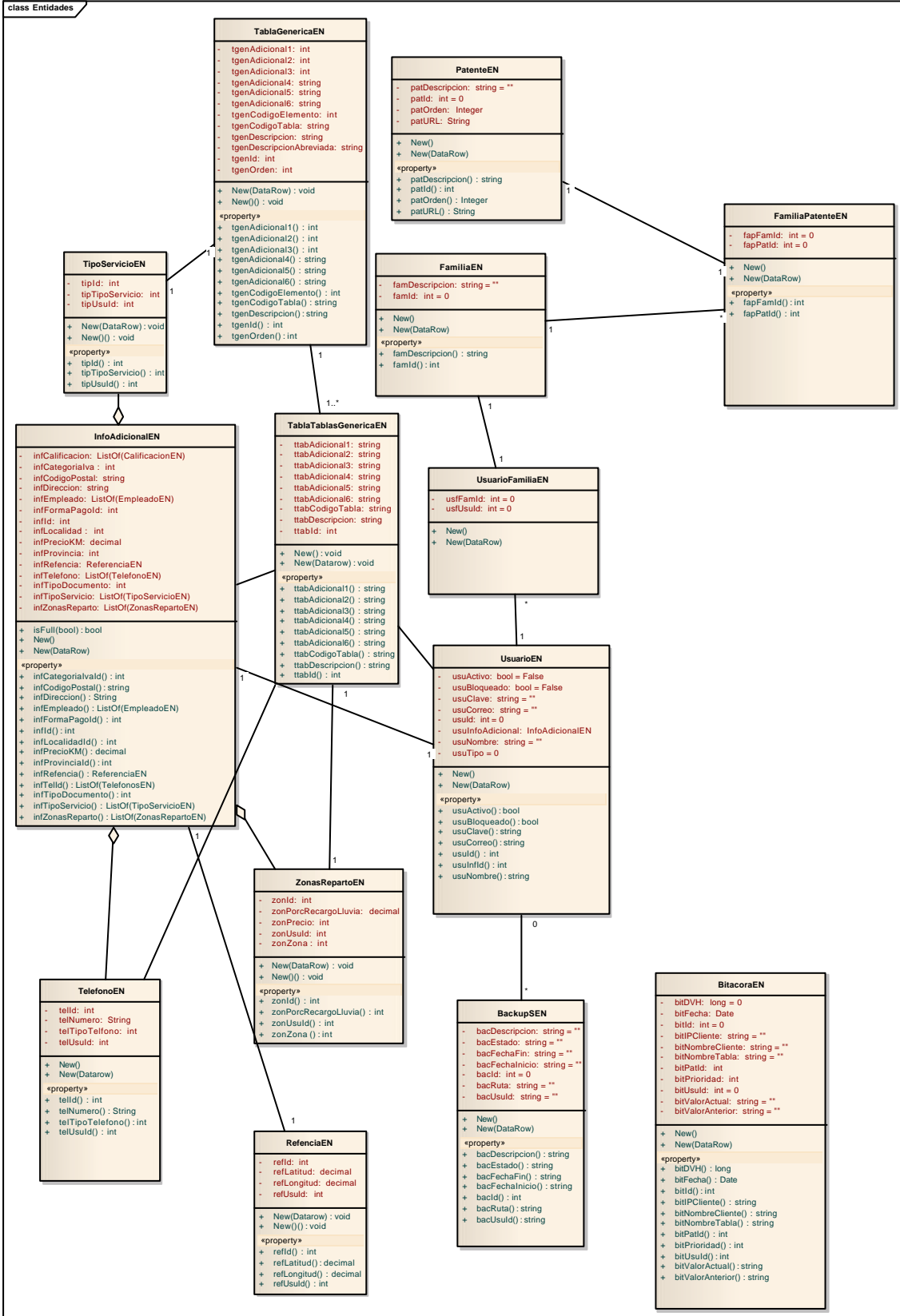


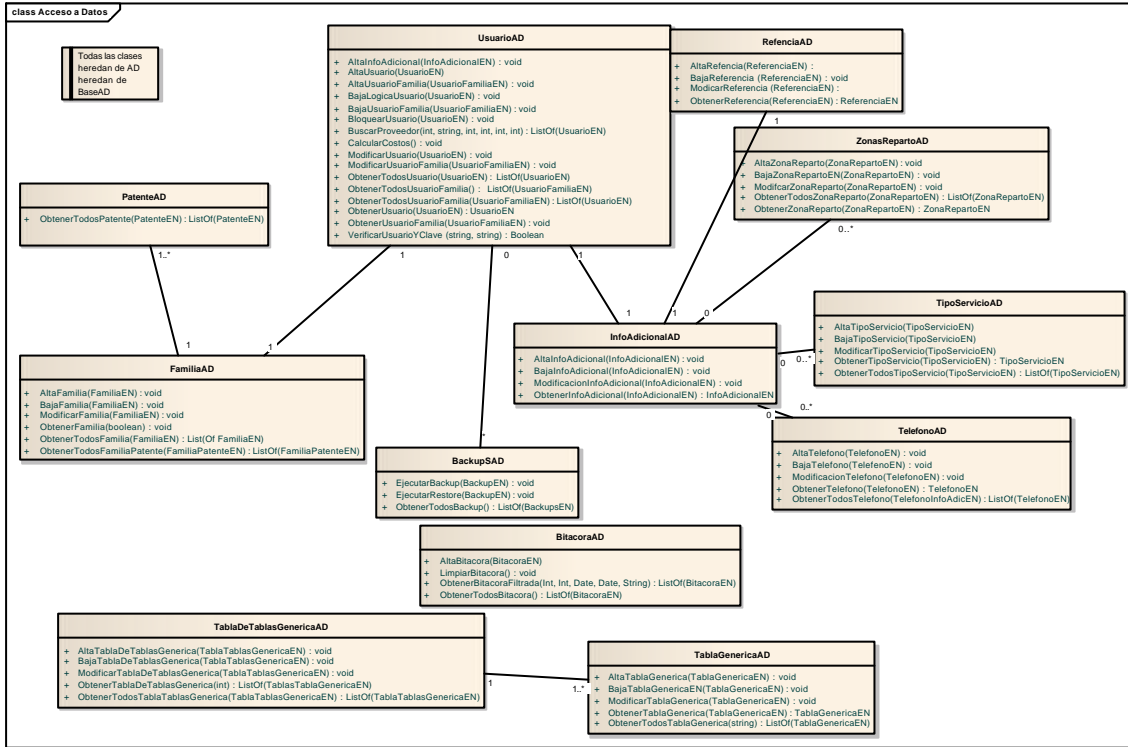
### 11.1.17 Diagrama de Clases por área funcional

En estos diagramas se dividió el sistema en las capas principales según el área funcional. No se colocaron clases que se utilizaron en común con otros diagramas.

Para ver esas relaciones referirse al Diagrama de Clases de toda la solución, por este motivo aparecerán clases inconexas.

## Administrador









Alumno: Pablo José Cósimo

Legajo: 34281

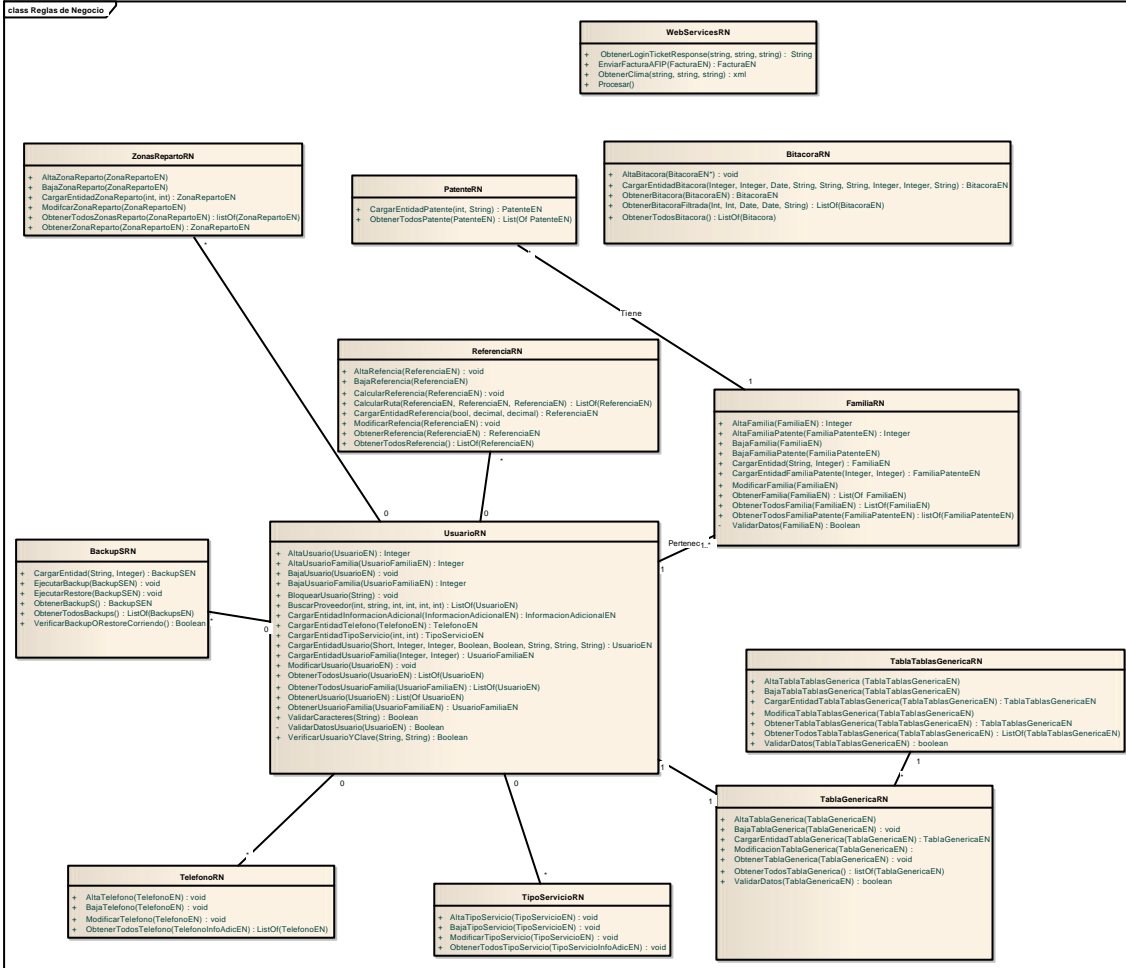
Sede: Centro

Comisión: 5 a

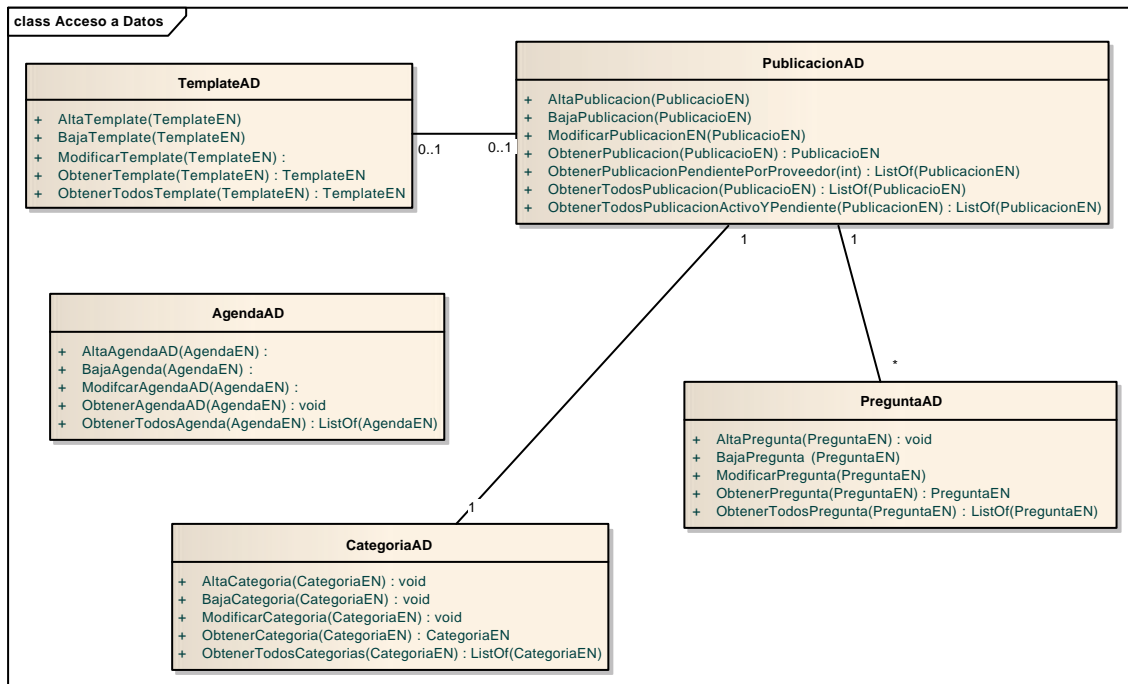
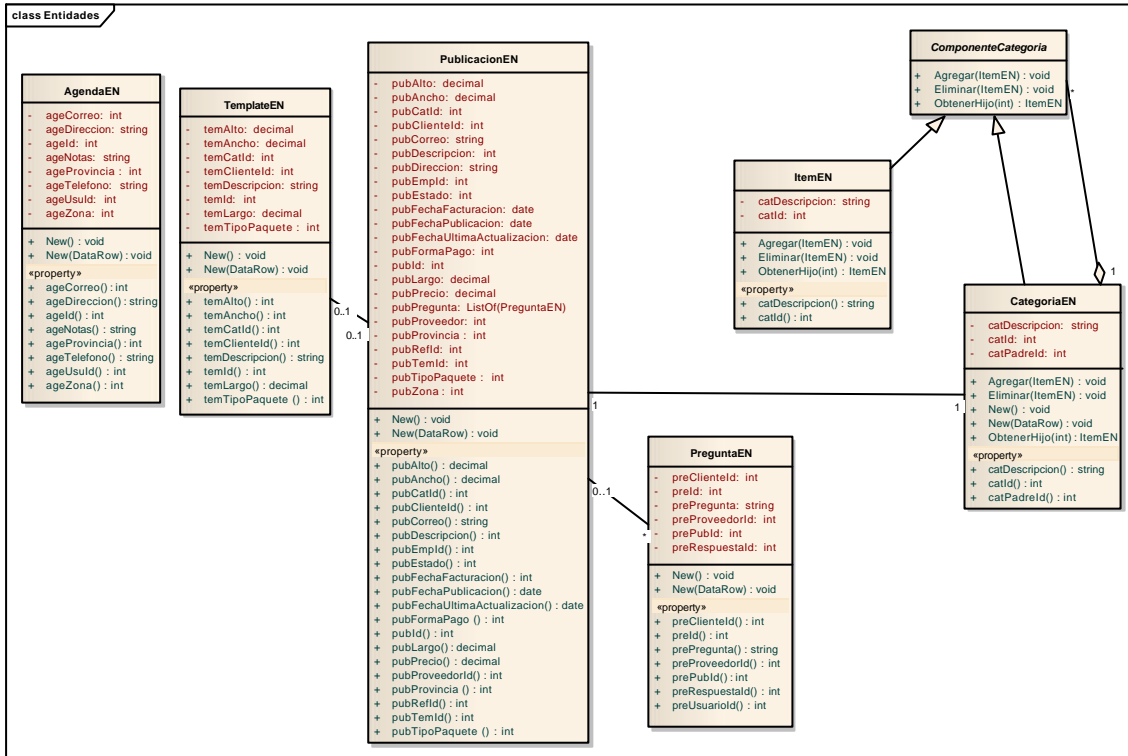
Turno:

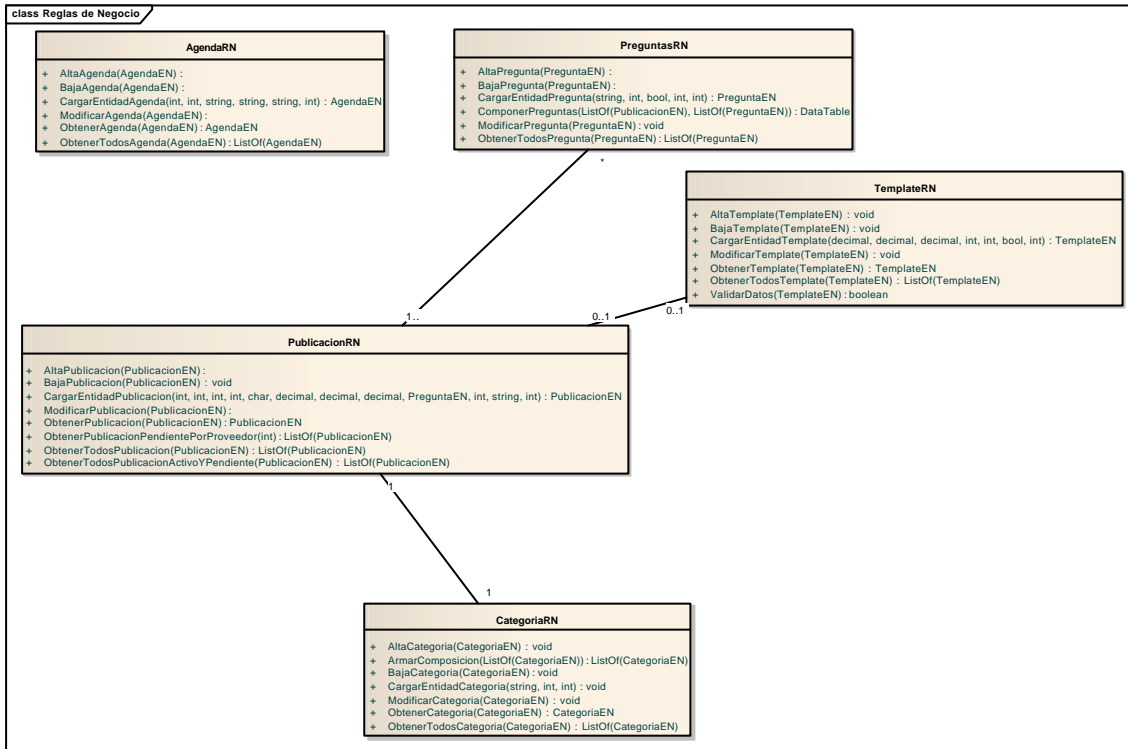
Mañana


Proyecto: EntregaYa!



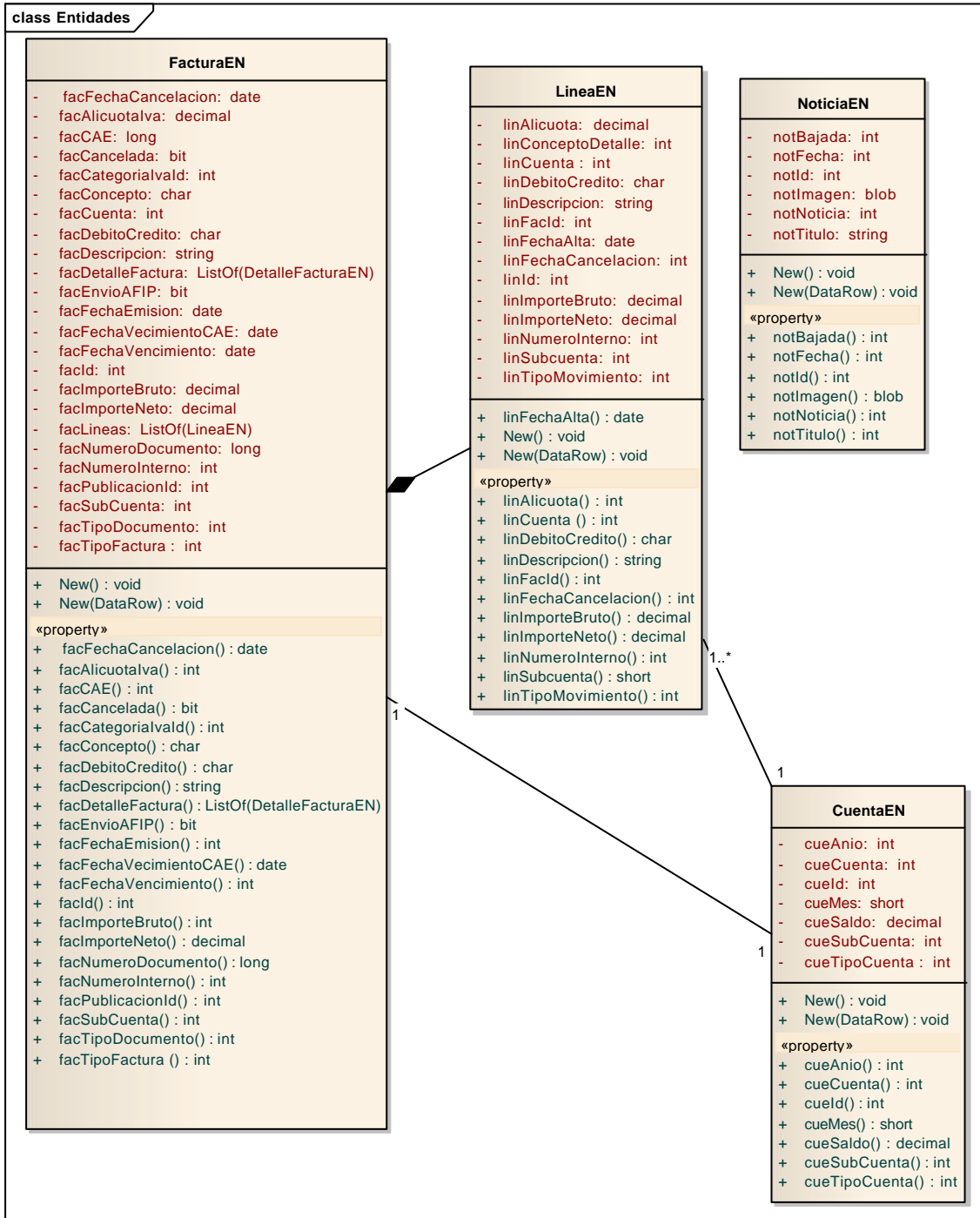
## Cliente





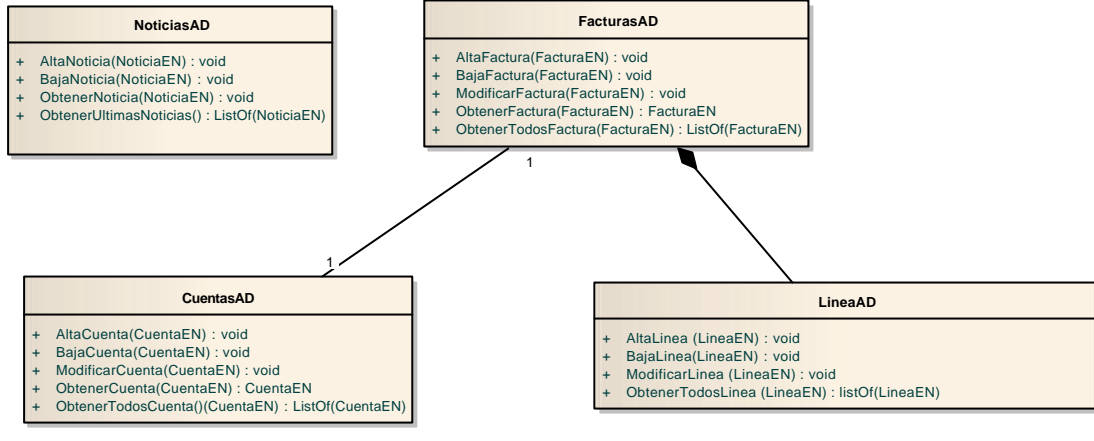
	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 372	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Operador



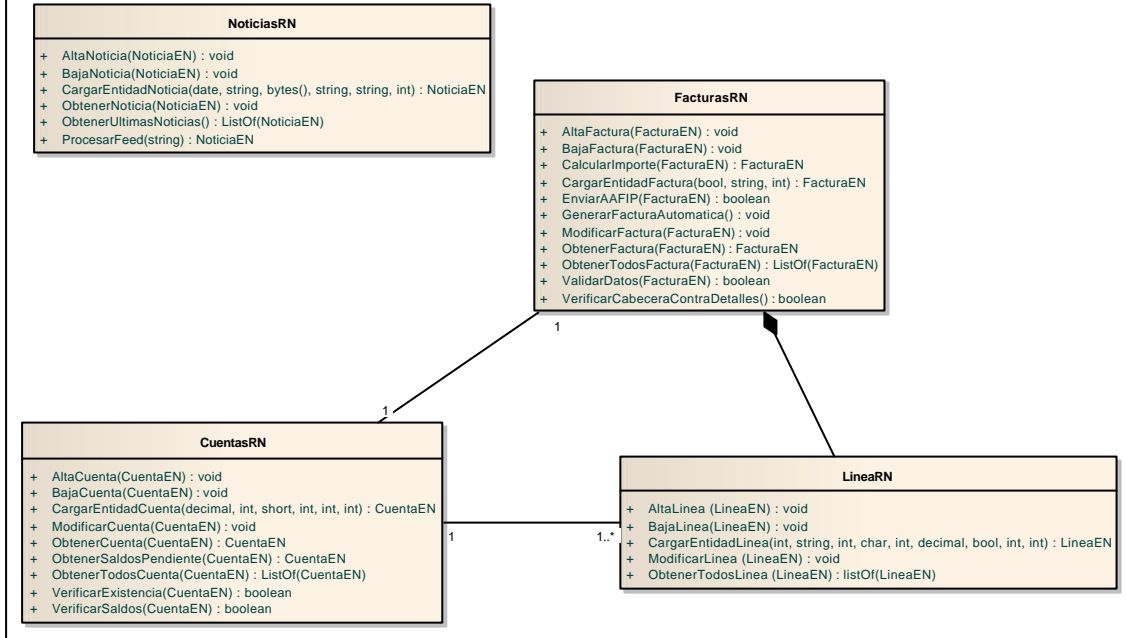


class Acceso a Datos





class Reglas de Negocio

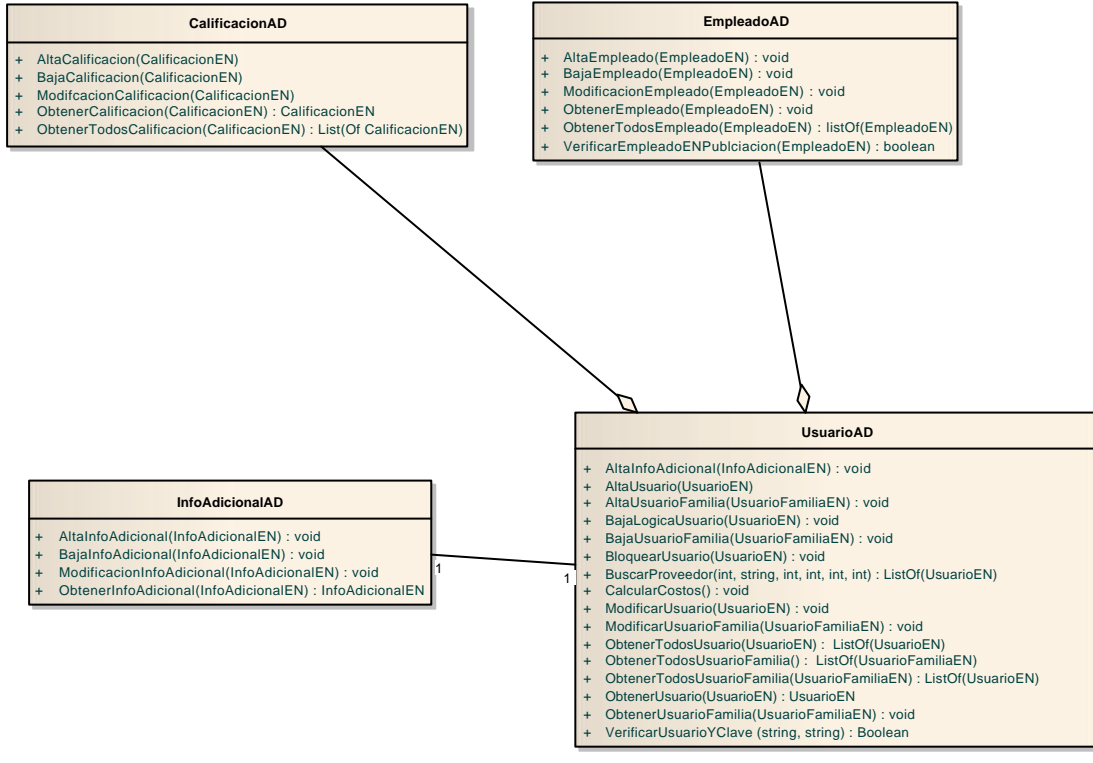


## Proveedor




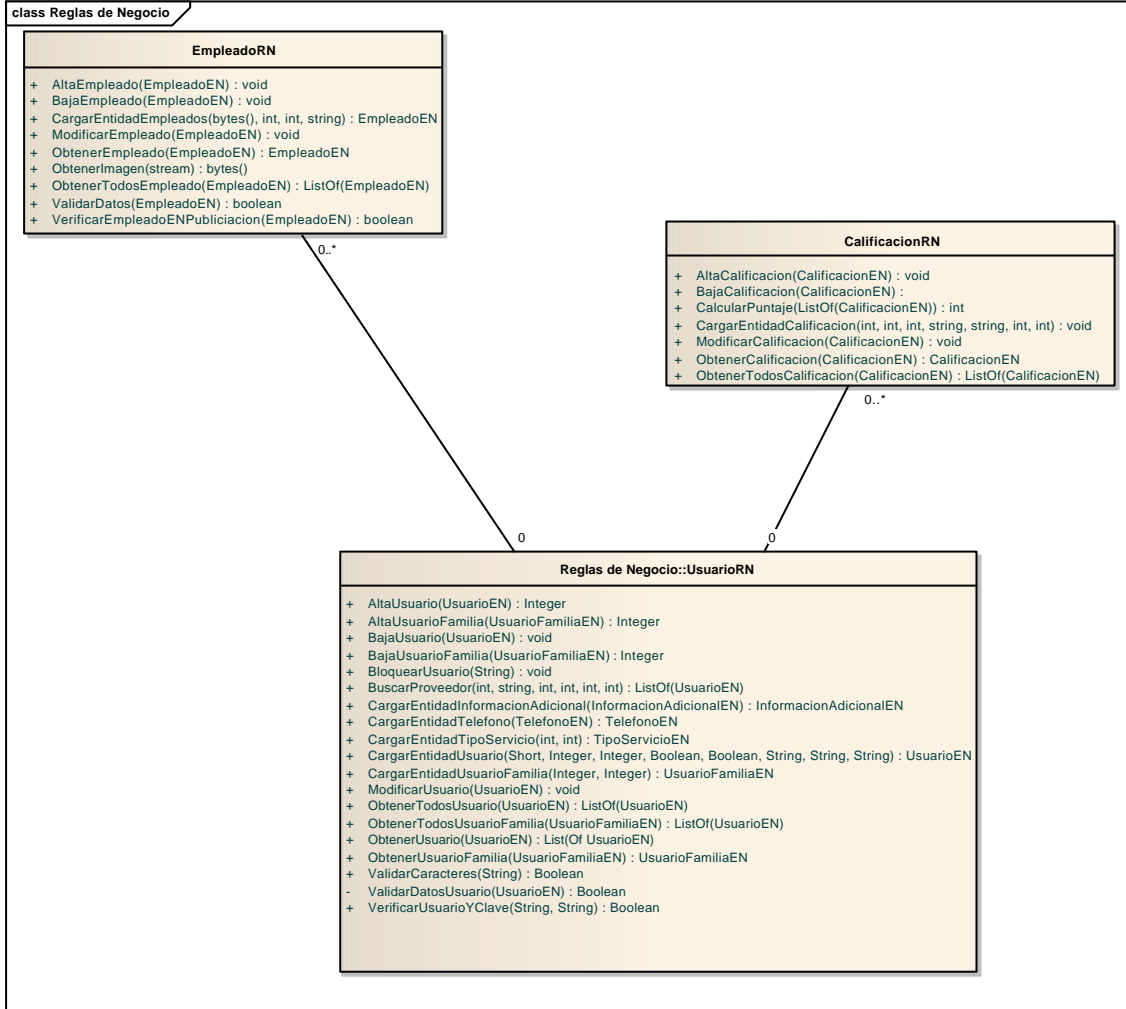


class Acceso a Datos

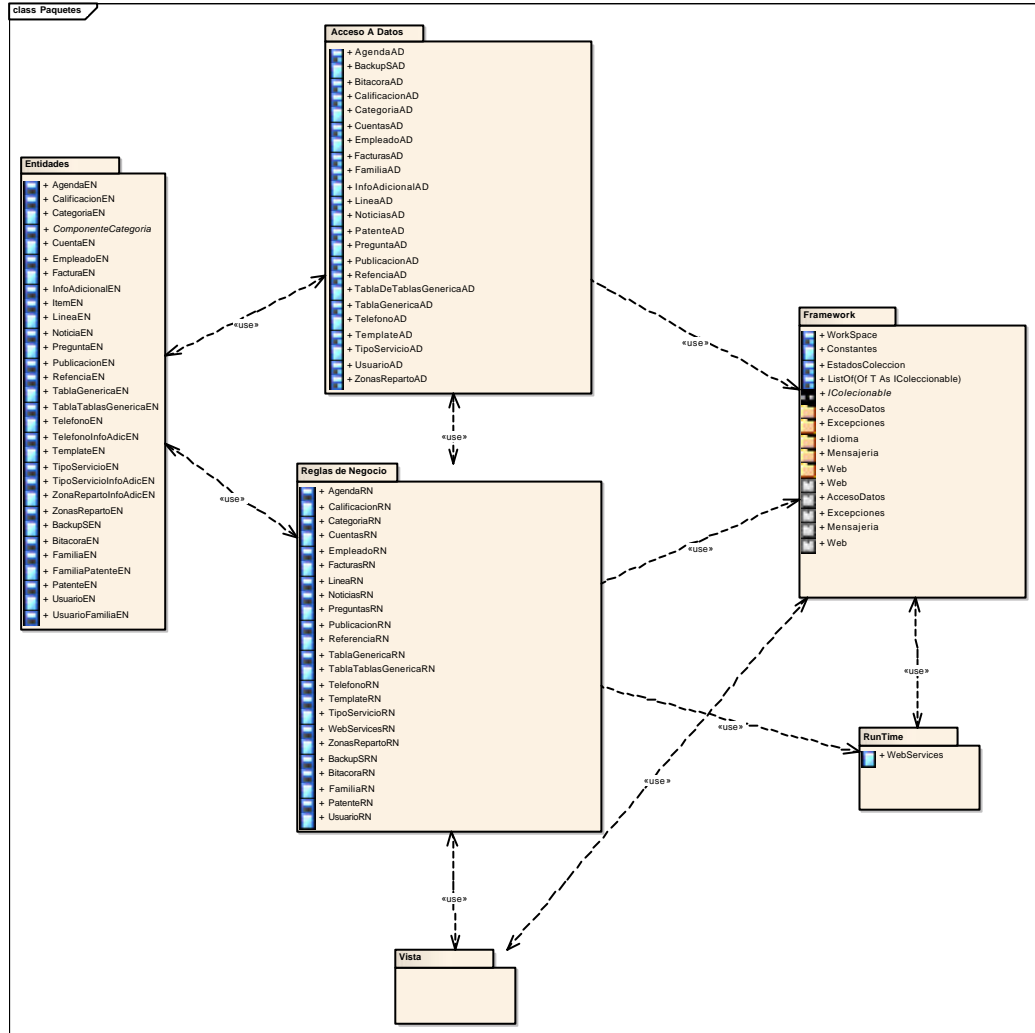





 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	<b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b> Facultad de Tecnología Informática		Pag. 377	
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

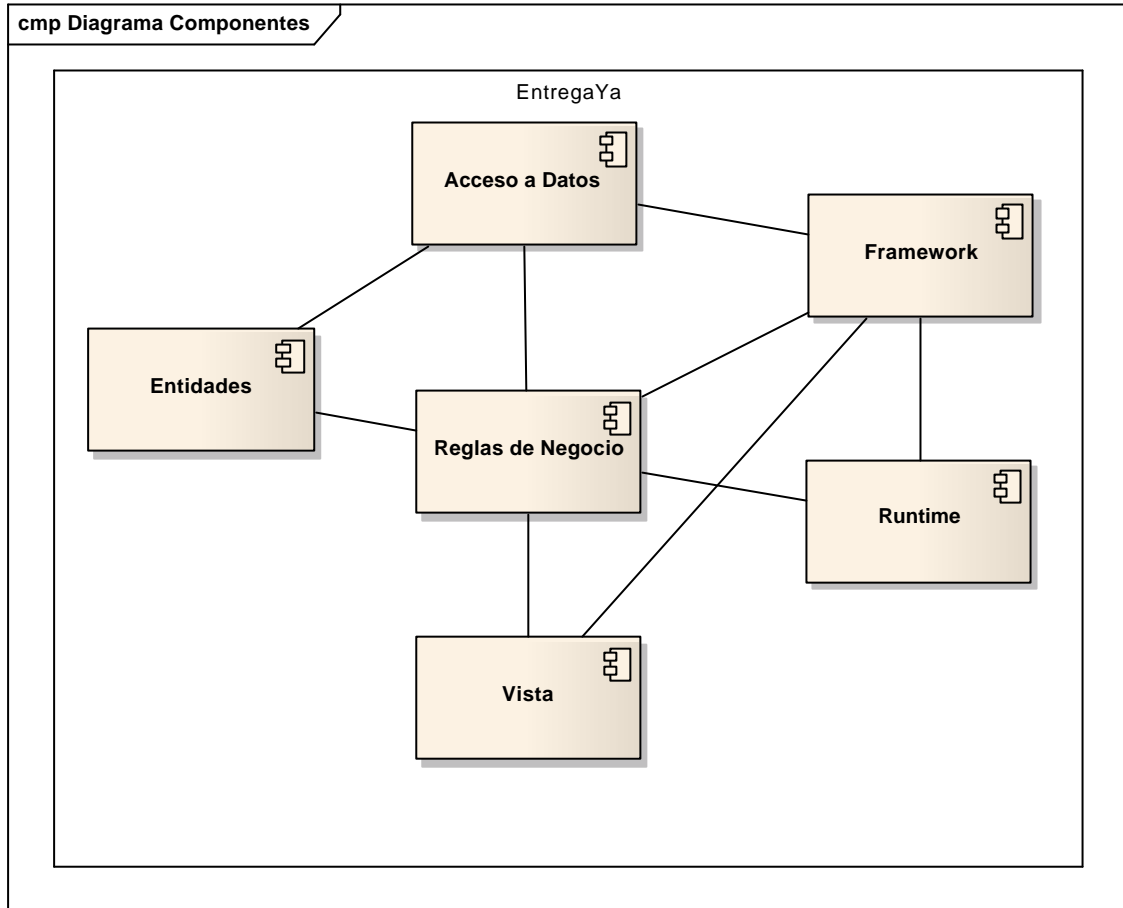


## 11.2 Diagrama de paquetes




 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 379	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 11.3 Diagrama de componentes





	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 381		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

### Tablas Virtuales en la Tabla de Tablas Genérica y Tabla Genérica

Tabla TABGEN	Adicional1	Adicional2
Tipos de Teléfono	Celular/Fijo/Nextel	
Categoría IVA	Responsable Ins/No Responsable/Exento/Cons Final	10,5 21
Tipos de Factura	A,B,C	
Provincias	Buenos Aires/Catamarca/Jujuy	
Localidades	Capital Federal/Moreno/...	
Formas de Pago	Efectivo/Transferencia	
Porcentajes Comisión		3%
Tipo Documento	CUIT/CUIL/DNI	
Zonas	Belgrano/Martínez/etc	
Tipos de Servicio	Cadetería personal/Cadetería en Moto/Camioneta	
Tipo Usuario	Operador/Empresa/Cliente	Id Familia Por Defecto
Tipos de Paquete	Caja, Bolsa, Caja grande, Caja pequeña, Documento	
Tipos Calificación	1-Buena 2-Mala 3-Excelente	
Tipo Documento Facturación	FC/NC/ND	
Concepto Factura	Compra/Venta	
Concepto Línea Detalle	S-Servicio/P-Producto/I-IVA	
Números Interno	Numerador Incremental	
Cuenta Contable	Códigos de cuentas contables (ej 1000 Proveedor)	
Tipo Cuenta Contable	Activo Pasivo PN	
Tipo Movimiento	Pago -Cobro	
Estado Publicación	F- Finalizada, A- Activa P-Pendiente E - Espera de Publicación, B- Bloqueada	Marca con 1 los estados A y E
Tipo Documento Físico	P-Propio T-Terceros	

## Diccionario de Datos

### Agenda


*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
False	ageCorreo	varchar	False	False	100	0	0		
False	ageDireccion	varchar	False	False	100	0	0		
True	ageld	int	True	True	0	0	0		

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 382		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

False	ageNotas	varchar	False	False	400	0	0		
False	ageTelefono	varchar	False	False	20	0	0		
False	ageZona	int	False	False	0	0	0		
False	ageUsuld	int	False	False	0	0	0		
False	ageProvincia	int	False	False	0	0	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Agenda	Public	ageld		

## Backups

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

#### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	bacl	int	True	True	0	0	0		
False	baclDescripcion	varchar	False	False	50	0	0		
False	baclFechaInicio	datetime	False	False	0	23	3		
False	baclFechaFin	datetime	False	False	0	23	3		
False	baclEstado	char	False	False	1	0	0		
False	baclRuta	varchar	False	False	250	0	0		
False	baclUsuld	int	False	False	0	0	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
XPKBackups	Public	bacl		

## Bitacora

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.


