# UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PANAMA FACULTAD DE INGENIERIA DE SISTEMAS COMPUTACIONALES

**Proyecto de Negocios en ambientes Web PRUEBA NO. 1**

Nombre \_ Cédula: \_ \_ Ptos: 50

**Objetivo:** Evaluar el aprendizaje y aplicabilidad de los conceptos, técnicas y estrategias relacionados con e-commerce , e-business a través de un caso de estudio y preguntas relacionadas al tema.

**PARTE I . 10 ptos.**

Conociendo el estado actual de la empresa MyDulce S.A, se desea que usted proponga 5 estrategias relacionadas al e-commece/e-business, para mejorar el negocio. Proponer una estrategia por cada uno de las siguientes aspectos: la organización, tecnología , marketing, servicios , branding.

**Descripción general de la situación actual de la empresa MyDulce S.A:**

## Generalidades del problema:

Empresas Muydulce S.A. fue fundada en mayo de 1990, dedicándose a la elaboración de jaleas y mermeladas para uso industrial. Actualmente su centro está en Santiago de Veraguas abasteciendo a las panaderías y negocios a fines, también abastece a las provincias centrales (Herrera y Los Santos)

Actualmente la empresa está queriendo abrirse mercado a otras provincias. Además, desea diversificar sus productos. A pesar de que cuenta con un producto de calidad, la competencia es muy acentuada en la región. La empresa actualmente cuenta con un deficiente sistema de mercadeo y publicidad.

## Visión de la empresa

Ser una empresa líder nacional en la producción de conservas de todo tipo para consumo industrial y masivo tanto a nivel nacional como internacional cumpliendo con los estándares de calidad e higiene establecidos a nivel mundial

## Misión de la empresa

Desarrollar, producir y comercializar conservas para consumo industrial y masivo, enfocada a asegurar:

1. A nuestros empleados, un clima laboral de mutuo respeto y desarrollo integral que mejore su calidad de vida
2. A nuestros clientes, calidad y confiabilidad en nuestros productos
3. A nuestros proveedores, trabajo conjunto para la obtención de materias primas de calidad
4. A la comunidad, el cumplimiento de nuestras obligaciones dentro de las normas éticas, morales y ambientales

## PRODUCTOS

Los productos principales de la empresa son:

* + Mermelada de piña
  + Jalea de guayaba
  + Jalea cristal de manzana
  + Jalea cristal de melocotón
  + Jalea cristal de fresa

## Tecnología con que cuenta:

Una PC Inspiron con procesador Intel Core I3. Con memoria de 4 GB . Disco duro de 500 GB. Una Laptop . Procesador Intel Pentium 1.5. Memoria de 2 GB y disco de 500 GB.

Conexión a Internet ADSL con proveedor Nacional.

Software de contabilidad PEACH TREE para el manejo de la contabilidad. Una Impresora Laser.

## Resumen de Procesos:

La empresa atiende los pedidos de las empresas clientes (panaderías) de la región (Veraguas y azuero). La empresa cuenta con una planta procesadora de jaleas, con una sección administrativa que atiende los pedidos por teléfono. Cuenta con un programa de contabilidad en Excel y lleva manualmente los procesos de cuentas por pagar. El pedido de proveedores se realiza una vez los operadores de la planta anuncien que ya se está acabando la fruta.

El proceso de abastecimiento se realiza a través de la gerencia, la cual contacta a sus proveedores, por teléfono, en el momento en que los operadores de la planta le anuncien de que ya se está acabando la fruta. Los proveedores, atienden el pedido dos o tres días después. Esto causa un problema de abastecimiento a tiempo, ya que algunas veces se quedan sin suplir por varios días. La empresa no cuenta con un inventario formal, tanto de la materia prima, como de los proveedores.

El proceso de pedidos y reparto del producto, se lleva a cabo por un camión que visita las panaderías para ver como andan con el producto y de esa manera tomar el nuevo pedido si les hace falta. Las empresas también llaman por teléfono para hacer su pedido. Muchas veces al hacer la distribución del producto en las provincias centrales, se encuentran con nuevos pedidos que no han sido abastecidos, causando perdida del cliente. También el camión de reparto lleva más productos adicionales para suplir cualquier pedido que salga de emergencia.

# Organización

Una estrategia organizacional es un plan que determina cómo una empresa utilizará sus recursos para apoyar la infraestructura, la producción, la comercialización y otras actividades comerciales.

La estrategia organizacional sirve de guía para que una empresa pueda alcanzar sus objetivos y desarrollar planes estratégicos.

Esta estrategia está fuertemente vinculada con la estructura organizacional y suele incluir evaluaciones detalladas en las que se describe lo que la empresa debe lograr.

La organización puede requerir un incremento de personal en las áreas de marketing, branding y tecnología.

También incorporar un sistema de pedidos con los clientes que no dependa de llamadas telefónicas

# Tecnología

En materia de tecnología actualmente la empresa cuenta con equipos de computador, conexión a internet y un software de contabilidad.

Una adquisición de un sistema ERP es vital para crecer su negocio hacia otras provincias ya que manejaría de una forma más eficiente su inventario y la forma que adquiere sus pedidos.

# Marketing

Dentro de marketing, expandirse mediante redes sociales y crear un sitio web se vuelve importante.

Tener una presencia en línea es de valor necesario para las empresas hoy en día.

