

2021

# Trabajo practico individual

SmartAssembly

Alumno: Franco Fazzito

Profesora: Susana Darín

Materia: Planificación Estratégica

Carrera: Ingeniería en sistemas

Año: 4°B

Turno: Noche

Sede: Centro

## Contenido

Introducción: .....	4
Tipos de negocios en el marco de E-business y diferencias comercio electrónico directo e indirecto .....	5
Definición de la idea de negocio .....	6
Descripción clara y detallada de la idea de negocio: .....	6
Resuelve un problema.....	9
Tipo de E-Business, E-Commerce .....	10
Tipo de E-Business.....	10
Tipo de E-Commerce .....	10
Mercado-objetivo: Ámbito geográfico de cobertura y justificar. ....	11
Mercado objetivo:.....	11
Rentabilidad .....	11
Competidores:.....	13
Identificar y describir el perfil del consumidor: segmentación- segmento objetivo, factores que influyen en la conducta del consumidor .....	14
Segmento objetivo: .....	14
Misión del negocio .....	15
Misión.....	15
Visión.....	15
Cultura Organizacional .....	15
Análisis del contexto .....	16
Describir el microambiente de la organización.....	16
Describir el macroambiente de la organización.....	17
Estructura de la industria .....	23
Describir características del sector industrial .....	23
Sector industrial de partida.....	23
Estado de situación .....	23
Políticas gubernamentales relacionadas al sector .....	23
Sector industrial de destino .....	24
Estado de situación .....	24
Atractivo del sector .....	24
Nivel de inversión.....	24
Aporte del sector al PBI.....	25
Políticas gubernamentales relacionadas al sector .....	25
Empresas que lo integran.....	26

Alianzas estratégicas intersectoriales .....	26
Cámaras y asociaciones representativas del sector.....	27
Identificar competidores directos, indirectos y potenciales:.....	27
Analizar las fortalezas y debilidades de los competidores directos.....	28
Cruz de porter .....	28
Conclusión del análisis sectorial.....	28
FODA .....	29
Posicionamiento competitivo .....	31
Estructura organizacional.....	31
Justificación .....	32
Agenda estratégica del negocio .....	33
Planes de acción general.....	33
Plan general de contratos con locales de venta.....	33
Plan general de formación del equipo de desarrollo .....	35
Plan general de tecnología .....	37
Plan general de Marketing .....	40
Indicadores:.....	42
Experimentación y Retroalimentación.....	45
Reflexión final.....	45
Material Bibliográfico.....	46
Anexos.....	46

## Introducción:

En los últimos años se evidencio una gran evolución de las TIC's dentro del mercado virtual tanto e-commerce como e-business donde las organizaciones pudieron expandir sus ventas globalmente rompiendo barreras físicas que sin el uso de estas serían mucho más complejas sortear, también vemos un aumento en la facilidad tanto el uso de marketing digital así como de automatización de procesos, de esta forma vemos como las TIC's impulsaron rápidamente el crecimiento y globalización de los nuevas formas de comercio virtual.

Vemos como el uso de TIC's genero cambios en la planificación y gestión estratégica de los negocios al poder gestionar toda la información y trabajo que estas generan a través tanto del uso de herramientas de ofimática que usan los empleados día a día, así como a través de un CRM Online o un ERP que posibilita gestionar tanto la relación con los clientes como las interacciones entre empleados y comunicación entre los diferentes departamentos de una empresa, a pesar de poder encontrarse en diferentes países o kilómetros de distancia, teniendo un gran impacto sobre los principales procesos de negocios de la organización tanto en el aumento en la productividad como en la competitividad, brindando no solo la posibilidad de ser más eficientes en el uso de los recursos sino también que permite dar mucha mayor flexibilidad y agilidad para atender requerimientos cada vez cambiantes en los clientes, permitiendo una mejora en las siguientes áreas:

- Reducción de Costos
- Aumento en Ventas
- Mejoras en la rentabilidad
- Mejora en la satisfacción y fidelidad de clientes y proveedores
- Hacen más eficientes las estructuras organizacionales
- Facilitan el entrenamiento del personal
- Mejoran la comunicación al interior de la empresa
- Mejoran la comunicación con clientes proveedores, gobierno y otros aliados

A su vez el uso de TIC's abre paso hacia la innovación ya que se crean nuevas oportunidades y problemáticas las cuales pueden ser resueltas o aprovechadas con la creación e implementación de nuevas herramientas de TIC's, y es justo por esta innovación como todavía más organizaciones pueden entrar dentro del mundo de las TIC's ya sea creando estas herramientas como consumiéndolas y lanzándose al mercado.

## Tipos de negocios en el marco de E-business y diferencias comercio electrónico directo e indirecto

El E-Business abarca muchos tipos de negocios como pueden ser: venta y compra de artículos por internet, manejo de procesos de venta de una empresa, atención a las necesidades del cliente, marketing digital usando la tecnología.

### Clasificación de tipos de negocios:

- **Business-to-Business (B2B):** Son transacciones electrónicas de diferentes servicios o productos entre dos empresas o negocios.
- **Business to Consumer (B2C):** Es la forma más común de comercio electrónico porque es la relación entre un vendedor y los clientes finales. Este vio un gran crecimiento con él con el desarrollo de Internet y las últimas tecnologías.
- **Business to Employee (B2E):** Utiliza una red que permite a las empresas brindar productos y/o servicios a sus empleados. Normalmente, las empresas utilizan redes B2E para automatizar los procesos corporativos relacionados con los empleados.
- **Consumer to Business (C2B):** Es un modelo de negocio en el que los clientes o usuarios crean un servicio/producto que es utilizado por la empresa.
- **Consumer to Consumer (C2C):** Las transacciones electrónicas se realizan entre el cliente y otro cliente. Se hizo posible con la ayuda de terceros como eBay como un mercado para la acción en línea.
- **Government to Consumer (G2C):** Incluye todas las transacciones entre el consumidor/cliente y el gobierno.