*Notes:*

#### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	bitId	int	True	True	0	0	0		
False	bitNombreCliente	varchar	False	False	20	0	0		
False	bitIPCiente	varchar	False	False	20	0	0		
False	bitUsuld	int	False	False	0	0	0		
False	bitNombreTabla	varchar	False	False	20	0	0		
False	bitValorActual	xml	False	False	0	0	0		
False	bitValorAnterior	xml	False	False	0	0	0		
False	bitFecha	datetime	False	False	0	23	3		
False	bitPrioridad	tinyint	False	False	0	3	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
------	------	---------	--------------	-------

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 383	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
XPKBitacora	Public	bitId		

## Calificacion

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	calId	int	True	True	0	0	0		
False	calClienteld	int	True	False	0	0	0		
False	calNota	varchar	False	False	250	0	0		
False	calProveedorId	int	True	False	0	0	0		
False	calPubId	int	True	False	0	0	0		
False	calRespuesta	varchar	False	False	250	0	0		
False	calTipoCalificacion	int	True	False	0	0	0		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Calificacion	Public	calId		
FK_Calificacion_Publicacion	Public	calPubId		

### Relationships

Columns	Association	Notes
(calPubId = pubId)	<b>0..*</b> Calificacion.FK_Calificacion_Publicacion <b>1</b> Publicacion.PK_Publicacion	

## Categoria

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns


PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	catId	int	True	True	0	0	0		
False	catDescripcion	varchar	True	False	50	0	0		
False	catPadreId	int	False	False	0	0	0		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Categoria	Public	catId		

### Relationships

Columns	Association	Notes
(pubCatId = catId)	<b>0..*</b> Publicacion.FK_Publicacion_Categoria <b>1</b> Categoria.PK_Categoria	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 384	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Cuenta

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	cueld	int	True	True	0	0	0		
False	cueAnio	int	True	False	0	0	0		
False	cueMes	tinyint	True	False	0	3	0		
False	cueCuenta	int	True	False	0	0	0		
False	cueSubCuenta	int	True	False	0	0	0		
False	cueSaldo	decimal	True	False	0	18	3		
False	cueTipoCuenta	int	True	False	0	0	0		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Cuenta	Public	cueld		

### Relationships

Columns	Association	Notes
	1 Cuenta.	
	1 Factura.	
	1 Cuenta.	
	1 Linea.	

## Empleado

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	empld	int	True	True	0	0	0		
False	emplmagen	image	False	False	0	0	0		
False	empNombre	varchar	True	False	100	0	0		
False	empProveedorId	int	True	False	0	0	0		
False	empDocumento	int	False	False					
False	empNumeroDocumento	bigint	False	False					


### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Empleado	Public	empld		

### Relationships

Columns	Association	Notes
---------	-------------	-------



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 385	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Columns	Association	Notes
(emiEmpld = empld)	<b>0..*</b> EmpleadoInfoAdic.FK_EmpleadoInfoAdic_Empleado <b>1</b> Empleado.PK_Empleado	

## EmpleadoInfoAdic

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	emiEmpld	int	True	True	0	0	0		
True	emiInfld	int	True	True	0	0	0		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_EmpleadoInfoAdic	Public	emiEmpld emiInfld		
FK_EmpleadoInfoAdic_Empleado	Public	emiEmpld		
FK_EmpleadoInfoAdic_InfoAdicional	Public	emiInfld		

### Relationships

Columns	Association	Notes
(emiEmpld = empld)	<b>0..*</b> EmpleadoInfoAdic.FK_EmpleadoInfoAdic_Empleado <b>1</b> Empleado.PK_Empleado	
(emiInfld = infld)	<b>0..*</b> EmpleadoInfoAdic.FK_EmpleadoInfoAdic_InfoAdicional <b>1</b> InfoAdicional.PK_InfoAdicional	

## Encuesta

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model


*Detail:* Created on 10/12/2011. Last modified on 10/12/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Prec	Scale	Init	Notes
True	encId	int	True	True	0	0	0		
False	encPregunta	nvarchar	True	False	200	0	0		
False	encActiva	bit	True	False	0	1	0		

### Constraints

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 386		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Encuesta	Public	encId		

## EncuestaOpcion

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 10/12/2011. Last modified on 10/12/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Prec	Scale	Init	Notes
True	encId	int	True	True	0	0	0		
False	encEncuestaId	int	True	False	0	0	0		
False	encRespuesta	varchar	True	False	100	0	0		
False	encVotos	int	True	False	0	0	0		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_PollOptions	Public	encId		

## Factura


*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 27/09/2011. Last modified on 27/09/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Prec	Scale	Init	Notes
False	facFechaCancelacion	datetime	False	False	0	23	3		
False	facAlicuotaIVA	decimal	True	False	0	18	3		
False	facCAE	bigint	False	False	0	19	0		
False	facCancelada	bit	True	False	0	1	0		
False	facCategoriaIVA	int	True	False	0	0	0		
False	facConcepto	char	True	False	1	0	0		
False	facCuenta	int	True	False	0	0	0		
False	facDebitoCredito	char	True	False	1	0	0		
False	facDescripcion	varchar	True	False	80	0	0		
False	facEnvioAFIP	bit	True	False	0	1	0		
False	facFechaEmision	datetime	True	False	0	23	3		
False	facFechaVencimientoCAE	datetime	False	False	0	23	3		
False	facFechaVencimiento	datetime	True	False	0	23	3		
True	facId	int	True	True	0	0	0		
False	facImporteBruto	decimal	True	False	0	18	3		
False	facImporteNeto	decimal	True	False	0	18	3		
False	facNumeroDocumento	bigint	True	False	0	19	0		
False	facNumeroInterno	int	True	False	0	0	0		
False	facSubCuenta	int	True	False	0	0	0		
False	facTipoDocumento	int	True	False	0	0	0		

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 387	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno: Pablo José Cósimo		Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana	Proyecto: EntregaYa!

False	facTipoFactura	int	True	False	0	0	0		
False	timeStamp	timestamp	True	False	0	0	0		
False	facPublicacion	int	False	False	0	0	0		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Factura	Public	facId		

### Familia

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	famId	int	True	True	0	0	0		
False	famDescripcion	varchar	True	False	40	0	0		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
XPKFamilia	Public	famId		

### Relationships

Columns	Association	Notes
(fapFamId = famId)	0..* FamiliaPatente.FK_FamiliaPatente_Familia 1 Familia.XPKFamilia	
(usfFamId = famId)	0..* UsuarioFamilia.FK_UsuarioFamilia_Familia 1 Familia.XPKFamilia	

### FamiliaPatente

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.


*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	fapPatId	int	True	True	0	0	0		
True	fapFamId	int	True	True	0	0	0		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
XPKFamiliaPatente	Public	fapPatId fapFamId		
FK_FamiliaPatente_Familia	Public	fapFamId		
FK_FamiliaPatente_Patente	Public	fapPatId		

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 388	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### Relationships

Columns	Association	Notes
(fapFamId = famId)	0..* FamiliaPatente.FK_FamiliaPatente_Familia 1 Familia.XPKFamilia	
(fapPatId = patId)	0..* FamiliaPatente.FK_FamiliaPatente_Patente 1 Patente.XPKPatente	

### InfoAdicional

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns


PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
False	infCalificacion	int	False	False	0	0	0		
False	infCategorialVA	smallint	False	False	0	5	0		
False	infCodigoPostal	varchar	True	False	10	0	0		
False	infDireccion	varchar	True	False	80	0	0		
True	infId	int	True	True	0	0	0		
False	infLocalidad	int	True	False	0	0	0		
False	infRefId	int	False	False	0	0	0		
False	infTelefono	int	False	False	0	0	0		
False	infTipoDocumento	int	True	False	0	0	0		
False	infPrecioKM	decimal	False	False		18	3		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_InfoAdicional	Public	infId		
FK_InfoAdicional_Referencia	Public	infRefId		

### Relationships

Columns	Association	Notes
(emInId = infId)	0..* EmpleadoInfoAdic.FK_EmpleadoInfoAdic_InfoAdicional 1 InfoAdicional.PK_InfoAdicional	
(infRefId = refId)	0..1 InfoAdicional.FK_InfoAdicional_Referencia 0..1 Referencia.PK_Referencia	
(usuInId = infId)	0..* Usuario.FK_Usuario_InfoAdicional 1 InfoAdicional.PK_InfoAdicional	
(zorInId = infId)	0..* ZonaRepartoInfoAdic.FK_ZonaRepartoInfoAdic_InfoAdicional 1 InfoAdicional.PK_InfoAdicional	
(telInId = infId)	0..* TelefonoInfoAdic.FK_TelefonoInfoAdic_InfoAdicional 1 InfoAdicional.PK_InfoAdicional	
(tisInId = infId)	0..*	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 389		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

Columns	Association	Notes
	TipoServicioInfoAdic.FK_TipoServicioInfoAdic_InfoAdicional	
	1 InfoAdicional.PK_InfoAdicional	

## Linea

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	LinId	int	True	True					
False	linAlicuota	decimal	True	False		18	3		
False	linConceptoDetalle	int	True	False					
False	linCuenta	int	True	False					
False	linSubCuenta	int	True	False					
False	linDebitoCredito	char	True	False	1				
False	linDescripcion	varchar	False	False	50				
False	linImporteBruto	decimal	True	False		18	3		
False	linImporteNeto	decimal	True	False		18	3		
False	linNumeroInterno	int	True	False					
False	linTipoMovimiento	int	True	False					
False	linFechaCancelacion	datetime	False	False					
False	linFechaAlta	datetime	False	False					

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
UQ_Linea_LinId	Public	LinId		
PK_Linea	Public	LinId		

### Relationships

Columns	Association	Notes
	1 Cuenta.	
	1 Linea.	
	1 Factura.	
	* Linea.	

## Noticia


*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	notId	int	True	True	0	0	0		
False	notBajada	varchar	True	False	50	0	0		
False	notFecha	datetime	True	False	0	23	3		

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 390	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

False	notImagen	image	False	False	0	0	0		
False	notNoticia	text	True	False	0	0	0		
False	notTitulo	varchar	True	False	150	0	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Noticia	Public	notId		

#### Patente

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

#### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	patId	int	True	True	0	0	0		
False	patDescripcion	varchar	True	False	30	0	0		
False	patURL	varchar	False	False	255	0	0		
False	patOrden	smallint	False	False	0	5	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
XPKPatente	Public	patId		

#### Relationships

Columns	Association	Notes
(fapPatId = patId)	0..* 1 FamiliaPatente.FK_FamiliaPatente_Patente Patente.XPKPatente	

#### Pregunta

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.


*Notes:*

#### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
False	preClienteld	int	False	False	0	0	0		
False	prePregunta	varbinary	False	False	250	0	0		
True	preId	int	True	True	0	0	0		
False	prePubld	int	True	False	0	0	0		
False	preRespuestald	int	False	False	0	0	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Pregunta	Public	preId		

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 391		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

## Publicacion

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 27/09/2011. Last modified on 27/09/2011.

*Notes:*

### Columns


PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Prec	Scale	Init	Notes
False	pubAlto	decimal	False	False	0	18	3		
False	pubAncho	decimal	False	False	0	18	3		
False	pubCatId	int	False	False	0	0	0		
False	pubClienteId	int	False	False	0	0	0		
False	pubCorreo	varchar	False	False	80	0	0		
False	pubDescripcion	varchar	False	False	250	0	0		
False	pubDireccion	varchar	False	False	100	0	0		
False	pubEstado	char	False	False	1	0	0		
False	pubFechaFinalizacion	datetime	False	False	0	23	3		
False	pubFechaPublicacion	datetime	False	False	0	23	3		
False	pubFechaUltimaActualizacion	datetime	False	False	0	23	3		
True	pubId	int	True	True	0	0	0		
False	pubLargo	decimal	False	False	0	18	3		
False	pubPrecio	decimal	False	False	0	18	4		
False	pubRefId	int	False	False	0	0	0		
False	pubProveedorId	int	False	False	0	0	0		
False	pubProvincia	int	False	False	0	0	0		
False	pubTemId	int	False	False	0	0	0		
False	pubTipoPaquete	int	False	False	0	0	0		
False	pubZona	int	False	False	0	0	0		
False	pubFormaPago	int	False	False	0	0	0		
False	timeStamp	timestamp	True	False	0	0	0		
False	pubFechaFacturacion	datetime	False	False	0	23	3		
False	pubEmpId	int	False	False	0	0	0		
False	pubTipoServicio	int	False	False	0	0	0		
False	pubRecargo	decimal	False	False	0	18	4		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Publicacion	Public	pubId		
FK_Publicacion_Categoria	Public	pubCatId		

### Relationships

Columns	Association	Notes
(pubCatId = catId)	<b>0..*</b> Publicacion.FK_Publicacion_Categoria <b>1</b> Categoria.PK_Categoria	
(calPubId = pubId)	<b>0..*</b> Calificacion.FK_Calificacion_Publicacion <b>1</b> Publicacion.PK_Publicacion	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 392		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

## Referencia

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	refId	int	True	True	0	0	0		
False	refLatitud	decimal	False	False	0	9	3		
False	refLongitud	decimal	False	False	0	9	3		
False	refUsuld	int	True	False	0	0	0		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Referencia	Public	refId		

### Relationships

Columns	Association	Notes
(infRefId = refId)	0..1 InfoAdicional.FK_InfoAdicional_Referencia 0..1 Referencia.PK_Referencia	

## TablaGenerica

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	tgenId	int	True	True	0	0	0		
False	tgenCodigoElemento	int	False	False	0	0	0		
False	tgenCodigoTabla	varchar	False	False	20	0	0		
False	tgenDescripcion	varchar	False	False	50	0	0		
False	tgenDescripcionAbreviada	varchar	False	False	50	0	0		
False	tgenOrden	int	False	False	0	0	0		
False	tgenAdicional1	int	False	False	0	0	0		
False	tgenAdicional2	int	False	False	0	0	0		
False	tgenAdicional3	int	False	False	0	0	0		
False	tgenAdicional4	varchar	False	False	50	0	0		
False	tgenAdicional5	varchar	False	False	50	0	0		
False	tgenAdicional6	varchar	False	False	50	0	0		


### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_TablaGenerica	Public	tgenId		

### Relationships

Columns	Association	Notes
---------	-------------	-------



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 393		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

Columns	Association	Notes
	1.. TablaTablasGenerica. * TablaGenerica.	

### TablaTablasGenerica

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

#### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
False	ttabCodigoTabla	varchar	False	False	20	0	0		
False	ttabDescripcion	varchar	False	False	50	0	0		
True	ttabId	int	True	True	0	0	0		
False	ttabAdicional1	varchar	False	False	20	0	0		
False	ttabAdicional2	varchar	False	False	20	0	0		
False	ttabAdicional3	varchar	False	False	20	0	0		
False	ttabAdicional4	varchar	False	False	20	0	0		
False	ttabAdicional5	varchar	False	False	20	0	0		
False	ttabAdicional6	varchar	False	False	20	0	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_TablaTablasGenerica	Public	ttabId		

#### Relationships

Columns	Association	Notes
	1.. TablaTablasGenerica. * TablaGenerica.	

### Telefono

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

#### Columns


PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	telId	int	True	True	0	0	0		
False	telNumero	varchar	True	False	30	0	0		
False	telTipoTelefono	smallint	False	False	0	5	0		
False	telUsuld	int	False	False	0	0	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Telefono	Public	telId		

#### Relationships

Columns	Association	Notes

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 394	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

Columns	Association	Notes
(teiTelld = telld)	0..* TelefonoInfoAdic.FK_TelefonoInfoAdic_Telefono 1 Telefono.PK_Telefono	

### TelefonoInfoAdic

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

#### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	teiTelld	int	True	True	0	0	0		
True	teiInfld	int	True	True	0	0	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_TelefonoInfoAdic	Public	teiTelld teiInfld		
FK_TelefonoInfoAdic_Info Adicional	Public	teiInfld		
FK_TelefonoInfoAdic_Telefono	Public	teiTelld		

#### Relationships

Columns	Association	Notes
(teiInfld = infld)	0..* TelefonoInfoAdic.FK_TelefonoInfoAdic_InfoAdicional 1 InfoAdicional.PK_InfoAdicional	
(teiTelld = telld)	0..* TelefonoInfoAdic.FK_TelefonoInfoAdic_Telefono 1 Telefono.PK_Telefono	

### Template

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.


*Notes:*

#### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	temId	int	True	True	0	0	0		
False	temAlto	decimal	False	False	0	18	3		
False	temLargo	decimal	False	False	0	18	3		
False	temAncho	decimal	False	False	0	18	3		
False	temDescripcion	varchar	True	False	80	0	0		
False	temClienteld	int	True	False	0	0	0		
False	temCatId	int	True	False	0	0	0		
False	temTipoPaquete	int	True	False	0	0	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
------	------	---------	--------------	-------

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 395		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_Template	Public	temld		

#### Relationships

Columns	Association	Notes
(pubTemld = temld)	0..* Publicacion.FK_Publicacion_Template 1 Template.PK_Template	

### Ticket

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 10/12/2011. Last modified on 10/12/2011.

*Notes:*

#### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Prec	Scale	Init	Notes
True	ticId	int	True	True	0	0	0		
False	ticAsignado	int	True	False	0	0	0		
False	ticCreado	int	True	False	0	0	0		
False	ticDescripcion	varchar	True	False	500	0	0		
False	ticRespuesta	varchar	False	False	500	0	0		
False	ticFechaInicio	smalldate time	True	False	0	16	0		
False	ticFechaFinalizacion	smalldate time	False	False	0	16	0		
False	ticStatus	int	True	False	0	0	0		
False	ticContacto	varchar	True	False	255	0	0		
False	ticPrioridad	int	True	False	0	0	0		
False	timeStamp	timestam p	True	False	0	0	0		

### TipoServicio

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

#### Columns


PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	tipId	int	True	True	0	0	0		
False	tipTipoServicio	smallint	False	False	0	5	0		
False	tipUsuld	int	False	False	0	0	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_TipoServicio	Public	tipId		

#### Relationships

Columns	Association	Notes
(tisTipId = tipId)	0..*	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 396		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

Columns	Association	Notes
	TipoServicioInfoAdic.FK_TipoServicioInfoAdic_TipoServicio 1 TipoServicio.PK_TipoServicio	

### TipoServicioInfoAdic

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

#### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Prec	Scale	Init	Notes
True	tisTipId	int	True	True	0	0	0		
True	tisInfId	int	True	True	0	0	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_TipoServicioInfoAdic	Public	tisTipId tisInfId		
FK_TipoServicioInfoAdic_InfoAdicional	Public	tisInfId		
FK_TipoServicioInfoAdic_TipoServicio	Public	tisTipId		

#### Relationships

Columns	Association	Notes
(tisTipId = tipId)	0..* TipoServicioInfoAdic.FK_TipoServicioInfoAdic_TipoServicio 1 TipoServicio.PK_TipoServicio	
(tisInfId = infId)	0..* TipoServicioInfoAdic.FK_TipoServicioInfoAdic_InfoAdicional 1 InfoAdicional.PK_InfoAdicional	

### Usuario


*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 27/09/2011. Last modified on 27/09/2011.

*Notes:*

#### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Prec	Scale	Init	Notes
True	usuId	int	True	True	0	0	0		
False	usuNombre	varchar	True	False	10	0	0		
False	usuClave	varchar	True	False	64	0	0		
False	usuCorreo	varchar	False	False	80	0	0		
False	usuBloqueado	bit	False	False	0	1	0		
False	usuActivo	bit	False	False	0	1	0		
False	usuInfId	int	False	False	0	0	0		
False	usuTipo	smallint	True	False	0	5	0		
False	usuIdioma	varchar	False	False	5	0	0		

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 397		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

False	usuConfirmado	bit	False	False	0	1	0	((0))	
False	timeStamp	timestamp	True	False	0	0	0		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
XPKUsuario	Public	usuId		
FK_Usuario_InfoAdicional	Public	usuInfId		

### Relationships

Columns	Association	Notes
(usfUsuId = usuId)	<b>0..*</b> UsuarioFamilia.FK_UsuarioFamilia_Usuario <b>1</b> Usuario.XPKUsuario	
(usuInfId = infId)	<b>0..*</b> Usuario.FK_Usuario_InfoAdicional <b>1</b> InfoAdicional.PK_InfoAdicional	

## UsuarioFamilia

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	usfUsuld	int	True	True	0	0	0		
True	usfFamId	int	True	True	0	0	0		
False	usfDVH	varchar	True	False	64	0	0		

### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
XPKUsuarioFamilia	Public	usfUsuld usfFamId		
FK_UsuarioFamilia_Familia	Public	usfFamId		
FK_UsuarioFamilia_Usuario	Public	usfUsuld		

### Relationships

Columns	Association	Notes
(usfUsuld = usuld)	<b>0..*</b> UsuarioFamilia.FK_UsuarioFamilia_Usuario <b>1</b> Usuario.XPKUsuario	
(usfFamId = famId)	<b>0..*</b> UsuarioFamilia.FK_UsuarioFamilia_Familia <b>1</b> Familia.XPKFamilia	


## ZonaRepartoInfoAdic

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

### Columns

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 398	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboá			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	zorZonId	int	True	True	0	0	0		
True	zorInfd	int	True	True	0	0	0		

#### Constraints

Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_ZonaRepartoInfoAdic	Public	zorZonId zorInfd		
FK_ZonaRepartoInfoAdic_InfoAdicional	Public	zorInfd		
FK_ZonaRepartoInfoAdic_ZonasReparto	Public	zorZonId		

#### Relationships

Columns	Association	Notes
(zorInfd = infd)	0..* ZonaRepartoInfoAdic.FK_ZonaRepartoInfoAdic_InfAdicional 1 InfoAdicional.PK_InfoAdicional	
(zorZonId = zonId)	0..* ZonaRepartoInfoAdic.FK_ZonaRepartoInfoAdic_ZonasReparto 1 ZonasReparto.PK_ZonasReparto	

### ZonasReparto

*Database:* SQL Server 2005, *Stereotype:* «table», *Package:* Data Model

*Detail:* Created on 21/06/2011. Last modified on 21/06/2011.

*Notes:*

#### Columns


PK	Name	Type	Not Null	Unique	Len	Pre c	Scal e	Init	Notes
True	zonId	int	True	True	0	0	0		
False	zonUsuld	int	False	False	0	0	0		
False	zonZona	int	False	False	0	0	0		
False	zonPrecio	decimal	False	False		18	3		
False	zonPorcRecargoLluvia	decimal	False	False		5	2		

#### Constraints


Name	Type	Columns	Initial Code	Notes
PK_ZonasReparto	Public	zonId		

#### Relationships

Columns	Association	Notes
(zorZonId = zonId)	0..* ZonaRepartoInfoAdic.FK_ZonaRepartoInfoAdic_ZonasReparto 1 ZonasReparto.PK_ZonasReparto	

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 399	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Stored Procedures

	<p><b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>  <b>Facultad de Tecnología Informática</b></p> <p><b>Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilboa</b></p>	<p><b>Pag. 400</b></p>			
<p>Alumno:</p>	<p><b>Pablo José Cósimo</b></p>	<p>Legajo:</p>	<p><b>34281</b></p>		
<p>Sede:</p>	<p><b>Centro</b></p>	<p>Comisión:</p>	<p><b>5 a</b></p>	<p>Turno:</p>	<p><b>Mañana</b></p>
<p><b>Proyecto: EntregaYa!</b></p>					

class Stored Procedures

<stored procedures>  
EntregaYa



```

+procs+
+ crudsp_AGENDAEliminar(int)
+ crudsp_AGENDAInsertar(varchar(100), varchar(100), varchar(400), varchar(20), int, int, int)
+ crudsp_AGENDAModificar(varchar(100), varchar(100), int, varchar(400), varchar(20), int, int, int)
+ crudsp_AGENDAObtener(int)
+ crudsp_AGENDAObtenerTodos(int)
+ crudsp_BACKUPSObtener(int)
+ crudsp_BACKUPSObtenerTodos()
+ crudsp_BITACORAInsertar(varchar(20), varchar(20), int, varchar(20), xml, datetime, char(1))
+ crudsp_BITACORAObtenerFiltrada(datetime, datetime, int, varchar(20), int)
+ crudsp_CALIFICACIONEliminar(int)
+ crudsp_CALIFICACIONInsertar(int, varchar(250), int, int, varchar(250), int, int)
+ crudsp_CALIFICACIONModificar(int, int, varchar(250), int, int, varchar(250), int)
+ crudsp_CALIFICACIONObtener(int)
+ crudsp_CALIFICACIONObtenerTodos(int, int)
+ crudsp_CATEGORIAEliminar(int)
+ crudsp_CATEGORIAInsertar(varchar(50), int)
+ crudsp_CATEGORIAModificar(int, varchar(50), int)
+ crudsp_CATEGORIAObtener(int)
+ crudsp_CATEGORIAObtenerTodos(int)
+ crudsp_CUENTAEliminar(int)
+ crudsp_CUENTAInsertar(int, char(1), int, int, decimal(18,3))
+ crudsp_CUENTAModificar(int, int, char(1), int, int, decimal(18,3))
+ crudsp_CUENTAObtener(int, int, int, int, int)
+ crudsp_CUENTAObtenerTodos(int, int, int, int)
+ crudsp_EMPLEADOEliminar(int)
+ crudsp_EMPLEADOINFORMADICInsertar(int, int)
+ crudsp_EMPLEADOINFORMADICObtenerTodos(int)
+ crudsp_EMPLEADOINFORMADICObtener(int, varchar(100), int, char(350), int, numeric(12,0), int)
+ crudsp_EMPLEADOINFORMADICModificar(int, varchar(100), int, char(350), int, numeric(12,0), int)
+ crudsp_EMPLEADOObtener(int)
+ crudsp_EMPLEADOObtenerTodos(int)
+ crudsp_ENCUESTAIncrementarVotoin()
+ crudsp_ENCUESTAInsertar(int, char(400), bit)
+ crudsp_ENCUESTAObtenerTodos(bit)
+ crudsp_ENCUESTAOPCIONInsertar(int, varchar(100), int)
+ crudsp_FACTURAEliminar(int)
+ crudsp_FACTURAGenerarAutomaticamente()
+ crudsp_FACTURAInsertar(datetime, decimal(18,3), bigint, bit, int, char(1), int, char(1), varchar(80), bit, datetime, datetime, datetime, int, decimal(18,3), decimal(18,3), bigint, int, int, int, int)
+ crudsp_FACTURAModificar(datetime, decimal(18,3), bigint, bit, int, char(1), int, char(1), varchar(80), bit, datetime, datetime, datetime, int, decimal(18,3), decimal(18,3), bigint, int, int, int, int)
+ crudsp_FACTURAObtener(int)
+ crudsp_FACTURAObtenerTodos(int, int, datetime, datetime, int, bigint)
+ crudsp_FAMILIAEliminar(int)
+ crudsp_FAMILIAInsertar(int, varchar(40))
+ crudsp_FAMILIAModificar(int, varchar(40))
+ crudsp_FAMILIAObtener(int)
+ crudsp_FAMILIAPATENTEEliminar(int, int)
+ crudsp_FAMILIAPATENTEInsertar(int, int)
+ crudsp_FAMILIAPATENTEObtenerTodos(int)
+ crudsp_FAMILIATodosObtener(int)
+ crudsp_INFOADICIONALInsertar(int, int, varchar(10), varchar(80), int, int, numeric(12,0), decimal(18,3), int, int, varchar(200), int, int)
+ crudsp_INFOADICIONALModificar(varchar(200), int, int, varchar(10), varchar(80), int, int, numeric(12,0), decimal(18,3), int, int, int, int)
+ crudsp_LINEAEliminar(int)
+ crudsp_LINEAEliminarNumerointerno(int)
+ crudsp_LINEAInsertar(decimal(18,3), int, int, int, char(1), varchar(50), decimal(18,3), decimal(18,3), int, int)
+ crudsp_LINEAModificar(int, decimal(18,3), int, int, int, char(1), varchar(50), decimal(18,3), decimal(18,3), int, int)
+ crudsp_LINEAObtener(int)
+ crudsp_LINEAObtenerTodos(int)
+ crudsp_NOTICIAEliminar(int)
+ crudsp_NOTICIAInsertar(varchar(450), varchar(150), text, ntext)
+ crudsp_NOTICIAModificar(datetime, int)
+ crudsp_NOTICIAObtener(int)
+ crudsp_NOTICIAObtenerTodos()
+ crudsp_NOTICIAObtenerUltimasNoticias()
+ crudsp_PATENTEEliminar(int)
+ crudsp_PATENTEInsertar(varchar(30), varchar(255), char(2), bit, varchar(250))
+ crudsp_PATENTEModificar(int, varchar(30), varchar(255), char(2), bit, varchar(250))
+ crudsp_PATENTEObtener(int)
+ crudsp_PATENTEObtenerTodos(int)
+ crudsp_PREGUNTAEliminar(int)
+ crudsp_PREGUNTAInsertar(int, text, int, text, int, int)
+ crudsp_PREGUNTAModificar(int, text, int, int, text, int)
+ crudsp_PREGUNTAObtener(int)
+ crudsp_PREGUNTAObtenerTodos(int, int)
+ crudsp_PUBLICACIONActivosPendientes(int)
+ crudsp_PUBLICACIONActivosProceso(int)
+ crudsp_PUBLICACIONEliminar(int)
+ crudsp_PUBLICACIONInsertar(int)
+ crudsp_PUBLICACIONInsertar(decimal(18,3), decimal(18,3), int, int, varchar(80), varchar(250), varchar(100), char(1), datetime, datetime, decimal(18,3), decimal(18,4), int, int, int, int, int, datetime, int, int, decimal(18,4), int)
+ crudsp_PUBLICACIONModificar(decimal(18,3), decimal(18,3), int, int, varchar(80), varchar(250), varchar(100), char(1), datetime, datetime, int, decimal(18,3), decimal(18,4), int, int, int, int, int, datetime, int, int, decimal(18,4))
+ crudsp_PUBLICACIONObtener(int)
+ crudsp_PUBLICACIONObtenerParafilos(int, datetime)
+ crudsp_PUBLICACIONObtenerTodos(int, int, char(1))
+ crudsp_PUBLICACIONObtenerTodosPublicacionFacturar(int)
+ crudsp_REFERENCIAInsertar(int, decimal(9,3), decimal(9,3), int)
+ crudsp_REFERENCIAModificar(int, decimal(9,3), decimal(9,3), int)
+ crudsp_REFERENCIAObtener(int)
+ crudsp_TABLAGENERICAEliminar(int, varchar(20))
+ crudsp_TABLAGENERICAInsertar(int, varchar(20), varchar(50), varchar(50), int, int, int, varchar(200), varchar(200), varchar(200))
+ crudsp_TABLAGENERICAModificar(int, varchar(20), varchar(50), varchar(50), int, int, int, varchar(200), varchar(200), varchar(200))
+ crudsp_TABLAGENERICAObtener(varchar(20), int)
+ crudsp_TABLAGENERICAObtenerTodos(varchar(20), int, int, int, varchar(200))
+ crudsp_TABLATABLAGENERICAEliminar(varchar(20))
+ crudsp_TABLATABLAGENERICAInsertar(int, varchar(20), varchar(50), varchar(20), varchar(20), varchar(20), varchar(20), varchar(20), varchar(20))
+ crudsp_TABLATABLAGENERICAModificar(varchar(20), varchar(50), varchar(20), varchar(20), varchar(20), varchar(20), varchar(20), varchar(20))
+ crudsp_TABLATABLAGENERICAObtener(varchar(20))
+ crudsp_TABLATABLAGENERICAObtenerTodos()
+ crudsp_TELEFONOEliminar(int)
+ crudsp_TELEFONOINFORMADICInsertar(int, int)
+ crudsp_TELEFONOInsertar(varchar(30), char(2), int, int)
+ crudsp_TELEFONOObtener(int)
+ crudsp_TELEFONOObtenerTodos(int, int)
+ crudsp_TEMPLATEEliminar(int)
+ crudsp_TEMPLATEInsertar(decimal(18,3), decimal(18,3), varchar(80), int, int, int)
+ crudsp_TEMPLATEModificar(int, decimal(18,3), decimal(18,3), decimal(18,3), varchar(80), int, int, int)
+ crudsp_TEMPLATEObtener(int)
+ crudsp_TEMPLATEObtenerTodos(int)
+ crudsp_TICKETInsertar(int, int, varchar(500), varchar(500), smalldatetime, smalldatetime, int, varchar(255), int, int)
+ crudsp_TICKETModificar(int, int, int, varchar(500), varchar(500), smalldatetime, smalldatetime, int, varchar(255), int)
+ crudsp_TICKETObtener(int)
+ crudsp_TICKETObtenerTodos(int, int)
+ crudsp_TIPOSERVICIOEliminar(int)
+ crudsp_TIPOSERVICIOInsertar(int, char(1))
+ crudsp_TIPOSERVICIOINFORMADICInsertar(int, int)
+ crudsp_TIPOSERVICIOINFORMADICObtenerTodos(int)
+ crudsp_TIPOSERVICIOInsertar(int, smallint, int)
+ crudsp_TIPOSERVICIOObtener(int)
+ crudsp_TIPOSERVICIOObtenerTodos(int)
+ crudsp_USUARIOBúsqueda(varchar(10))
+ crudsp_USUARIOBúsquedaProveedor(int, int, varchar(60), varchar(20), int)
+ crudsp_USUARIOEliminar(int)
+ crudsp_USUARIOFAMILIAEliminar(int, int)
+ crudsp_USUARIOFAMILIAInsertar(int, int)
+ crudsp_USUARIOFAMILIAModificar(int, int)
+ crudsp_USUARIOFAMILIAObtener(int, int)
+ crudsp_USUARIOFAMILIATodosObtener(int, int)
+ crudsp_USUARIOInsertar(int, varchar(10), varchar(64), varchar(64), varchar(64), varchar(64), varchar(64), bit, bit, smallint, varchar(5), bit)
+ crudsp_USUARIOModificar(int, varchar(10), varchar(60), bit, bit, smallint, varchar(5), int, bit)
+ crudsp_USUARIOModificarClave(int, varchar(64))
+ crudsp_USUARIOObtener(int)
+ crudsp_USUARIOObtenerTodos(int)
+ crudsp_USUARIOObtenerTodosOperadores()
+ crudsp_USUARIOObtenerTodosOplgProveedores(int)
+ crudsp_USUARIOPorCorreo(int)
+ crudsp_USUARIOVerificar(varchar(10), varchar(64))
+ crudsp_ZONAREPARTOINFORMADICEliminar(int)
+ crudsp_ZONAREPARTOINFORMADICInsertar(int, int)
+ crudsp_ZONAREPARTOINFORMADICObtenerTodos(int)
+ crudsp_ZONASREPARTOEliminar(int)
+ crudsp_ZONASREPARTOInsertar(int, int, int, decimal(18,3), decimal(5,3))
+ crudsp_ZONASREPARTOModificar(int, int, int, decimal(18,3), decimal(5,3))
+ crudsp_ZONASREPARTOObtener(int)
+ crudsp_ZONASREPARTOObtenerTodos(int)
+ rptsp_Adm_Ganancias()
+ rptsp_Adm_GananciasCompactivo()
+ rptsp_Adm_TiempoRespuesta()
+ rptsp_Oi_HistonalPedidos(int, datetime, datetime, int, int, int)
+ rptsp_Ope_CobrosPendientes(int, int)
+ rptsp_Ope_CuentaCorriente(int, int)
+ rptsp_Ope_SatisfaccionCliente()
+ rptsp_Ope_SatisfaccionClienteCantidades()
+ rptsp_Prov_CuentaCorriente(int, int)
+ rptsp_Prov_EntregasPendientes(int, datetime, datetime, int, int)
+ rptsp_Prov_HistonalEntregas(int, datetime, datetime, int, int)
+ rptsp_Prov_MisFacturas(int, int)
+ s_Bitacora(synname(128), xml, xml)

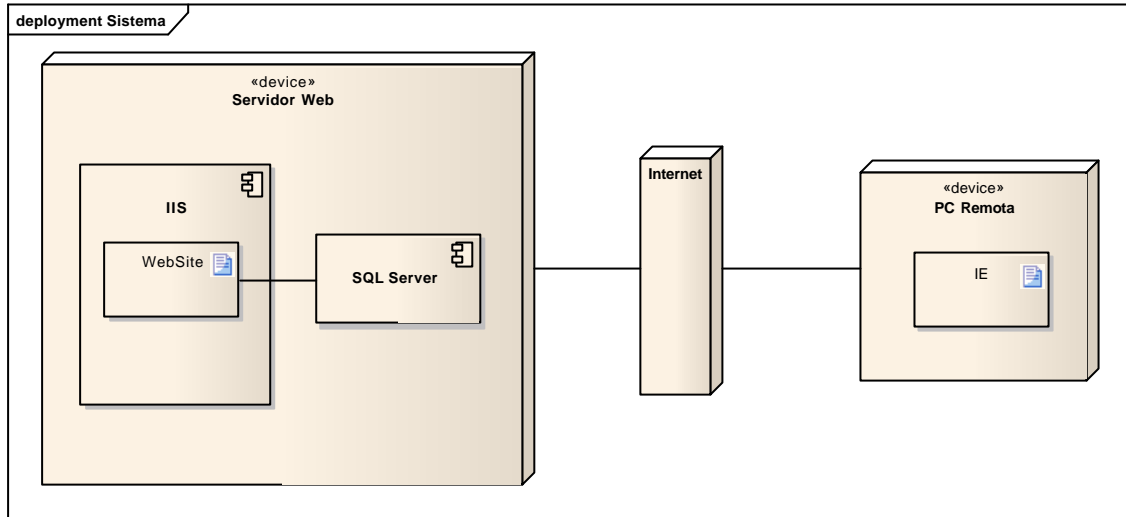
```