Adicional, su presencia en línea le generará mayores ganancias al expandir su clientela.

Un sitio web mostrará un compromiso con su labor y lo pondrá en el mapa de proveedores confiables.

# Servicios

El incorporar las recomendaciones anteriores hará una gran mejoría.

Cómo la empresa busca ampliar su catálogo puede mejorar su servicio al cliente, mediante información que obtendrá por sus sistemas ERP cómo los productos más demandados según cada temporada.

Esto le ayudará a planificar mejor por cada mes, y ayudándole a conocer que otros productos podría ofrecer.

# Branding

El posicionamiento es el valor añadido que brinda un negocio , adicional a su oferta o servicio. Mejorar el posicionamiento se vuelve esencial para Muydulce S.A para poder añadir calidad, fiabilidad y unicidad.

Recomendamos revisar detalles como:

El logotipo es el nombre de la empresa y debe de encajar con el espíritu de esta. Nuestra marca debe de transmitir lo que la empresa es y sin una buena marca, el branding que se realice no dará resultado. Ambos factores deben de encajar para conseguir el objetivo propuesto.

El logotipo y el símbolo constituyen la identidad de la empresa y, entre los dos, conforman su personalidad física.

La tipografía, es un elemento de identificación visual, que distinguirá a la empresa del mercado.

El nombre comunicativo es la denominación por la que la empresa es reconocida, suele ser diferente del nombre jurídico y se suele iniciar con la creación del logotipo.

El color permite distinguir el producto. Se debe de tener en cuenta la categoría de producto que producimos. Una buena elección del color nos permite atraer la atención del consumidor, dar personalidad, diferenciación y lograr posicionar nuestro producto.

# PARTE. 30 puntos. Desarrolle sólo 3 preguntas.

* 1. Describa las tres etapas de la evolución del e-commerce.
  2. Describa que es el comercio electrónico y en que difiere del e-business.

|  |  |
| --- | --- |
| Comercio electrónico | E-business |
| eCommerce en un medio de compra y venta online. Sería lo que conocemos comúnmente como una tienda online.  Un eCommerce o tienda online es solo una pequeña parte que se encontraría dentro de un eBusiness o un negocio digital. Un eCommerce, junto con un CRM, una aplicación, las redes sociales y un blog, por ejemplo, podrían ser todas las herramientas y procesos que conformarían un negocio electrónico. | eBusiness se refiere al conjunto global de procesos, metodologías y acciones que un negocio ha decidido realizar vía digital.  Un negocio digital se caracteriza por contar con la ayuda de internet para realizar la mayor parte de sus acciones. Este eBusiness no se limita únicamente a tener una tienda online, sino que la digitalización puede formar parte de todos los departamentos de la empresa. Esto es así cuando adoptan la tecnología y el internet como el medio principal para sus actividades. |

La diferencia entre el comercio electrónico y el e-business se encuentra en la tabla siguiente:

* 1. Mencione 3 diferencias entre los primeros años del comercio electrónico y en la actualidad.

• Los primeros años del comercio electrónico vieron una infusión de negocios en línea puros que pensaron que podían lograr ventajas incuestionables de ser los primeros en moverse. Durante la etapa de consolidación, las empresas exitosas utilizaron una estrategia mixta de "ladrillos y clics", combinando canales de venta tradicionales como tiendas físicas y catálogos impresos con esfuerzos en línea. Hoy en día, hay un retorno de las estrategias puramente en línea en nuevos mercados, así como la extensión continua de la estrategia de "ladrillos y clics" en los mercados minoristas tradicionales.

• Los primeros años del comercio electrónico estuvieron dominados por los pioneros. En la etapa de consolidación, el comercio electrónico estaba dominado por las bien dotadas y experimentadas Fortune 500 y otras empresas tradicionales. Hoy en día, las ventajas de ser los primeros en moverse están regresando en nuevos mercados a medida que los jugadores web tradicionales se ponen al día.

• Durante la etapa de Innovación, el comercio electrónico fue impulsado principalmente por la tecnología. Durante la etapa de Consolidación, fue principalmente impulsada por el negocio. El comercio electrónico de hoy en día, aunque todavía está impulsado por el negocio, también está impulsado por la audiencia, el cliente y la comunidad.

* 1. Describa el modelo de ingresos por publicidad y el modelo por subcripción.

|  |  |
| --- | --- |
| Modelo de ingresos por publicidad | Modelo por suscripción |
| Básicamente se obtienen ingresos recurrentes, asociados al derecho de consumir nuestro servicio o usar nuestra infraestructura. En lugar de transferir la propiedad o vender el bien, lo volvemos un servicio.  Ejemplo: La empresa de software Feedhive decide ofrecer su licencia de software en modalidad SaaS (por su sigla en inglés de Software as a Service) o como un servicio en la nube. En este caso, aunque podría ser la misma licencia del caso anterior ahora lo ofrece como un servicio y el derecho de uso es temporal. Tiene 3 tipos de opciones: desde la más básica, hasta la más robusta y de mayor precio. | Es posible complementar los ingresos cobrando por poner publicidad en sus instalaciones físicas o en su sitio web. Tiene sentido cuando existe un flujo considerable de visitantes.  Ejemplo 3: El medio de comunicación o el escritor de un blog famoso, que cobra por el banner en su sitio que tiene enlace al sitio web (landing page) de quien hace la publicidad. |