Entre estos tipos de E-Business existe tanto el comercio directo como indirecto donde su principal diferencia es que mientras que el comercio electrónico directo usa comercialización de bienes y servicios inmateriales, donde el suministro del pedido es en forma electrónica, el comercio indirecto usa comercialización de bienes y servicios materiales, donde el suministro del pedido es en forma física a través de medios tradicionales de transporte.

## Definición de la idea de negocio

### Descripción clara y detallada de la idea de negocio:

SmartAssembly será una aplicación web que ofrece el servicio de gestión de armado de computadoras a medida para tiendas de hardware, estas se beneficiaran brindando presupuestos a sus clientes de una forma más rápida y de mayor calidad tanto en la precisión del presupuesto como en la eficacia del proceso de venta a través de su principal diferenciador que son los presupuestos inteligentes los cuales permiten a los empleados de la tienda poder crear el presupuesto de la computadora en base a la cantidad de dinero del cliente (como pueden ser 100000 pesos argentinos) y el tipo de uso (como pueden ser: ofimática, diseño en 3D, videojuegos o edición de video).

La aplicación le permitirá a la tienda reducir el error humano aumentando la precisión con la que se hacen los presupuestos y al ser automatizado mejorara la velocidad de su creación, junto con una optimización de las tareas operativas de los empleados.

Mientras que a los clientes les resultará mucho más fácil indicar sus necesidades ya que solamente indicando el uso que le dará a la computadora y cuanto está dispuesto a gastar, la aplicación le creará el presupuesto correcto para este adaptándose a sus necesidades y su presupuesto.

Esto se logrará a partir del diseño y desarrollo de un software web que contará con los siguientes módulos:

1. **Creador de presupuesto:** a través de este módulo se permitirá ingresar tanto la cantidad de dinero (como pueden ser 100000 pesos argentinos) como el tipo de uso (como pueden ser: ofimática, diseño en 3D, videojuegos o edición de video) y la aplicación le responderá con los presupuestos más acordes para el cliente.
2. **Asistente de armado:** a través de este módulo el empleado armara la computadora y también podrán indicar los fallos que tuvieron durante su armado, de esta forma la aplicación le indicara un reemplazo equivalente en calidad y precio para el componente de hardware defectuoso, posteriormente la aplicación registrara la incompatibilidad o mal funcionamiento para poder hacer mejores y más acertados presupuestos a medida que se usa el software.
3. **Asistente de entrega:** una vez entregada la computadora se registrará dentro de la aplicación y en caso de que el cliente presente algún fallo o mal funcionamiento se registrara también como una incompatibilidad una vez revisada e indicando un reemplazo equivalente en calidad y precio para el componente de hardware defectuoso.

**El uso de la aplicación será el siguiente:**

**Creación del presupuesto:**

1. El cliente se acercará al local detallando su tipo de uso y el presupuesto que desea para su computadora.
2. El local consultará a la aplicación las computadoras disponibles en base a la cantidad de dinero y el tipo de uso detallado por el cliente.
3. La aplicación le dará las computadoras ordenadas según ratio de calidad-precio adecuándose al precio y stock de los componentes del local.
4. El local le ofrecerá al cliente la mejor computadora calidad-precio que la aplicación detallo previamente en el tope del listado.
5. El cliente realiza un pedido sobre la computadora con los componentes detallados por el presupuesto generado.

**Armado de la computadora:**

1. El empleado se acerca a la aplicación y consulta las computadoras que estén pendientes de armado.
2. El empleado revisa los componentes de la computadora y la arma.
3. En caso de tener algún error durante el proceso de armado se detallará en la aplicación el error y el componente que falla, automáticamente la aplicación reemplazará por el componente más cercano en calidad-precio al componente afectado hasta lograr un armado sin fallas.
4. El empleado finaliza el armado y se le notifica al cliente que su computadora esta lista para retirar vía mail.

**Entrega de la computadora:**

1. Una vez notificado el cliente retirara la computadora por la tienda.
2. En caso de tener algún error la computadora una vez entregada, el cliente se acercará con la computadora hacia el local y posterior revisión técnica se registrará su falla o mal comportamiento de algún componente, en caso de que algún componente este defectuoso la aplicación reemplazará por el componente más cercano en calidad-precio al componente afectado.
3. La aplicación notificara al cliente sobre el arreglo de la falla presentada y se informa que esta lista para retirar vía mail.

De esta forma vemos como los locales que implementarían la aplicación se verán beneficiados en dos ámbitos principales los cuales son:

- **Ámbito de negocios:** al poder automatizar su proceso de negocio de armado, los locales van a poder obtener un aumento tanto en la eficiencia como en la satisfacción del cliente ya que consiguen un aumento de rapidez en la respuesta y reducción del error humano que puede darse durante el proceso de armado de la computadora.
- **Venta:** al aumentar la eficiencia de la comunicación con el cliente se podrá obtener un mayor número de ventas y a su vez podremos optimizar los costos de armado del local ya sea por reducción de tareas operativas repetitivas como en materia prima debido a una mejor elección de componentes a usar.