+funcions+  
EntregaYa:  
EntregaYa:  
+func+  
+ s\_ObtenerIP()



  UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 401	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

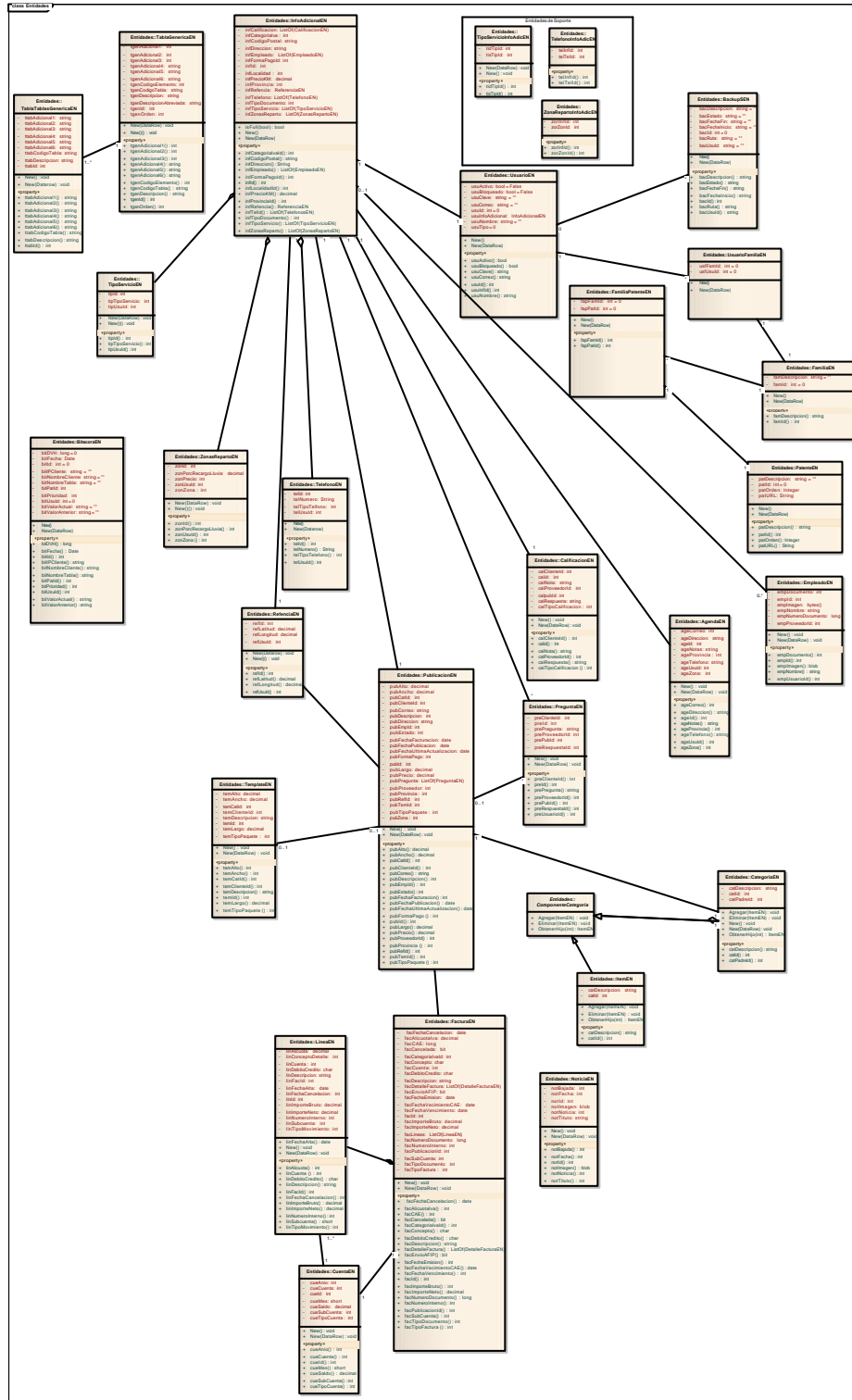
## 1.5 Diagrama de despliegue

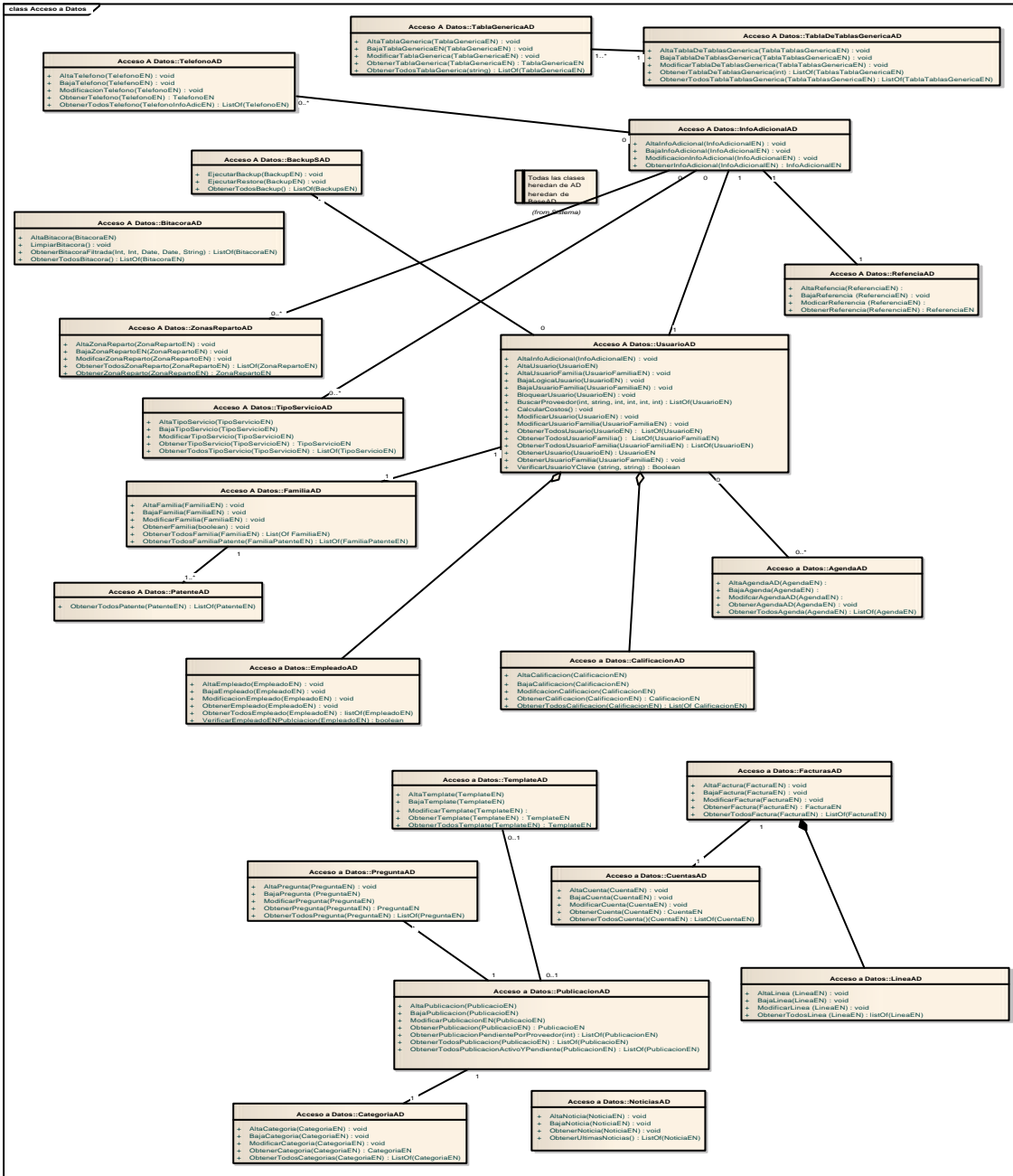




# 11.6 Diagrama de Clases de toda la solución

## Negocio

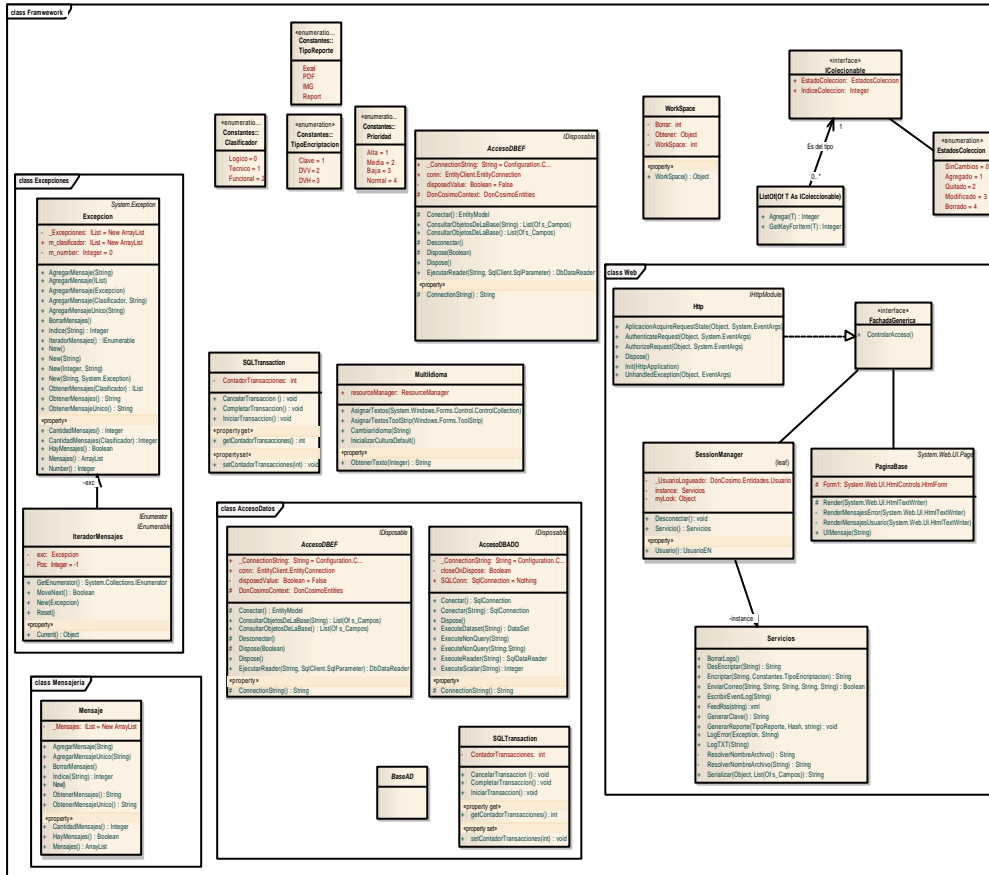









Framework



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 406	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## **C. Anexos**

### **1 Contenido**

#### **1.1 Normas de Calidad**

### **NORMA IRAM 36052**

Diciembre de 1996

ISO 9126:1991

ICS 35.080

\* CNA 0000

**INFORMÁTICA**

**TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN**

**EVALUACIÓN DE PRODUCTOS DE SOPORTE LÓGICO ("SOFTWARE")**

Características de la calidad y guía para su uso


**INFORMATION TECHNOLOGY SOFTWARE PRODUCT EVALUATION QUALITY CHARACTERISTICS AND GUIDELINES FOR THEIR USE.**

**TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION – ÉVALUATION DES PRODUITS LOGICIELS CARACTÉRISTIQUES DE QUALITÉ ET DIRECTIVES D'UTILISATIONS.**



**INSTITUTO ARGENTINO DE NORMALIZACIÓN**

Corresponde a la Clase Nacional de Abastecimiento asignada por el Servicio Nacional de Catalogación dependiente del Ministerio de Defensa.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 407	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

El estudio de esta norma ha estado a cargo de los organismos respectivos, integrados en la forma siguiente:

Subcomité de Tecnología Informática

Integrante


Ing. J. C. ABRAMOFF  
Sr. Antonio ARAMOUNI  
Dr. Francisco N. BARCIA  
Lic. Marcela CACIA  
Ing. Jorge CLOT  
Sr. Pablo COSSO  
Lic. B. J. DELL'ORO  
Ing. Héctor FABBI  
Sr. José FERNÁNDEZ PERNAS  
Lic. Liliana GOROSITO  
Sr. Ricardo GUZMÁN  
Sr. Osvaldo LOSOVIZ  
Ing. Héctor MONTEVERDE  
Ing. Jorge L. MORÁN  
Lic. Alejandro OLIVERA  
Srta. Irene PAZOS  
Lic. Eduardo RUBIO  
Lic. Jorge A. IBÁÑEZ

Representa a:

UNIVERSIDAD ARGENTINA J. F. KENNEDY  
INSTITUTO ARGENTINO DE INFORMÁTICA  
AIDE CONSULTORES S.R.L.  
INTERSOFT ARGENTINA S.A.  
UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA  
INTERSOFT ARGENTINA S.A.  
CESSI  
CONSEJO PROFESIONAL DE CIENCIAS  
INFORMÁTICAS  
SADIO  
TTI S.A.  
PROSYDE S.A. CESSI  
INVITADO ESPECIAL  
SADIO  
INTERSISTEMAS  
UNIVERSIDAD DE BELGRANO  
PROSYDE S.A.  
INTERSOFT ARGENTINA S.A.  
IRAM

Comité General de Normas (C.G.N.)

Dr. V. ALDERUCCIO	Ing. J. KOSTIC
Ing. J. V. CASELLA	Ing. J. MANGOSIO
Dr. E. CATALANO	Ing. S. MARDYKS
Dr. A. M. CRUZ	Dr. A. F. OTAMENDI
Ing. D. DONEGANI	Ing. T. PALACIOS
Ing. R. FERNÁNDEZ	Sr. F. R. SOLDI
Dr. A. GROSSO	Prof. M. P. MESTANZA
Dr. R. L. HUSTE	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 408	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## PREFACIO

El Instituto Argentino de Normalización (IRAM) es una asociación civil sin fines de lucro cuyas finalidades específicas son establecer normas técnicas, sin limitaciones y en los ámbitos que abarquen, además de propender al conocimiento y la aplicación de la normalización como base de la calidad, difundiendo el uso del Sello IRAM de Conformidad con normas IRAM y servicios afines, dentro y fuera del país y la adopción de sistemas de gestión de la calidad en las empresas, para brindar seguridad al consumidor.

Es el representante de Argentina en la International Organization for Standardization (ISO), en la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT) y en el Comité MERCOSUR de Normalización.

## INTRODUCCIÓN

Al expandirse el uso del soporte lógico (software) de aplicación, crece en importancia la calidad del soporte lógico (software). Con el fin de gestionar la calidad del soporte lógico (software), aumenta en importancia la tecnología para especificar y evaluar objetiva y cuantitativamente, tanto la calidad del producto de soporte lógico (software) mismo, como la calidad de su proceso de desarrollo. Por ello es necesario un marco conceptual<sup>2</sup> que permita la evaluación de la calidad del soporte lógico (software). Esta norma se genera como parte de un conjunto de documentos que proveen ese marco conceptual.

Esta norma coincide totalmente con la norma ISO 9126:1991, por lo cual se la puede considerar como equivalente al documento internacional.

### ISO 9126:1991

## INFORMÁTICA

### TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

### EVALUACIÓN DE PRODUCTOS DE SOPORTE LÓGICO ("SOFTWARE")

#### Características de la calidad y guía para su uso

**ICS 35.080**  
\* CNA 0000

#### 1 OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

Esta norma define seis características que describen, con mínima superposición, la calidad del soporte lógico ("software"). Estas características proveen la base para un posterior refinamiento y descripción de dicha calidad. La norma describe como se usan estas características de calidad para la evaluación de la calidad del soporte lógico ("software").


Esta norma no prescribe subcaracterísticas(\*) y métricas<sup>3</sup>, ni los métodos para medir, relacionar y evaluar. Esta norma adhiere a la definición de calidad dada en IRAM 8402.

---

Sistema de ideas.

<sup>3</sup> Usado aquí como método cuantitativo con escala.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 409	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


(\*) Nota. En el Anexo A se provee una propuesta de definición de subcaracterísticas para información.

En esta norma, la definición de las características y el modelo asociado con la evaluación de la calidad del proceso, son aplicables cuando se especifican los requisitos y se evalúa la calidad del producto de soporte lógico ("software") para todo su ciclo de vida.

Las características pueden ser aplicables a cualquier clase de soporte lógico ("software"), incluyendo programas de computadora y datos contenidos en "firmware" (ver 3.3).

Esta norma está destinada a las personas asociadas con la adquisición, desarrollo, soporte, mantenimiento o auditoría del soporte lógico ("software").

\* Corresponde a la clase Nacional de Abastecimiento asignada por el Servicio Nacional de Catalogación dependiente del Ministerio de Defensa.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 410	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 2 NORMAS PARA CONSULTA

Los documentos normativos siguientes contienen disposiciones, las cuales, mediante su cita en el texto, se transforman en disposiciones válidas para la presente norma IRAM. Las ediciones indicadas eran las vigentes en el momento de su publicación. Todo documento es susceptible de ser revisado y las partes que realicen acuerdos basados en esta norma se deben esforzar para buscar la posibilidad de aplicar sus ediciones más recientes. Los organismos internacionales de normalización y el IRAM, mantienen registros actualizados de sus normas.

ISO/IEC 2382-20: 1990 - Tecnología de la información - Vocabulario - Parte 20: Desarrollo de sistemas.

IRAM-IACC-ISO 8402: 1994 - Calidad - Vocabulario.

## 3 DEFINICIONES

A los fines de esta norma, se aplican las definiciones siguientes:

### 3.1 evaluación.

Acción de aplicar un criterio de valoración documentado y específico a un módulo, paquete o producto de soporte lógico ("software"), con el propósito de determinar su aceptación o liberación al mercado.

### 3.2 .peculiaridad.

Propiedad identificada de un producto de soporte lógico ("software") que puede relacionarse con características de la calidad.

Nota. Ejemplos de peculiaridades son la longitud del camino, la modularidad, la estructura del programa y los comentarios.

### 3.3 "firmware".

Estructura física que contiene un programa de computadora y datos que no pueden cambiarse en el ambiente del usuario. El programa de computadora y los datos contenidos en el firmware se clasifican como soporte lógico ("software"); los circuitos que contienen el programa de computadora y los datos, como "hardware".

### 3.4 nivel de desempeño.

Grado en que las necesidades son satisfechas, representado por un conjunto específico de valores para las características de calidad.


### 3.5 medición.

Acción de aplicar una métrica de la calidad del soporte lógico ("software") a un producto específico de soporte lógico ("software").

### 3.6 calidad.

Totalidad de las peculiaridades y características de un producto o servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas .  
(IRAM-IACC-ISO 8402).

Nota. En una situación contractual ó en un ambiente reglamentado, las necesidades están especificadas; en caso contrario, es conveniente identificarlas y definir las  
(IRAM-IACC-ISO 8402).

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 411	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 3.7 categorizar.

Acción de ubicar el valor medido en la clase apropiada. Se usa para determinar la clase de soporte lógico ("software"), con relación a una característica específica de éste.

### 3.8 clase.

Rango de valores en una escala que permite clasificar al soporte lógico ("software") de acuerdo con las necesidades establecidas o implícitas. Pueden asignarse diferentes niveles debido a diferentes visiones de la calidad, por ejemplo, usuarios, ejecutivos o desarrollados. Estos niveles se denominan clases.

Nota. Estas clases son diferentes de los "grados" definidos en IRAM IACC ISO 8402.

### 3.9 soporte lógico ("software").

Programas, procedimientos, reglas y cualquier documentación asociada, vinculados a la operación de un sistema de computación.

### 3.10 producto de soporte lógico ("software").

Entidad de soporte lógico ("software") diseñada para ser entregada a un usuario.

### 3.11 calidad de soporte lógico ("software").

Totalidad de las características de un producto de soporte lógico ("software") que lo habilitan para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas.

### 3.12 criterio de evaluación de la calidad del soporte lógico ("software").

Conjunto de reglas y condiciones definidas y documentadas que se emplean para decidir si la calidad total de un producto específico de soporte lógico ("software") es aceptable o no. La calidad se representa por el conjunto de clases asociadas con el producto de soporte lógico ("software").

### 3.13 características de calidad del soporte lógico ("software").

Conjunto de atributos de un producto de soporte lógico ("software") mediante las cuales se describe y evalúa la calidad. Una característica de calidad del soporte lógico ("software") puede refinarse en múltiples niveles de subcaracterísticas.

### 3.14 métrica de la calidad del soporte lógico ("software").

Una escala y un método cuantitativos que pueden usarse para determinar el valor que tiene una característica en un producto específico de soporte lógico ("software").

## 4 CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DEL SOPORTE LÓGICO ("SOFTWARE")


(Ver Anexo A)

La calidad del soporte lógico ("software") puede evaluarse por las características siguientes:

### 4.1 Funcionalidad

Un conjunto de atributos que se relacionan con la existencia de un conjunto de funciones y sus propiedades especificadas. Las funciones son aquellas que satisfacen las necesidades establecidas o implícitas.

Notas:

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 412	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

1. Este conjunto de atributos caracteriza qué hace el soporte lógico ("software") para satisfacer las necesidades, mientras que otros conjuntos caracterizan principalmente cuándo y cómo lo hace.

2. En cuanto a las necesidades establecidas o implícitas en esta característica, se aplica la nota de la definición de calidad (ver 3.6).

#### 4.2 Confiabilidad

Un conjunto de atributos relacionados con la capacidad del soporte lógico ("software") de mantener su nivel de comportamiento bajo las condiciones establecidas y por un período de tiempo dado.

Notas:

1. En el soporte lógico ("software") no existe desgaste o envejecimiento. Las limitaciones en la confiabilidad se deben a errores en los requisitos, diseño e implementación. Las fallas debidas a estos errores dependen más de la forma en que se usa el producto de soporte lógico ("software") y se seleccionan las opciones del programa, que del tiempo transcurrido.

2. En la definición de IRAM-IACC-ISO 8402, confiabilidad es "la aptitud de un artículo de ejecutar la función requerida...". En el presente documento, funcionalidad es sólo una de las características de la calidad del soporte lógico ("software"). Por lo tanto, la definición de confiabilidad se ha ampliado a "mantener su nivel de comportamiento..." en lugar de "ejecutar la función requerida" (ver también 3.4).

#### 4.3 Usabilidad

Un conjunto de atributos referidos al esfuerzo necesario para el uso y la evaluación individual de tal uso, de un producto de soporte lógico ("software") por un conjunto establecido o implícito de usuarios.

Notas:


1. Por "usuarios" puede entenderse el significado restringido de usuarios de un soporte lógico ("software") interactivo. Usuarios puede incluir operadores, usuarios finales y usuarios indirectos que están bajo la influencia, o dependientes del uso del soporte lógico ("software"). La usabilidad debe dirigirse a todos los ambientes usuarios que el soporte lógico ("software") puede afectar, lo que puede incluir la preparación para el uso y la evaluación de los resultados.

2. La usabilidad definida en esta norma como un conjunto específico de atributos de un producto de soporte lógico ("software") difiere de la definición desde un punto de vista ergonómico, donde otras características, tales como eficiencia y efectividad también son consideradas como constituyentes de la usabilidad.

#### 4.4 Eficiencia

Un conjunto de atributos referidos a la relación entre el nivel de comportamiento del soporte lógico ("software") y la cantidad de recursos utilizados, en condiciones establecidas.

Nota. Los recursos pueden incluir otros productos de soporte lógico ("software"), "hardware", materiales (p. ej. papel de impresión, disquetes) y servicios de operación, mantenimiento o personal de soporte.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 413	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

#### 4.5 Mantenibilidad

Un conjunto de atributos referidos al esfuerzo necesario para realizar modificaciones especificadas.

Nota. Las modificaciones pueden incluir correcciones, mejoras o adaptaciones del soporte lógico ("software") a cambios en el entorno y en las especificaciones de las funciones y requisitos.

#### 4.6 Portabilidad

Un conjunto de atributos referidos a la capacidad de un producto de soporte lógico ("software") de ser transferido de un ambiente a otro.

Nota. El ambiente puede incluir el entorno organizacional, de hardware y de soporte lógico ("software").

### 5 GUÍA PARA EL USO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD

#### 5.1 Uso

Esta norma es aplicable para definir los requisitos de calidad del soporte lógico ("software") y evaluar (medir, clasificar y evaluar) los productos del soporte lógico ("software"), incluyendo:


- Definir los requisitos de calidad de un producto de soporte lógico ("software").
- Evaluar las especificaciones del soporte lógico ("software") para ver si se satisfarán los requisitos de la calidad durante el desarrollo.
- Describir las características y atributos del soporte lógico ("software") implementado (es decir, manuales del usuario).
- Evaluar el soporte lógico ("software") desarrollado antes de su entrega.
- Evaluar el soporte lógico ("software") antes de su aceptación.

Corrientemente, sólo existen unas pocas métricas generalmente aceptadas para las características descritas en esta norma. Los grupos u organizaciones de normas pueden establecer sus propios modelos y métodos de evaluación de procesos para crear y validar métricas asociadas con estas características para cubrir diferentes áreas de aplicación y etapas del ciclo de vida. En aquellos casos en que no esté disponible y no pueda ser desarrollada una métrica apropiada, pueden usarse descripciones verbales o métodos prácticos.

Para emplear las seis características de la calidad con propósitos de definición y evaluación, es también necesario establecer clases y criterios específicos a la organización o la aplicación o ambas.

Deben establecerse las métricas, clases y criterios aplicados en la evaluación de la calidad cuando se comunican los resultados de la evaluación.

Aunque no existe un sistema de clasificación del soporte lógico ("software") totalmente aceptado, hay algunas clases de soporte lógico ("software") generalmente aceptadas. La importancia de cada característica de la calidad varía de acuerdo con la clase de soporte lógico ("software"). Por ejemplo, la confiabilidad es más importante en un sistema de soporte lógico ("software") para una misión crítica, la eficiencia es más importante para un sistema en tiempo real con cronogramas críticos y la usabilidad para un sistema interactivo para usuarios finales.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 414	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

La importancia de cada característica de la calidad también varía según el punto de vista considerado.

## 5.2 Visiones de la calidad del soporte lógico ("software")

Existen varias visiones de la calidad, algunas de las cuales se discuten aquí.

### 5.2.1 Visión del usuario.

La visión de la calidad en IRAM-IACC-ISO 8402 refleja la visión del usuario, tal como se define esta característica en esta norma.

Los usuarios están principalmente interesados en el uso, comportamiento y consecuencia del uso del soporte lógico ("software"). Los usuarios evalúan el soporte lógico ("software") sin conocer los aspectos internos o cómo se ha desarrollado.

Las preguntas de los usuarios pueden incluir:

- ¿Están disponibles las funciones requeridas en el soporte lógico ("software")?
- ¿Cuán confiable es el soporte lógico ("software")?
- ¿Cuán eficiente es el soporte lógico ("software")?
- ¿Es fácil de usar?
- ¿Es fácil transferir el soporte lógico ("software") a otro ambiente?

### 5.2.2 Visión de los desarrolladores.

El proceso de desarrollo requiere que el usuario y el desarrollador utilicen la misma característica de la calidad del soporte lógico ("software"), puesto que ella se aplica a los requisitos y a la aceptación. Cuando se desarrollan soporte lógico ("software") de uso masivo<sup>4</sup>, las necesidades implícitas deben reflejarse en los requisitos de la calidad.

Puesto que los desarrolladores son responsables de producir un soporte lógico ("software") que satisfaga los requisitos de la calidad, están interesados en la calidad, tanto de los productos intermedios como del final. Para evaluar la calidad de los productos intermedios en cada fase del ciclo de desarrollo, los desarrolladores deben usar diferentes métricas para la misma característica, puesto que la misma métrica no es aplicable en todas las fases del ciclo de vida. Por ejemplo, el usuario piensa la eficiencia en términos del tiempo de respuesta, mientras que el desarrollador tiene que usar términos de longitud de camino y acceso y tiempos de espera en la especificación del diseño. Hablando genéricamente, las métricas aplicables en la interfase externa de un producto se reemplazan por aquella que se aplica a su estructura.


La visión de los desarrolladores debe incorporar también la visión de las características de la calidad requeridas para el mantenimiento del soporte lógico ("software").

### 5.2.3 Visión gerencial.

Un gerente puede estar más interesado en la calidad global que en una característica específica de la calidad y por esta razón necesitará asignar a las diferentes características, pesos que reflejen los requerimientos del negocio.

El gerente puede necesitar también balancear las mejoras de la calidad con criterios gerenciales tales como demoras y costos adicionales, porque desea optimizar la calidad dentro de costos limitados, recursos humanos y plazos.

<sup>4</sup> En la versión en inglés: "off the shelf software"

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 415	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### 5.3 Modelo de evaluación de procesos

La figura 1 muestra las etapas principales requeridas para evaluar la calidad del soporte lógico ("software") partiendo con las características de la calidad definidas en esta norma. Debido a la naturaleza global de la figura 1, no muestra una cantidad de procedimientos de detalle, tales como el análisis y validación de métricas.

El proceso consta de tres etapas: definición de los requisitos de la calidad, preparación de la evaluación y procedimiento de evaluación. Este procedimiento puede aplicarse en cualquier fase del ciclo de vida, para cada componente del producto de soporte lógico ("software").

#### 5.3.1 Definición de los requisitos de la calidad.

El propósito de la etapa inicial es especificar los requisitos en términos de las características de la calidad y las posibles subcaracterísticas. Los requisitos expresan la demanda del entorno para el producto de soporte lógico ("software") en consideración y debe definirse previamente al desarrollo. Así como el producto de soporte lógico ("software") se descompone en un conjunto de componentes principales, los requisitos derivados del producto total pueden diferir para los distintos componentes.

#### 5.3.2 Preparación de la evaluación.

El propósito de esta segunda etapa es preparar las bases para la evaluación.

##### 5.3.2.1 Selección de métricas de la calidad.

La forma en que han sido definidas las características de la calidad no permiten su medida directa. Existe la necesidad de establecer métricas que se correlacionen con las características del producto de soporte lógico ("software"). Cada particularidad cuantificable del soporte lógico ("software") y cualquier interacción cuantificable del soporte lógico ("software") con su entorno, que se correlacionen con una característica, puede establecerse como métrica.

Las métricas pueden diferir dependiendo del ambiente y de la fase del proceso de desarrollo en que se use. Las métricas usadas en el proceso de desarrollo deben correlacionarse con las métricas del usuario, porque la métrica desde el punto de vista del usuario es crucial.

##### 5.3.2.2 Definición de clase.


Los rasgos cuantificables pueden medirse cuantitativamente empleando las métricas de la calidad. El resultado, es decir, el valor medido se ubica en una escala. Este valor no muestra el nivel de satisfacción. Con este propósito, estas escalas deben dividirse en rangos correspondientes a los diferentes grados de satisfacción del requisito (figura 2). Ya que la calidad se refiere a necesidades dadas, no es posible establecer niveles generales para cualquier situación. Estos grados deben definirse para cada evaluación.

##### 5.3.2.3 Definición de criterios de evaluación.

Para evaluar la calidad de un producto, deben sintetizarse los resultados de la evaluación de las distintas características. El evaluador debe preparar un procedimiento para esto usando, por ejemplo, tablas de decisión y pesos ponderados. El procedimiento incluirá usualmente otros aspectos, tales como tiempo y costo, que contribuyen a evaluar la calidad de un producto de soporte lógico ("software") en un ambiente particular.

#### 5.3.3 Procedimiento de evaluación.

La última etapa del modelo para el proceso de evaluación se divide en tres etapas, denominadas medición, clasificación y evaluación.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 416	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

#### 5.3.3.1 Medición.

En la medición se aplican las métricas al producto de soporte lógico ("software"). Los resultados son valores en la escala de las métricas.

#### 5.3.3.2 Clasificación.

En la etapa de clasificación, la clase se determina de acuerdo con el valor medido (ver figura 2).

#### 5.3.3.3 Evaluación.

La evaluación es la etapa final de este proceso, donde un conjunto de clases son sumariadas. El resultado es la enunciación de la calidad del producto de soporte lógico ("software"). Luego, este enunciado se compara con otros aspectos, tales como tiempo y costos. Finalmente, la decisión gerencial se adoptará basada en criterios gerenciales. El resultado es una decisión gerencial sobre aceptación o rechazo, o liberación o no del producto de soporte lógico ("software").

### ANEXO A (Informativo) SUBCARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD

#### A.1 Introducción

Este Anexo describe un modelo ilustrativo de la Calidad que define las características de IRAM 36052 en términos de las subcaracterísticas. Esta es una etapa necesaria hacia la medición de la calidad utilizando el modelo de proceso de evaluación de la calidad descrito en la IRAM 36052. Los documentos relacionados subsiguientes tratan de la medición de estas subcaracterísticas.

#### A.2 Definición de las subcaracterísticas de la calidad

##### A.2.1 Funcionalidad

###### A.2.1.1 Adaptabilidad.

Atributo del soporte lógico ("software") que se relaciona con la presencia y aptitud de un conjunto de funciones para tareas específicas.

Nota. La composición de una función a partir de sus subfunciones constituyentes y la capacidad de las tablas son ejemplos de esta aptitud para una tarea dada.

###### A.2.1.2 Exactitud.

Atributo del soporte lógico ("software") relativo a la provisión de resultados o efectos correctos o acordados.

Nota. Por ejemplo, esto incluye el grado de precisión de los valores calculados.

###### A.2.1.3 Interoperabilidad.


Atributo del soporte lógico ("software") relacionado con la capacidad de interactuar con sistemas especificados.

Nota. Se usa interoperabilidad en lugar de compatibilidad para evitar la posible ambigüedad con reemplazabilidad (ver A.2.6.4).

