

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE  
GUATEMALA FACULTAD DE  
INGENIERÍA  
ESCUELA DE CIENCIAS Y SISTEMAS  
SISTEMAS ORGANIZACIONALES Y GERENCIALES  
MsC Ing. Estuardo Zapeta  
Aux. Jaime Belloso**



## **Práctica #3**

## **Introducción**

En un mundo empresarial en constante evolución, la adaptación a las últimas tendencias tecnológicas y cambios en el comportamiento del consumidor se ha vuelto crucial para el éxito y la supervivencia de las organizaciones. "ChapinSoft", una empresa dedicada a brindar una amplia gama de servicios de alta calidad se encuentra en una encrucijada estratégica. Para mantener su crecimiento constante y responder a la creciente demanda del mercado, ha decidido emprender un emocionante viaje hacia el mundo del comercio electrónico (e-commerce) utilizando las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). La transformación digital se ha convertido en un imperativo, especialmente en un contexto marcado por la pandemia y el cambio radical en las preferencias de los consumidores hacia las compras en línea.

## Objetivos

### General

- Diseñar e implementar una estrategia de entrada al comercio electrónico (e-commerce) para "ChapinSoft", una empresa proveedora de servicios de ERP, desarrollo web y desarrollo de aplicaciones móviles, que permita expandir su presencia digital y captar nuevos mercados en línea con las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

### Específicos

- Analizar en profundidad el entorno competitivo y las oportunidades del mercado relacionadas con el comercio electrónico en el sector de servicios de software y tecnología en Guatemala.
- Mejorar el alcance e índice de visibilidad digital de una empresa.
- Conocer los beneficios de la ejecución de una planificación efectiva.

## Contexto:

En un mundo empresarial en constante transformación digital, la adaptación y la innovación son esenciales para mantener la competitividad y el crecimiento sostenible. En este contexto, la empresa "ChapinSoft " se encuentra en un momento crucial de su evolución estratégica. Es una empresa guatemalteca reconocida por su amplio catálogo de servicios de alta calidad en áreas como el desarrollo de aplicaciones móviles, desarrollo web y soluciones de ERP.

La pandemia global, junto con los cambios en los hábitos de consumo de los clientes, ha acelerado la adopción de tecnologías digitales y ha generado una creciente demanda de opciones de compra y transacciones en línea. Reconociendo la importancia de mantenerse alineada con estas tendencias y aprovechar las oportunidades emergentes, "ChapinSoft " ha decidido explorar la posibilidad de incursionar en el comercio electrónico (e-commerce).

La empresa visualiza el e-commerce como una vía estratégica para llegar a nuevos mercados, expandir su presencia digital y complementar sus servicios existentes. La digitalización de la economía y la creciente aceptación de las compras en línea ofrecen un terreno fértil para que "ChapinSoft " diversifique sus ofertas y alcance a un público más amplio.

## Desafío:

Como experto en transformación digital y tecnologías de la información y comunicación (TIC), se le encomienda la tarea de elaborar una estrategia integral para que "ChapinSoft" incursione de manera efectiva en el mercado del comercio electrónico (e-commerce) y expanda su presencia digital de manera exitosa en línea con sus servicios. La empresa busca vender software en forma de productos preconstruidos, relacionados con sus servicios de ERP, desarrollo web y desarrollo de aplicaciones móviles.

## Elementos de la Estrategia:

### 1. Investigación y Análisis del Mercado:

- Realizar una investigación cualitativa de 10 competidores (reales) para analizar el mercado y las propuestas actuales de la competencia.

### 2. Definición de Estrategia:

- Desarrollar un insight principal basado en los competidores investigados para crear una propuesta con la estrategia 4D.

### 3. Análisis del Entorno:

- Ejecutar los siguientes planes: VUCA Framework, Porter's Diamond Model, PEST, Porter Five Forces, SWOT, TOWS, SOAR para entender el entorno de lanzamiento de la plataforma.

1. **VUCA Framework:** Se evaluará la volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad del entorno en el que operará la plataforma de e-commerce. Esto permitirá anticipar posibles desafíos y adaptar la estrategia según sea necesario.
2. **Porter's Diamond Model:** Se analizarán los factores que afectan la competitividad y el éxito en el mercado, como las condiciones de los factores de producción, la demanda local, las industrias relacionadas y las estrategias, estructuras y rivalidad de las empresas. Esto ayudará a identificar las fortalezas y debilidades competitivas.
3. **PEST Analysis:** Se examinarán los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que podrían influir en el éxito de la plataforma. Esto proporcionará una visión panorámica de los elementos externos que podrían impactar la estrategia.

4. **Porter Five Forces:** Se evaluarán las cinco fuerzas que afectan la industria: competidores potenciales, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los compradores, amenaza de productos sustitutos y rivalidad entre competidores. Esto permitirá comprender la estructura competitiva del mercado.
5. **SWOT Analysis:** Se realizará un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas internas y externas de "ChapinSoft". Esto ayudará a identificar los aspectos clave que deben abordarse para el éxito del e-commerce.
6. **TOWS Matrix:** Se derivarán estrategias específicas al combinar las oportunidades y amenazas externas con las fortalezas y debilidades internas de la empresa. Esto guiará la formulación de estrategias adecuadas.
7. **SOAR Analysis:** Se centrará en las fortalezas, oportunidades, aspiraciones y resultados deseados. Esto proporcionará una perspectiva positiva y se alinearán con los objetivos de la empresa.

#### 4. Implementación de Plataforma de E-commerce:

- Implementar una plataforma de e-commerce en <https://wix.com> para vender los 3 productos ideados (pueden ser de uno o de varios de los productos propuestos), con un carrito de compras funcional y simulación de compra.

#### 5. Arquitectura de Información:

- Definir la estructura de la página web para optimizar la navegación del usuario y facilitar el acceso a la información relevante.

#### 6. Mapeo TICS:

- Crear un mapa TICS utilizando la metodología M3 explicada en el laboratorio, detallando cada mecanismo utilizado. Usar herramienta recomendada: <https://funnelytics.io>

#### 7. Planificación de Proyecto:

- Identificar tareas y procesos clave necesarios para implementar el proyecto, priorizarlos y planificarlos en 2 sprints de desarrollo.

### Productos Propuestos:

#### 1. Producto de Software para ERP:

- Ilustración, precio, descripción, funciones básicas y beneficios.

#### 2. Producto de Software para Desarrollo Web:

- Ilustración, precio, descripción, funciones básicas y beneficios.

#### 3. Producto de Software para Desarrollo de Apps Móviles:

- Ilustración, precio, descripción, funciones básicas y beneficios.

**NOTA:** Se evaluará la estrategia basada en la claridad de los pasos, la coherencia con los objetivos de la empresa, la profundidad del análisis de competidores y entorno, la efectividad de la plataforma de e-commerce implementada, la calidad de la arquitectura de información, la precisión en el mapeo TICS, y la viabilidad de la planificación del proyecto en sprints.

**Observaciones:**

- FECHA DE ENTREGA: lunes 11 de septiembre, en la plataforma del curso (UEDI).
- Los entregables deben ser enviados en un archivo comprimido de la forma: [G1]Practica3\_#Pareja.zip.
- Dudas o comentarios respecto a la práctica en los foros habilitados semanalmente en UEDI.

**Entregables:**

- Informe Ejecutivo: documento en formato PDF, en el cual se desarrolle de forma amplia y clara los puntos de la práctica.
- Mapa de ecosistema de TIC para la empresa realizado con Funnelytics.io, en formato PNG.
- Estrategia de arquitectura de información especificada.
- Enlace web de ecommerce.