Una vez marcado esto, para el análisis del mercado de la idea propuesta se realizó un estudio de mercado ([Ver anexo 1](#)) en donde encuestamos a 15 de los principales locales de venta de hardware (de quienes nos han respondido 10 hasta el momento) en ciudad de buenos aires.

Dentro del análisis del mercado se observó como este se encuentra en crecimiento debido a la expansión del trabajo remoto y de nuevos modelos de negocios durante el auge de la pandemia como pueden ser trabajadores freelance, streamers, editores tanto de audio o video, junto con un aumento en la demanda de computadoras gaming para entretenimiento o competencia profesional junto con un aumento de la oferta de nuevos productos y componentes para estas.

Cabe aclarar que, debido a la diversidad de locales y tamaño, la aplicación se ofrecerá como servicio, esto quiere decir que las tiendas que quieran utilizarla deberán elegir entre algunos de los planes mensuales y anuales en pesos argentinos en base al tamaño de la tienda y abonarlo, posteriormente se le otorgara un usuario con permisos dentro de la aplicación y este podrá realizar todas las tareas que considere necesarias dentro de esta.



## Resuelve un problema

La idea propuesta responde al **problema** del complejo proceso del armado de una computadora de forma manual, la complejidad de esto de proceso se debe a varios problemas que se generan durante el proceso los cuales son:

- Durante el proceso de elección de componentes contamos con un grado de error humano que al momento de concretar la venta y posterior armado de la computadora, vemos como ciertos componentes no son compatibles entre si generando más gastos hacia la tienda y perjudicando la confianza del cliente, el cual no va a obtener lo que primeramente fue acordado, así como también puede tener un sobrecosto ya que podríamos estar entregando una computadora más cara de lo que realmente necesitaba el cliente.
- El proceso de elección de componentes conlleva un tiempo considerable si el tipo de uso del cliente sea muy específico y hasta puede suceder que los componentes para la computadora elegida no cubran totalmente sus necesidades o incluso sobrepase estas generando esperas innecesarias sumado a un sobrecoste.
- Por último, es la falta de documentación de fallos de las computadoras entregadas y de las incompatibilidades específicas que pueden tener durante el proceso de armado y también una vez entregadas, lo que provoca el problema de “lo que no se documenta no existe” por lo que se arrastran esas incompatibilidades y errores a futuros presupuestos y con ello a los futuros clientes.

La aplicación resolverá todos y cada uno de estos problemas y permitirá automatizar este proceso brindando de forma rápida y sencilla las distintas computadoras que se le pueden ofrecer al cliente con la certeza de que cubrirá sus necesidades al mejor precio posible y con una buena gestión de fallos tanto en durante el proceso de armado como luego de ser entregada al cliente.

## Tipo de E-Business, E-Commerce

### Tipo de E-Business

El desarrollo de una aplicación web en donde se centralice todo el proceso de armado facilita todas las operaciones que se deben llevar adelante para el correcto armado de la computadora hacia el cliente.

Dentro de las tiendas que usaran la aplicación todas cuentan computadoras y celulares con acceso a internet lo que nos permite poder integrarlas dentro de una mejor experiencia de usuario para las tiendas debido a su facilidad de uso y mantenimiento, es por ello por lo que el desarrollo de una solución del tipo E-Business que facilita todas las tareas tanto en el proceso de creación del presupuesto de la computadora, así como en su armado y posterior entrega.

Teniendo en cuenta esto proponemos crear una empresa de servicios **B2B (Business to Business)** que ofrezca el servicio del software en cuestión, ya que nuestro servicio se comercializará principalmente a tiendas que quieran contar con una herramienta que automatice todo el proceso de armado de computadoras desde la creación hasta su entrega.

La forma de **E-Business será directo** entre las tiendas que adquieran el servicio y SmartAssembly, dado que toda la gestión de contratación del servicio será realizada mediante la aplicación web detallándose en las siguientes etapas:

1. Contratación del servicio.
2. Pago de este.
3. Utilización y uso de las herramientas que ofrece la aplicación.

### Tipo de E-Commerce

Es un **e-commerce directo** porque se comercializa, vende y distribuye por el cuarto canal.

## Mercado-objetivo: Ámbito geográfico de cobertura y justificar.

### Mercado objetivo:

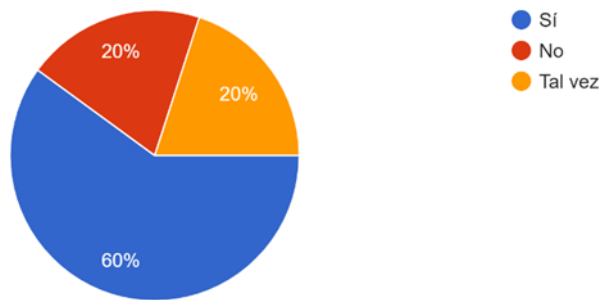
El mercado meta definido es un mercado concentrado constituido por todos los pequeños, medianos y grandes locales de ventas de hardware ubicados en la ciudad de buenos aires debido a que en esta zona se radican la mayor cantidad de locales y también los de mayor envergadura tanto en volumen de ventas como de clientes.

Entre a los perfiles de consumidor a los que apuntamos son jugadores o profesionales que necesitan de una computadora a medida para poder realizar con comodidad sus tareas laborales desde su casa u oficina y necesitan de la personalización y potencia que estas computadoras ofrecen junto con una relación calidad-precio accesible.

Dado que nuestro servicio es online, en el futuro se puede expandir hacia el resto de la argentina sin ningún inconveniente y utilizando cambios de moneda correspondientes junto con los tipos habituales de uso para su armado se puede escalar hacia el resto del mundo.