###### A.2.1.4 Conformidad (compliance).

Atributo del soporte lógico ("software") que hace que la aplicación se ajuste a los estándares o regulaciones o convenciones establecidos en leyes o prescripciones similares.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 417	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

#### A.2.1.5 Seguridad.

Atributo del soporte lógico ("software") relacionado con su capacidad de prevenir el acceso a los programas o los datos, no autorizado, ya sea accidental o deliberado.

#### A.2.2 Confiabilidad

##### A.2.2.1 Madurez.

Atributo del soporte lógico ("software") que se relaciona con la frecuencia de fallas o errores en el soporte lógico ("software").

##### A.2.2.2 Tolerancia a fallas.

Atributo del soporte lógico ("software") relacionado con su capacidad de mantener un nivel de rendimiento especificado en caso de fallas del soporte lógico ("software") o violación de su interfase especificada.

Nota. El nivel de rendimiento especificado incluye la seguridad del funcionamiento.

##### A.2.2.3 Recuperabilidad.

Atributo del soporte lógico ("software") referido a su capacidad de restablecer su nivel de rendimiento y recuperar los datos directamente afectados en caso de fallas y al tiempo y esfuerzo necesario para ello.

#### A.2.3 Usabilidad

##### A.2.3.1 Inteligibilidad.

Atributo del soporte lógico ("software") referido al esfuerzo del usuario para reconocer el concepto lógico y su aplicabilidad.

##### A.2.3.2 Facilidad de aprendizaje.

Atributo del soporte lógico ("software") referido al esfuerzo del usuario para aprender su aplicación (por ejemplo, control de la operación, entrada, salida).

##### A.2.3.3 Operabilidad.

Atributo del soporte lógico ("software") referido al esfuerzo del usuario para su operarlo y controlar su operación.

#### A.2.4 Eficiencia

##### A.2.4.1 Comportamiento temporal (time behaviour).

Atributo del soporte lógico ("software") referido a la respuesta y tiempo de procesamiento y a los rendimientos para realizar su función (throughput rates).

##### A.2.4.2 Utilización de recursos (resource behaviour).


Atributo del soporte lógico ("software") referido a la cantidad de recursos que utiliza y al tiempo en que los utiliza para realizar su función.

#### A.2.5 Mantenibilidad

##### A.2.5.1 Facilidad de análisis (analysability).

Atributo del soporte lógico ("software") referido al esfuerzo necesario para diagnosticar deficiencias o causas de fallas, o para identificar partes a ser modificadas.

##### A.2.5.2 Facilidad de cambios (changeability).

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 418	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

Atributos del soporte lógico ("software") referido al esfuerzo necesario para modificarlo, remover fallas o cambiar el entorno.

#### A.2.5.3 Estabilidad.

Atributo del soporte lógico ("software") referido al riesgo de que aparezcan efectos inesperados de las modificaciones.

#### A.2.5.4 Verificabilidad.

Atributo del soporte lógico ("software") referido al esfuerzo requerido para validar el soporte lógico ("software") modificado.

Nota. Los valores de esta subcaracterística pueden ser alterados por las modificaciones en consideración.

#### A.2.6 Portabilidad

##### A.2.6.1 Adaptabilidad.

Atributo del soporte lógico ("software") referido a la oportunidad de adaptación a diferentes ambientes especificados sin emplear otras acciones o medios que aquellos provistos para este propósito por el soporte lógico ("software") considerado.

##### A.2.6.2 Facilidades de instalación.

Atributo del soporte lógico ("software") que trata de los esfuerzos necesarios para instalarlo en un determinado ambiente.

##### A.2.6.3 Conformidad (conformance).

Atributo del soporte lógico ("software") que hace que éste cumpla con los estándares o convenciones relativas a la portabilidad.

##### A.2.6.4 Facilidad de reemplazo (replaceability).

Atributos del soporte lógico ("software") que se refieren a la oportunidad y el esfuerzo de usarlo en el lugar de otro soporte lógico ("software") especificado en el ambiente de este soporte lógico ("software").


Notas:

1. Facilidad de reemplazo se usa en lugar de compatibilidad para evitar posibles ambigüedades con interoperabilidad.
2. La facilidad de reemplazo con un soporte lógico ("software") específico no implica que este soporte lógico ("software") es reemplazable por el soporte lógico ("software") en consideración.
3. La facilidad de reemplazo puede incluir atributos de facilidades de instalación y adaptabilidad. Esta subcaracterística se ha incluido independientemente debido a su importancia.

#### ANEXO B (Informativo) BIBLIOGRAFÍA

Para el estudio de esta norma se ha tenido en cuenta el antecedente siguiente:

ISO INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION  
 ORGANISATION INTERNATIONALE DE NORMALISATION

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 419	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

ISO 9126:1991 Information technology "software" product evaluation Quality characteristics and guidelines for their use.  
Technologies de l'information - Évaluation des produits logiciels - Caractéristiques de qualité et directives d'utilisations.

## Aplicación Norma ISO 9003

(GESTIÓN Y ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD. PARTE 3: **DIRECTRICES** PARA LA APLICACIÓN DE LA **NORMA ISO 9001:2000** AL DESARROLLO, SUMINISTRO, INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL **SOFTWARE**)

### Introducción

La Organización de Estandarización Internacional (ISO), ha definido una serie de estándares que son generalmente aplicables a todos los procesos de producción.

La familia de normas ISO 9000 es un conjunto de normas internacionales y guías de calidad que ha obtenido una reputación mundial como base para establecer sistemas de gestión de la calidad; Colectivamente, forman la base para la mejora continua y la excelencia empresarial. La Norma ISO 9000-3 es una guía para la aplicación de la Norma ISO 9001 donde el diseño, desarrollo, suministro, instalación o mantenimiento del software son elementos de negocio de una organización:

Como parte de un contrato comercial con una organización externa;

Como un producto disponible para un sector de mercado;

En soporte del proceso de negocio de la organización;

Como software embebido en un producto hardware;

Por disposición de operaciones, mantenimiento y servicios de soporte software.

Algunas organizaciones se pueden implicar en todas las actividades anteriores; otras se pueden especializar en un área. Cualquiera que sea la situación, el sistema de gestión de la calidad de la organización debe cubrir todos los aspectos (Relacionados y no relacionados con el software) del negocio.

Un sistema de gestión de la calidad define los requisitos para el desarrollo de los procesos de una organización, algunas de las actividades llevadas a cabo por dicho sistema son:

Auditoria de los proyectos para asegurar que los controles de calidad son respetados.

Comprobar que ha mejorado la calidad del sistema.


Proporcionar al grupo de desarrollo una serie de guías como pueden ser nuevas notaciones, procedimientos y estándares. También se generaran documentos destinados a la dirección del grupo de desarrollo.

La ISO 9000 se ha especializado en todo lo referente a la solución del software en la ISO 9000-3, puesto que esta disciplina tiene características propias diferentes como para distinguirse del proceso de producción en general.

Se dan frecuentes referencias a guías adicionales en los estándares para la Ingeniería del Software definidas por ISO-IEC/JTC1/SC7, en particular: ISO-IEC 9126, 12207, 15288 y 15504. Este Estándar Internacional identifica las ediciones que necesitan ser tratadas y son independientes de la tecnología, del modelo del ciclo de vida, del proceso de desarrollo, de la secuencia de actividades o de la estructura de organizativa usada por una organización. La guía y las ediciones identificadas tienen la intención de ser detalladas, pero no exhaustivas. Donde el alcance de las actividades de una organización incluye áreas con excepción del desarrollo del software, la relación entre los elementos software de computador del sistema de gestión de la calidad de la organización y los aspectos restantes se deben documentar claramente dentro del sistema de gestión de la calidad en su totalidad.

### Un poco de historia

La versión anterior, la ISO 9000-3:1998, estaba formada por una serie de cláusulas, al igual que la versión del 2002, salvo que antes, el número de éstas y su correspondencia con la

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 420	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Norma ISO 9001 no era tan directa como en la nueva normativa; La versión de 1997 contaba las siguientes cláusulas:


NUMERO	CLAUSULA
4.1	Administración de la Responsabilidad
4.2	Sistema de Calidad
4.3	Auditorias Internas del Sistema de Calidad
4.4	Acción Correctora
5.1	General
5.2	Revisión del Contrato
5.3	Especificación de los requerimientos de la Organización
5.4	Planificación del desarrollo
5.5	Planificación de la Calidad
5.6	Diseño e Implementación
5.7	Testeo y Validación
5.8	Aceptación
5.9	Generación, Entrega e Instalación
5.10	Mantenimiento
6.1	Administración de la Configuración
6.2	Documentos de Control
6.3	Calidad de los Archivos
6.4	Medidas
6.5	Reglas y Convenciones
6.6	Herramientas y Técnicas
6.7	Compra
6.8	Productos de software incluidos
6.9	Formación

En ésta versión, las cláusulas 6.1, 6.2 y 6.3 a 6.9 proporcionaban requisitos para las actividades de soporte, es decir, aquellas que no son específicas de ninguna fase en concreto del ciclo de vida.

Como veremos mas adelante, la nueva norma se adapta mucho mejor a la ISO 9001 haciendo coincidir sus cláusulas, con la consiguiente mejoría a la hora de adaptar el estándar. La revisión de la ISO 9000-3 ha sido promovida por la comunidad de Ingenieros de Software, debido a que encuentran en la relación entre la ISO 9001 y la 9000-3 resulta a veces complicada y oscura. Las tablas que las relacionan tienen algunas entradas que ocasionan que se sigan las directrices de la ISO 9000-3 de forma obligatoria.

En respuesta a la falta de claridad, la ISO TC176 ha intentado reestructurar la ISO 9000-3 para hacer corresponder el estándar la 9001 de una forma más clara y natural.

Otro cambio importante es que se ha relacionado cada cláusula del ISO 9000-1 con un punto del estándar que habla del proceso de ciclo de vida, el ISO/IEC 12207. Este estándar juega el ahora el papel que desempeñaba antes el IEEE 730 y se considera más apropiado y se ajusta mejor a los procesos de calidad de la empresa. Para ver una correspondencia entre la ISO 9000-3 y la ISO 12207, mirar la tabla 1 más adelante en este trabajo; podemos ver como

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 421	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

también encontramos similitudes entre ambas normas que nos ayudan a la hora de adoptar este estándar de calidad.

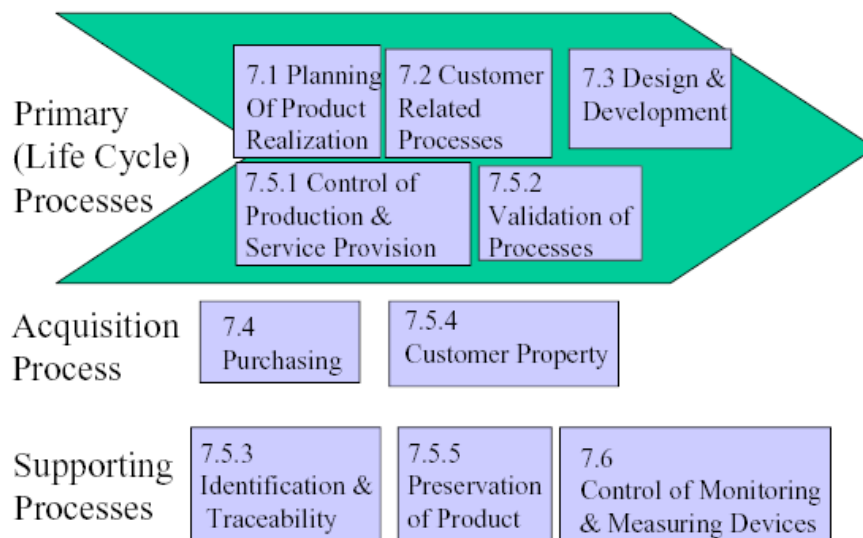
La nueva ISO 9000-3 todavía se encuentra en un proceso de cambio. Podemos señalar que por ejemplo ahora los números de cláusulas y sus títulos coinciden exactamente con los de la 9001. En definitiva lo que se ha conseguido es simplificar la relación entre la ISO 9001 y los procesos existentes en la Ingeniería del software.


Muchos de los procesos de ISO/IEC 12207:1995 (y enmienda 1:2002) se pueden utilizar para apoyar o para complementar los procesos ISO 9001:2000 con el criterio de la organización. Los sistemas de gestión de la calidad de las organizaciones para desarrollar, operar o mantener el software basado en ISO 9000-3 pueden elegir utilizar la guía adicional de ISO/IEC 12207, sin embargo, no se tiene la intención de implicar requisitos adicionales a ISO 9001:2000.

La Norma ISO 9001 se aplica cuando el objetivo es lograr de forma coherente la satisfacción del cliente con los productos y servicios de la organización, cuando se necesita manifestar la capacidad para demostrar la conformidad con los requisitos del cliente y los requisitos reglamentarios aplicables y para mejorar continuamente el sistema de gestión de la calidad.

La Norma ISO 9001 está organizada en un formato sencillo, con términos que son fácilmente reconocidos por todos los sectores de negocio para todos los grupos de productos, incluyendo los proveedores de servicios. La norma se utiliza para propósitos de certificación por las organizaciones que buscan el reconocimiento de su sistema de gestión de la calidad.

La ISO 9001:2000 introduce la "Cláusula 7. Realización Del Producto" que es una combinación de los procesos del ciclo de vida del software, según lo mostrado la imagen siguiente, la cual debe ayudar a la comprensión de la Realización del Producto en ISO 9001:2000 en los términos usados en la ingeniería del software.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 422	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

¿Cuáles son los objetivos para las nuevas normas?

Satisfacer las necesidades de las partes interesadas.

Poder aplicarlas a todo tipo de organizaciones, grandes y pequeñas, públicas y privadas, con y sin fines de lucro.

Ser simples y fáciles de entender.


Compatible con otros sistemas de calidad.

Poder relacionar la gestión de la calidad con los procesos de negocios.

Podemos resumir estos objetivos diciendo que estas normas pretenden ser una guía para mover la organización hacia el mejoramiento del desempeño de la empresa y el incremento de la eficiencia. Esto lo vemos reflejado en el siguiente cuadro, denominado *Diagrama del modelo por procesos*.

Este Estándar Internacional proporciona las pautas para la aplicación de ISO 9001:2000 al software. Lo que se pretende con este trabajo es proporcionar una visión de las ideas básicas que tiene el Estándar ISO 9000-3 para la producción de software.




 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 423	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

### Estructura de la ISO 9000-3

Esta norma no solo trata el aseguramiento de la calidad del producto (bienes o servicios) sino que también incluye la necesidad de que la empresa demuestre su capacidad de alcanzar la satisfacción del cliente.

A continuación vemos la estructura de la ISO 9001, conformada por los puntos que se deberán cumplimentar en forma obligatoria a los efectos de lograr la certificación:

Ámbito  
General  
Aplicación  
Referencias a las normativas  
Términos y definiciones  
Adquisidor  
Línea base  
Artículo de la configuración  
Desarrollo  
Modelo del ciclo de vida  
Medida (Verbo/Nombre)  
Medida  
Proceso  
Prueba de regresión  
Lanzamiento  
Replicación  
Software  
Etapa  
Producto software  
Artículo software  
COTS – Comercial-Off-The-Shelf  
Sistema de gestión de la calidad  
Requisitos generales  
Requisitos de la documentación  
General  
Manual de calidad  
Control de documentos  
Control de registros  
Responsabilidad de la gestión  
Comisión de la gestión  
Foco de cliente  
Política de calidad  
Planificación  
Objetivos de calidad  
Planificación del sistema de gestión  
Responsabilidad, autoridad y comunicación  
Responsabilidad y autoridad  
Representante de gestión  
Comunicación interna  
Revisión de la gestión  
General  
Entrada de la revisión  
Salida de la revisión  
Gestión de recursos  
Disposición de recursos  
Recursos humanos  
General

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 424	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


Competencia, conocimiento y entrenamiento  
Infraestructura  
Entorno de trabajo  
Realización del producto  
Planificación de la realización del producto  
Procesos relacionados con el cliente  
Determinación de los requisitos relacionados con el producto  
Revisión de los requisitos relacionados con el producto  
Comunicación con el cliente  
Diseño y desarrollo  
Planificación del diseño y del desarrollo  
Entradas del diseño y del desarrollo  
Salidas del diseño y del desarrollo  
Revisión del diseño y del desarrollo  
Verificación del diseño y del desarrollo  
Validación del diseño y del desarrollo  
Control de cambios del diseño y del desarrollo  
Compras  
Proceso de compra  
Información de compra  
Verificación del producto comprado  
Disposición de la producción y del servicio  
Control de la disposición de la producción y del servicio  
Validación del proceso para la disposición de la producción y el servicio  
Identificación y trazabilidad  
Propiedad del cliente  
Preservación del producto  
Control de los dispositivos de medición y supervisión  
Medida, análisis y mejora  
General  
Supervisión y medida  
Satisfacción del cliente  
Auditoria interna  
Procesos de supervisión y medida  
Supervisión y medida del producto  
Control del producto no conforme  
Análisis de datos  
Mejora  
Mejora continua  
Acción correctiva  
Acción preventiva

### Características generales de la ISO 9000-3

Este Estándar Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad donde una organización necesita demostrar su capacidad de proporcionar constantemente el producto que satisface al cliente y requisitos reglamentarios aplicables, y ayuda a realzar la satisfacción del cliente con el uso eficaz del sistema, incluyendo los procesos para la mejora continua del sistema y del aseguramiento de la conformidad al cliente y a los requisitos reguladores aplicables.

Las ideas básicas que se nos propone para el estándar ISO 9000-3 son las siguientes:



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 425	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

El control de calidad debe ser aplicado a todas las fases de la producción de software, incluido el mantenimiento y tareas posteriores a su implantación.

Debe existir una estricta colaboración entre la organización que adquiere el software y el proveedor del mismo.

El proveedor del software debe definir su sistema de gestión de la calidad y asegurarse de que toda la organización ponga en práctica este sistema.

Es importante resaltar que en la ISO 9000-3 se trata el concepto de ciclo de vida, pero en ningún momento se desea imponer la utilización de un determinado ciclo como puede ser el ciclo en cascada. Pero a parte del ciclo de vida que elijamos, el ISO 9000-3 introduce otras actividades que tienen lugar de forma independiente a las fases del ciclo y que son las actividades referentes a la configuración y distingue entre la verificación y validación. Todos los requisitos de este Estándar Internacional son genéricos y tienen la intención de ser aplicables a todas las organizaciones, sin importar tipo, tamaño y producto proporcionado. Donde algún requisito(s) de este Estándar Internacional no pueda ser aplicado debido a la naturaleza de la organización y de su producto, esto se puede considerar para la exclusión. Donde se hacen las exclusiones, las demandas de conformidad a este Estándar Internacional no son aceptables a menos que estas exclusiones se limiten a los requisitos dentro de la cláusula 7, y tales exclusiones no afecten la capacidad de la organización, o la responsabilidad, de proporcionar el producto que satisface al cliente y requisitos reguladores aplicables. Este Estándar Internacional establece las directrices para facilitar la aplicación de ISO 9001:200 al diseño de las organizaciones, desarrollo, suministro, instalación y mantenimiento del software. Esto no añade, o en otro caso cambia los requisitos de ISO 9001. Además el ISO 9000-3 puede ser utilizado en relaciones contractuales cuando comprador y proveedor establecen que algunos elementos de calidad deben formar parte del sistema de calidad que proporciona el proveedor y que este se compromete a seguir los principios de calidad definidos en el estándar como propone [2]. Este estándar no tiene intención de ser utilizado como criterio de evaluación en el registro/certificado del sistema de gestión de la calidad.


#### Aplicación de la ISO 9000-3

La Norma ISO 9001 se utiliza si se trata de establecer un sistema de gestión que proporcione confianza en la conformidad de un producto con requisitos establecidos o especificados y para ser certificado por una entidad externa.

Hay cinco capítulos en la norma que especifican actividades que deben ser consideradas cuando se implemente el sistema. Se describirán las actividades que se utilizan para proporcionar sus productos y servicios y se pueden excluir las partes del capítulo *Realización del producto* que no son de aplicación a algunas operaciones. Los requisitos de los otros cuatro capítulos, *Sistema de gestión de la calidad*, *Responsabilidad de la dirección*, *Gestión de los recursos* y *Medición, análisis y mejora*, son aplicables a todas las organizaciones y se describirá cómo adoptarlos en la organización en el Manual de la Calidad u otra documentación.

Los cinco capítulos juntos de la Norma ISO 9001 se utilizan para describir cómo debería satisfacer a los clientes y cumplir con los requisitos legales o reglamentarios aplicables. Además, buscará mejorar su Sistema de gestión de la calidad incluyendo los productos y servicios que proporciona a los clientes.

La Norma ISO 9004 se utiliza para ampliar los beneficios obtenidos de la Norma ISO 9001 a todas las partes que están interesadas o afectadas por sus operaciones de negocio. Las partes interesadas incluyen a sus empleados, propietarios, proveedores y a la sociedad en general.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 426	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Proporciona una base para lograr el reconocimiento a través de muchos esquemas de premios nacionales.

Las Normas ISO 9001 e ISO 9004 están amortizadas en cuanto a organización y terminología para ayudar a moverse con facilidad de una a otra. Ambas normas utilizan el mismo "enfoque basado en procesos" en cuanto a su estructura. Se reconoce que los procesos consisten en una o más actividades vinculadas que requieren recursos y deben ser gestionadas para lograr resultados predeterminados. El resultado de un proceso puede formar directamente el elemento de entrada del siguiente proceso y el producto final es, a menudo, el resultado de una red o sistema de procesos.

La naturaleza de un negocio y las demandas específicas que tenga la organización determinarán cómo aplicar las normas para conseguir los objetivos.

Mantenimiento de los beneficios y la mejora continua

Dentro de los beneficios que se obtienen de la certificación ISO 9000-3, se encuentran:

Mejor documentación de los sistemas.

Cambio cultural positivo.

Incremento en la eficiencia y productividad.

Mayor percepción de calidad.

Se amplía la satisfacción del cliente.

Se reducen las auditorias de calidad de los clientes.


Agiliza el tiempo de desarrollo de un sistema.

La mayoría de los nuevos usuarios obtienen beneficios cuantificables muy pronto en el proceso de aplicación de los requisitos de la norma en sus operaciones. Estos beneficios iniciales son debidos generalmente a las mejoras en la organización y en la comunicación interna. Los beneficios tienen que acentuarse mediante una auditoria interna y una revisión por la dirección del desempeño del eficaz del sistema. Como todos los sistemas, o mejora o pierde su eficacia; no permanece estático por mucho tiempo.


Cuando se adopta la Norma ISO 9001, se debe esforzar por satisfacer a los clientes y por mejorar continuamente el sistema de gestión de la calidad. La mejora continua es un proceso para incrementar la eficacia de una organización para cumplir con la política y objetivos de la calidad. La Norma ISO 9001 requiere que se planifiquen y gestionen los procesos necesarios para la mejora continua de su sistema de gestión de la calidad. La Norma ISO 9004 proporciona información que será útil para ir más allá de la Norma ISO 9001 para la mejora de la eficiencia de su operación. Se recomienda que se obtengan datos de varias fuentes, tanto internas como externas, para asegurarse de que los objetivos del sistema de gestión sean los apropiados. Esta información también puede utilizarse para mejorar el desempeño de los procesos. El Informe Técnico ISO/TR 10017 proporciona información útil y una orientación para seleccionar las técnicas estadísticas apropiadas que se pueden emplear para analizar los datos recogidos.

Algunas organizaciones pueden ampliar sus sistemas de gestión mediante la extensión de la estructura de la Norma ISO 9001 para que ésta incluya los requisitos de la Norma ISO 14001, sobre Sistemas de gestión ambiental. Los requisitos de estructura y de organización de estos dos sistemas de gestión han sido diseñados para que sean compatibles.

<b>Orientación para la aplicación de los requisitos de realización del producto al sistema de gestión de la calidad</b>	<b>Comentarios</b>
---	--------------------

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 427	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				


	<b>Generalidades</b>	En ocasiones, partes de los requisitos indicados en alguno de los apartados del capítulo 7 son llevados a cabo por otros. En estos casos, la organización debe tener cuidado de tratar cualquier requisito sobre el que ejerza influencia o tenga control. El manual de la calidad debe contener una descripción de, y una justificación para, la exclusión de cualquier requisito de la norma.
7	Realización del producto	Las excepciones pueden darse sólo en ésta parte de la Norma ISO 9001:2000
7.1	Planificación de la realización del producto	Se requiere la planificación para demostrar cómo se aplican los procesos del sistema de gestión de la calidad al producto, proyecto o contrato.
7.2	Procesos relacionados con el cliente	Todas las organizaciones tienen clientes y se debe establecer cómo determinar y definir los requisitos del cliente, estén estos especificados o no.
7.3	Diseño y desarrollo	Este requisito será de aplicación cuando se conviertan los requisitos del producto en características que deriven en resultados para sus clientes. En algunas situaciones, los procesos en sí mismos son parte del producto. Es probable que este requisito pueda ser excluido por aquellas organizaciones que previamente han sido certificadas según la Norma ISO 9002 u organizaciones que proporcionan productos validados o proporcionados por otros.
7.4	Compras	Las organizaciones normalmente compran los bienes o servicios necesarios para la realización del producto o la prestación del servicio.
7.5	Producción y prestación del servicio	La mayoría de las organizaciones realizan un producto o proporcionan servicios que requieren llevar a cabo ciertos procesos. El grado de "producción y prestación del servicio" puede variar significativamente entre organizaciones. Se puede considerar este requisito y describir cuidadosamente las actividades de producto y servicio en los documentos del sistema de gestión de la calidad. Algunas partes de este requisito pueden no ser aplicables en estos procesos.
7.6	Control de los dispositivos de seguimiento y medición	El seguimiento y la medición se aplican a la mayor parte de los procesos aunque algunos procesos, en especial en el sector servicios, pueden no necesitar dispositivos de seguimiento y de medición para

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 428	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				


		proporcionar evidencia de la conformidad del producto. La calibración se aplica a los equipos de medición. Muchos equipos de medición utilizan soporte lógico (software) que debe ser confirmado y mantenido.
--	--	---

Tabla A.1 – Correspondencia entre ISO/IEC 9000-3:2002 e ISO/IEC 12207:1995


ISO/IEC FCD 9000-3:2002		ISO/IEC 12207:1995	
<b>Sistema de gestión de la Calidad</b>	<b>4</b>		
Requisitos de la documentación (título)	4.2	6.1	Proceso de documentación
Control de documentos	4.2.3		
<b>Realización del producto</b>	<b>7</b>		
Planificación de la realización del producto	7.1	6.2	Proceso de gestión de la configuración
		6.3	Proceso de aseguramiento de la calidad
		6.4	Proceso de verificación
		6.5	Proceso de validación
Procesos relacionados con el cliente	7.2	5.3.2	Análisis de requisitos del sistema
Determinación de los requisitos relacionados con el producto	7.2.1		
Revisión de los requisitos relacionado con el producto	7.2.2	5.3.3	Diseño de la arquitectura del sistema
		5.3.4	Análisis de requisitos software

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 429	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

		5.2.1	Iniciación
		5.2.6	Revisión y evaluación
Comunicación con el cliente	7.2.3	6.4.2.1	Verificación del contrato
		6.6	Conjunto de procesos de revisión
Diseño y desarrollo (titulo)	7.3	5.2.4	Planificación
Planificación del diseño y desarrollo	7.3.1		
	7.3.3	5.3.5	Diseño de la arquitectura del software
Salidas del diseño y desarrollo		5.3.6	Diseño detallado del software
		5.3.7	Test y codificación del software
	7.3.4	5.3.4.2	Evaluación de requisitos software
Revisión del diseño y desarrollo		5.3.5.6	Evaluación de arquitectura, interfaz y base de datos software
		5.3.6.7	Evaluación detallada de requisitos de diseño y test de software
		6.6.3	Revisión técnica
Verificación del diseño y desarrollo	7.3.5	5.3	Proceso de desarrollo
		6.4	Proceso de verificación
Validación del diseño y desarrollo	7.3.6	5.3	Proceso de desarrollo

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 430	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Control de cambios de diseño y desarrollo	7.3.7	6.5	Proceso de validación	
		5.5.2	Análisis de problemas y modificaciones	
		5.5.3	Implementación de modificaciones	
		6.2	Proceso de gestión de la configuración	
Compra (titulo)	7.4	5.1 Enmienda 1	Proceso de adquisición	
Proceso de compra	7.4.1			
Verificación del producto comprado	7.4.3	5.1.5	Aceptación y terminación	
Provisión de producción y servicio	7.5	5.3.12 5.4.4 5.5 6.3.3 6.8	Instalación del software Soporte de usuario Proceso de mantenimiento Aseguramiento del proceso Procesos de resolución de problemas	
Control de producción y servicio de provisión	7.5.1			
	7.6			6.2
Control de medición y supervisión de dispositivos				7.2
<b>Medición, análisis y mejora</b>	<b>8</b>			
Supervisión y medición (titulo)	8.2			
Auditoria interna	8.2.2	6.7	Proceso de auditoria	
Medición y supervisión de procesos	8.2.3	7.3.2	Proceso de aseguramiento	
Control de la no conformidad del producto	8.3	6.2	Proceso de gestión de la configuración	
		6.8	Proceso de resolución de problemas	
Mejora (titulo)	8.5			

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 431	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Mejora continua	8.5.1	7.3	Proceso de mejora
-----------------	-------	-----	-------------------

## 1.2 Normativa Legal

### Ley 11.723 de Propiedad Intelectual

LEY 11.723 - RÉGIMEN LEGAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

[Ver Antecedentes Normativos](#)

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina, Reunidos en Congreso, etc., sancionan con fuerza de Ley:

**Artículo 1°.** — A los efectos de la presente Ley, las obras científicas, literarias y artísticas comprenden los escritos de toda naturaleza y extensión, entre ellos los programas de computación fuente y objeto; las compilaciones de datos o de otros materiales; las obras dramáticas, composiciones musicales, dramático-musicales; las cinematográficas, coreográficas y pantomímicas; las obras de dibujo, pintura, escultura, arquitectura; modelos y obras de arte o ciencia aplicadas al comercio o a la industria; los impresos, planos y mapas; los plásticos, fotografías, grabados y fonogramas, en fin, toda producción científica, literaria, artística o didáctica sea cual fuere el procedimiento de reproducción.

La protección del derecho de autor abarcará la expresión de ideas, procedimientos, métodos de operación y conceptos matemáticos pero no esas ideas, procedimientos, métodos y conceptos en sí.

(Artículo sustituido por art. 1° de la [Ley N° 25.036](#) B.O. 11/11/1998)

**Art. 2°.** — El derecho de propiedad de una obra científica, literaria o artística, comprende para su autor la facultad de disponer de ella, de publicarla, de ejecutarla, de representarla, y exponerla en público, de enajenarla, de traducirla, de adaptarla o de autorizar su traducción y de reproducirla en cualquier forma.

(Nota Infoleg: Por arts. 1° y 2° del [Decreto N° 8.478/1965](#) B.O. 8/10/1965 se obliga a exhibir la autorización escrita de los autores en la ejecución de música nacional o extranjera en público.)


**Art. 3°.** — Al editor de una obra anónima o seudónima corresponderán con relación a ella los derechos y las obligaciones del autor, quien podrá recabarlos para sí justificando su personalidad. Los autores que empleen seudónimos podrán registrarlos adquiriendo la propiedad de los mismos.

**Art. 4°.** — Son titulares del derecho de propiedad intelectual:

- a) El autor de la obra;
- b) Sus herederos o derechohabientes;
- c) Los que con permiso del autor la traducen, refunden, adaptan, modifican o transportan sobre la nueva obra intelectual resultante.
- d) Las personas físicas o jurídicas cuyos dependientes contratados para elaborar un programa de computación hubiesen producido un programa de computación en el desempeño de sus funciones laborales, salvo estipulación en contrario. (Inciso d) incorporado por art. 2° de la [Ley N° 25.036](#) B.O. 11/11/1998)

**Art. 5°.** — La propiedad intelectual sobre sus obras corresponde a los autores durante su vida y a sus herederos o derechohabientes hasta setenta años contados a partir del 1 de Enero del año siguiente al de la muerte del autor.

En los casos de obras en colaboración, este término comenzará a contarse desde el 1 de Enero del año siguiente al de la muerte del último colaborador. Para las obras póstumas, el término de setenta años empezará a correr a partir del 1 de Enero del año siguiente al de la muerte del autor.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 432	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

En caso de que un autor falleciere sin dejar herederos, y se declarase vacante su herencia, los derechos que a aquél correspondiesen sobre sus obras pasarán al Estado por todo el término de Ley, sin perjuicio de los derechos de terceros.

(Artículo sustituido por art. 1° de la [Ley N° 24.870](#) B.O. 16/9/1997).

**Art. 6°.** — Los herederos o derechohabientes no podrán oponerse a que terceros reediten las obras del causante cuando dejen transcurrir más de diez años sin disponer su publicación.

Tampoco podrán oponerse los herederos o derechohabientes a que terceros traduzcan las obras del causante después de diez años de su fallecimiento.

En estos casos, si entre el tercero editor y los herederos o derechohabientes no hubiera acuerdo sobre las condiciones de impresión o la retribución pecuniaria, ambas serán fijadas por árbitros.

**Art. 7°.** — Se consideran obras póstumas, además de las no publicadas en vida del autor, las que lo hubieran sido durante ésta, si el mismo autor a su fallecimiento las deja refundidas, adicionadas, anotadas o corregidas de una manera tal que merezcan reputarse como obras nuevas.

**Art. 8°.** — La propiedad intelectual de las obras anónimas pertenecientes a instituciones, corporaciones o personas jurídicas, durará cincuenta años contados desde su publicación.

(Artículo sustituido por art. 1° del [Decreto Ley N° 12.063/1957](#) B.O. 11/10/57.)

**Art. 9°.** — Nadie tiene derecho a publicar, sin permiso de los autores o de sus derechohabientes, una producción científica, literaria, artística o musical que se haya anotado o copiado durante su lectura, ejecución o exposición públicas o privadas.

Quien haya recibido de los autores o de sus derecho-habientes de un programa de computación una licencia para usarlo, podrá reproducir una única copia de salvaguardia de los ejemplares originales del mismo. (Párrafo incorporado por art. 3° de la [Ley N° 25.036](#) B.O. 11/11/1998).

Dicha copia deberá estar debidamente identificada, con indicación del licenciado que realizó la copia y la fecha de la misma. La copia de salvaguardia no podrá ser utilizada para otra finalidad que la de reemplazar el ejemplar original del programa de computación licenciado si ese original se pierde o deviene inútil para su utilización. (Párrafo incorporado por art. 3° de la [Ley N° 25.036](#) B.O. 11/11/1998).

**Art. 10.** — Cualquiera puede publicar con fines didácticos o científicos, comentarios, críticas o notas referentes a las obras intelectuales, incluyendo hasta mil palabras de obras literarias o científicas u ocho compases en las musicales y en todos los casos sólo las partes del texto indispensables a ese efecto.

Quedan comprendidas en esta disposición las obras docentes, de enseñanza, colecciones, antologías y otras semejantes.

Cuando las inclusiones de obras ajenas sean la parte principal de la nueva obra, podrán los tribunales fijar equitativamente en juicio sumario la cantidad proporcional que les corresponde a los titulares de los derechos de las obras incluidas.

**Art. 11.** — Cuando las partes o los tomos de una misma obra hayan sido publicados por separado en años distintos, los plazos establecidos por la presente Ley corren para cada tomo o cada parte, desde el año de la publicación. Tratándose de obras publicadas parcial o periódicamente por entregas o folletines, los plazos establecidos en la presente Ley corren a partir de la fecha de la última entrega de la obra.


**Art. 12.** — La propiedad intelectual se regirá por las disposiciones del derecho común, bajo las condiciones y limitaciones establecidas en la presente Ley.

#### DE LAS OBRAS EXTRANJERAS

**Art. 13.** — Todas las disposiciones de esta Ley, salvo las del artículo 57, son igualmente aplicables a las obras científicas, artísticas y literarias, publicadas en países extranjeros, sea cual fuere la nacionalidad de sus autores, siempre que pertenezcan a naciones que reconozcan el derecho de propiedad intelectual.

**Art. 14.** — Para asegurar la protección de la Ley argentina, el autor de una obra extranjera sólo necesita acreditar el cumplimiento de las formalidades establecidas para su protección por las



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 433	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Leyes del país en que se haya hecho la publicación, salvo lo dispuesto en el artículo 23, sobre contratos de traducción.

**Art. 15.** — La protección que la Ley argentina acuerda a los autores extranjeros, no se extenderá a un período mayor que el reconocido por las Leyes del país donde se hubiere publicado la obra. Si tales Leyes acuerdan una protección mayor, regirán los términos de la presente Ley.

#### DE LA COLABORACIÓN

**Art. 16.** — Salvo convenios especiales los colaboradores de una obra disfrutan derechos iguales; los colaboradores anónimos de una compilación colectiva, no conservan derecho de propiedad sobre su contribución de encargo y tendrán por representante legal al editor.

**Art. 17.** — No se considera colaboración la mera pluralidad de autores, sino en el caso en que la propiedad no pueda dividirse sin alterar la naturaleza de la obra. En las composiciones musicales con palabras, la música y la letra se consideran como dos obras distintas.

**Art. 18.** — El autor de un libreto o composición cualquiera puesta en música, será dueño exclusivo de vender o imprimir su obra literaria separadamente de la música, autorizando o prohibiendo la ejecución o representación pública de su libreto y el compositor podrá hacerlo igualmente con su obra musical, con independencia del autor del libreto.

**Art. 19.** — En el caso de que dos o varios autores hayan colaborado en una obra dramática o lírica, bastará para su representación pública la autorización concedida por uno de ellos, sin perjuicio de las acciones personales a que hubiere lugar.

**Art. 20.** — Salvo convenios especiales, los colaboradores en una obra cinematográfica tiene iguales derechos, considerándose tales al autor del argumento, al productor y al director de la película.

Cuando se trate de una obra cinematográfica musical, en que haya colaborado un compositor, éste tiene iguales derechos que el autor del argumento, el productor y el director de la película. *(Artículo sustituido por art. 1° de la [Ley N° 25.847](#) B.O. 6/1/2004)*

**Art. 21.** — Salvo convenios especiales:

El productor de la película cinematográfica, tiene facultad para proyectarla, aún sin el consentimiento del autor del argumento o del compositor, sin perjuicio de los derechos que surgen de la colaboración.

El autor del argumento tiene la facultad exclusiva de publicarlo separadamente y sacar de él una obra literaria o artística de otra especie.

El compositor tiene la facultad exclusiva de publicar y ejecutar separadamente la música.

**Art. 22.** — El productor de la película cinematográfica, al exhibirla en público, debe mencionar su propio nombre, el del autor de la acción o argumento o aquel de los autores de las obras originales de las cuales se haya tomado el argumento de la obra cinematográfica, el del compositor, el del director artístico o adaptador y el de los intérpretes principales.


**Art. 23.** — El titular de un derecho de traducción tiene sobre ella el derecho de propiedad en las condiciones convenidas con el autor, siempre que los contratos de traducción se inscriban en el Registro Nacional de Propiedad Intelectual dentro del año de la publicación de la obra traducida.

La falta de inscripción del contrato de traducción trae como consecuencia la suspensión del derecho del autor o sus derechohabientes hasta el momento en que la efectúe, recuperándose dichos derechos en el acto mismo de la inscripción, por el término y condiciones que correspondan, sin perjuicio de la validez de las traducciones hechas durante el tiempo en que el contrato no estuvo inscripto.

**Art. 24.** — El traductor de una obra que no pertenece al dominio privado sólo tiene propiedad sobre su versión y no podrá oponerse a que otros la traduzcan de nuevo.

**Art. 25.** — El que adapte, transporte, modifique o parodie una obra con la autorización del autor, tiene sobre su adaptación, transporte, modificación o parodia, el derecho de coautor, salvo convenio en contrario.

**Art. 26.** — El que adapte, transporte, modifique o parodie una obra que no pertenece al dominio privado, será dueño exclusivo de su adaptación, transporte, modificación o parodia, y no podrá oponerse a que otros adapten, transporten, modifiquen o parodien la misma obra.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 434	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboá			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

#### DISPOSICIONES ESPECIALES

**Art. 27.** — Los discursos políticos o literarios y en general las conferencias sobre temas intelectuales, no podrán ser publicados si el autor no lo hubiere expresamente autorizado. Los discursos parlamentarios no podrán ser publicados con fines de lucro, sin la autorización del autor.

Exceptúase la información periodística.

**Art. 28.** — Los artículos no firmados, colaboraciones anónimas, reportajes, dibujos, grabados o informaciones en general que tengan un carácter original y propio, publicados por un diario, revista u otras publicaciones periódicas por haber sido adquiridos u obtenidos por éste o por una agencia de informaciones con carácter de exclusividad, serán considerados como de propiedad del diario, revista, u otras publicaciones periódicas, o de la agencia.

Las noticias de interés general podrán ser utilizadas, transmitidas o retransmitidas; pero cuando se publiquen en su versión original será necesario expresar la fuente de ellas.

**Art. 29.** — Los autores de colaboraciones firmadas en diarios, revistas y otras publicaciones periódicas son propietarios de su colaboración. Si las colaboraciones no estuvieren firmadas, sus autores sólo tienen derecho a publicarlas, en colección, salvo pacto en contrario con el propietario del diario, revista o periódico.

**Art. 30.** — Los propietarios de publicaciones periódicas deberán inscribirlas en el Registro Nacional de la Propiedad Intelectual.

La inscripción del periódico protege a las obras intelectuales publicadas en él y sus autores podrán solicitar al registro una certificación que acredite aquella circunstancia.

Para inscribir una publicación periódica deberá presentarse al Registro Nacional de la Propiedad Intelectual un ejemplar de la última edición acompañado del correspondiente formulario.

La inscripción deberá renovarse anualmente y para mantener su vigencia se declarará mensualmente ante el Registro, en los formularios que correspondan, la numeración y fecha de los ejemplares publicados.

Los propietarios de las publicaciones periódicas inscriptas deberán coleccionar uno de los ejemplares publicados, sellados con la leyenda: Ejemplar Ley 11.723, y serán responsables de la autenticidad de los mismos.

El incumplimiento de esta obligación, sin perjuicio de las responsabilidades que puedan resultar para con terceros, será penado con multa de hasta \$ 5.000 que aplicará el Director del Registro Nacional de la Propiedad Intelectual. El monto de la multa podrá apelarse ante el Ministro de Educación y Justicia.

El registro podrá requerir en cualquier momento la presentación de ejemplares de esta colección e inspeccionar la editorial para comprobar el cumplimiento de la obligación establecida en el párrafo anterior.


Si la publicación dejase de aparecer definitivamente deberá comunicarse al Registro y remitirse la colección sellada a la Biblioteca Nacional, dentro de los seis meses subsiguientes al vencimiento de la última inscripción.

El incumplimiento de esta última obligación será penada con una multa de pesos 5.000. (Artículo sustituido por art. 1° del [Decreto Ley 12.063/1957](#) B.O. 11/10/57.)

**Art. 31.** — El retrato fotográfico de una persona no puede ser puesto en el comercio sin el consentimiento expreso de la persona misma y muerta ésta, de su cónyuge e hijos o descendientes directos de éstos, o en su defecto, del padre o de la madre. Faltando el cónyuge, los hijos, el padre o la madre, o los descendientes directos de los hijos, la publicación es libre.

La persona que haya dado su consentimiento puede revocarlo resarciendo daños y perjuicios. Es libre la publicación del retrato cuando se relacione con fines científicos, didácticos y en general culturales, o con hechos o acontecimientos de interés público o que se hubieran desarrollado en público.

**Art. 32.** — El derecho de publicar las cartas pertenece al autor. Después de la muerte del autor es necesario el consentimiento de las personas mencionadas en el artículo que antecede y en el orden ahí indicado.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 435	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

**Art. 33.** — Cuando las personas cuyo consentimiento sea necesario para la publicación del retrato fotográfico o de las cartas, sean varias, y haya desacuerdo entre ellas, resolverá la autoridad judicial.

**Art. 34.** — Para las obras fotográficas la duración del derecho de propiedad es de VEINTE (20) años a partir de la fecha de la primera publicación.

Para las obras cinematográficas el derecho de propiedad es de cincuenta años a partir del fallecimiento del último de los colaboradores enumerados en el artículo 20 de la presente. Debe inscribirse sobre la obra fotográfica o cinematográfica la fecha, el lugar de publicación, el nombre o la marca del autor o editor. El incumplimiento de este requisito no dará lugar a la acción penal prevista en esta ley para el caso de reproducción de dichas obras.

Las cesiones totales o parciales de derechos temporales o espaciales de explotación de películas cinematográficas sólo serán oponibles a terceros a partir del momento de su inscripción en el Registro Nacional de Propiedad Intelectual.

(Artículo sustituido por art. 1° de la [Ley N° 25.006](#) B.O. 13/8/1998).

**Art. 34 bis:** Lo dispuesto en el artículo 34 será de aplicación a las obras cinematográficas que se hayan incorporado al dominio público sin que haya transcurrido el plazo establecido en el mismo y sin perjuicio de la utilización lícita realizada de las copias durante el período en que aquéllas estuvieron incorporadas al dominio público.

(Artículo incorporado por art. 2° de la [Ley N° 25.006](#) B.O. 13/8/1998.)

**Art. 35.** — El consentimiento a que se refiere el artículo 31 para la publicación del retrato no es necesario después de transcurridos 20 años de la muerte de la persona retratada.

Para la publicación de una carta, el consentimiento no es necesario después de transcurridos 20 años de la muerte del autor de la carta. Esto aún en el caso de que la carta sea objeto de protección como obra, en virtud de la presente Ley.

**Art. 36.** — Los autores de obras literarias, dramáticas, dramático-musicales y musicales, gozan del derecho exclusivo de autorizar:

- La recitación, la representación y la ejecución pública de sus obras;
- La difusión pública por cualquier medio de la recitación, la representación y la ejecución de sus obras.

Sin embargo, será lícita y estará exenta del pago de derechos de autor y de los intérpretes que establece el artículo 56, la representación, la ejecución y la recitación de obras literarias o artísticas ya publicadas, en actos públicos organizados por establecimientos de enseñanzas, vinculados en el cumplimiento de sus fines educativos, planes y programas de estudio, siempre que el espectáculo no sea difundido fuera del lugar donde se realice y la concurrencia y la actuación de los intérpretes sea gratuita.

También gozarán de la exención del pago del derecho de autor a que se refiere el párrafo anterior, la ejecución o interpretación de piezas musicales en los conciertos, audiciones y actuaciones públicas a cargo de las orquestas, bandas, fanfarrias, coros y demás organismos musicales pertenecientes a instituciones del Estado Nacional, de las provincias o de las municipalidades, siempre que la concurrencia de público a los mismos sea gratuita. (Párrafo sustituido por art. 1° de la [Ley N° 20.098](#) B.O. 23/1/1973).

(Artículo sustituido por art. 1° de la [Ley N° 17.753](#) B.O. 3/6/1968)

(**Nota Infoleg:** Por art. 1°, último párrafo de la [Ley N° 20.115](#) B.O. 31/1/1973 se establece que [ARGENTORES](#) tendrá a su cargo las autorizaciones determinadas en el presente artículo salvo prohibición de uso expresa formulada por el autor y la protección y defensa de los derechos morales correspondientes a los autores de dichas obras.)


(**Nota Infoleg:** Por arts. 1° y 2° del [Decreto N° 8.478/1965](#) B.O. 8/10/1965 se obliga a exhibir la autorización escrita de los autores en la ejecución de música nacional o extranjera en público.)

#### DE LA EDICIÓN

**Art. 37.** — Habrá contrato de edición cuando el titular del derecho de propiedad sobre una obra intelectual, se obliga a entregarla a un editor y éste a reproducirla, difundirla y venderla.

Este contrato se aplica cualquiera sea la forma o sistema de reproducción o publicación.

**Art. 38.** — El titular conserva su derecho de propiedad intelectual, salvo que lo renunciare por el contrato de edición.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 436	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Puede traducir, transformar, refundir, etcétera, su obra y defenderla contra los defraudadores de su propiedad, aun contra el mismo editor.

**Art. 39.** — El editor sólo tiene los derechos vinculados a la impresión, difusión y venta, sin poder alterar el texto y sólo podrá efectuar las correcciones de imprenta, si el autor se negare o no pudiere hacerlo.

**Art. 40.** — En el contrato deberá constar el número de ediciones y el de ejemplares de cada una de ellas, como también la retribución pecuniaria del autor o sus derechohabientes; considerándose siempre oneroso el contrato, salvo prueba en contrario. Si las anteriores condiciones no constaran se estará a los usos y costumbres del lugar del contrato.

**Art. 41.** — Si la obra pereciera en poder del editor antes de ser editada, éste deberá al autor o a sus derechohabientes como indemnización la regalía o participación que les hubiera correspondido en caso de edición. Si la obra pereciera en poder del autor o sus derechohabientes, éstos deberán la suma que hubieran percibido a cuenta de regalía y la indemnización de los daños y perjuicios causados.

**Art. 42.** — No habiendo plazo fijado para la entrega de la obra por el autor o sus derechohabientes o para su publicación por el editor, el tribunal lo fijará equitativamente en juicio sumario y bajo apercibimiento de la indemnización correspondiente.

**Art. 43.** — Si el contrato de edición tuviere plazo y al expirar éste el editor conservase ejemplares de la obra no vendidos, el titular podrá comprarlos a precios de costo, más un 10 % de bonificación. Si no hace el titular uso de este derecho, el editor podrá continuar la venta de dichos ejemplares en las condiciones del contrato fenecido.

**Art. 44.** — El contrato terminará cualquiera sea el plazo estipulado si las ediciones convenidas se agotaran.

#### DE LA REPRESENTACIÓN

**Art. 45.** — Hay contrato de representación cuando el autor o sus derechohabientes entregan a un tercero o empresario y éste acepta, una obra teatral para su representación pública.

**Art. 46.** — Tratándose de obras inéditas que el tercero o empresario debe hacer representar por primera vez, deberá dar recibo de ella al autor o sus derechohabientes y les manifestará dentro de los treinta días de su presentación si es o no aceptada.

Toda obra aceptada debe ser representada dentro del año correspondiente a su presentación. No siéndolo, el autor tiene derecho a exigir como indemnización una suma igual a la regalía de autor correspondiente a veinte representaciones de una obra análoga.

**Art. 47.** — La aceptación de una obra no da derecho al aceptante a su reproducción o representación por otra empresa, o en otra forma que la estipulada, no pudiendo hacer copias fuera de las indispensables, ni venderlas, ni tocarlas sin permiso del autor.

**Art. 48.** — El empresario es responsable, de la destrucción total o parcial del original de la obra y si por su negligencia ésta se perdiere, reproducere o representare, sin autorización del autor o sus derechohabientes, deberá indemnizar los daños y perjuicios causados.

**Art. 49.** — El autor de una obra inédita aceptada por un tercero, no puede, mientras éste no la haya representado, hacerla representar por otro, salvo convención en contrario.


**Art. 50.** — A los efectos de esta Ley se consideran como representación o ejecución pública, la transmisión radiotelefónica, exhibición cinematográfica, televisión o cualquier otro procedimiento de reproducción mecánica de toda obra literaria o artística.

#### DE LA VENTA

**Art. 51.** — El autor o sus derechohabientes pueden enajenar o ceder total o parcialmente su obra. Esta enajenación es válida sólo durante el término establecido por la Ley y confiere a su adquirente el derecho a su aprovechamiento económico sin poder alterar su título, forma y contenido.

**Art. 52.** — Aunque el autor enajenare la propiedad de su obra, conserva sobre ella el derecho a exigir la fidelidad de su texto y título, en las impresiones, copias o reproducciones, como asimismo la mención de su nombre o seudónimo como autor.

**Art. 53.** — La enajenación o cesión de una obra literaria, científica o musical, sea total o parcial, debe inscribirse en el Registro Nacional de Propiedad Intelectual, sin cuyo requisito no tendrá validez.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 437	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

**Art. 54.** — La enajenación o cesión de una obra pictórica, escultórica, fotográfica o de artes análogas, salvo pacto en contrario, no lleva implícito el derecho de reproducción que permanece reservado al autor o sus derechohabientes.

**Art. 55.** — La enajenación de planos, croquis y trabajos semejantes, no da derecho al adquirente sino para la ejecución de la obra tenida en vista, no pudiendo enajenarlos, reproducirlos o servirse de ellos para otras obras.

Estos derechos quedan reservados a su autor, salvo pacto en contrario.

**Art. 55 bis** — La explotación de la propiedad intelectual sobre los programas de computación incluirá entre otras formas los contratos de licencia para su uso o reproducción.

(Artículo incorporado por art. 4° de la [Ley N° 25.036](#) B.O. 11/11/1998).

#### DE LOS INTERPRETES

**Art. 56.** — El intérprete de una obra literaria o musical, tiene el derecho de exigir una retribución por su interpretación difundida o retransmitida mediante la radiotelefonía, la televisión, o bien grabada o impresa sobre disco, película, cinta, hilo o cualquier otra substancia o cuerpo apto para la reproducción sonora o visual. No llegándose a un acuerdo, el monto de la retribución quedará establecido en juicio sumario por la autoridad judicial competente.

El intérprete de una obra literaria o musical está facultado para oponerse a la divulgación de su interpretación, cuando la reproducción de la misma sea hecha en forma tal que pueda producir grave e injusto perjuicio a sus intereses artísticos.

Si la ejecución ha sido hecha por un coro o una orquesta, este derecho de oposición corresponde al director del coro o de la orquesta.

Sin perjuicio del derecho de propiedad perteneciente al autor, una obra ejecutada o representada en un teatro o en una sala pública, puede ser difundida o retransmitida mediante la radiotelefonía o la televisión, con el solo consentimiento del empresario organizador del espectáculo.

#### DEL REGISTRO DE OBRAS

**Art. 57.** — En el Registro Nacional de Propiedad Intelectual deberá depositar el editor de las obras comprendidas en el artículo 1°, tres ejemplares completos de toda obra publicada, dentro de los tres meses siguientes a su aparición. Si la edición fuera de lujo o no excediera de cien ejemplares, bastará con depositar un ejemplar.

El mismo término y condiciones regirán para las obras impresas en país extranjero, que tuvieren editor en la República y se contará desde el primer día de ponerse en venta en territorio argentino.

Para las pinturas, arquitecturas, esculturas, etcétera, consistirá el depósito en un croquis o fotografía del original, con las indicaciones suplementarias que permitan identificarlas.


Para las películas cinematográficas, el depósito consistirá en una relación del argumento, diálogos, fotografías y escenarios de sus principales escenas. Para los programas de computación, consistirá el depósito de los elementos y documentos que determine la reglamentación. (Última parte incorporada por art. 5° de la [Ley N° 25.036](#) B.O. 11/11/1998).

**Art. 58.** — El que se presente a inscribir una obra con los ejemplares o copias respectivas, será munido de un recibo provisorio, con los datos, fecha y circunstancias que sirven para identificar la obra, haciendo constar su inscripción.

**Art. 59.** — El Registro Nacional de la Propiedad Intelectual hará publicar diariamente en el Boletín Oficial, la nómina de las obras presentadas a inscripción, además de las actuaciones que la Dirección estime necesarias, con indicación de su título, autor, editor, clase a la que pertenece y demás datos que las individualicen. Pasado un mes desde la publicación, sin haberse deducido oposición, el Registro las inscribirá y otorgará a los autores el título de propiedad definitivo si éstos lo solicitaren.

(Artículo sustituido por Art. 1° [Decreto Ley 12.063/57](#) B.O. 11/10/57)

**Art. 60.** — Si hubiese algún reclamo dentro del plazo del mes indicado, se levantará un acta de exposición, de la que se dará traslado por cinco días al interesado, debiendo el Director del Registro Nacional de la Propiedad Intelectual, resolver el caso dentro de los diez días subsiguientes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 438		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

De la resolución podrá apelarse al ministerio respectivo, dentro de otros diez días y la resolución ministerial no será objeto de recurso alguno, salvo el derecho de quien se crea lesionado para iniciar el juicio correspondiente.

**Art. 61.** — El depósito de toda obra publicada es obligatorio para el editor. Si éste no lo hiciere será reprimido con una multa de diez veces el valor venal del ejemplar no depositado.

**Art. 62.** — El depósito de las obras, hecho por el editor, garantiza totalmente los derechos de autor sobre su obra y los del editor sobre su edición. Tratándose de obras no publicadas, el autor o sus derechohabientes pueden depositar una copia del manuscrito con la firma certificada del depositante.

**Art. 63.** — La falta de inscripción trae como consecuencia la suspensión del derecho del autor hasta el momento en que la efectúe, recuperándose dichos derechos en el acto mismo de la inscripción, por el término y condiciones que corresponda, sin perjuicio de la validez de las reproducciones, ediciones, ejecuciones y toda otra publicación hechas durante el tiempo en que la obra no estuvo inscripta.

No se admitirá el registro de una obra sin la mención de su "pie de imprenta". Se entiende por tal, la fecha, lugar, edición y la mención del editor.

**Art. 64.** — Todas las reparticiones oficiales y las instituciones, asociaciones o personas que por cualquier concepto reciban subsidios del Tesoro de la Nación, están obligados a entregar a la Biblioteca del Congreso Nacional, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 57, el ejemplar correspondiente de las publicaciones que efectúen, en la forma y dentro de los plazos determinados en dicho artículo. Las reparticiones públicas están autorizadas a rechazar toda obra fraudulenta que se presente para su venta.

#### DEL REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

**Art. 65.** — El Registro llevará los libros necesarios para que toda obra inscripta tenga su folio correspondiente, donde constarán su descripción, título, nombre del autor y fecha de la presentación, y demás circunstancias que a ella se refieran, como ser los contratos de que fuera objeto y las decisiones de los tribunales sobre la misma.

**Art. 66.** — El Registro inscribirá todo contrato de edición, traducción, compraventa, cesión, participación, y cualquier otro vinculado con el derecho de propiedad intelectual, siempre que se hayan publicado las obras a que se refieren y no sea contrario a las disposiciones de esta Ley.

**Art. 67.** — El Registro percibirá por la inscripción de toda obra los derechos o aranceles que fijará el Poder Ejecutivo mientras ellos no sean establecidos en la Ley respectiva.

**Art. 68.** — El Registro estará bajo la dirección de un abogado que deberá reunir las condiciones requeridas por el artículo 70 de la Ley de organización de los tribunales y bajo la superintendencia del Ministerio de Justicia e Instrucción Pública.

#### FOMENTO DE LAS ARTES Y LETRAS

**Art. 69.** — (Artículo derogado por art. 26 del Decreto Ley N° 1.224/1958 B.O. 14/2/1958).

**Art. 70.** — (Artículo derogado por art. 26 del Decreto Ley N° 1.224/1958 B.O. 14/2/1958).


#### DE LAS PENAS

**Art. 71.** — Será reprimido con la pena establecida por el artículo 172 del Código Penal, el que de cualquier manera y en cualquier forma defraude los derechos de propiedad intelectual que reconoce esta Ley.

**Art. 72.** — Sin perjuicio de la disposición general del artículo precedente, se consideran casos especiales de defraudación y sufrirán la pena que él establece, además del secuestro de la edición ilícita:

- El que edite, venda o reproduzca por cualquier medio o instrumento, una obra inédita o publicada sin autorización de su autor o derechohabientes;
- El que falsifique obras intelectuales, entendiéndose como tal la edición de una obra ya editada, ostentando falsamente el nombre del editor autorizado al efecto;
- El que edite, venda o reproduzca una obra suprimiendo o cambiando el nombre del autor, el título de la misma o alterando dolosamente su texto;
- El que edite o reproduzca mayor número de los ejemplares debidamente autorizados.

**Art. 72 bis.** — Será reprimido con prisión de un mes a seis años:

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 439	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- El con fin de lucro reproduzca un fonograma sin autorización por escrito de su productor o del licenciado del productor;
- El que con el mismo fin facilite la reproducción ilícita mediante el alquiler de discos fonográficos u otros soportes materiales;
- El que reproduzca copias no autorizadas por encargo de terceros mediante un precio;
- El que almacene o exhiba copias ilícitas y no pueda acreditar su origen mediante la factura que lo vincule comercialmente con un productor legítimo;
- El que importe las copias ilegales con miras a su distribución al público.

El damnificado podrá solicitar en jurisdicción comercial o penal el secuestro de las copias de fonogramas reproducidas ilícitamente y de los elementos de reproducción.

El juez podrá ordenar esta medida de oficio, así como requerir caución suficiente al peticionario cuando estime que éste carezca de responsabilidad patrimonial. Cuando la medida precautoria haya sido solicitada por una sociedad autoral o de productores, cuya representatividad haya sido reconocida legalmente, no se requerirá caución.

Si no se dedujera acción, denuncia o querrela, dentro de los 15 días de haberse practicado el secuestro, la medida podrá dejarse sin efecto a petición del titular de las copias secuestradas, sin perjuicio de la responsabilidad que recaiga sobre el peticionante.

A pedido del damnificado el juez ordenará el comiso de las copias que materialicen el ilícito, así como los elementos de reproducción. Las copias ilícitas serán destruidas y los equipos de reproducción subastados. A fin de acreditar que no utilizará los aparatos de reproducción para fines ilícitos, el comprador deberá acreditar su carácter de productor fonográfico o de licenciado de un productor. El producto de la subasta se destinará a acrecentar el "fondo de fomento a las artes" del Fondo Nacional del Derechos de Autor a que se refiere el artículo 6° del decreto-ley 1224/58.

(Artículo incorporado por art. 2° de la [Ley N° 23.741](#) B.O. 25/10/1989).

**Art. 73.** — Será reprimido con prisión de un mes a un año o con multa de MIL PESOS como mínimo y TREINTA MIL PESOS como máximo destinada al fondo de fomento creado por esta ley:

- El que representare o hiciere representar públicamente obras teatrales o literarias sin autorización de sus autores o derechohabientes;
- El que ejecutare o hiciere ejecutar públicamente obras musicales sin autorización de sus autores o derechohabientes.

(Por art. 1° inciso 12 de la [Ley N° 24.286](#) B.O. 29/12/1993 se eleva montos).

**Art. 74.** — Será reprimido con prisión de un mes a un año o multa de MIL PESOS como mínimo y TREINTA MIL PESOS como máximo destinada al fondo de fomento creado por esta Ley, el que atribuyéndose indebidamente la calidad de autor, derecho habiente o la representación de quien tuviere derecho, hiciere suspender una representación o ejecución pública lícita.

(Por art. 1° inciso 12 de la [Ley N° 24.286](#) B.O. 29/12/1993 se eleva montos).

**Art. 74 bis.** — (Artículo derogado por art. 1° de la [Ley N° 23.077](#) B.O. 27/8/1984 que deroga la Ley N° 21.338.)


**Art. 75.** — En la aplicación de las penas establecidas por la presente Ley, la acción se iniciará de oficio, por denuncia o querrela.

**Art. 76.** — El procedimiento y jurisdicción será el establecido por el respectivo Código de Procedimientos en lo Criminal vigente en el lugar donde se cometa el delito.

**Art. 77.** — Tanto el juicio civil, como el criminal, son independientes y sus resoluciones definitivas no se afectan. Las partes sólo podrán usar en defensa de sus derechos las pruebas instrumentales de otro juicio, las confesiones y los peritajes, comprendido el fallo del jurado, mas nunca las sentencias de los jueces respectivos.

**Art. 78.** — La Comisión Nacional de Cultura representada por su presidente, podrá acumular su acción a las de los damnificados, para percibir el importe de las multas establecidas a su favor y ejercitar las acciones correspondientes a las atribuciones y funciones que se le asignan por esta Ley.

DE LAS MEDIDAS PREVENTIVAS

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 440	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

**Art. 79.** — Los jueces podrán, previa fianza, de los interesados, decretar preventivamente la suspensión de un espectáculo teatral, cinematográfico, filarmónico u otro análogo; el embargo de las obras denunciadas, así como el embargo del producto que se haya percibido por todo lo anteriormente indicado y toda medida que sirva para proteger eficazmente los derechos que ampare esta Ley.

Ninguna formalidad se ordena para aclarar los derechos del autor o de sus causahabientes. En caso contestación, los derechos estarán sujetos a los medios de prueba establecidos por las Leyes vigentes.

(Nota Infoleg: Por arts. 1° y 2° del [Decreto N° 8.478/1965](#) B.O. 8/10/1965 se obliga a exhibir la autorización escrita de los autores en la ejecución de música nacional o extranjera en público.)

#### PROCEDIMIENTO CIVIL

**Art. 80.** — En todo juicio motivado por esta Ley, ya sea por aplicación de sus disposiciones, ya como consecuencia de los contratos y actos jurídicos que tengan relación con la propiedad intelectual, regirá el procedimiento que se determina en los artículos siguientes.

**Art. 81.** — El procedimiento y términos serán, fuera de las medidas preventivas, en que se establece para las excepciones dilatorias en los respectivos códigos de Procedimientos, en lo Civil y Comercial, con las siguientes modificaciones:

a) Siempre habrá lugar a prueba a pedido de las partes o de oficio pudiendo ampliarse su término a 30 días, si el juzgado lo creyere conveniente, quedando firme a esta resolución;

b) Durante la prueba y a pedido de los interesados se podrá decretar una audiencia pública, en la sala del tribunal donde las partes, sus letrados y peritos expondrán sus alegatos u opiniones. Esta audiencia podrá continuar otros días si uno sólo fuera insuficiente;

c) En las mismas condiciones del inciso anterior y cuando la importancia del asunto y la naturaleza técnica de las cuestiones lo requiera, se podrá designar un jurado de idóneos en la especialidad de que se tratare, debiendo estar presidido para las cuestiones científicas por el Decano de la Facultad de Ciencias Exactas o la persona que éste designare, bajo su responsabilidad, para reemplazarlo; para las cuestiones literarias, el Decano de la Facultad de Filosofía y Letras; para las artísticas, el Director del Museo Nacional de Bellas Artes y para las musicales, el Director del Conservatorio Nacional de Música.

Complementarán el jurado dos personas designadas de oficio.

El jurado se reunirá y deliberará en último término en la audiencia que establece el inciso anterior. Si no se hubiere ella designado, en una especial y pública en la forma establecida en dicho inciso.

Su resolución se limitará a declarar si existe o no la lesión a la propiedad intelectual, ya sea legal o convencional.

Esta resolución valdrá como los informes de los peritos nombrados por partes contrarias, cuando se expiden de común acuerdo.

**Art. 82.** — El cargo de jurado será gratuito y se le aplicarán las disposiciones procesales referentes a los testigos.


#### DE LAS DENUNCIAS ANTE EL REGISTRO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL

**Art. 83.** — Después de vencidos los términos del artículo 5°, podrá denunciarse al Registro Nacional de Propiedad Intelectual la mutilación de una obra literaria, científica o artística, los agregados, las transposiciones, la infidelidad de una traducción, los errores de concepto y las deficiencias en el conocimiento del idioma del original o de la versión. Estas denuncias podrá formularlas cualquier habitante de la Nación, o procederse de oficio, y para el conocimiento de ellas la dirección del Registro Nacional constituirá un jurado que integrarán:

a) Para las obras literarias, el decano de la Facultad de Filosofía y Letras; dos representantes de la sociedad gremial de escritores, designados por la misma, y las personas que nombren el denunciante y el editor o traductor, una por cada uno;

b) Para las obras científicas el decano de la Facultad de Ciencias que corresponda por su especialidad, dos representantes de la sociedad científica de la respectiva especialidad, designados por la misma, y las personas que nombren el denunciante y el editor o productor, una por cada parte.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 441	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

En ambos casos, cuando se haya objetado la traducción, el respectivo jurado se integrará también con dos traductores públicos nacionales, nombrados uno por cada parte, y otro designado por la mayoría del jurado;

c) Para las obras artísticas, el director del Museo Nacional de Bellas Artes, dos personas idóneas designadas por la Dirección del Registro de Propiedad Intelectual y las personas que nombre el denunciante y el denunciado, una por cada parte;

d) Para las musicales, el director del Conservatorio Nacional de Música; dos representantes de la sociedad gremial de compositores de música, popular o de cámara en su caso, y las personas que designen el denunciante y el denunciado, una por cada parte.

Cuando las partes no designen sus representantes, dentro del término que les fije la dirección del Registro, serán designados por ésta.

El jurado resolverá declarando si existe o no la falta denunciada y en caso afirmativo, podrá ordenar la corrección de la obra e impedir su exposición o la circulación de ediciones no corregidas, que serán inutilizadas. Los que infrinjan esta prohibición pagarán una multa de 100 a 1.000 pesos moneda nacional, que fijará el jurado y se hará efectiva en la forma establecida por los respectivos códigos de procedimientos en lo Civil y en lo Comercial, para la ejecución de las sentencias. El importe de las multas ingresarán al fondo de fomento creado por esta Ley. Tendrá personería para ejecutarlas la dirección del Registro.

#### DISPOSICIONES TRANSITORIAS

**Art. 84.** — Las obras que se encontraren bajo el dominio público, sin que hubiesen transcurrido los términos de protección previstos en esta ley, volverán automáticamente al dominio privado, sin perjuicio de los derechos que hubieran adquirido terceros sobre las reproducciones de esas obras hechas durante el lapso en que las mismas estuvieron bajo el dominio público.

(Artículo sustituido por art. 1° de la [Ley N° 24.870](#) B.O. 16/9/1997).

(**Nota Infoleg:** Por art. 2° de la [Ley N° 24.249](#) B.O. 17/11/1993 se establece que será de aplicación a aquellas obras cinematográficas que se consideren de dominio público sin que haya transcurrido el plazo de cincuenta años desde su primer publicación.)

**Art. 85.** — Las obras que en la fecha de la promulgación de la presente Ley se hallen en el dominio privado continuarán en éste hasta cumplirse el término establecido en el artículo 5°.

**Art. 86.** — Créase el Registro Nacional de Propiedad Intelectual, del que pasará a depender la actual Oficina de Depósito Legal. Mientras no se incluya en la Ley general de presupuesto el Registro Nacional de Propiedad Intelectual, las funciones que le están encomendadas por esta Ley, serán desempeñadas por la Biblioteca Nacional.

**Art. 87.** — Dentro de los sesenta días subsiguientes a la sanción de esta Ley, el Poder Ejecutivo procederá a su reglamentación.

**Art. 88.** — Queda derogada la Ley 9.141 y todas las disposiciones que se opongan a la presente.

**Art. 89.** — Comuníquese, al Poder Ejecutivo.

Dada en la Sala de Sesiones del Congreso Argentino, en Buenos Aires, a 26 de Septiembre de 1933

R. PATRON COSTA

JUAN F. CAFFERATA


Gustavo Figueroa

D. Zambrono

Secretario del Senado

Secretario de la Cámara de Diputados

## Ley N° 24766 de Datos Personales

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 442	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Ley de confidencialidad sobre información y productos que estén legítimamente bajo control de una persona y se divulgue indebidamente de manera contraria a los usos comerciales honestos. - Ley N° 24766

Sancionada: Diciembre 18 de 1996.

Promulgada: Diciembre 20 de 1996.

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:

**ARTICULO 1°** - Las personas físicas o jurídicas podrán impedir que la información que esté legítimamente bajo su control se divulgue a terceros o sea adquirida o utilizada por terceros sin su consentimiento de manera contraria a los usos comerciales honesto, mientras dicha información reúna las siguientes condiciones:

- a) A, sea secreta en el sentido de que no sea, como cuerpo o en la configuración, reunión precisa de sus componentes, generalmente conocida ni fácilmente accesible para personas introducidas en los círculos en que normalmente se utiliza el tipo de información en cuestión; y
- b) Tenga un valor comercial por ser secreta; y
- c) Haya sido objeto de medidas razonables, en las circunstancias, para mantenerla, secreta, tomadas por la persona que legítimamente la controla. Se considerará que es contrario a los usos comerciales honestos el incumplimiento de contratos, el abuso de confianza, la instigación a la infracción y adquisición de información no divulgada por terceros que supieran o no, por negligencia grave, que la adquisición implicaba tales practicas.

**ARTICULO 2°** - La presente ley se aplicará a la información que conste en documentos, medios electrónicos o magnéticos, discos ópticos, microfilmes, películas u otros elementos similares.

**ARTICULO 3°** - Toda persona que con motivo de su trabajo, empleo, cargo, puesto, desempeño de su profesión o relación de negocios, tenga acceso a una información que reúna las condiciones enumeradas en el artículo 1° y sobre cuya confidencialidad se los haya prevenido, deberá abstenerse de usarla y de revelarla sin causa justificada o sin consentimiento de la persona que guarda dicha información o de su usuario autorizado.


II

Protección de la información solicitada por la autoridad sanitaria como requisito para la aprobación de productos

**ARTICULO 4°** - Para los casos en que se solicite la aprobación del registro o autorización de comercialización de productos que utilicen nuevas entidades químicas que no tengan registro previo ni en la Argentina ni en cualquier otro país, deberá presentarse a la autoridad sanitaria local información que acredite la eficacia e inocuidad del producto. En la medida que esta información reúna los requisitos del artículo 1° y sea resultado de un esfuerzo técnico y económico significativo, será protegida contra todo uso comercial deshonesto tal como se define en la presente ley y no podrá ser divulgada

**ARTICULO 5°** - Para el caso de productos que tengan registro o autorización de comercialización en la Argentina o en países del anexo I, incluido el caso señalado en el artículo anterior una vez que se haya otorgado el registro en la Argentina o en alguno de esos países del anexo I, la autoridad sanitaria local procederá a la aprobación o autorización de comercialización de productos similares. A esos efectos la autoridad sanitaria local, para otorgar la inscripción de especialidades medicinales o farmacéuticas similares a las que se encuentran autorizadas en el país o en países del anexo I, solicitará que se presente únicamente la siguiente información, distinta a la mencionada en el artículo anterior:

- a) Del producto: nombre propuesto para el mismo; fórmula (definida y verificable); forma o formas farmacéuticas en que se presentara; clasificación farmacológica, haciendo referencia al

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 443		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

número de código -si existiere- de la clasificación internacional de medicamentos de la Organización Mundial de la Salud (OMS); condición de expendio;

b) Información técnica: método de control; periodo de vida útil; método de elaboración de acuerdo con prácticas adecuadas de fabricación vigente y datos sobre bioequivalencia o biodisponibilidad del producto respecto de los similares;

c) Proyecto de rótulos y etiqueta que deberán contener las siguientes inscripciones: nombre del laboratorio, dirección del mismo, nombre del Director Técnico, nombre del producto y nombre genérico en igual tamaño y realce, fórmula por unidad de forma farmacéutica o porcentual, contenido por unidad de venta, fecha de vencimiento, forma de conservación y condición de venta, número de partida y serie de fabricación; y la leyenda

#### MEDICAMENTO

AUTORIZADO POR EL MINISTERIO DE SALUD Y ACCION SOCIAL,  
Certificado N°;

d) Proyecto de prospectos que reproducirá; las inscripciones no variables de los rótulos y etiquetas; la acción o acciones farmacológicas y terapéuticas que se atribuyen al producto con indicaciones clínicas precisas y con advertencias, precauciones y, cuando corresponda, de antagonismos, antidotismos e interacciones medicamentosas y de los efectos adversos que puedan llegar a desencadenar, posología habitual y dosis máximas y mínimas, forma de administración, presentaciones y riesgo de habituación adictiva en caso de determinadas formas de uso indebido;

e) En el caso de especialidades medicinales o farmacéuticas importadas de los países incluidos en el Anexo II que forma parte integrante de la presente, además de la información requerida en los incisos precedentes, deberá acompañarse un certificado de la autoridad sanitaria del país de origen. Previa a la solicitud de registro o importación ante la autoridad sanitaria local, el producto en cuestión deberá estar comercializado en el país de origen. La elaboración de las especialidades medicinales o farmacéuticas a que se refiere, el presente artículo deberá llevarse a cabo en laboratorios farmacéuticos cuyas plantas se encuentren aprobadas por entidades gubernamentales de países de alta vigilancia sanitaria o por el Ministerio de Salud y Acción Social, que cumplan con las normas de elaboración y control de calidad, exigidas por la autoridad sanitaria nacional.