### Rentabilidad

Dentro de la encuesta ([Ver anexo 1](#)) se vio como de los locales encuestados un 60% de los encuestados son grandes potenciales clientes y un 20% podrían quererlo, los cuales adquirirán el producto bajo un sistema de pago mensual y eligiendo el plan dependiendo del tamaño de la tienda.



El número de ventas en promedio por cada local serian un total de unas 131 computadoras mensuales, donde luego los clientes buscan reemplazar en promedio algún componente de esta en un lapso de entre 6 meses a 1 año buscan y la compra nuevamente de otra computadora se da en su mayoría alrededor de los 2 años.



Por lo que una vez el cliente completa el armado de la computadora con el local, tiende a volver al local en busca de mejor hardware o bien en un plazo más largo el reemplazo por otra computadora es por ello por lo que nuestra aplicación está enfocada hacia la comodidad en el proceso de venta y con ello conseguir esta fidelización por parte del cliente.

### Competidores:

La aplicación no cuenta con una competencia directa, ya que no existe otro tipo de software que cumpla con estas funcionalidades, la única forma de conseguir un software con esta funcionalidad es que se lleve adelante el desarrollo de un software especializado para el BackOffice de la tienda por cuenta propia, pero esto es bastante más caro tanto en tiempo de desarrollo como en dinero a comparación de la adquisición del servicio del software planteado y su pago mensual en pesos argentinos.

Los únicos softwares cercanos son los de armado de computadoras manual de algunas páginas de tiendas de hardware, como pueden ser:

- <https://www.fullh4rd.com.ar/armatupc>
- <https://compragamer.com/armatupc>
- <https://www.maximus.com.ar/armarpc/armar-pc/maximus.aspx>
- <https://www.venex.com.ar/configurador-de-pc.html?vmm=16>

Pero estos no cuentan con las características que diferencian a nuestra aplicación siendo las siguientes:

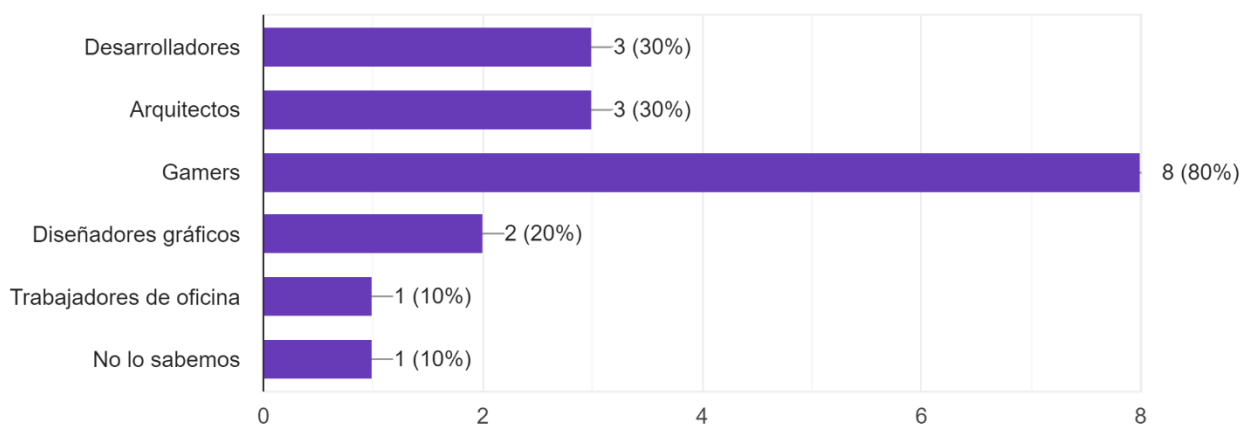
- Automatización del armado de la computadora de forma completa.
- Recomendación de partes en base a las necesidades del cliente.
- Gestión de reemplazo por el componente más apto en caso de fallar algún componente y llevar registro de ello.
- Ajuste al precio y stock de las partes con la que cuente el local en particular.

## Identificar y describir el perfil del consumidor: segmentación-segmento objetivo, factores que influyen en la conducta del consumidor

### Segmento objetivo:

Nuestro segmento objetivo acorde los resultados a la encuesta ([Ver anexo 1](#)) son aquellos jugadores y profesionales del mundo de la tecnología quienes necesitan de una computadora personalizada para poder realizar sus tareas laborales o de juego en forma cómoda y productiva, es por ello por lo que, atendiendo a sus necesidades de hardware particulares para cada tipo de uso, los segmentos más comunes serían los siguientes:

- **Trabajadores remotos (devs – arquitectos – diseñadores):** utilizaría la computadora para poder trabajar de forma remota se caracterizan por un alto rango salarial junto con una preferencia de la estabilidad de la computadora por encima de su estética, aunque cada uno de estos con unas especificaciones diferentes dependiendo de su labor, las cuales pueden ser sectorizadas dentro de los tipos de uso de la aplicación y su rango etario es variado desde adultos jóvenes hasta adultos.
- **Streamers:** utilizaría la computadora para poder transmitir en vivo su contenido, administrar su público y poder interactuar con facilidad, el rango salarial varía mucho dependiendo del éxito dentro de la plataforma y normalmente son de un rango etario joven siendo adultos jóvenes o adolescentes.
- **Editores audiovisuales:** utilizaría la computadora para poder trabajar de forma remota y poder editar tanto audio como video, pertenecen a un rango etario joven y están caracterizados por un gasto más alto dentro del presupuesto de su computadora debido a que tienen las necesidades más exigentes en lo que sería el rendimiento de esta.
- **Gamers (entretenimiento y profesionales):** utilizaría la computadora para poder jugar ya sea de manera casual para entretenerse como de manera profesional, pertenecen a un rango etario bastante joven y se caracterizan por tener el rango salarial más variado dentro de estos, tienen como particularidad preferir más estética en comparación a los demás tipos de consumidores.