Una vez presentada la información solicitada en este artículo, el Ministerio de Salud y Acción Social tendrá un plazo de 120 días corridos para expedirse, contados a partir de la presentación de la solicitud de inscripción de la especialidad medicinal o farmacéutica. La aprobación del registro o de la autorización de comercialización establecida al amparo de los procedimientos de aprobación para productos similares establecidos en este artículo, por parte de la autoridad administrativa local, no implica el uso de la información confidencial protegida por la presente ley.

El régimen del presente artículo será comprensivo para:


I. Las solicitudes de registro de especialidades medicinales a elaborarse en nuestro país y aquellas a importarse de países incluidos en el Anexo II que resulten similares a otras ya inscriptas en el Registro; y

II. Las solicitudes de registro de especialidades medicinales a elaborarse en nuestro país, similares a las autorizadas para su consumo público en al menos uno de los países que integran el Anexo I, aún cuando se tratara de una novedad dentro del Registro de la Autoridad Sanitaria

**ARTICULO 6°**- En los casos que se enumeran más abajo además de la información requerida en el artículo 5°, deberá presentarse a la autoridad sanitaria local, información que acredite la eficacia e inocuidad del producto.

Los casos referidos son los siguientes:

a) Elaboración en el país de productos que no tengan registro previo en la Argentina, salvo la excepción prevista en el artículo anterior, para las especialidades medicinales autorizadas en algunos de los países del Anexo 1;

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 444	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

b) Importación desde un país del Anexo II de esta ley que no tuviera similares inscriptos en el registro de la autoridad sanitaria local aún cuando estuviera autorizada y comercializada en el país de origen;

c) Importación de productos manufacturados en países no incluidos en los Anexos I y II de la presente ley, y no autorizados para su consumo en alguno de los países del Anexo I.

**ARTICULO 7°**- Cuando la comercialización de los productos a registrar requiera la autorización del Instituto Argentino de Sanidad y Calidad Vegetal y del Servicio Nacional de Sanidad Animal o los nuevos organismos a crearse dependientes de la Secretaría de Agricultura, Pesca y Alimentación del Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos, dicho organismo fijará la normativa administrativa correspondiente, creando un sistema de clasificación, archivo y reserva de documentación que asegure la protección de la propiedad intelectual, de acuerdo al artículo 1° de la presente ley, de la información científica y técnica que le fuera suministrada para la inscripción de productos fitosanitarios y zoonosarios.

**ARTICULO 8°**- Cuando se trate de un producto o procedimiento protegido por una patente de invención, cualquier tercero podrá utilizar la invención antes del vencimiento de la patente, con fines experimentales y para reunir la información requerida para la aprobación de un producto o procedimiento por la autoridad competente para su comercialización con posterioridad al vencimiento de la patente.

**ARTICULO 9°**- La información a que se refiere este Capítulo, será protegida mientras reúna los requisitos del artículo 1°; por lo tanto no estará protegida la información que hubiera caído en el dominio público en cualquier país, por la publicación de cualquiera de los datos protegidos, la presentación de todos o partes de los mismos en medios científicos o académicos, o por cualquier otro medio de divulgación.

**ARTICULO 10.**- Quedará exceptuado de la protección del artículo 4°, la información cuya publicación sea necesaria para proteger al público o cuando se adopten medidas para garantizar la protección de dicha información contra todo uso comercial deshonesto.

III

Acciones por infracción a la ley

**ARTICULO 11**- La protección conferida por esta ley no crea derechos exclusivos en favor de quien posea o hubiera desarrollado la información. El acceso por terceros a la información de manera contraria a los usos comerciales honestos, dará derecho a quien la posea a ejercer las siguientes acciones:

a) Solicitar medidas cautelares destinadas a hacer cesar las conductas ilícitas.


b) Ejercer acciones civiles destinadas a prohibir el uso de la información no divulgada y obtener la reparación económica del perjuicio sufrido.

**ARTICULO 12**- Quien incurriera en la infracción de lo dispuesto en la presente ley en materia de confidencialidad, quedará sujeto a la responsabilidad que correspondiera conforme con el Código Penal, y otras normas penales concordantes para la violación de secretos, sin perjuicio de la responsabilidad penal en que se incurra por la naturaleza del delito.

**ARTICULO 13**- Los funcionarios de los organismos intervinientes serán pasibles de las acciones que pudieran corresponder por aplicación del artículo anterior, más la pena de exoneración y multa.

**ARTICULO 14**- La presente ley será aplicable en lo que respecta a la información referida en el artículo 4° a partir del 1° de enero del año 1997, siempre que se refiera a productos nuevos en los términos del artículo 4° de la ley 24.481.

**ARTICULO 15**- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 445	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRE, A LOS DIECIOCHO DIAS DEL MES DE DICIEMBRE DEL AÑO MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y SEIS.

Alberto R. Pierri. -Carlos F. Ruckauf. -Juan Estrada. -Edgardo PiuZZi.

#### ANEXO I

Estados Unidos  
Japón  
Suecia  
Confederación Helvética  
Israel  
Canadá  
Austria  
Alemania  
Francia  
Reino Unido  
Países Bajos  
Bélgica  
Dinamarca  
España  
Italia

#### ANEXO II

Commonwealth de Australia  
Estados Unidos de México  
República Federativa de Brasil  
República de Cuba  
República de Chile  
República de Finlandia  
República de Hungría  
Irlanda  
República Popular China  
Gran Ducado de Luxemburgo  
Reino de Noruega  
Nueva Zelanda  
Decreto 1607/96  
Bs. As., 20/2/96

#### POR TANTO:

Téngase por Ley de la Nación Nº 24.766 cúmplase, comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese. -MENEM. -Jorge A. Rodríguez. -Guido Di Tella.

## Ley 25.326 de Protección de los Datos Personales


[Boletín Oficial del 2 de noviembre de 2000]

### Capítulo I

#### Disposiciones Generales

#### ARTICULO 1º.- (Objeto).

La presente ley 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

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 446	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

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.

Las disposiciones de la presente ley también serán aplicables, en cuanto resulte pertinente, a los datos relativos a personas de existencia ideal.

En ningún caso se podrán afectar la base de datos ni las fuentes de información periodísticas.

#### ARTÍCULO 2°.- (Definiciones).

A los fines de la presente ley se entiende por:

- Datos personales: Información de cualquier tipo referida a personas físicas o de existencia ideal determinadas o determinables.
- Datos sensibles: Datos personales que revelan origen racial y étnico, opiniones políticas, convicciones religiosas, filosóficas o morales, afiliación sindical e información referente a la salud o a la vida sexual.
- Archivo, registro, base o banco de datos: Indistintamente, designan al conjunto organizado de datos personal sean objeto de tratamiento o procesamiento, electrónico o no, cualquiera que fuere la modalidad de su formación, almacenamiento, organización o acceso.
- Tratamiento de datos: Operaciones y procedimientos sistemáticos, electrónicos o no, que permitan la recolección, conservación, ordenación, almacenamiento, modificación, relacionamiento, evaluación, bloqueo, destrucción, y en general el procesamiento de datos personales, así como también su cesión a terceros a través de comunicaciones, consultas, interconexiones o transferencias.
- Responsable de archivo, registro, base o banco de datos: Persona física o de existencia ideal pública o privada, que es titular de un archivo, registro, base o banco de datos.
- Datos informatizados: Los datos personales sometidos al tratamiento o procesamiento electrónico o automatizado.
- Titular de los datos: Toda persona física o persona de existencia ideal con domicilio legal o delegaciones o sucursales en el país, cuyos datos sean objeto del tratamiento al que se refiere la presente ley.
- Usuario de datos: Toda persona, pública o privada que realice a su arbitrio el tratamiento de datos, ya sea en archivos, registros o bancos de datos propios o a través de conexión con los mismos.
- Disociación de datos: Todo tratamiento de datos personales de manera que la información obtenida no pueda asociarse a persona determinada o determinable.

#### Capítulo II

Principios generales relativos a la protección de datos


#### ARTICULO 3°.- (Archivos de datos - Licitud).

La formación de archivos de datos será lícita cuando se encuentren debidamente inscriptos, observando en su operación los principios que establece la presente ley y las reglamentaciones que se dicten en su consecuencia.

Los archivos de datos no pueden tener finalidades contrarias a las leyes o a la moral pública.

#### ARTICULO 4°.- (Calidad de los datos).

1. Los datos personales que se recojan a los efectos de su tratamiento deben ser ciertos, adecuados, pertinentes y no excesivos en relación al ámbito y finalidad para los que se hubieren obtenido.
2. La recolección de datos no puede hacerse por medios desleales, fraudulentos o en forma contraria a las disposiciones de la presente ley.
3. Los datos objeto de tratamiento no pueden ser utilizados para finalidades distintas o incompatibles con aquéllas que motivaron su obtención.
4. Los datos deben ser exactos y actualizarse en el caso de que ello fuere necesario.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 447		
	Facultad de Tecnología Informática				
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa				
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281	
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a	Turno:
Proyecto: EntregaYa!					

5. Los datos total o parcialmente inexactos, o que sean incompletos, deben ser suprimidos y sustituidos, o en su caso completados, por el responsable del archivo o base de datos cuando se tenga conocimiento de la inexactitud o carácter incompleto de la información de que se trate, sin perjuicio de los derechos del titular establecidos en el artículo 16 de la presente ley.

6. Los datos deben ser almacenados de modo que permitan el ejercicio del derecho de acceso de su titular.

7. Los datos deben ser destruidos cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes a los fines para los cuales hubiesen sido recolectados.

#### ARTÍCULO 5°.- (Consentimiento).

1. El tratamiento de datos personales es ilícito cuando el titular no hubiere prestado su consentimiento libre, expreso e informado, el que deberá constar por escrito, o por otro medio que permita se le equipare, de acuerdo a las circunstancias.

El referido consentimiento prestado con otras declaraciones, deberá figurar en forma expresa y destacada, previa notificación al requerido de datos, de la información descrita en el artículo 6° de la presente ley.

2. No será necesario el consentimiento cuando:

- a) Los datos se obtengan de fuentes de acceso público irrestricto;
- b) Se recaben para el ejercicio de funciones propias de los poderes del Estado o en virtud de una obligación legal;
- c) Se trate de listados cuyos datos se limiten a nombre, documento nacional de identidad, identificación tributaria o previsional, ocupación, fecha de nacimiento y domicilio;
- d) Deriven de una relación contractual, científica o profesional del titular de los datos, y resulten necesarios para su desarrollo o cumplimiento;
- e) Se trate de las operaciones que realicen las entidades financieras y de las informaciones que reciban de sus clientes conforme las disposiciones del artículo 39 de la Ley 21.526.


#### ARTÍCULO 6°.- (Información).

Cuando se recaben datos personales se deberá informar previamente a sus titulares en forma expresa y clara:

- a) La finalidad para la que serán tratados y quiénes pueden ser sus destinatarios o clase de destinatarios;
- b) La existencia del archivo, registro, banco de datos, electrónico o de cualquier otro tipo, de que se trate y la identidad y domicilio de su responsable;
- c) El carácter obligatorio o facultativo de las respuestas al cuestionario que se le proponga, en especial en cuanto a los datos referidos en el artículo siguiente;
- d) Las consecuencias de proporcionar los datos, de la negativa a hacerlo o de la inexactitud de los mismos;
- e) La posibilidad del interesado de ejercer los derechos de acceso, rectificación y supresión de los datos.

#### ARTICULO 7°.- (Categoría de datos).

1. Ninguna persona puede ser obligada a proporcionar datos sensibles.
2. Los datos sensibles sólo pueden ser recolectados y objeto de tratamiento cuando medien razones de interés general autorizadas por ley. También podrán ser tratados con finalidades estadísticas o científicas cuando no puedan ser identificados sus titulares.
3. Queda prohibida la formación de archivos, bancos o registros que almacenen información que directa o indirectamente revele datos sensibles. Sin perjuicio de ello, la Iglesia Católica, las asociaciones religiosas y las organizaciones políticas y sindicales podrán llevar un registro de sus miembros.
4. Los datos relativos a antecedentes penales o contravencionales sólo pueden ser objeto de tratamiento por parte de las autoridades públicas competentes, en el marco de las leyes y reglamentaciones respectivas.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 448	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

ARTICULO 8°.- (Datos relativos a la salud).

Los establecimientos sanitarios públicos o privados y los profesionales vinculados a las ciencias de la salud pueden recolectar y tratar los datos personales relativos a la salud física o mental de los pacientes que acudan a los mismos o que estén o hubieren estado bajo tratamiento de aquéllos, respetando los principios del secreto profesional.

ARTICULO 9°.- (Seguridad de los datos).

1. El responsable o usuario del archivo de datos debe adoptar las medidas técnicas y organizativas que resulten necesarias para garantizar la seguridad y confidencialidad de los datos personales, de modo de evitar su adulteración, pérdida, consulta o tratamiento no autorizado, y que permitan detectar desviaciones, intencionales o no, de información, ya sea que los riesgos provengan de la acción humana o del medio técnico utilizado.
2. Queda prohibido registrar datos personales en archivos, registros o bancos que no reúnan condiciones técnicas de integridad y seguridad.

ARTÍCULO 10.- (Deber de confidencialidad).

1. El responsable y las personas que intervengan en cualquier fase del tratamiento de datos personales están obligados al secreto profesional respecto de los mismos. Tal obligación subsistirá aun después de finalizada su relación con el titular del archivo de datos.
2. El obligado podrá ser relevado del deber de secreto por resolución judicial y cuando medien razones fundadas relativas a la seguridad pública, la defensa nacional o la salud pública.


ARTÍCULO 11.- (Cesión).

1. Los datos personales objeto de tratamiento sólo pueden ser cedidos para el cumplimiento de los fines directamente relacionados con el interés legítimo del cedente y del cesionario y con el previo consentimiento del titular de los datos, al que se le debe informar sobre la finalidad de la cesión e identificar al cesionario o los elementos que permitan hacerlo.
2. El consentimiento para la cesión es revocable.
3. El consentimiento no es exigido cuando:
  - a) Así lo disponga una ley;
  - b) En los supuestos previstos en el artículo 5° inciso 2°;
  - c) Se realice entre dependencias de los órganos del Estado en forma directa, en la medida del cumplimiento de sus respectivas competencias;
  - d) Se trate de datos personales relativos a la salud, y sea necesario por razones de salud pública, de emergencia o para la realización de estudios epidemiológicos, en tanto se preserve la identidad de los titulares de los datos mediante mecanismos de disociación adecuados;
  - e) Se hubiera aplicado un procedimiento de disociación de la información, de modo que los titulares de los datos sean inidentificables.
4. El cesionario quedará sujeto a las mismas obligaciones legales y reglamentarias del cedente y éste responderá solidaria y conjuntamente por la observancia de las mismas ante el organismo de control y el titular de los datos de que se trate.

ARTÍCULO 12.- (Transferencia internacional).

1. Es prohibida la transferencia de datos personales de cualquier tipo con países u organismos internacionales o supranacionales, que no proporcionen niveles de protección adecuados.
2. La prohibición no regirá en los siguientes supuestos:
  - a) Colaboración judicial internacional;
  - b) Intercambio de datos de carácter médico, cuando así lo exija el tratamiento del afectado, o una investigación epidemiológica, en tanto se realice en los términos del inciso e) del artículo anterior;



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 449	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- c) Transferencias bancarias o bursátiles, en lo relativo a las transacciones respectivas y conforme la legislación que les resulte aplicable;
- d) Cuando la transferencia se hubiera acordado en el marco de tratados internacionales en los cuales la República Argentina sea parte;
- e) Cuando la transferencia tenga por objeto la cooperación internacional entre organismos de inteligencia para la lucha contra el crimen organizado, el terrorismo y el narcotráfico.

### Capítulo III

#### Derechos de los titulares de datos

#### ARTICULO 13.- (Derecho de Información).

Toda persona puede solicitar información al organismo de control relativa a la existencia de archivos, registros, bases o bancos de datos personales, sus finalidades y la identidad de sus responsables.

El registro que se lleve al efecto será de consulta pública y gratuita.

#### ARTICULO 14.- (Derecho de acceso).


1. El titular de los datos, previa acreditación de su identidad, tiene derecho a solicitar y obtener información de sus datos personales incluidos en los bancos de datos públicos, o privados destinados a proveer informes.
2. El responsable o usuario debe proporcionar la información solicitada dentro de los diez días corridos de haber sido intimado fehacientemente. Vencido el plazo sin que se satisfaga el pedido, o si evacuado el informe, éste se estimara insuficiente, quedará expedita la acción de protección de los datos personales o de hábeas data prevista en esta ley.
3. El derecho de acceso a que se refiere este artículo sólo puede ser ejercido en forma gratuita a intervalos no inferiores a seis meses, salvo que se acredite un interés legítimo al efecto.
4. El ejercicio del derecho al cual se refiere este artículo en el caso de datos de personas fallecidas le corresponderá a sus sucesores universales.

#### ARTICULO 15.- (Contenido de la información).

1. La información debe ser suministrada en forma clara, exenta de codificaciones y en su caso acompañada de una explicación, en lenguaje accesible al conocimiento medio de la población, de los términos que se utilicen.
2. La información debe ser amplia y versar sobre la totalidad del registro perteneciente al titular, aun cuando el requerimiento sólo comprenda un aspecto de los datos personales. En ningún caso el informe podrá revelar datos pertenecientes a terceros, aun cuando se vinculen con el interesado.
3. La información, a opción del titular, podrá suministrarse por escrito, por medios electrónicos, telefónicos, de imagen, u otro idóneo a tal fin.

#### ARTICULO 16.- (Derecho de rectificación, actualización o supresión).

1. Toda persona tiene derecho a que sean rectificadas, actualizados y, cuando corresponda, suprimidos o sometidos a confidencialidad los datos personales de los que sea titular, que estén incluidos en un banco de datos.
2. El responsable o usuario del banco de datos, debe proceder a la rectificación, supresión o actualización de los datos personales del afectado, realizando las operaciones necesarias a tal fin en el plazo máximo de cinco días hábiles de recibido el reclamo del titular de los datos o advertido el error o falsedad.
3. El incumplimiento de esta obligación dentro del término acordado en el inciso precedente, habilitará al interesado a promover sin más la acción de protección de los datos personales o de hábeas data prevista en la presente ley.
4. En el supuesto de cesión, o transferencia de datos, el responsable o usuario del banco de datos debe notificar la rectificación o supresión al cesionario dentro del quinto día hábil de efectuado el tratamiento del dato.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 450	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

5. La supresión no procede cuando pudiese causar perjuicios a derechos o intereses legítimos de terceros, o cuando existiera una obligación legal de conservar los datos.

6. Durante el proceso de verificación y rectificación del error o falsedad de la información que se trate, el responsable o usuario del banco de datos deberá o bien bloquear el archivo, o consignar al proveer información relativa al mismo la circunstancia de que se encuentra sometida a revisión.

7. Los datos personales deben ser conservados durante los plazos previstos en las disposiciones aplicables o en su caso, en las contractuales entre el responsable o usuario del banco de datos y el titular de los datos.

#### ARTÍCULO 17.- (Excepciones).

1. Los responsables o usuarios de bancos de datos públicos pueden, mediante decisión fundada, denegar el acceso, rectificación o la supresión en función de la protección de la defensa de la Nación, del orden y la seguridad públicos, o de la protección de los derechos e intereses de terceros.

2. La información sobre datos personales también puede ser denegada por los responsables o usuarios de bancos de datos públicos, cuando de tal modo se pudieran obstaculizar actuaciones judiciales o administrativas en curso vinculadas a la investigación sobre el cumplimiento de obligaciones tributarias o previsionales, el desarrollo de funciones de control de la salud y del medio ambiente, la investigación de delitos penales y la verificación de infracciones administrativas. La resolución que así lo disponga debe ser fundada y notificada al afectado.

3. Sin perjuicio de lo establecido en los incisos anteriores, se deberá brindar acceso a los registros en cuestión en la oportunidad en que el afectado tenga que ejercer su derecho de defensa.

#### ARTÍCULO 18.- (Comisiones legislativas).

Las Comisiones de Defensa Nacional y la Comisión Bicameral de Fiscalización de los Órganos y Actividades de Seguridad Interior e Inteligencia del Congreso de la Nación y la Comisión de Seguridad Interior de la Cámara de Diputados de la Nación, o las que las sustituyan, tendrán acceso a los archivos o bancos de datos referidos en el artículo 23 inciso 2 por razones fundadas y en aquellos aspectos que constituyan materia de competencia de tales Comisiones.

#### ARTÍCULO 19.- (Gratuidad).

La rectificación, actualización o supresión de datos personales inexactos o incompletos que obren en registros públicos o privados se efectuará sin cargo alguno para el interesado.

#### ARTICULO 20.- (Impugnación de valoraciones personales).

1. Las decisiones judiciales o los actos administrativos que impliquen apreciación o valoración de conductas humanas, no podrán tener como único fundamento el resultado del tratamiento informatizado de datos personales que suministren una definición del perfil o personalidad del interesado.

2. Los actos que resulten contrarios a la disposición precedente serán insanablemente nulos.

#### Capítulo IV


Usuarios y responsables de archivos, registros y bancos de datos

#### ARTICULO 21.- (Registro de archivos de datos. Inscripción).

1. Proporcionar informes debe inscribirse en el Registro que al efecto habilite el organismo de control.

2. El registro de archivos de datos debe comprender como mínimo la siguiente información:

- Nombre y domicilio del responsable;
- Características y finalidad del archivo;
- Naturaleza de los datos personales contenidos en cada archivo;

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 451	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- d) Forma de recolección y actualización de datos;
  - e) Destino de los datos y personas físicas o de existencia ideal a las que pueden ser transmitidos;
  - f) Modo de interrelacionar la información registrada;
  - g) Medios utilizados para garantizar la seguridad de los datos, debiendo detallar la categoría de personas con acceso al tratamiento de la información;
  - h) Tiempo de conservación de los datos;
  - i) Forma y condiciones en que las personas pueden acceder a los datos referidos a ellas y los procedimientos a realizar para la rectificación o actualización de los datos.
- 3) Ningún usuario de datos podrá poseer datos personales de naturaleza distinta a los declarados en el registro.
- El incumplimiento de estos requisitos dará lugar a las sanciones administrativas previstas en el capítulo VI de la presente ley.

**ARTICULO 22.- (Archivos, registros o bancos de datos públicos).**


1. Las normas sobre creación, modificación o supresión de archivos, registros o bancos de datos pertenecientes a organismos públicos deben hacerse por medio de disposición general publicada en el Boletín Oficial de la Nación o diario oficial.
2. Las disposiciones respectivas, deben indicar:
  - a) Características y finalidad del archivo;
  - b) Personas respecto de las cuales se pretenda obtener datos y el carácter facultativo u obligatorio de su suministro por parte de aquéllas;
  - c) Procedimiento de obtención y actualización de los datos;
  - d) Estructura básica del archivo, informatizado o no, y la descripción de la naturaleza de los datos personales que contendrán;
  - e) Las cesiones, transferencias o interconexiones previstas;
  - f) Órganos responsables del archivo, precisando dependencia jerárquica en su caso;
  - g) Las oficinas ante las que se pudiesen efectuar las reclamaciones en ejercicio de los derechos de acceso, rectificación o supresión.
3. En las disposiciones que se dicten para la supresión de los registros informatizados se establecerá el destino de los mismos o las medidas que se adopten para su destrucción.

**ARTÍCULO 23.- (Supuestos especiales).**

1. Quedarán sujetos al régimen de la presente ley, los datos personales que por haberse almacenado para fines administrativos, deban ser objeto de registro permanente en los bancos de datos de las fuerzas armadas, fuerzas de seguridad, organismos policiales o de inteligencia; y aquéllos sobre antecedentes personales que proporcionen dichos bancos de datos a las autoridades administrativas o judiciales que los requieran en virtud de disposiciones legales.
2. El tratamiento de datos personales con fines de defensa nacional o seguridad pública por parte de las fuerzas armadas, fuerzas de seguridad, organismos policiales o inteligencia, sin consentimiento de los afectados, queda limitado a aquellos supuestos y categoría de datos que resulten necesarios para el estricto cumplimiento de las misiones legalmente asignadas a aquéllos para la defensa nacional, la seguridad pública o para la represión de los delitos. Los archivos, en tales casos, deberán ser específicos y establecidos al efecto, debiendo clasificarse por categorías, en función de su grado de fiabilidad.
3. Los datos personales registrados con fines policiales se cancelarán cuando no sean necesarios para las averiguaciones que motivaron su almacenamiento.

**ARTICULO 24.- (Archivos, registros o bancos de datos privados).**

Los particulares que formen archivos, registros o bancos de datos que no sean para un uso exclusivamente personal deberán registrarse conforme lo previsto en el artículo 21.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 452	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

ARTICULO 25.- (Prestación de servicios informatizados de datos personales).

1. Cuando por cuenta de terceros se presten servicios de tratamiento de datos personales, éstos no podrán aplicarse o utilizarse con un fin distinto al que figure en el contrato de servicios, ni cederlos a otras personas, ni aun para su conservación.
2. Una vez cumplida la prestación contractual los datos personales tratados deberán ser destruidos, salvo que medie autorización expresa de aquel por cuenta de quien se prestan tales servicios cuando razonablemente se presuma la posibilidad de ulteriores encargos, en cuyo caso se podrá almacenar con las debidas condiciones de seguridad por un período de hasta dos años.

ARTICULO 26.- (Prestación de servicios de información crediticia).

1. En la prestación de servicios de información crediticia sólo pueden tratarse datos personales de carácter patrimonial relativos a la solvencia económica y al crédito, obtenidos de fuentes accesibles al público o procedentes de informaciones facilitadas por el interesado o con su consentimiento.
2. Pueden tratarse igualmente datos personales relativos al cumplimiento o incumplimiento de obligaciones de contenido patrimonial, facilitados por el acreedor o por quien actúe por su cuenta o interés.
3. A solicitud del titular de los datos, el responsable o usuario del banco de datos, le comunicará las informaciones, evaluaciones y apreciaciones que sobre el mismo hayan sido comunicadas durante los últimos seis meses y el nombre y domicilio del cesionario en el supuesto de tratarse de datos obtenidos por cesión.
4. Sólo se podrán archivar, registrar o ceder los datos personales que sean significativos para evaluar la solvencia económico-financiera de los afectados durante los últimos cinco años. Dicho plazo se reducirá a dos años cuando el deudor cancele o de otro modo extinga la obligación, debiéndose hacer constar dicho hecho.
5. La prestación de servicios de información crediticia no requerirá el previo consentimiento del titular de los datos a los efectos de su cesión, ni la ulterior comunicación de ésta, cuando estén relacionados con el giro de las actividades comerciales o crediticias de los cesionarios.

ARTICULO 27.- (Archivos, registros o bancos de datos con fines de publicidad).

1. En la recopilación de domicilios, reparto de documentos, publicidad o venta directa y otras actividades análogas, se podrán tratar datos que sean aptos para establecer perfiles determinados con fines promocionales, comerciales o publicitarios; o permitan establecer hábitos de consumo, cuando éstos figuren en documentos accesibles al público o hayan sido facilitados por los propios titulares u obtenidos con su consentimiento.
2. En los supuestos contemplados en el presente artículo, el titular de los datos podrá ejercer el derecho de acceso sin cargo alguno.
3. El titular podrá en cualquier momento solicitar el retiro o bloqueo de su nombre de los bancos de datos a los que se refiere el presente artículo.


ARTICULO 28.- (Archivos, registros o bancos de datos relativos a encuestas).

1. Las normas de la presente ley no se aplicarán a las encuestas de opinión, mediciones y estadísticas relevadas conforme a Ley 17.622, trabajos de prospección de mercados, investigaciones científicas o médicas y actividades análogas, en la medida que los datos recogidos no puedan atribuirse a una persona determinada o determinable.
2. Si en el proceso de recolección de datos no resultara posible mantener el anonimato, se deberá utilizar una técnica de disociación, de modo que no permita identificar a persona alguna.

Capítulo V

Control

ARTÍCULO 29.- (Órgano de Control).

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 453	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

1. El órgano de control deberá realizar todas las acciones necesarias para el cumplimiento de los objetivos y demás disposiciones de la presente ley. A tales efectos tendrá las siguientes funciones y atribuciones:

- a) Asistir y asesorar a las personas que lo requieran acerca de los alcances de la presente y de los medios legales de que disponen para la defensa de los derechos que ésta garantiza;
- b) Dictar las normas y reglamentaciones que se deben observar en el desarrollo de las actividades comprendidas por esta ley;
- c) Realizar un censo de archivos, registros o bancos de datos alcanzados por la ley y mantener el registro permanente de los mismos;
- d) Controlar la observancia de las normas sobre integridad y seguridad de datos por parte de los archivos, registros o bancos de datos. A tal efecto podrá solicitar autorización judicial para acceder a locales, equipos, o programas de tratamiento de datos a fin de verificar infracciones al cumplimiento de la presente ley;
- e) Solicitar información a las entidades públicas y privadas, las que deberán proporcionar los antecedentes, documentos, programas u otros elementos relativos al tratamiento de los datos personales que se le requieran. En estos casos, la autoridad deberá garantizar la seguridad y confidencialidad de la información y elementos suministrados;
- f) Imponer las sanciones administrativas que en su caso correspondan por violación a las normas de la presente ley y de las reglamentaciones que se dicten en su consecuencia;
- g) Constituirse en querellante en las acciones penales que se promovieran por violaciones a la presente ley;
- h) Controlar el cumplimiento de los requisitos y garantías que deben reunir los archivos o bancos de datos privados destinados a suministrar informes, para obtener la correspondiente inscripción en el Registro creado por esta ley.

2. El órgano de control gozará de autonomía funcional y actuará como órgano descentralizado en el ámbito del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación.

3. El órgano de control será dirigido y administrado por un Director designado por el término de cuatro (4) años, por el Poder Ejecutivo con acuerdo del Senado de la Nación, debiendo ser seleccionado entre personas con antecedentes en la materia. El Director tendrá dedicación exclusiva en su función, encontrándose alcanzado por las incompatibilidades fijadas por ley para los funcionarios públicos y podrá ser removido por el Poder Ejecutivo por mal desempeño de sus funciones.

[Artículo 29, punto 2 y 3 vetados por Decreto 995/00 - B.O., 2 de noviembre de 2000]

#### ARTÍCULO 30.- (Códigos de conducta).


1. Las asociaciones o entidades representativas de responsables o usuarios de bancos de datos de titularidad privada podrán elaborar códigos de conducta de práctica profesional, que establezcan normas para el tratamiento de datos personales que tiendan a asegurar y mejorar las condiciones de operación de los sistemas de información en función de los principios establecidos en la presente ley.
2. Dichos códigos deberán ser inscriptos en el registro que al efecto lleve el organismo de control, quien podrá denegar la inscripción cuando considere que no se ajustan a las disposiciones legales y reglamentarias sobre la materia.

#### Capítulo VI

##### Sanciones

#### ARTÍCULO 31.- (Sanciones administrativas).

1. Sin perjuicio de las responsabilidades administrativas que correspondan en los casos de responsables o usuarios de bancos de datos públicos; de la responsabilidad por daños y perjuicios derivados de la inobservancia de la presente ley, y de las sanciones penales que correspondan, el organismo de control podrá aplicar las sanciones de apercibimiento, suspensión, multa de mil pesos (\$ 1.000.-) a cien mil pesos (\$ 100.000.-), clausura o cancelación del archivo, registro o banco de datos.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 454	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

2. La reglamentación determinará las condiciones y procedimientos para la aplicación de las sanciones previstas, las que deberán graduarse en relación a la gravedad y extensión de la violación y de los perjuicios derivados de la infracción, garantizando el principio del debido proceso.

ARTÍCULO 32.- (Sanciones penales).

1. Incorporase como artículo 117 bis del Código Penal, el siguiente:

1°. Será reprimido con la pena de prisión de un mes a dos años el que insertara o hiciera insertar a sabiendas datos falsos en un archivo de datos personales.

2°. La pena será de seis meses a tres años, al que proporcionara a un tercero a sabiendas información falsa contenida en un archivo de datos personales.

3°. La escala penal se aumentará en la mitad del mínimo y del máximo, cuando del hecho se derive perjuicio a alguna persona.

4°. Cuando el autor o responsable del ilícito sea funcionario público en ejercicio de sus funciones, se le aplicará la accesoria de inhabilitación para el desempeño de cargos públicos por el doble del tiempo que el de la condena".

2. Incorpórase como artículo 157 bis del Código Penal el siguiente:

"Será reprimido con la pena de prisión de un mes a dos años el que:

1°. A sabiendas e ilegítimamente, o violando sistemas de confidencialidad y seguridad de datos, accediere, de cualquier forma, a un banco de datos personales;

2°. Revelare a otro información registrada en un banco de datos personales cuyo secreto estuviere obligado a preservar por disposición de una ley. Cuando el autor sea funcionario público sufrirá, además, pena de inhabilitación especial de uno a cuatro años".

Capítulo VII

Acción de protección de los datos personales

ARTICULO 33.- (Procedencia).

1. La acción de protección de los datos personales o de hábeas data procederá:

a) para tomar conocimiento de los datos personales almacenados en archivos, registros o bancos de datos públicos o privados destinados a proporcionar informes, y de la finalidad de aquéllos;

b) en los casos en que se presuma la falsedad, inexactitud, desactualización de la información de que se trata, o el tratamiento de datos cuyo registro se encuentra prohibido en la presente ley, para exigir su rectificación, supresión, confidencialidad o actualización.

ARTICULO 34.- (Legitimación activa).

La acción de protección de los datos personales o de hábeas data podrá ser ejercida por el afectado, sus tutores o curadores y los sucesores de las personas físicas, sean en línea directa o colateral hasta el segundo grado, por sí o por intermedio de apoderado.

Cuando la acción sea ejercida por personas de existencia ideal, deberá ser interpuesta por sus representantes legales, o apoderados que éstas designen al efecto.

En el proceso podrá intervenir en forma coadyuvante el Defensor del Pueblo.


ARTICULO 35.- (Legitimación pasiva).

La acción procederá respecto de los responsables y usuarios de bancos de datos públicos, y de los privados destinados a proveer informes.

ARTICULO 36.- (Competencia).

Será competente para entender en esta acción el juez del domicilio del actor; el del domicilio del demandado; el del lugar en el que el hecho o acto se exteriorice o pudiera tener efecto, a elección del actor.

Procederá la competencia federal:

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 455	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- a) cuando se interponga en contra de archivos de datos públicos de organismos nacionales, y  
b) cuando los archivos de datos se encuentren interconectados en redes interjurisdiccionales, nacionales o internacionales.

**ARTICULO 37.- (Procedimiento aplicable).**

La acción de hábeas data tramitará según las disposiciones de la presente ley y por el procedimiento que corresponde a la acción de amparo común y supletoriamente por las normas del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación, en lo atinente al juicio sumarísimo.

**ARTICULO 38.- (Requisitos de la demanda).**

1. La demanda deberá interponerse por escrito, individualizando con la mayor precisión posible el nombre y domicilio del archivo, registro o banco de datos y, en su caso, el nombre del responsable o usuario del mismo.

En el caso de los archivos, registros o bancos públicos, se procurará establecer el organismo estatal del cual dependen.

2. El accionante deberá alegar las razones por las cuales entiende que en el archivo, registro o banco de datos individualizado obra información referida a su persona; los motivos por los cuales considera que la información que le atañe resulta discriminatoria, falsa o inexacta y justificar que se han cumplido los recaudos que hacen al ejercicio de los derechos que le reconoce la presente ley.

3. El afectado podrá solicitar que mientras dure el procedimiento, el registro o banco de datos asiente que la información cuestionada está sometida a un proceso judicial.

4. El Juez podrá disponer el bloqueo provisional del archivo en lo referente al dato personal motivo del juicio cuando sea manifiesto el carácter discriminatorio, falso o inexacto de la información de que se trate.

5. A los efectos de requerir información al archivo, registro o banco de datos involucrado, el criterio judicial de apreciación de las circunstancias requeridas en los puntos 1 y 2 debe ser amplio.

**ARTICULO 39.- (Trámite).**

1. Admitida la acción el juez requerirá al archivo, registro o banco de datos la remisión de la información concerniente al accionante. Podrá asimismo solicitar informes sobre el soporte técnico de datos, documentación de base relativa a la recolección y cualquier otro aspecto que resulte conducente a la resolución de la causa que estime procedente.

2. El plazo para contestar el informe no podrá ser mayor de cinco días hábiles, el que podrá ser ampliado prudencialmente por el juez.