En cuanto a las empresas que consumirán el servicio son locales de venta de hardware los cuales estén interesados en poder automatizar su proceso de armado de computadoras en base a las peticiones de los distintos clientes que se acercan al local.

- Pequeños locales de venta de hardware: de 2 a 10 empleados.
- Medianos locales de venta de hardware: de 10 a 20 empleados.
- Grandes locales de venta de hardware: de más de 20 empleados.

Los factores que influyen dentro de la conducta de los locales son:

- La calidad de automatización que puede brindar el software para su proceso de armado y el posterior aumento de ganancias que este puede generar.
- La facilidad del uso del software por parte de los empleados.
- El costo del software.

## Misión del negocio

### Misión

Proporcionar un servicio de alta calidad, personalizable y altamente competitivo, para que nuestros usuarios se sientan cómodos y acompañados en cada una de las etapas para el armado de una computadora.

### Visión

Convertirnos en la plataforma líder de servicios para la gestión del armado de computadoras.

## Cultura Organizacional

- **El cliente es primero:** Entendemos que nuestros clientes, son quienes realmente hacen que nuestro negocio funcione, por esa razón lo posicionamos en el foco de todas nuestras decisiones.
- **Conducta ética responsable:** Solamente podremos sacar lo mejor de cada miembro del equipo dentro del comportamiento ético y responsable de cada uno.
- **Trabajo en equipo:** Para poder convertirnos en una empresa líder en el rubro tendremos que trabajar en equipo y dando lo mejor de cada uno de una forma asertiva y proactiva.
- **Ver los errores como una oportunidad de mejora:** para poder tener una aplicación competitiva y de alta calidad es necesario aprender de los errores y crecer a partir de ellos.

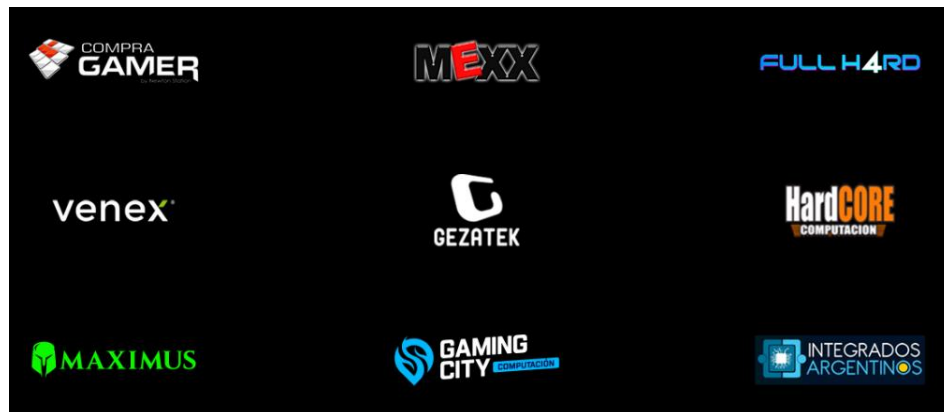
## Análisis del contexto

### Describir el microambiente de la organización

En el microambiente de nuestra organización contamos con varios actores:

- **Proveedores:** nuestros proveedores serían los que utilizan las tiendas para poder realizar armados los cuales son importadores particulares y oficiales, cabe aclarar que muchas de estas tiendas también distribuidoras oficiales de ciertas marcas, como se puede ver en el ejemplo de Nvidia.

<https://www.nvidia.com/es-la/geforce/products/donde-comprar/>



- **Clientes:** Tenemos por un lado los clientes de nuestra aplicación siendo el local de venta así como el consumidor final que es quien asiste a la tienda y pide la computadora acorde a sus necesidades, es por ello por lo que se debe estar monitoreando el surgimiento de nuevas necesidades ya sea por parte de los clientes (como puede ser una computadora para X juego de moda o X programa nuevo para trabajo) así como de los locales (los cuales pueden pedir que se agregue cierta validación en las reglas del armado debido al avance tecnológico o particularidad en su armado).
- **Intermediarios:** Dentro de los intermediarios tendríamos los importadores particulares que ofician para poder lograr la importación de los componentes, así como los distribuidores que permiten llegar a toda el área geográfica estos.



## Describir el macroambiente de la organización

### Económica

#### PBI:

El crecimiento del PBI es crucial para la economía, ya que su incremento refleja un aumento de la actividad económica local. En el segundo trimestre de 2021, el PBI argentino fue de 98.247 millones de euros, ubicándose en el puesto 25 de un total de 53 países que publicaron resultados ([Ver anexo 2](#)), y debido al creciente contexto inflacionario aparecen una disminución del consumo interno lo que reduce el PBI del país.

Esto puede afectar directamente a nuestra empresa ya que, si accedemos a préstamos o financiación inicial para nuestros primeros pasos como negocio, debemos tener cuidado con el coste de repago de los préstamos, así como los reajustes de las tasas de interés.

#### Inflación:

En los últimos diez años, el promedio de la inflación fue superior al 30% anual, cuando en ese período la suba de precios en los países emergentes y en desarrollo fue en promedio de un poco más del 5%. Es decir, que la económica argentina experimentó un ritmo de crecimiento de precios a una velocidad 6 veces superior al resto del mundo ([Ver anexo 5](#)). El año pasado la comparación fue aún peor. Con el 53.8% de inflación que terminó 2019, la suba de precios en Argentina superó en más de 10 veces al promedio del mundo emergente, ubicándonos en el cuarto puesto en el ranking mundial de inflación ([Ver anexo 3](#)). Sin embargo, y pese a ello, el nivel de consumo en tecnología fue creciendo año a año. Según estudios, en 2013, solo el 43% de la población argentina tenía teléfonos móviles. Sin embargo, en 2019, el 91% de la población encuestada afirmó tener al menos un teléfono móvil inteligente ([Ver anexo 6](#)).

Sin lugar a duda otro factor super relevante a la hora de proyectar cualquier negocio. Por este motivo este punto se convierte en un limitante importante, cuando pensamos y proyectamos expandir operaciones, o intentar llegar a más clientes. Debemos contar con una excelente administración económica, acompañada de una muy buena política de inversión para evitar que la inflación propia de la Argentina, no nos liquide todo el capital que obtendremos como ganancia, dado que vale mencionar que estos ingresos serán en pesos argentinos y no en dólares.

Pensando en la inflación del país, también es que intentamos llegar a más clientes viéndolo como una ventana de oportunidad, ofreciendo diferentes tipos de planes que les permitan abonar suscripciones mensuales y anuales (en caso de solicitarlo se pueden arreglar suscripciones de más de un año) que resguardarían el valor de la plataforma sin preocuparse por la inflación en ese lapso.

### **Tipo de cambio:**

El tipo de cambio no ha favorecido a la Argentina en los últimos años, convirtiéndose en uno de los principales factores tanto de confusión para futuras inversiones, así como de incertidumbre sobre la economía de la argentina. Actualmente, reconocemos un total de nueve tipos de cambio: El dólar blue, contado con liqui, el dólar ahorro, el dólar minorista, dólar mayorista, el dólar para industria, dólar para carne, dólar trigo y dólar soja. Así mismo, se evidenció un incremento de del dólar oficial de un 60% considerando los valores promedio de julio 2020 a junio 2021 ([Ver anexo 4](#)). Esto afecta negativamente a la llegada de hardware desde el exterior que es donde la gran mayoría proviene y haciendo más volátil la planificación y creación correcta del presupuesto de una computadora.

Teniendo en cuenta este problema es que desde SmartAssembly lo vemos una oportunidad de negocio para poder ingresar al mercado, ayudando a reducir a todos los locales de hardware la incertidumbre por sus futuras ventas ya que tomamos los precios y stocks actualizados por la tienda para el armado de las computadoras y brindándole gestión de stock dentro de la aplicación para poder tener un mayor control dentro de este contexto.

### **Indicadores oferta y demanda:**

Las medidas de aislamiento que fueron implementadas en la Argentina hacen que la economía se detenga de manera abrupta. Tanto la oferta como la demanda de componentes electrónicos aumentaron drásticamente dado a que la gente está siendo obligada a quedarse en su casa para evitar contagios.

Sumado a esto, el stock de ciertos componentes debido al boom de la minería de criptomonedas se redujo drásticamente haciendo que sus precios se elevaran de manera exorbitante y con ellos su precio.

En este contexto, desde SmartAssembly entendemos este problema y por eso nuestro modelo se basa exclusivamente en un modelo de servicio, donde pese a la alta demanda y precios de muchos productos vemos como más gente necesita de una computadora con buenas prestaciones para poder realizar su trabajo con comodidad y poder trabajar de forma remota, es por esto que nuestro servicio ofrece el mejor precio del armado aunque se encuentre en un contexto de aumento de precios ya que puede tomar aquellos componentes que hayan subido menos de precio con respecto a los demás y teniendo un rendimiento parecido para el tipo de uso detallado.

### **Tasas de interés**

El banco central establece que las tasas anuales actualmente se encuentran en la media del 36.5%. ([Ver anexo 7](#))

## Nivel de desempleo

La tasa de desempleo de Argentina subió a 9.6% en el primer trimestre de 2021 frente al 10,4% registrado en el mismo período del año anterior. La medición tomó en cuenta parte de la cuarentena que estableció el Gobierno a partir del 20 de marzo para contener la pandemia del coronavirus. Por su parte, la tasa de desocupación se incrementó principalmente entre quienes tenían una ocupación anterior y, en términos de tiempo de búsqueda, crecieron especialmente quienes llevan de 3 a 6 meses buscando empleo, según el INDEC. El ente añadió que la tasa de actividad en el primer trimestre del 2020 se ubicó en un 47,1% y la tasa de empleo fue del 42,2% en el mismo período. Este es un factor que no nos afecta inicialmente, dado que estos números que detallamos son en áreas muy diferentes a la tecnología, donde en los últimos años el incremento de posiciones laborales no cubiertas pasó de un 20% a un 47%.

([Ver anexo 8](#)).