**ARTICULO 40.- (Confidencialidad de la información).**


1. Los registros, archivos o bancos de datos privados no podrán alegar la confidencialidad de la información que se les requiere salvo el caso en que se afecten las fuentes de información periodística.

2. Cuando un archivo, registro o banco de datos público se oponga a la remisión del informe solicitado con invocación de las excepciones al derecho de acceso, rectificación o supresión, autorizadas por la presente ley o por una ley específica; deberá acreditar los extremos que hacen aplicable la excepción legal. En tales casos, el juez podrá tomar conocimiento personal y directo de los datos solicitados asegurando el mantenimiento de su confidencialidad.

**ARTICULO 41.- (Contestación del informe).**

Al contestar el informe, el archivo, registro o banco de datos deberá expresar las razones por las cuales incluyó la información cuestionada y aquellas por las que no evacuó el pedido efectuado por el interesado, de conformidad a lo establecido en los artículos 13 a 15 de la ley.

**ARTICULO 42.- (Ampliación de la demanda).**

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 456	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Contestado el informe, el actor podrá, en el término de tres días, ampliar el objeto de la demanda solicitando la supresión, rectificación, confidencialidad o actualización de sus datos personales, en los casos que resulte procedente a tenor de la presente ley, ofreciendo en el mismo acto la prueba pertinente. De esta presentación se dará traslado al demandado por el término de tres días.

**ARTICULO 43.- (Sentencia).**

1. Vencido el plazo para la contestación del informe o contestado el mismo, y en el supuesto del artículo 42, luego de contestada la ampliación, y habiendo sido producida en su caso la prueba, el juez dictará sentencia.

2. En el caso de estimarse procedente la acción, se especificará si la información debe ser suprimida, rectificada, actualizada o declarada confidencial, estableciendo un plazo para su cumplimiento.

3. El rechazo de la acción no constituye presunción respecto de la responsabilidad en que hubiera podido incurrir el demandante.

4. En cualquier caso, la sentencia deberá ser comunicada al organismo de control, que deberá llevar un registro al efecto.

**ARTICULO 44.- (Ámbito de aplicación).**

Las normas de la presente ley contenidas en los Capítulos I, II, III y IV, y artículo 32 son de orden público y de aplicación en lo pertinente en todo el territorio nacional.

Se invita a las provincias a adherir a las normas de esta ley que fueren de aplicación exclusiva en jurisdicción nacional.

La jurisdicción federal regirá respecto de los registros, archivos, bases o bancos de datos interconectados en redes de alcance interjurisdiccional, nacional o internacional.

**ARTICULO 45.-** El Poder Ejecutivo nacional deberá reglamentar la presente ley y establecer el organismo de control dentro de los ciento ochenta días de su promulgación.

**ARTICULO 46.- (Disposiciones transitorias).**

Los archivos, registros, bases o bancos de datos destinados a proporcionar informes, existentes al momento de la sanción de la presente ley, deberán inscribirse en el registro que se habilite conforme a lo dispuesto en el artículo 21 y adecuarse a lo que dispone el presente régimen dentro del plazo que al efecto establezca la reglamentación.


**ARTICULO 47.-** Los bancos de datos prestadores de servicios de información crediticia deberán suprimir, o en su caso, omitir asentar, todo dato referido al incumplimiento o mora en el pago de una obligación, si ésta hubiere sido cancelada al momento de la entrada en vigencia de la presente ley.

[Artículo 47, vetado por Decreto 995/00 - B.O., 2 de noviembre de 2000]

**ARTICULO 48.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.**

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS CUATRO DÍAS DEL MES DE OCTUBRE DEL AÑO DOS MIL.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 457	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## 1.2 Anexos específicos del proyecto.

### Especificación Técnica del WebService de Autenticación y Autorización AFIP [webservices@afip.gov.ar](mailto:webservices@afip.gov.ar)

#### Descriptor del Servicio

<https://wsaahomo.afip.gov.ar/ws/services/LoginCms>

## Introducción

### Propósito

El siguiente documento describe los aspectos técnicos del servicio de Autenticación y Autorización de WebServices (WSAA) perteneciente a la AFIP. Dicho servicio es necesario para que Entes Externos a la AFIP (EE) accedan a los WebServices de Negocio (WSN) ofrecidos por la AFIP.

### Descripción General del Servicio

El WS de Autenticación y Autorización es un servicio B2B ("Business to Business") que permite que los computadores pertenecientes a la AFIP y Entes Externos a la AFIP intercambien información en forma directa sin intervención de operadores. En dicha tarea intervienen los siguientes componentes:

- Un cliente de WS desarrollado por un EE siguiendo las especificaciones de este documento.
- El WSAA, WS publicado por la AFIP que implementa la autenticación de los computadores del EE (CEE) y la autorización del mismo como consumidor de un determinado WebService de Negocio (WSN).


Al usar especificaciones y protocolos estándares (PKI, XML, CMS, WSDL y SOAP) el cliente puede ser desarrollado con cualquier lenguaje de programación moderno.

Para que un Ente Externo a la AFIP (EE) esté autorizado a usar un WSN de AFIP, deberá realizar un trámite administrativo previo, cuya descripción esta fuera del alcance de este documento. Una vez finalizado exitosamente dicho trámite, el que incluye el alta de los CEE, el EE quedara registrado en el servicio de autorización de AFIP como entidad autorizada para usar el WSN.

Para que un CEE pueda utilizar efectivamente un WSN, debiera solicitar un "Ticket de Acceso" (TA) por medio del WS de Autenticación y Autorización (WSAA). Dicho requerimiento se realiza mediante el envío de un "Ticket de Requerimiento de Acceso" (TRA) del CEE al WSAA, mediante mensajería SOAP.

El WSAA realiza la verificación del "TRA" y si el requerimiento es correcto, devuelve un mensaje que contiene el TA que habilita al CEE a utilizar el WSN solicitado. Una vez que CEE obtiene el TA, el mismo debe utilizarlo para acceder al WSN en cada requerimiento.

En la actualidad, los Web Services de la AFIP, no están incluidos en un UDDI (Universal Description Discovery Integration) de acceso externo, por lo tanto para acceder a los servicios

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 458	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

que ofrece la AFIP, es necesario utilizar WSDL (Web Services Definition Language) según la URL definida por AFIP. A partir del WSDL el EE puede construir un Cliente, para poder consumir el de WSN correspondiente.

En términos generales, el presente documento detalla las operaciones a realizar para:

- Generar un "Ticket de Requerimiento de Acceso" (TRA)
- Invocar el "Web Service de Autenticación y Autorización" (WSAA)
- Interpretar el mensaje de respuesta del WSAA y obtener el "Ticket de Acceso" (TA)

## Referencias

Para mejor entendimiento de la presente especificación, se recomienda estar familiarizado con los siguientes estándares:


- PKI, <http://www.pki.org>
- XML, <http://www.w3.org/TR/XML/>
- SOAP, <http://www.w3.org/TR/soap/>
- WSDL, <http://www.w3.org/TR/wsdl/>
- WS-I, <http://www.ws-i.org/>
- CMS, <http://www.ietf.org/rfc/rfc3852.txt>
- NTP, <http://www.ntp.org>

## Invocación del WSAA

### WSDL del WSAA

A continuación, se expone el WSDL perteneciente al WSAA. El mismo estará disponible en una URL perteneciente a la AFIP. El que se expone pertenece a un equipo de homologación.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<wSDL:definitions targetNamespace="http://10.30.72.24:8080/axis/services/LoginCMS"
xmlns:apacheSOAP="http://xml.apache.org/xml-soap" xmlns:impl="http://10.30.72.24:8080/axis/services/LoginCMS"
xmlns:intf="http://10.30.72.24:8080/axis/services/LoginCMS"
xmlns:soapenc="http://schemas.xmlsoap.org/soap/encoding/" xmlns:wSDL="http://schemas.xmlsoap.org/wsdl/"
xmlns:wSDLsoap="http://schemas.xmlsoap.org/wsdl/soap/" xmlns:xsd="http://www.w3.org/2001/XMLSchema">
  <wSDL:message name="loginCmsResponse">
    <wSDL:part name="loginCmsReturn" type="xsd:string"/>
  </wSDL:message>
  <wSDL:message name="loginCmsRequest">
    <wSDL:part name="request" type="xsd:string"/>
  </wSDL:message>
  <wSDL:portType name="LoginCmsWs">
    <wSDL:operation name="loginCms" parameterOrder="request">
      <wSDL:input message="impl:loginCmsRequest" name="loginCmsRequest"/>
      <wSDL:output message="impl:loginCmsResponse" name="loginCmsResponse"/>
    </wSDL:operation>
  </wSDL:portType>
  <wSDL:binding name="LoginCMSSoapBinding" type="impl:LoginCmsWs">
    <wSDLsoap:binding style="rpc" transport="http://schemas.xmlsoap.org/soap/http"/>
    <wSDL:operation name="loginCms">
      <wSDLsoap:operation soapAction=""/>
      <wSDL:input name="loginCmsRequest">
        <wSDLsoap:body encodingStyle="http://schemas.xmlsoap.org/soap/encoding/"
namespace="http://services.authws.sua.dvadic.desein.afip.gov" use="encoded"/>
      </wSDL:input>
      <wSDL:output name="loginCmsResponse">
```

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 459	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

```

<wsdlsoap:body encodingStyle="http://schemas.xmlsoap.org/soap/encoding/"
namespace="http://10.30.72.24:8080/axis/services/LoginCMS" use="encoded"/>
</wsdl:output>
</wsdl:operation>
</wsdl:binding>
<wsdl:service name="LoginCmsWsService">
  <wsdl:port binding="impl:LoginCMSSoapBinding" name="LoginCMS">
    <wsdlsoap:address location="http://10.30.72.24:8080/axis/services/LoginCMS"/>
  </wsdl:port>
</wsdl:service>
</wsdl:definitions >

```

## Sincronización de Clocks:

El clock del computador que genera el TRA y recibe el TA deberá estar sincronizado a través del protocolo NTP con el equipo "time.afip.gov.ar".

## Flujo Principal

A continuación se describen los pasos que se deberán seguir para solicitar un TA al WSAA. Cada uno de los puntos es explicado detalladamente en los apartados siguientes.

1. Generar el mensaje del TRA (LoginTicketRequest.xml)
2. Generar el TRA con el mensaje anterior y su firma electrónica. (LoginTicketRequest.xml.cms)
3. Codificar en Base64 el TRA (LoginTicketRequest.xml.cms.bse64)
4. Invocar WSAA con el TRA y recibir LoginTicketResponse.xml
5. Extraer y validar la información de autorización (TA).


## Generación del documento del TRA (LoginTicketRequest.xml)

El primer paso para solicitar un TA es preparar el documento del TRA (denominado LoginTicketRequest.xml). Se puede utilizar una estructura XML ya definida que puede ser obtenida de un archivo externo o declarada como constante en el propio código. El esquema (schema, XSD) que describe dicho XML es el siguiente:

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<xsd:schema xmlns:xsd="http://www.w3.org/2001/XMLSchema">
  <xsd:annotation>
    <xsd:documentation xml:lang="es">
      Esquema de Ticket de pedido de acceso a un Web Service
      por parte de un computador de un Organismo Ex terno
      Version repositorio SVN: $Rev: 477 $
    </xsd:documentation>
  </xsd:annotation>
  <xsd:element name="loginTicketRequest" type="loginTicketRequestType" />
  <xsd:complexType name="loginTicketRequestType">
    <xsd:sequence>
      <xsd:element name="header" type="headerType" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
      <xsd:element name="service" type="servic eType" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
    </xsd:sequence>
    <xsd:attribute name="version" type="xsd:decimal" use="optional" default="1.0" />
  </xsd:complexType>
  <xsd:complexType name="headerType">
    <xsd:sequence>
      <xsd:element name="source" type="xsd:string" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
      <xsd:element name="destination" type="xsd:string" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
    </xsd:sequence>
  </xsd:complexType>

```

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 460	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

```

<xsd:element name="uniqueId" type="xsd:unsignedInt" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
<xsd:element name="generationTime" type="xsd:date" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
<xsd:element name="expirationTime" type="xsd:date" minOccurs="1" maxOccurs="1" />
</xsd:sequence>
</xsd:complexType>
<xsd:simpleType name="serviceType">
<xsd:restriction base="xsd:string">
<xsd:pattern value="[a-z][a-z,._0-9]*/>
<xsd:minLength value='3'/>
<xsd:maxLength value='32'/>
</xsd:restriction>
</xsd:simpleType>
</xsd:schema>

```

A continuación se detalla la descripción de los atributos. Los mismos deben respetar el formato definido en el XSD:

- **source:** DN del computador que realiza el requerimiento (CEE). El mismo se debera corresponder con el certificado a emplear en la validación de la firma electrónica del TRA.
- **destination:** DN del WSAA, el mismo deberá ser "cn=wsaa,o=afip,c=ar,serialNumber=CUIT 33693450239"
- **uniqueId:** Entero de 32 bits que identifica el requerimiento.
- **generationTime:** Momento en que fue generado el requerimiento.
- **expirationTime:** Momento en el que expira la solicitud.
- **service:** Identificación el WSN para el cual se solicita el TA.

El siguiente es un ejemplo del documento LoginTicketRequest.xml generado por la EE Empresa SA cuya CUIT es 30123456789 y el DN del CEE es *cn=svr1,ou=facturacion,o=empresa s.a.,c=ar,serialNumber=CUIT 30123456789* solicitando acceso al WSN *wsfe*:

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<loginTicketRequest version="1.0">
<header>
<source>cn=svr1,ou=facturacion,o=empresa s.a.,c=ar,serialNumber=CUIT 30123456789</source>
<destination>cn=wsaa,o=afip,c=ar,serialNumber=CUIT 33693450239</destination>
<uniqueId>4325399</uniqueId>
<generationTime>2001-12-31T12:00:00-03:00</generationTime>
<expirationTime>2001-12-31T12:10:00-03:00</expirationTime>
</header>
<service>wsfe</service>
</loginTicketRequest>


```

## Generación del Ticket de Requerimiento de Acceso (TRA)

Se deberá empaquetar en un mensaje CMS, el mensaje anteriormente generado (LoginTicketRequest.xml) junto con su firma electrónica utilizando SHA 1+RSA. De esta forma, se obtiene el TRA (LoginTicketRequest.xml.cms).

## Codificación en Base64 el TRA

Para poder enviar el TRA al WSAA, el mismo deberá ser codificado en Base64 (LoginTicketRequest.xml.cms.bse64)


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 461	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Envío del TRA al WSAA

Se debe invocar el método LoginCMS del WSAA. El mismo recibe como parámetro una cadena correspondiente a la codificación en Base64 del TRA (LoginTicketRequest.xml.cms.base64) y devuelve una cadena denominada LoginTicketResponse.xml. De esta última se deberá extraer el Ticket de Acceso (TA).

En caso de encontrarse algún error, el mensaje SOAP devolverá un "SoapFault" conteniendo código y descripción del error producido. La descripción podrá contener adicionalmente detalles mas específicos del error (ej: el XML expiro hace 10 minutos). La siguiente tabla lista los códigos de errores y su correspondiente descripción. En caso de que la AFIP considere necesario, nuevos códigos de errores y su descripción serán agregados.

<b>Código</b>	<b>Descripción</b>
coe.notAuthorized	CEE no autorizado a acceder al servicio solicitado
cms.bad	No se ha podido interpretar el CMS. cms.sign.notFound No se ha encontrado una firma en el CMS
cms.sign.invalid	No se ha podido verificar correctamente la firma en el CMS
cms.cert.expired	El certificado del CEE ha expirado
cms.cert.invalid	El certificado del CEE no es válido (ej. fecha de generación posterior al presente o fue emitido con otros propósitos)
cms.cert.untrusted	El certificado del CEE no se pudo verificar con el certificado de la AC
emisora del certificado	
xml.bad	El documento no es un xml o no se puede verificar contra el xsd
(schema)	
xml.source.invalid	El atributo 'source' no se corresponde con el DN del CEE
xml.destination.invalid	El atributo 'destination' no se corresponde con el DN del WSAA
xml.version.notSupported	La version del documento no es soportada
xml.generationTime.invalid	El tiempo de generación es invalido (ej: posterior a la hora actual)
xml.generationTime.old	El tiempo transcurrido desde el momento de generación es mayor al esperado
xml.expirationTime.expired	El documento ha expirado
wsn.unavailable	El servicio al que se desea acceder se encuentra momentáneamente fuera de servicio
wsn.notFound	El servicio requerido por el CEE no es valido
wsaa.unavailable	El servicio de autenticación/autorización se encuentra momentáneamente fuera de servicio
wsaa.internalError	El WSAA no ha podido procesar correctamente el requerimiento

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 462	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Extracción y validación del TA

LoginTicketResponse.xml es descripto en el siguiente esquema (schema, XSD):

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<xsd:schema xmlns:xsd="http://www.w3.org/2001/XMLSchema">
  <xsd:annotation>
    <xsd:documentation xml:lang="es">
      Esquema de Ticket de respuesta al pedido de acceso a un Web
      Service por parte de un computador de un Organismo Externo
      Version repositorio SVN: $Rev: 477 $
    </xsd:documentation>
  </xsd:annotation>
  <xsd:element name="loginTicketResponse" type="loginTicketResponseType" />
  <xsd:complexType name="loginTicketResponseType">
    <xsd:sequence>
      <xsd:element name="header" type="headerType" minOccurs="1" maxOccurs="1" />
      <xsd:element name="credentials" type="credentialsType" minOccurs="1" maxOccurs="1" />
    </xsd:sequence>
    <xsd:attribute name="version" type="xsd:decimal" use="optional" default="1.0" />
  </xsd:complexType>
  <xsd:complexType name="headerType">
    <xsd:sequence>
      <xsd:element name="source" type="xsd:string" minOccurs="1" maxOccurs="1" />
      <xsd:element name="destination" type="xsd:string" minOccurs="1" maxOccurs="1" />
      <xsd:element name="uniqueId" type="xsd:unsignedInt" minOccurs="1" maxOccurs="1" />
      <xsd:element name="generationTime" type="xsd:dateTime" minOccurs="1" maxOccurs="1" />
      <xsd:element name="expirationTime" type="xsd:dateTime" minOccurs="1" maxOccurs="1" />
    </xsd:sequence>
  </xsd:complexType>
  <xsd:complexType name="credentialsType">
    <xsd:sequence>
      <xsd:element name="token" type="xsd:string" minOccurs="1" maxOccurs="1" />
      <xsd:element name="sign" type="xsd:string" minOccurs="1" maxOccurs="1" />
    </xsd:sequence>
  </xsd:complexType>
</xsd:schema>
```

Los datos que incluidos son los siguientes:

- **source:** DN del WSAA. Corresponde al DN **destination** presente en LoginTicketRequest.xml

- **destination:** DN del CEE. Corresponde al DN **source** informado en LoginTicketRequest.xml


LoginTicketRequest.xml

- **uniqueId:** Entero de 32 bits sin signo que identifica al requerimiento.
- **generationTime:** Momento en que fue generado el TA.
- **expirationTime:** Momento en el que expira el TA.
- **token** y **sign:** cadenas de caracteres que deben ser informadas al WSN (como variables TOKEN y SIGN). Las mismas componen el TA. El formato interno de estas cadenas puede diferir de un servicio a otro y su información contenida es interpretada por el WSN.

Se deberá verificar que el mensaje de respuesta, que incluye al TA, no se encuentre expirado mediante la variable "expirationTime" y su momento de generación sea valido mediante la variable "generationTime".

Una ejemplo de respuesta al requerimiento expuesto anteriormente es el siguiente:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<loginTicketResponse version="1.0">
  <header>
```

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 463	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboia			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

```

<source>cn=wsaa,o=afip,c=ar,serialNumber=CUIT 33693450239</source>
<destination>cn=srv1,ou=facturacion,o=empresa s.a.,c=ar,serialNumber=CUIT
30123456789</destination>
<uniqueId>383953094</uniqueId>
<generationTime>2001-12-31T12:00:02-03:00</generationTime>
<expirationTime>2002-01-01T00:00:02-03:00</expirationTime>
</header>
<credentials>
<token>cES0SSuWIIPfe5/dLtb0Qeg2jQuvYuuSEDOrz+w 2EnAQiEeS86gzYf7ehiU3UaYit5FRb9z/3zq</token>
<sign>a6QSSZBgLf0TTcktSNteeSg3qXsMVjo/F5py/Gtw 7xucTrUWbsrVCdloGE8Cm1bixpuVPlr58k6n</sign>
</credentials>
</loginTicketResponse>

```

Notar que el tiempo de vida del TA presente en este ejemplo es de 12 horas. El CEE podría utilizar este TA sin necesidad de solicitar otro, indistintamente de la cantidad de veces que consume el servicio al cual solicito acceso. Para el acceso a un WSN para el cual un CEE posea un TA valido, se recomienda utilizar dicho TA y no solicitar uno nuevo.

## Requerimientos de los certificados pertenecientes a los COE

La autenticación de los CEE, se realizara mediante certificados "x.509v3". Los mismos deberan cumplir con los siguientes requerimientos:

1. Ser emitido por una autoridad certificante reconocida por AFIP.
2. El DN deberá enmarcarse dentro de la [RFC 2256](http://www.ietf.org/rfc/rfc2256.txt) (<http://www.ietf.org/rfc/rfc2256.txt>)
3. El contenido del DN se debe cumplir los siguientes requisitos establecidos por la "Oficina Nacional de Tecnologías de Información" (ONTI), disponible en [http://www.sgp.gov.ar/contenidos/onti/productos/docs/infraestructura/Anexo\\_III\\_Perfil\\_Minimo\\_de\\_Certificados\\_y\\_CRLs\\_v1.pdf](http://www.sgp.gov.ar/contenidos/onti/productos/docs/infraestructura/Anexo_III_Perfil_Minimo_de_Certificados_y_CRLs_v1.pdf)


- Campo 'commonName': en caso de existir DEBE corresponder al nombre del servicio o aplicación (ej. Sistema de Consulta) o al nombre de la unidad operativa responsable del servicio (ej. Gerencia de Compras).
- Campo 'serialNumber' (OID 2.5.4.5: Nro de serie): DEBE estar presente y DEBE contener el número de identificación de la Persona Jurídica Pública o Privada, expresado como texto y respetando el siguiente formato y codificación: "CUIT numero\_de\_cuit"
- Campo 'organizationalUnitName': en caso de existir contendrá las unidades operativas relacionadas con el suscriptor del certificado, pudiendo utilizarse varias ocurrencias de este atributo de ser necesario.
- Campo 'organizationName': DEBE coincidir con el nombre de la Persona Jurídica Pública o Privada.
- Campo 'countryName': DEBE estar presente y DEBE representar el país en el cual está constituida la Persona Jurídica, codificado según el estándar [ISO3166].

## Manual de desarrollador para el WS de AFIP

Bajar la última versión de:

<http://www.afip.gov.ar/eFactura/>

La última versión hasta ahora es la 2.0 (01/07/2011)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 464	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Homologación (Pruebas)

<http://wswhomo.afip.gov.ar/wsfev1/service.asmx>

Listado completo de WebServices de la AFIP

<http://ftp.afip.gov.ar/ws/>

## Procedimiento para la generación del certificado

Básicamente, necesita usar el utilitario OpenSSL.

Si tiene acceso a un servidor Unix/Linux, seguramente, ya lo tiene instalado.

Si sólo tiene acceso a equipos Windows, puede bajar openssl de:

<http://www.slproweb.com/products/Win32OpenSSL.html>

Los pasos a seguir son los siguientes:

- Genere su clave privada (private key) ejecutando desde la línea de comando:

```
openssl genrsa -out privada 1024
```

Haga un backup de su clave privada para evitar futuros inconvenientes. Tenga en cuenta que la va a necesitar una vez que obtenga su certificado X.509, el cual no le va a servir de mucho si Ud. no dispone de la clave privada que le corresponde.

- Genere su CSR (Certificate Signing Request) ejecutando desde la línea de comando:

```
openssl req -new -key privada -subj "/C=AR/O=[empresa]/CN=[nombre]/serialNumber=CUIT[nro_cuit]" -out pedido
```

Reemplace:

[empresa] por el nombre de su empresa.

[nombre] por su nombre o server hostname.


[nro\_cuit] por la CUIT sin guiones de la empresa o programador.

- Una vez que haya generado correctamente su CSR, puede usarlo para obtener su certificado digital X.509.

Para el caso del entorno de Testing, envíelo por e-mail a [webservices@afip.gov.ar](mailto:webservices@afip.gov.ar) aclarando a qué WS "de negocio" (por ej.: "wsfe", "wsseg", etc.) pretende acceder usando este certificado. El certificado le será devuelto por e-mail.

Para el caso del entorno de Producción, Ud. podrá obtener su certificado interactivamente usando la opción "Administración de Certificados Digitales" del menú de trámites con Clave Fiscal en nuestro portal [www.afip.gov.ar](http://www.afip.gov.ar). Para más datos, ver el siguiente documento:



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 465	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

<http://wswhomo.afip.gov.ar/fiscaldocs/WSAA/WSAA%20-%20Procedimiento%20obtencion%20y%20asociacion%20de%20certificados%20-%20090323.pdf>

- Segun la tecnologia que elija utilizar para llevar a cabo el desarrollo puede llegar a necesitar el certificado en formato pkcs12 (certificado x509 + clave privada). Por ejemplo, con el cliente en .NET contribuido.

Para generarlo debe ejecutar desde la línea de comando:

```
openssl pkcs12 -export -inkey privada -in certificado.crt -out alias.p12
```

#### IMPORTANTE

En algunos equipos Windows al invocar al WSAA para obtener su ticket de acceso puede llegar a obtener el siguiente mensaje de error:

"La contraseña de red especificada no es válida".

Este error tiene que ver con el problema de que Windows parece no entender que el pkcs#12 generado con openssl no tiene password.

La solución es importar el certificado al repositorio de Windows (Control panel/Internet Options/Contents/Certificates).

Luego volver a exportarlo asegurandose de no ponerle password.

Tener en cuenta que debe tildar la opción "Marcar esta clave como exportable".

## WebService Global Weather

<http://www.webservicex.net/ws/wsdetails.aspx?catid=12&wsid=56>

#### Descriptor del servicio


<http://www.webservicex.net/globalweather.asmx?WSDL>

## Formato RSS Atom

El nombre Atom hace referencia a dos estándares relacionados.

El Formato de Redifusión Atom es un fichero en formato XML usado para Redifusión web, mientras que el Protocolo de Publicación Atom (resumido en Inglés AtomPub o APP) es un protocolo simple basado en HTTP para crear o actualizar recursos en Web.

Las fuentes web permiten que los programas busquen actualizaciones del contenido publicado en un sitio Web. Para crear uno el propietario de un sitio Web puede usar software especializado, como un Sistema de gestión de contenido que publica una lista (o fuente web) de artículos recientes en un formato estándar, legible por máquinas. La fuente web puede ser descargada por sitios web que redifunden el contenido usando la fuente web, o por un

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 466	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

agregador que permiten que los lectores en Internet se suscriban y vean los contenidos de la fuente web.


Una fuente web puede contener entradas, que pueden ser encabezados, artículos completos, resúmenes, y/o enlaces al contenido de un sitio web.

El formato Atom fue desarrollado como una alternativa a RSS. Ben Trott fue uno de los defensores del nuevo formato que llegó a llamarse Atom. Él notó la incompatibilidad entre algunas versiones del protocolo RSS, ya que pensaba que los protocolos de publicación basados en XML-RPC no eran lo suficientemente interoperables.

Los proponentes del nuevo formato organizaron el grupo de trabajo IETF Atom Publishing Format and Protocol. El formato de redifusión ATOM fue publicado como un "estándar propuesto" de la IETF en el RFC 4287, y el protocolo de comunicación se publicó como RFC 5023.

### 1.3 Bibliografía Consultada

- [1] - "Software Engineering Standards", Cap 6, James W. Moore, IEEE Computer Society, 1998.
- [2] - "Software Process: Principals, Methodology and Technology", Cap 2, Finkelstein A., Fuggetta A., Montangero C., Derniame J.C., Springer-Verlag, 1998.
- [3] - "ISO/IEC CD 9000-3", ISO/IEC JTC1/SC7/WG18N61, 2001-12-12
- [4] - "ISO 12207", "Procesos del ciclo de vida del software"
- [5] - ISO 9000-3,  
<http://www.caibi.org/ibst/estandar/1/ib9000-3.htm>
- [6] - Apuntes de Calidad Total,  
<http://www.geocities.com/gehg48/APUNTCALID.html>
- [7] - "¿Cuánto conocemos de las normas ISO 9000?", Ing. Gerardo Rojas Vásquez Tecnología-ICE, Diciembre 2000.
- [8] - ISOSYSTEM Software para la calidad ISO 9000/ 14000 / QS 9000,  
<http://www.isosystem.com.ar/>
- [9] - Code Complete 2 - Steve McConnell
- [10] - [www.afip.gov.ar](http://www.afip.gov.ar) Facturación Electrónica
- [11] - "A Layered Architecture Sustaining Model Driven and Event Driven Software Development", Cindy Michiels, Monique Snoeck, Wilfried Lemahieu, Frank Goethals, and Guido Dedene
- [12] - <http://martinfowler.com/>

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 467	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

- [13] - HAX, Arnoldo & MAJLUF, Nicolás "Estrategias para el Liderazgo Competitivo" (Prentice Hall/Granica, 2004).
- [14] - HAX, Arnoldo & WILDE II, Dean L. "El Proyecto Delta" (Norma, 2003).
- [15] - KOTHLER, Philip, Armstrong, Gary. "Fundamentos del Marketing" (Pearson, 2008).
- [16] - LAUDON, Kenneth C. & GUERCIO, Carol "Comercio Electrónico: La Revolución acaba de empezar" (Prentice Hall, 2008)
- [17] - DAVID, Fred. "Conceptos de la Administración Estratégica" (Pearson 2003)
- [18] - SAPOROSI, Gerardo "Clínica Empresaria" (Grupo Macchi 1999)

## 1.4 Referencias

<sup>i</sup> Según el Correo Argentino, la caja más grande y más cara para el envío es con 43,5 x 42 x 33 cm, este tipo de envase puede ser utilizado con fines variados, como ser productos de electrónica, cosméticos, alimentos no perecederos, etc.

<b>1</b>	<b>Encomienda Correo Nº 1</b> Medidas: 18x23x1cm Peso máximo: 1 kg.	<b>2</b>	<b>Encomienda Correo Nº 2</b> Medidas: 28x37x1cm Peso máximo: 2 kg.	<b>3</b>	<b>Encomienda Correo Nº 3</b> Medidas: 28x37x14cm Peso máximo: 5 kg.	<b>4</b>	<b>Encomienda Correo Nº 4</b> Medidas: 32x49x20cm Peso máximo: 10 kg.	<b>5</b>	<b>Encomienda Correo Nº 5</b> Medidas: 34.5x45x23.5cm Peso máximo: 15 kg.	<b>6</b>	<b>Encomienda Correo Nº 6</b> Medidas: 41x42.5x32.5cm Peso máximo: 20 kg.
----------	---	----------	---	----------	--	----------	---	----------	---	----------	---

<sup>ii</sup> <http://fortunaweb.com.ar/crece-el-comercio-electronico-en-argentina/>


## Crece el comercio electrónico en Argentina

25/03/2010

Opinión. Por Alexandre Hohagen \* | Las expectativas de crecimiento económico en Argentina son nuevamente alentadoras, con un mercado mundial [...]



Opinión. Por Alexandre Hohagen \* |

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 468	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Las expectativas de crecimiento económico en Argentina son nuevamente alentadoras, con un mercado mundial que se encuentra en pleno rebote luego de la crisis sufrida el año último. **La penetración de Internet se expande a sectores cada vez más amplios de la población** y muchos usuarios ya se animan a aprovechar las grandes ventajas que ofrece el comercio electrónico tales como: mejores precios, localización de productos difíciles y ahorro de tiempo.

En ese sentido, la Argentina muestra que las operaciones de comercio electrónico entre consumidores, y entre empresas y consumidores finales, totalizaron 1000 millones de dólares durante 2009, según un informe presentado por Pyramid Research. El estudio afirma que el comercio electrónico en el país prevé un crecimiento anual del 36% para los próximos cinco años. Según Pyramid Research, **el 90% de los compradores electrónicos de la Argentina planean gastar lo mismo o más durante este año.**

Las cifras de Pyramid se complementan con datos de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE), que prevé que un **26% de los 23 millones de usuarios de Internet** que hay en el país son usuarios frecuentes de comercio electrónico y que para el año en curso se espera que ese porcentaje crezca al 30%, con la suma de 2 millones de nuevos usuarios.

El estudio demuestra también que el comercio electrónico tiene aún un importante desafío que atravesar que es la evolución de los sistemas de pagos en línea.

En Google estamos convencidos que el incremento continuo de la tasa de penetración en Internet en la Argentina, la recuperación económica y los aumentos de inversión en plataformas e-commerce por parte de las empresas, convierten al país en un mercado lleno de oportunidades. Google tiene un fuerte compromiso con esta industria, a la cuál seguirá apoyando ofreciéndole herramientas gratuitas, tales como Google Analytics, que permite un seguimiento minucioso del comportamiento de los usuarios en los sitios web de las empresas. Asimismo tenemos nuestras ya clásicas soluciones de publicidad online como AdWords y AdSense, que permiten alcanzar a los usuarios en donde quiera que se encuentren con publicidad altamente segmentada.

\* *Director General para Google América Latina*

iii <http://www.inforo.com.ar/taxonomy/term/1722,4603>


## **MercadoPago ofrece soluciones de financiación - Promoción Banco Hipotecario y MercadoPago**

23 Mayo 2011

MercadoPago ofrece soluciones de financiación

De manera segura, rápida y cómoda los clientes de los principales bancos del país pueden financiar sus compras de MercadoLibre en cuotas sin interés

Del 23 al 28 de mayo de 2011 con tarjetas Visa del Banco Hipotecario puedes comprar en hasta en 24 cuotas sin interés

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 469	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Buenos Aires, 23 de mayo de 2011 - Mercado Pago (<http://www.mercadopago.com>), la mayor solución de pagos on line de América Latina ofrece múltiples opciones para sus usuarios a través de convenios con los principales bancos y entidades.

Con MercadoPago es posible financiar las compras realizadas en MercadoLibre hasta 12 cuotas sin intereses con tarjeta Visa de Banco Hipotecario\*1, Standard Bank\*2, Banco Provincia\*3, Citi\*4, Banco Patagonia\*5, Banco Comafi\*6 y Banco de la Nación Argentina\*7; con tarjeta American Express de Banco Patagonia\*5; y con Visa y MarterCard de Banco Santa Cruz\*8, Banco de Santa Fe\*9, Nuevo Banco de Entre Ríos\*10 y Banco San Juan\*11 y con Tarjeta Shopping\*12.


Además del 23 al 28 de mayo de 2011 con tarjetas Visa del Banco Hipotecario todas las compras realizadas en MercadoLibre.com a través de MercadoPago se podrán financiar hasta en 24 cuotas sin interés\*13.

MercadoPago es un sistema que pueden utilizarlo tanto individuos como empresas que vendan productos y ofrezcan servicios, pymes, emprendedores, sitios web, consorcios, colegios y universidades, y fundaciones que deseen recaudar fondos, entre otros. Sólo se requiere que tenga una cuenta de e-mail y desee pagar, cobrar o enviar dinero a través de Internet.

Para los dueños de sitios web y desarrolladores es muy fácil de implementar y les permite contar con un canal alternativo de cobro e incluso de financiamiento para sus clientes. Puede usarse para adquirir artículos publicados en MercadoLibre.com como en cualquier otro sitio de Internet que acepte MercadoPago.

Asimismo permite que individuos se envíen dinero entre sí a través de un simple e-mail (para realizar regalos, pagos de almuerzos, gastos y cuotas, entre otros) siendo un servicio gratuito para quien envía su dinero.

\*1. CFT 3,95% del 01/12/2009 al 31/07/2011. \*2. CFT 4,98% del 01/03/2010 al 31/05/2011. \*3. CFT 1,49% del 14/01/2011 al 31/05/2011. \*4. CFT 4,68% del 1/02/2011 al 31/05/2011. \*5. CFT 4,20% del 01/03/2010 al 30/09/2011. \*6. CFT 4,78% del 18/03/2010 al 31/05/2011. \*7. CFT 3,02% del 06/01/2011 al 31/05/2011. \*8. CFT 4,46% del 10/12/2010 al 10/06/2011. \*9. CFT 4,46% del 10/12/2010 al 10/06/2011. \*10. CFT 4,46% del 10/12/2010 al 10/06/2011. \*11. CFT 4,46% del 10/12/2010 al 10/06/2011. \*12. del 01/04/2011 al 31/05/2011. \*13 CFT 3,95%. Promoción válida en la República Argentina para la semana entre el 23/05/2011 y el 28/05/2011, para compras efectuadas en MercadoLibre pagando a través de MercadoPago con tarjeta de crédito Visa de Banco Hipotecario S.A. No acumulable con otras promociones. Quedan excluidas las tarjetas que registren mora con Banco Hipotecario S.A. (I) CFT 3,95% para planes de 24 cuotas con TNA/TEM 0.00%. El costo financiero total (CFT) incluye el costo total por contratación y administración de seguro de vida. Banco Hipotecario S.A. CUIT N°30-50001107/2 Reconquista 151, ciudad Autónoma de Buenos Aires.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 470	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## Sobre MercadoPago

MercadoPago.com es la mayor plataforma de pagos por Internet de origen latinoamericano. Desde 2003 está presente en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Venezuela. En 2010 se realizaron más de 6,7 millones de transacciones con un volumen de operaciones de U\$S 697,5 millones. MercadoPago.com permite pagar, cobrar o enviar dinero por Internet de manera segura, simple y cómoda con una gran variedad de medios de pagos.

<http://www.mobilecommercedaily.com/2011/03/22/paypal-mobile-transactions-exceed-6m-per-day-ctia-keynote>

## PayPal mobile transactions exceed \$6M per day: CTIA keynote

By Dan Butcher  
March 22, 2011




PayPal claims it is processing more than \$6 million via mobile every day

ORLANDO, FL – A PayPal executive said that mobile payments are growing exponentially and provided his own company's figures as proof during the keynote at International CTIA Wireless 2011's Money Over Mobile pre-conference program.

PayPal's mobile payment transaction volume has grown from \$24 million in 2008 to \$140 million in 2009 to \$750 million last year. It is projected to top \$2 billion this year and is expected to reach \$7.5 billion in 2013.

"Mobile payments are experiencing exponential growth," said Fabio Sisinni, director of product management at PayPal Mobile, Palo Alto, CA. "We are doing more than \$6 million per day in mobile transactions and we're on track to exceed \$2 billion this year.

"We will top \$7.5 billion in 2013 based on the growth we're seeing," he said. "A mobile wallet in the cloud is not so distant based on our numbers.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 471	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

“Last year ecommerce in North America was around \$170 billion, but physical commerce influenced by online was more than \$1 trillion, and more of that is being driven through mobile.”

[PayPal](#), an eBay Inc. company, claims that it has 94 million active accounts and 9 million merchants operating in more than 190 markets. It supports 25 currencies.

Its overall payment volume exceeded \$92 billion in 2010, which represented 28 percent growth year-over-year, and 61 percent of eBay’s overall volume.

### Mobile payment boom

More and more Internet companies are driving the development of the mobile industry, per PayPal.

As an Internet company, PayPal sees a huge opportunity as the world enters the era of connected consumers, with more than 10 billion connected devices projected by 2020.

“We’re making mobile the main part of the business, because the most common way to access the Internet in the near future will be using connected devices such as smartphones and tablets,” Mr. Sisinni said. “Our vision is a wallet in the cloud that consumers can access anywhere, anytime.

“Connected devices could range from a POS device, a TV, a fridge—it could be a billboard or a parking meter,” he said. “We envision a wallet in the cloud giving consumers the freedom to choose from various methods of payment and also earn loyalty points and rewards.”

In addition to launching its own applications and powering mobile payments for parent eBay’s mobile site and apps, PayPal also partnered with Research In Motion for BlackBerry App World.

Last year, PayPal launched its Mobile Express Checkout product for merchants, which can integrate with a mobile platform enable mobile payments.


“It integrates easily with online accounts, so if you have already integrated Express Checkout online, then we automatically take care of the optimization for mobile devices,” Mr. Sisinni said.

PayPal Mobile is used by merchants such as Starbucks, Footlocker and Overstock.com.

Mr. Sisinni said that almost every merchant that integrates Mobile Express Checkout is seeing a double-digit sales lift.

“With eBay truly being an option-based business, the fact that you have this device always with you, it allows you to bid more and increase the velocity of transactions,” Mr. Sisinni said. “We’re also seeing this with deal-of-the-day companies like Groupon—you want to immediately respond over your phone so you don’t miss out, and it is seeing tremendous growth.

“The biggest trend is taking offline purchases online and enabling mobile purchases,” he said. “Mobile technology can drive traffic to stores and bring consumers to merchants who offer deals online and enable redemption at POS.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 472	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

“A lot of big retailers are waking up and trying to take advantage of the multichannel opportunity by combining a best-in-class in-store experience where you can touch and feel and try out the goods, with the best of the online world, unlimited inventory selection and price comparisons, and you can get it shipped to your door.”

<sup>iv</sup> <http://www.cace.org.ar/indicadores-y-estadisticas/index.html>

## RESUMEN EJECUTIVO

El Comercio Electrónico ha alcanzado en 2009 ventas por 5.240 millones de pesos, de las cuales 4.800 millones son bajo la modalidad empresa a consumidor (Business to consumer o B2C) y 440 millones en operaciones entre consumidores (consumer to consumer o C2C). Esa cifra de ventas representa un crecimiento en pesos del 29,4 % respecto del año anterior. El promedio de incremento interanual del comercio electrónico (b2c + c2c) ha sido en los últimos 5 años del 39,2 %, y el crecimiento acumulado entre el año 2004 (con ventas por 1.020 millones de pesos) y fines de 2009 es del 413,7 %. Ese incremento neto es fuerte y claro, aún considerando la inflación acumulada y la variación de la paridad cambiaria en el período. Ese monto considera como “comercio electrónico” a la suma de los valores de todos los pedidos en firme realizados a través de la web, entre empresas y consumidores y entre consumidores, con independencia del medio o forma de pago, y de la forma o lugar de entrega, en un proceso percibido como continuo por el usuario.

Esa cifra de ventas en línea representa aproximadamente un 10 % del mercado total de Tic en Argentina (\$ 52.200 millones en 2009). El Comercio Electrónico en Argentina es asimismo, el 7,4 % del comercio electrónico en la Región de Latinoamérica y Caribe. Un dato complementario de la relevancia de Internet en el comercio es que además de las ventas que se realizan en línea, es que más de un 75 % de los usuarios de Internet consulta regularmente en la web para analizar sus opciones de compra en el mundo físico, y un 51,4 % del total manifiesta tomar la decisión en línea, aunque efectúe la compra tiempo después en un establecimiento. Esto hace que el tamaño real de Internet medido en ventas sea varias veces mayor al comercio electrónico directo, estimándose su impacto total en 10 veces lo efectivamente vendido en línea. Es decir y para el año 2009, más de 50 mil millones de pesos, lo que en base a proyecciones gruesas, representaría entre un 4 y un 5 % de la ventas totales minoristas de Argentina.


También puede considerarse un sentido amplio del impacto o relevancia de Internet en los negocios y la actividad económica, cual es contemplar lo facturado por servicios como la publicidad y los clasificados en línea, el marketing y el posicionamiento digital, las comisiones de los medios de pago y de los sitios de inversión en línea y otros rubros y servicios, sin contar el diseño y mantenimiento de sitios web ni las adquisiciones directas o indirectas de herramientas, productos y soluciones de la familia TI ocasionadas por esta modalidad de negocio, y efectuadas por usuarios y vendedores.

### COMERCIO ELECTRÓNICO EN ARGENTINA 2007 – 2010:

Varios elementos se han conjugado para este impresionante desarrollo:

- El continuo crecimiento del número total de usuarios de Internet en el país: de 3,7 millones de usuarios en 2001 a 23 millones a fin de 2009.
- El crecimiento sostenido de la proporción de usuarios totales que realizan compras en línea de modo frecuente: de un 10 % en 2001 al 22 % en 2009 (que considerando al total de



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 473	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

compradores en línea, frecuentes y no frecuentes, alcanza al 32% de los usuarios de Internet).


- Un aumento constante de las empresas que comercializan en la red: un 20 % de la PyMEs vende o compra en línea, frente a unas pocas decenas de empresas hace menos de 10 años.
- Fuerte incremento de la variedad de rubros, productos y servicios ofrecidos.
- Aumento de la frecuencia de las compras por parte de los usuarios con experiencia y aprendizaje acumulado. Hace uno o dos años los compradores “frecuentes” con dos más compras al año eran poco más del 60 % de los compradores totales en línea, y en 2009 representaron el 71,0 %.
- Importante aumento de las conexiones de banda ancha en hogares: de 130 mil conexiones en 2001 a 3,9 millones en 2009, sin contar las nuevas y crecientes conexiones de banda ancha móvil (más de 700 mil al finalizar 2009), y otras modalidades gratuitas de conexión.

No existe tal cosa como un monto promedio de compras por usuario y por año, dado que entre los compradores hay varios “modos” o grupos diferenciados, por frecuencia de compra, por producto adquirido, por edad, por tenencia y uso de tarjeta de crédito o débito y por supuesto, por nivel económico. Muchos compradores en línea realizan frecuentes compras de poco monto (entradas, libros, música, ring-tones, etc.), en tanto algunos hacen fuertes gastos en línea adquiriendo pasajes de avión o productos electrónicos. De todos modos el promedio anual de compra por usuario considerando a los compradores frecuentes (2 o más compras al año) y a los compradores de una sola vez es de \$ 1.146. El hecho de que el Modo es de \$ 300 y la Mediana de \$ 500 evidencia lo antedicho. Existe un grupo extremo de compradores de alrededor de \$ 100 en promedio al año y otro grupo de \$ 6.000 o incluso más de gasto anual en línea.

La evolución del perfil de los compradores en línea ha cambiado año a año, pasando de ser un pequeño grupo de alto nivel socioeconómico y de alta calificación educativa y laboral, a un amplio segmento donde si bien predominan por su peso en las compras los niveles socioeconómicos medio altos (un 35,5 % del total de compradores), los usuarios de comercio electrónico de niveles medios son ya casi dos tercios del total de compradores en línea (64,5 %). En tanto si se considera a los usuarios de Internet no compradores, un 17,2 % es de nivel medio alto y un 82,8 % del nivel medio y medio bajo. La alta concentración inicial de compradores en la Ciudad de Buenos Aires, ha dado lugar a una distribución a nivel nacional más pareja, en la cual un 37,4 % de los compradores son del interior del país, un 23,6% del Gran Buenos Aires, y un 38,9 % habita en la CABA. Esta proporción se refleja aproximadamente en los volúmenes de compra por región.

Un dato relevante es que los compradores privilegian la conexión de banda ancha en el hogar para realizar sus compras, un 71,4 % de los casos realiza las compras desde la conexión hogareña. Refuerza este dato el hecho de que un 95,1 % de los compradores tiene conexión a Internet en su hogar, que en más del 99,0 % de los casos es de banda ancha. En líneas generales los compradores en línea son, en comparación con el usuario promedio de Internet, usuarios más intensivos y con más experiencia. Un 91,2 % de los compradores se “conecta” o realiza una sesión una o más veces al día frente a un 74,8 % de los no compradores. Un 63,1 % de los compradores tiene 5 o más años de experiencia en el uso de Internet, en tanto ese grupo es de solo el 35,5 % considerando los no compradores. Asimismo, sólo un 19,7 % de los compradores es usuario de Internet hace 2 años o menos, frente a un 44,0 % de lo que aún no han realizado compras por Internet.

Por grupos etarios los usuarios de comercio electrónico se distribuyen de forma pareja, con cierta predominancia de los grupos de menor edad. Un 30,0 % de los compradores es menor de 25 años, un 25,1 % tiene entre 26 y 35 años inclusive, un 26,6 % entre 36 y 45 años mientras que los mayores de 45 años son el 18,2 % del total.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 474	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Los motivos que aún frenan a algunos usuarios de Internet para comprar en línea son: la desconfianza por la seguridad en los pagos en línea (aparentemente algunos desconocen o no consideran las opciones de pago fuera de línea), con un 24,3 % de las respuestas, seguido de una clara preferencia por la compra y observación del producto en el mundo físico con 14,3 %, y en tercer lugar por la falta de interés o necesidad con 11,2 % de las respuestas. Es sugestivo que la opción con más proporción de contestaciones es “no responde o no sabe” con un 47,1 %, que podría estar indicando más desconocimiento que prejuicios negativos respecto esta modalidad de adquisición. Las demandas de los no compradores pasan fuertemente por mayor seguridad (16,3 %), facilidad de la operación o usabilidad (11,2 %), y mayor oferta de productos (8,0 %).

Complementando lo anterior, y específicamente respecto de las ventajas y desventajas de la compra por medios electrónicos, la muestra del Estudio de Prince & Cooke arrojó las siguientes respuestas (múltiples):

Ventajas: Comodidad (50,8 %), ahorro de tiempo (16,8 %), mejores precios (12,5 %), y entrega (8,3 %).


Desventajas: No poder ver el producto (50,8 %), seguridad en el pago (25,7 %) y desconocimiento o desconfianza respecto del sitio o empresa vendedora (22,1 %).

Siendo que la devaluación de la última crisis ayudó a migrar o desviar a muchos compradores y compras hacia sitios locales, aún subsiste un porcentaje de usuarios de comercio electrónico que realiza compras en sitios del exterior. Mientras un 80,3 % compra exclusivamente en sitios locales, un 3,9 % manifiesta comprar en sitios de otros países y un 13,3 % declara hacer compras tanto en nuestro país como en sitios extranjeros. La causa principal aparenta ser poder adquirir productos que o bien no se consiguen localmente, o para obtenerlos tiempo antes de estén disponibles en Argentina, siendo accesorios de telefonía y TI e indumentaria de vestir y/o deportiva los más frecuentes.

El comercio entre pares o c2c de productos nuevos y/o usados se ha desarrollado fuertemente de la mano de dos reconocidos sitios locales, así como de las redes sociales y otras herramientas de contacto virtual. En tanto un 7,8 % de los usuarios de Internet manifiesta haber vendido en línea, un 5,9 % de los compradores en Internet dice haber adquirido exclusivamente productos usados y un 11,8 % tanto usados como nuevos, siendo los adquirentes de productos nuevos solamente, una clara mayoría del 78,8 %.

Un 78,3 % de los compradores concentran sus adquisiciones en línea en una conocida plataforma de venta: Mercado Libre, sin que esto se traslade directamente al monto total comprado ya que por una parte se trata de respuestas múltiples, y además porque los tickets promedio y el monto anual de compras varían fuertemente entre distintos usuarios, rubros y sitios de venta. El segundo sitio de venta claramente identificado es Ticketek con un 7,9 % de las respuestas, al cual se le aplica el mismo comentario respecto de su peso en el comercio electrónico total. Las siguientes respuestas respecto de las empresas o sitios de compra identificados por los usuarios se fragmentan entre un par de decenas de sitios o empresas de venta en línea.

Respecto de la forma de pago, en base el Estudio del Perfil del Usuario de Internet de Prince & Cooke, surge que el pago en efectivo es la forma o medio preferido (respuestas múltiples) siendo la forma elegida por un 68,5 % de los compradores. Entre este grupo la mayoría paga en efectivo en el lugar de adquisición (marcadamente en la CABA), , seguido por un grupo que hace el pago contra reembolso (fuertemente en el interior) y una grupo menor que utiliza PagoFacil o RapiPago. Por otra parte, un 37,5 % del total (con superposición) paga mediante

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 475	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

tarjeta de crédito o débito (sin diferenciar si de forma directa o a través de intermediarios de pago) y alrededor del 10 % utiliza transferencia, depósito bancario, PagoMisCuentas y otros.

En resumen, y eliminando la superposición, dos tercios de las compras en línea se pagan en efectivo y un tercio con tarjeta o pago bancario. Debe destacarse que una gran parte de los compradores, el 57,1 % retira personalmente el producto adquirido. Debe considerarse que si bien a fines de 2009 un 45,3 % de los usuarios de Internet poseen cuenta bancaria, cifra algo superior al 41,3 % del año anterior, sólo un 41,4 % realiza operaciones de home-banking, algo más que el 39,1 % del año 2008. Las principales razones de no utilización de la operatoria bancaria en línea son similares a las del comercio electrónico: preferencia por el trámite personal (45,1 %), desconfianza en el sistema (30,1 %) y la percepción de complejidad respecto esa modalidad (9,8 %). Sólo un 15,0 % de los que actualmente no utilizan home-banking piensan comenzar a utilizarlo en el próximo año.


En cuanto a la forma de recepción del producto, un 57,1 % lo retira personalmente (o envía a alguien a retirarlo) y un 46,8 % lo recibe en su domicilio, pero existen marcadas diferencias entre los compradores de la CABA y GBA (AMBA) donde el retiro personal alcanza al 77,2 %, frente a los usuarios del Interior, que manifiestan recibir el producto en su domicilio en un 65,8 % de los casos.

Los compradores en línea demuestran año a año que su espectro de productos y servicios adquiridos por esta modalidad crece a la par del aumento de la oferta y variedad por parte de los vendedores. Las respuestas recibidas indican en cada año nuevos productos y nuevas categorías. Pero por supuesto, algunos productos son o siguen siendo los preferidos para ser adquiridos por Internet, ya sea por constituir novedades, por ser productos altamente tipificados, de compra rutinaria, por obtener mejores precios y por otras motivaciones o tipologías de producto y perfil de compradores.

Respecto de las compras en línea por tipo de producto, electrónica en general, esto es cámaras digitales, accesorios, consolas de juego y otros productos de la familia son la respuesta dada por los compradores en un 52,7 % de los casos, seguida de informática con un 24,1 % de las respuestas, y telefonía con un 17,7 %. Indumentaria de vestir y deportiva con un 13,3 % está en cuarto lugar, junto a libros y revistas con un 12,8 %. Pasajes y turismo es lo que declaran adquirir en línea el 11,3 % de los usuarios de comercio electrónico locales (aunque medido monetariamente este rubro sea uno de los más importantes). En séptimo lugar, con 9,4 % de las respuestas surgen los CD o DVD de música y películas y el octavo puesto lo comparten las compras en la web de entradas para espectáculos y eventos y la línea de electrodomésticos con 7,9 % cada una. En la sección correspondiente veremos que cuando se trata de valorar estos rubros en la venta total por Internet, las posiciones y pesos relativos son diferentes. Esta actividad de comercio electrónico y servicios complementarios es brindada, y se concentra en unas 50 empresas medianas y grandes en cuanto a su participación del negocio en línea, pero existen más de 30.000 "vendedores" en línea frecuentes, entre empresas registradas y otras con menor grado de formalización que justifican entre todas un volumen similar.


Para el año 2010 y subsiguientes, considerando el escenario económico actual, se proyecta un crecimiento anual para esta actividad, de entre un 30 a un 40 % o más, si mejoran las condiciones.

<sup>v</sup> <http://lahaine.org/internacional/motoqueros.htm>  
<http://www.tel.org.ar/solidaridad/simeca.html>

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 476	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

---

vi [http://www.einstituto.org/wp-content/uploads/2011/01/E-Commerce-CACE - Mayo 2010 final.pdf](http://www.einstituto.org/wp-content/uploads/2011/01/E-Commerce-CACE-Mayo_2010_final.pdf)

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	<b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b> Facultad de Tecnología Informática		Pag. 477	
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboia			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Mañana
	Proyecto: EntregaYa!			

31/05/2010




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---


---

---

---

---

---

	<b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b> Facultad de Tecnología Informática		Pag. 478	
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
			Turno:	Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

31/05/2010




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

31/05/2010

### Aceleradores del e-Commerce

- 3G fija y móvil
- Nuevos contenidos, interfaces y aplicaciones
- Nuevos dispositivos y nuevas tecnologías de conexión (WiFi)
- Más empresas y productos en venta online
- Mejor bancarización, simplificación y baja del costo medio de pago
- Confianza y experiencia de los usuarios de Internet. Tiempo!
- Uso de redes sociales acelera la llegada al uso de Internet

Estudio del Comercio Electrónico en Argentina - CAEP

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Perfil del Internauta

Actividad	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Entre 18 y 24	32%	33%	3%
Entre 25 y 34	25%	23%	2%
Entre 35 y 44	20%	18%	1%
Mayor de 45	12%	15%	2%
Hombres	63%	60%	3%

- Más que jamás en su historia
- Decido dónde se conecta
  - 44% en Wi-Fi
  - 35% en 3G
  - 14% en 3G y Wi-Fi
- 22 horas semanales de conexión, 20 en Wi-Fi y 2 en 3G
- Un 31,2% encuestado ha tomado la decisión de comprar online

Estudio del Comercio Electrónico en Argentina - CAEP

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Información buscada

Información buscada	2009	2008	2007
Información sobre el producto	82%	80%	80%
Opiniones de otros usuarios	68%	67%	66%
Información del vendedor	53%	51%	50%
Recomendaciones	48%	48%	47%
Información de precios	47%	46%	45%
Reseñas	43%	42%	41%
Historial	37%	36%	35%

El 88,5% de los compradores adquirió sus productos en sitios de Argentina, un 3,9% en sitios del exterior y un 13,5% en ambos.

Estudio del Comercio Electrónico en Argentina - CAEP

---

---

---

---

---

---

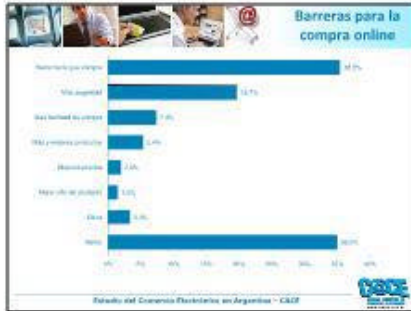
---

---

---

---

31/05/2010




---

---

---

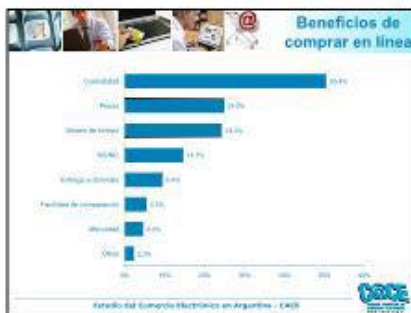
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---


---

---

---





 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	<b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b> Facultad de Tecnología Informática		Pag. 482	
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
	Proyecto: EntregaYa!			

31/05/2010

**Más empresas, más ventas...  
Mayor e-Comercio**

- ✓ En los últimos 7 años el número de empresas que venden en internet ha crecido un 41%.
- ✓ El crecimiento del e-commerce de los últimos años creció un 300% de las principales compañías de retail en los últimos 12 meses.
- ✓ El comercio electrónico representa las ventas online frente al total de ventas de \$4.1 mil millones de dólares en el 2009.
- ✓ Más de 5 mil empresas por internet por comodidad y menos del 20% por precio.
- ✓ Más del 70% de los usuarios busca información de productos y 60% compran online antes de comprar.
- ✓ El pago con tarjeta de crédito online es el pago online más utilizado sumando el 60% de los métodos de pago online por los consumidores online.
- ✓ Más del 50% de los usuarios que utilizan e-commerce habrán tomado decisiones de compra online.



Informe del Comercio Electrónico en Argentina - CAEP

---



---



---



---




---



---



---

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 483	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

## vii Pablo Cósimo

couchiman@gmail.com

### Summary

ASP 3.0, ASP.NET, C#, VB.NET, Transact SQL, PL/SQL, VBscript, Javascript, VBA, VB6, Clipper

5.1 , Dbase IV, Turbo Pascal, Macro Assembler, Ansi C, Action Script, Flash, XML, HTML, LINQ, Ajax, Reporting Services 2005/2008.

Entity Framework

Secure Webservices

Net Framework 1.1,2.0,3.0

MS-SQL 2000/2005/2008, AS400, Oracle, Informix, MSAccess, DBASE IV Plus

Design and Modeling Tools: Enterprise Architect, Rational Rose Modeler, ERWin, MS Visio

Other Tools: MS Project, Visual Studio 2003/2005/2008,

Team Foundation Server 2010, Source Safe 2005, Tortoise SVN, MonoDevelop, SharePoint

### Specialties

Projects estimation costs and planning.

Code analysis

SQL and code performance tuning

Bug detection and tracking

New tech research and investigation

Multithreaded Applications

MVC models implementation

.NET Framework component extensions

Special components development

Production environment and development area support

Planning and implementation of new technologies

Application architecture

### Experience

Sr. .NET Developer at TKM Consultores

October 2008 - Present (2 years 7 months)

Develop, Test, Evaluate and Improve application.

Create extensions for the actual platform

Using SQL 2005, Reporting Services 2005, Visual Studio 2005 with VSS 2005.Framework 2.0

Production Environment Support

Coordination & Documentation for new implementations

Technical support for development area

Sr .NET Developer at Asignet

October 2007 - October 2008 (1 year 1 month)

C Sharp Developer


Code and SQL Performance Tuning.

Product creation & Performance Tools develop

Mid Range Project Architecture Provider.

Web Designer (Freelance) at Bajo Belgrano

November 2006 - September 2007 (11 months)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 484	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Freelance web designer using Macromedia Flash 6, Dreamweaver

Sr .NET Developer at Hipernet SA  
April 2006 - August 2007 (1 year 5 months)  
Sr VB.NET developer for mayor projects.  
Databases MS SQL 2000 and AS400  
Creation of new extensions for the framework.

Developer - PM & Communications at Hewlett Packard  
November 2002 - April 2006 (3 years 6 months)  
Develop with different technologies.(ASP 3.0, VB.NET, Oracle Discoverer, Informix, SQL, Access,  
Crystal Reports, VB6)  
Promote new proyectos.  
Report to Financial & Admin Managers in many countries.  
Create regional projects.

Design & Programming at Gonzalez Rivero Producciones  
September 2001 - November 2002 (1 year 3 months)  
Website design for educative purposes and paper media.  
Design  
Flash, Dreamweaver, Poser, Illustrator, Photoshop  
Developer  
ASP 3.0 using Intedev  
Page2SQL Server 2000


Web Developer at Freelance  
March 2001 - October 2001 (8 months)  
Desarrollo de intranet para sitio inmobiliario en España utilizando ASP y MySQL  
Desarrollo de ERP para pymes locales y soluciones de ecomerciales para supermercados  
Web Design/Programmer at ARROW  
October 2000 - July 2001 (10 months)

Web Designer with different tools Swift 3d, Dreamweaver.  
Programming with ASP.  
Web Developer & Designer at Freelance  
July 2000 - November 2000 (5 months)

Desarrollo de sitio web en un microemprendimiento junto a un diseñador grafico.(Fitness Point & Saint Studio Design)  
Customer Assitance/Specialist at Xerox  
July 1998 - April 2000 (1 year 10 months)

### Education

Universidad Abierta Interamericana  
Systems engineering, 2007 - 2012  
Activities and Societies: Systems Analyst Degree (actually)  
ICANA  
TOEFL, 1999  
STRATFORD ENGLISH LANGUAGE  
English, 1990 - 1997

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 485	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Activities and Societies: all levels for colloquial english  
2 more years for the study of american english.

### Many

Activities and Societies: BS Training Center: Introducing VB.NET, Developing ASP.NET Applications. (MS certification courses)  
Egreso Año 2004

ACP Programando en VB.NET (prof. Angel Lopez).  
Año 2003

NUEVOS ROLES LABORALES (GCBA) - Diseño de Páginas Web/Microemprendimientos.  
Año 2000.

U.T.N. - SEMINARIO OE EXTENSION - Oracle.  
Año 1998.

UAI - IBM Rational Rose -  
Año 2007

UAI - IBM Introducción a Mainframe  
Año 2007

### Interests

Research and Development of new technologies, Sports  
Pablo Cósimo

### Recomendations

"Pablo es un gran profesional, obstinado y perseverante en sus objetivos. Hemos formado parte de varios proyectos y lo recomiendo ampliamente como un gran componente laboral y de equipo."

— Santiago Sergio Ojeda, Desarrollador Sr., TKM Consultores - Noble Argentina, worked directly with Pablo at TKM Consultores

"He trabajado con Pablo por el término de 2 años, es una persona que trabaja duro, con una buena capacidad de investigación, es, tecnológicamente muy capaz, y siempre ha demostrado estar dispuesto a ayudar al grupo de trabajo."

— Sebastián Nuss, Team Leader, Civinext, worked directly with Pablo at TKM Consultores

"Tuve el agrado de trabajar junto a Pablo en un proyecto que lleva más de 3 años en desarrollo y sus aportes siempre fueron de una calidad tecnica excelente. También es un profesional abierto al dialogo y es muy prolijo en su labor."

— Damián Herrera, Owner, Civinext S.A., managed Pablo indirectly at TKM Consultores


"Excelente persona. Proactivo y muy buen desarrollador."

— Patricia Figueroa, Diseñador, Programador VB NET, HIPERNET SA, worked directly with

Pablo at Hipernet SA

"Pablo is a very good programmer. Very detailed oriented. We worked together at PMO & communications in HP were we developed world wide solutions using Microsoft technologies like Sql server and .Net."

— Hernan Garcia, Developer, Hewlett Packard, managed Pablo indirectly at Hewlett Packard

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 486	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

"El año que comparti con Pablo como estudiante y profesional, fue excelente. Sin lugar a dudas es una persona con una alta capacidad para desarrollarse en el sector de IT, una excelente persona, y tiene un futuro excelente por adelante."

— Gustavo Javier Fedele Calo, Partner, ThinkKing Minds IT, taught Pablo at Universidad Abierta Interamericana

"Pablo is a bright student and team member for any task. He has deep knowledge of state of the art technologies."

— Augusto Chesini, Student, Universidad Abierta Interamericana, studied with Pablo at Universidad Abierta Interamericana

viii

<http://www.datamarkets.com.ar/pymes.asp>

DataMarkets es la empresa líder en brindar servicios de acceso a Internet.

Contamos con las más avanzadas tecnologías, por eso le ofrecemos una amplia cobertura de servicios que acompañan las actividades que a diario realizan, brindando soluciones acordes a sus demandas.

Por eso, DataMarkets le propone a aquellos pymes y profesionales independientes soluciones de servicios, para dar respuesta a las necesidades integrales de comunicación de un mercado cada vez más competitivo.

• Estamos renovando e implementando constantemente nuevas tecnologías, a fin de brindarle día a día una mejor alternativa.

ix [www.econsultora.com.ar](http://www.econsultora.com.ar)


### Servicios de Marketing

Ofrecemos asesoramiento integral en Marketing, funcionamos como un equipo de alta gerencia externo a su empresa, diseñamos, analizamos y desarrollamos estrategias de Marketing y acciones innovadoras. Sugerimos ideas y las llevamos a cabo. Desarrollamos estrategias de principio a fin.

Colaboramos en las estrategias para ofrecerles soluciones personalizadas, originales e innovadoras... Estamos presente en cada paso del proceso, supervisando cada acción. Funcionamos como una Agencia de Marketing, con la ventaja diferencial de integrar servicios y proveer personalización en el contacto diario.

### Servicios de Consultoría y Gestión

Ofrecemos asesoramiento Profesional en el desarrollo y la implementación de Proyectos y Negocios, desde la gestación de la idea, la evaluación de riesgos hasta su implementación y puesta en marcha. Brindamos management y la gestión necesaria para mejorar, posibilitando una administración eficiente de los recursos. Detectamos oportunidades de negocios, basadas en análisis de información estadística y estudios especiales. Somos partícipes de las decisiones de negocios que toman nuestros clientes, y acompañamos su crecimiento.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 487	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

Implementamos herramientas y procesos de gestión para enlazar las decisiones empresariales con las estrategias de negocio enfocadas en la creación de valor.

Combinamos el conocimiento de diferentes industrias, con una fuerte especialización en consultoría, en marketing y en gestión de empresas, que nos permiten aportar un enfoque único e integrado.

x [http://www.italu.com.ar/Siteltau/pages/personas/interior\\_prestamos\\_personales.xhtml](http://www.italu.com.ar/Siteltau/pages/personas/interior_prestamos_personales.xhtml)

xi <http://www.desarrollodeweb.com.ar/>  
<http://www.develoweb.net/>  
<http://www.forev.com.ar/?gclid=CNna7e-m06wCFQ5T7Aodx0cotQ>  
<http://www.dgrstyle.com>

xii [www.telecentro.com.ar](http://www.telecentro.com.ar)

xiii <http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-127612546-servidor-hp-proliant-ml110-g6-intel-i3-160gb-1gb-ddr3-dvd- JM>


xiv <http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-120695907-pc-amd-sempron-asrock-ddr2-800-hd-kit-lcd-156- JM>

xv <http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-132366104-notebook-hp-630-dual-core-pantalla-led-disco-320gb-4gb-ddr3- JM>

xvi <http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-132366104-notebook-hp-630-dual-core-pantalla-led-disco-320gb-4gb-ddr3- JM>

xvii <http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-128426493-kingston-4gb-1066-240pin-ddr3-ecc-servidor-intel-mac-pro- JM>

xviii [http://www.einstituto.org/wp-content/uploads/2011/01/E-Commerce-CACE - Mayo 2010\\_final.pdf](http://www.einstituto.org/wp-content/uploads/2011/01/E-Commerce-CACE - Mayo 2010_final.pdf)

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	<b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b> Facultad de Tecnología Informática		Pag. 488	
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Mañana
	Proyecto: EntregaYa!			

31/05/2010




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---


---

---

---

---



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 489	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno: Pablo José Cósimo		Legajo: 34281	
	Sede: Centro	Comisión: 5 a	Turno: Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

31/05/2010




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

31/05/2010

### Aceleradores del e-Commerce

- 3G fija y móvil
- Nuevos contenidos, interfaces y aplicaciones
- Nuevos dispositivos y nuevas tecnologías de conexión (WiFi)
- Más empresas y productos en venta online
- Mejor bancarización, simplificación y baja del costo medio de pago
- Confianza y experiencia de los usuarios de Internet. Tiempo!
- Uso de redes sociales acelera la llegada al uso de Internet

Estudio del Comercio Electrónico en Argentina - CAEP

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Perfil del Internauta

Actividad	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Entre 18 y 24	32%	33%	3%
Entre 25 y 34	25%	23%	2%
Entre 35 y 44	20%	18%	1%
Mayor de 45	12%	15%	3%
Sexo	48%	49%	1%

- Más que nunca en su mayoría
- Decidido donde se conectan
  - Hogar 86,2%
  - Trabajo 10,1%
  - Localidades Cyber Cafés 3,6%
- 22 horas semanales de conexión, 20 en CI y 0,9% y 1,7 en el exterior.
- Un 31,2% encuestado haber tomado la decisión de comprar online.

Estudio del Comercio Electrónico en Argentina - CAEP

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Información buscada

Información buscada	2009	2008	2007
Información sobre el producto	82%	80%	80%
Opiniones de otros usuarios	80%	77%	68%
Información del comercio electrónico	53%	51%	52%
Recomendaciones	49%	48%	47%
Responsabilidad del proveedor	47%	46%	45%
Otros	4%	4%	4%
Nada	1%	1%	1%

El 88,5% de los compradores adquirió sus productos en sitios de Argentina, un 3,9% en sitios del exterior y un 13,5% en ambos.

Estudio del Comercio Electrónico en Argentina - CAEP

---

---

---

---

---


---

---

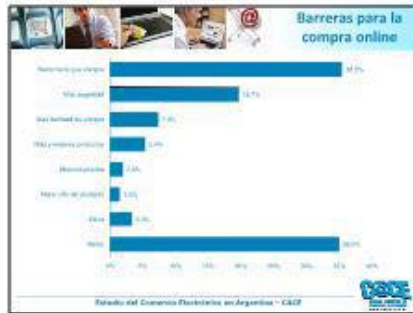
---

---

---

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		Pag. 491	
	Docentes: Susana Darin/Gastón Addati/Pablo Vilaboia			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
Proyecto: EntregaYa!				

31/05/2010




---

---

---

---

---

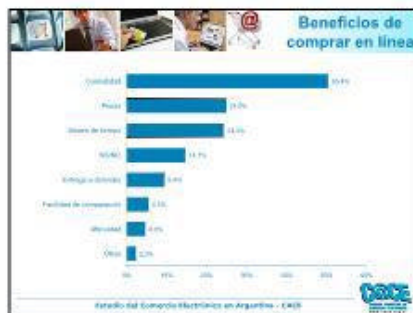
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Categoría de productos**

Categoría	2007	2008	2009
Productos electrónicos	100%	100%	100%
Electrónica	18.1%	18.2%	18.2%
TV	18.1%	18.2%	18.2%
Refrigeración	17.1%	17.1%	17.1%
Electrodomésticos	16.1%	16.1%	16.1%
Mobiliario	15.1%	15.1%	15.1%
Almuerzo y bebidas	14.1%	14.1%	14.1%
Vestimenta	13.1%	13.1%	13.1%
Alimentos	12.1%	12.1%	12.1%
Libros y revistas	11.1%	11.1%	11.1%
Autos y partes	10.1%	10.1%	10.1%
Salud y belleza	9.1%	9.1%	9.1%
Medios de transporte	8.1%	8.1%	8.1%
Arquitectura	7.1%	7.1%	7.1%
Animales	6.1%	6.1%	6.1%
Accesorios	5.1%	5.1%	5.1%
Otros	4.1%	4.1%	4.1%

Fuente: del Consejo Electroventa en Argentina - CAEE

---

---

---

---

---


---

---

---

---

---

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	<b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b> Facultad de Tecnología Informática		Pag. 492	
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
	Proyecto: EntregaYa!			

31/05/2010




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---


---

---

---

---

---

 <b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b>	<b>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</b> Facultad de Tecnología Informática		Pag. 493	
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a Turno: Mañana
	Proyecto: EntregaYa!			

31/05/2010

**Más empresas, más ventas...  
Mayor e-Comercio**

- ✓ En los últimos 7 años el número de empresas que venden en línea se duplicó en 40%.
- ✓ El crecimiento del e-commerce de los últimos años es de 300% de las principales compañías de retailistas. Los datos indican que el 10,5%.
- ✓ El comercio electrónico representa las ventas online frente al total de ventas de \$4.8 mil millones de dólares en 2009.
- ✓ Más de 50% de las compras por Internet por comodidad y ahorro del 20% por envío.
- ✓ Más del 70% de los usuarios busca información de productos y 60% compran online antes de comprar.
- ✓ El pago con tarjeta de crédito online es el pago online más utilizado sumando el 60% de los métodos de pago online por los consumidores online.
- ✓ Más del 50% de los usuarios que utilizan e-commerce habrán tomado decisiones de compra online.



Informe del Comercio Electrónico en Argentina - CAEP

---



---



---



---




---



---



---

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		Pag. 494	
	Facultad de Tecnología Informática			
	Docentes: Susana Darín/Gastón Addati/Pablo Vilaboa			
	Alumno:	Pablo José Cósimo	Legajo:	34281
	Sede:	Centro	Comisión:	5 a
		Turno:	Mañana	
Proyecto: EntregaYa!				

---

xix <http://www.inpi.gov.ar>