## Político legal

### Inseguridad

El 50,4% de la población argentina encuestada reconoció haber padecido algún hecho de inseguridad en los últimos dos años. Pese a esto, aproximadamente el 40% de ellos no realizó la correspondiente denuncia, y el 67% que realizó dicha denuncia no se sintieron satisfechos por el resultado de esta. ([Ver anexo 9](#))

### Leyes, disposiciones, regulaciones (marco legal)

Las leyes y disposiciones más relevantes dentro del mercado objetivo son la ley de defensa al consumidor junto con los aranceles y disposiciones sobre la importación de productos:

- ley de defensa al consumidor: establece una protección a aquellas personas quienes compran bienes o servicios, nuevos o usados, ya sea pagando o de manera gratuita, y detallando tipos de consumidores hipervulnerables como pueden ser las personas humanas que tienen dificultades especiales para ejercer con plenitud sus derechos como porque están en situación de vulnerabilidad por su edad, género, estado físico o mental, o por circunstancias sociales, económicas, étnicas o culturales. ([Ver anexo 10](#))
- Aranceles de importación: ([Ver anexo 13](#))
  - Impuesto a las ganancias del 6%.
  - Ingresos brutos si corresponden al 3%.
  - Tasa de Oficialización de Aduana de US\$10,00 que aplica a todos los casos.
  - Tasa de Digitalización de Aduana de US\$28,00 que aplica a todos los casos.
  - Tasa de SENASA Madera de US\$18 + IVA. Solo si la mercancía posee embalaje de madera.
  - IVA tasa general del 21% o 10,5% si la importación se refiere a bienes de capital, informática o de telecomunicaciones.
  - IVA Adicional del 20%.
  - Tasa de estadística que varía entre 0.5% hasta 0.1%.
- Las disposiciones sobre la importación son que debe respetar los requisitos de seguridad fijados por la Resolución GMC N° 23/04. ([Ver anexo 14](#))

### **Transparencia en la gestión de políticas públicas**

En Argentina desde hace muchos años no se cuenta con un estricto control en lo que se refiere al gasto público ni a las políticas públicas que se ejecutan sobre el mandato de cada presidente. Esto lleva a generar un algo nivel de desconfianza por parte de todos los argentinos con el gobierno y con todos los impuestos que estos recaudan. Cuando hablamos de argentinos, no solo nos referimos a las personas individuales sino también a las empresas que operan bajo las leyes argentinas. Dado que es muy difícil de prever como el gobierno operara o como los próximos gobiernos realizaran una gestión de las políticas previamente aplicadas.

### **Relación Gobierno-Sindicatos**

A pesar de la grave situación en temas laborales como económicos por la que está pasando la argentina vemos como la relación entre el gobierno y ciertos sindicatos es particularmente buena como es el caso entre la CGT y Alberto Fernández debido al parecido en ideología política que existe entre Moyano quien es su actual presidente y el presidente de la república argentina, por otro lado vemos como el gobierno choca contra sindicatos con una ideología más de izquierda aunque estos no tengan una gran envergadura ni mucho menos superen el número de los grandes sindicatos.

### **Relación gobierno oposición**

Desde que fracasó en la reelección del cambiamos en 2019, el expresidente se ha alejado del escenario político para actuar como presidente de la Fundación FIFA y hasta ahora, nadie ha asumido su función de liderazgo en el bloque político que hace oposición al Gobierno de Alberto Fernández y Cristina Kirchner. Por este motivo durante este año se ha observado como el gobierno actual sanciona leyes sin mediar demasiadas palabras y como son capaces de manipular diferentes políticas sin que nadie se oponga, aunque debido a la reciente elección el gobierno perdió el quorum dentro de las cámaras de diputados y senadores.

### **Transparencia en la gestión de políticas públicas y corrupción**

La mitad de los argentinos cree que la corrupción ha aumentado en el último año y que el Gobierno no está haciendo lo suficiente para combatirla. Esta convicción se repite en gran parte de la región, donde sus ciudadanos también piensan que las prácticas corruptas están empeorando en sus países. Así lo refleja la última edición 2019 del Barómetro Global de la Corrupción, la encuesta internacional de opinión pública sobre este tema elaborada por Transparencia Internacional, el estudio refleja que el 93% de los argentinos piensa que la corrupción en el Gobierno es un problema grave.

## **Tecnológico**

### **Ley de economía del conocimiento**

La iniciativa busca reemplazar la ley 27.506, cuya aplicación fue suspendida por el Gobierno en enero pasado.

El proyecto de ley, enviado el 19 febrero pasado a la Cámara de Diputados, incluye modificaciones respecto a la norma aprobada durante el gobierno de Cambiemos y busca incentivar la actividad de empresas que apliquen el uso del conocimiento y la digitalización de la información.

Entre los principales cambios, respecto a la ley anterior, la nueva versión no contiene la cláusula de estabilidad fiscal por diez años para las empresas. Lo que sí establece es una estabilidad de los beneficios por el período de duración de vigencia del régimen. Los puntos tratados del proyecto:

- El proyecto de modificación mantiene los dos beneficios: reducción de alícuota sobre el impuesto a las Ganancias y sobre el pago de contribuciones patronales, y lo amplía al modificar el modo de calcularlos retomando lo establecido en la ley de Software (60% reducción de impuesto a las ganancias y 70 % reducción de contribuciones patronales).
- Sobre las contribuciones patronales introducen dos novedades: un tope inicial equivalente a siete veces la cantidad de empleados de una Pyme tramo II (535 empleados) lo que significa que el beneficio aplica inicialmente a un máximo de 3.745 empleados, que puedan ser promovidos en este régimen especial del 70% de la reducción de los aportes patronales.
- De esta manera, las grandes empresas siguen siendo consideradas como destinatarias de este régimen porque son empresas emblemáticas de Argentina, que mueven la economía y el empleo del país.
- Se crea un Fondo con un porcentaje que van a aportar las empresas del beneficio que ya estaba previsto en la ley, pero con otro destino: la promoción de la economía del conocimiento para financiar capacitación, formación de recursos humanos, proyectos de inversión productiva, internacionalización de pymes, actividades de innovación. Este fondo será de apoyo exclusivo para las Pymes.

## **Ecológico**

El principal factor contaminante de nuestro mercado objetivo es el consumo de energía el cual está afectando seriamente a distintos países sobre todo por la expansión y auge del minado de criptomonedas, es decir para producir un bloque de la blockchain se necesita una cantidad de energía inmensa la cual es extraída de fuentes de energías no renovables y que terminan generando una gran contaminación hacia todo el planeta.

Sumado a esto la explotación de recursos naturales para la manufacturación de los productos que utilizamos en nuestra aplicación para el armado de computadoras proviene de la explotación indiscriminada de suelos y con ello obtener silicio, oro, plata, litio en su mayor medida.

## **Socio cultural**

### **Implicaciones sociales del aislamiento social**

La cuarentena que se realizó en argentina durante el 2020 tuvo un gran impacto a nivel sociocultural y cambiando la rutina junto con trabajo y estudio de todos los argentinos, tuvo impactos tanto a nivel social como psicológico sobre toda la población, durante este tiempo se empezó a extender el uso y normalización de la tecnología para todos los aspectos cotidianos de la vida y es por ello que muchas personas vieron la necesidad de acercarse a esta para poder sentirse cercano tanto con sus familiares y amigos, es por ello que la pandemia marco un antes y un después no solo en la adaptación de la tecnología sino que también aumento la demanda sobre equipos que procesen más información, entendiendo este contexto es que vemos la oportunidad para poder ingresar al mercado con un público mucho más adaptado y naturalizado al trabajo – estudio remoto así como juntarse con sus amigos y familia de forma virtual.

### **Conclusión**

Si bien Argentina no está en un buen contexto económico, la pandemia del covid-19 trae muchas oportunidades consigo. Mencionare algunas de ellas:

- Ingresar en un mercado con muy poca competencia, ya que no existe un producto de este estilo en el mercado.
- Brindar soluciones para un problema que aqueja a la gran mayoría de locales como pueden ser lo engorroso y complejo que es hacer un presupuesto en un escenario de incertidumbre económica y política.
- Atrae nuevas alternativas para innovar dentro del sector.
- Ingresar al mercado de forma temprana viendo el contexto de expansión de trabajo remoto y estudios online, así como nuevas formas de entretenimiento y comunicación.

## Estructura de la industria

### Describir características del sector industrial

#### Sector industrial de partida

El sector industrial de partida del producto es el sector de desarrollo de software, del cual existe reglamentación que regula la actividad tanto a nivel nacional como internacional las en donde las leyes están en constante proceso de construcción y modificación como en nuestro país.

#### Estado de situación

El estado de situación actual con respecto a la industria de software es muy favorable en donde se dieron récords históricos en exportación de software durante el 2017 teniendo con U\$S 1.699 millones superando el máximo del año 2012 (U\$S 1.533 millones) y sumado al aumento de profesionales ese mismo año siendo un total de 107.100 profesionales del software entre registrados y no registrados, y ventas por U\$S 2.237 millones en el mercado interno, de los U\$S 3.837 de todo el mercado. ([Ver anexo 11](#))

Los gastos en recursos humanos continúan representando uno de los principales costos en los que incurren las organizaciones del sector, siendo de un 73%. Al momento de encontrar a estos talentos, el perfil más demandado fue el de desarrollador de aplicaciones, que presentó dificultades del 80% de las empresas en la categoría Senior para cubrirlo.

Sumado a esto se ve como hay un gran faltante de mano de obra tanto en argentina como en el mundo donde hay unas 15000 vacantes sin cubrir y donde se vio un aumento con respecto al año pasado. ([Ver anexo 12](#))

#### Políticas gubernamentales relacionadas al sector

La prórroga de la Ley de software permitirá seguir generando empleo de calidad, seguir aumentando las exportaciones con una balanza comercial positiva y generando más propiedad intelectual, esta aporta un valor estratégico esencial para lograr emplear 500.000 profesionales en software y superar los U\$S 10.000 millones en exportaciones para 2030, y alcanzar así una mayor transformación digital de nuestra sociedad que nos lleve hacia la economía del futuro, la economía del conocimiento, para lograr mayor inclusión y progreso social.

## Sector industrial de destino

El sector industrial de destino del producto es el sector terciario, más específicamente al sector comercial y teniendo en cuenta que está dirigido hacia la compraventa de hardware que se realizan a través de locales físicos debido a que la aplicación será intermediaria entre este y el cliente.

Se ha optado por hacer un análisis del sector industrial específico de la compraventa de hardware debido a que tiene un estado de situación distinto al resto del sector comercial, esta situación particular se debe a los aumentos en la demanda crecientes debido al impacto de la pandemia y su posterior aumento de precio, sumado a que enfrenta sus propios problemas de abastecimiento debido a la crisis del silicio que afecta tanto a los procesadores como a las tarjetas gráficas de forma más notoria no solo por la complejidad de explotación sino por el shock de oferta de las tarjetas gráficas para el minado de criptomonedas.

### Estado de situación

El estado actual de situación del sector de venta de hardware y computadoras se encuentra en crecimiento debido al aumento y expansión del trabajo remoto como al surgimiento de nuevos modelos de negocios sumado a un aumento en usuarios que quieren una computadora para jugar ya sea por entretenimiento o para jugar de forma profesional viéndose impulsado aún más por la pandemia y posterior cuarentena.

Mientras que en Argentina dentro del sector comercial vemos como en septiembre de 2021 las exportaciones alcanzaron 7553 millones de dólares y las importaciones unos 5886 millones de dólares, lo que resultó en un intercambio comercial (constituido de exportaciones más importaciones) con un aumento del 51,8%, en relación con el mismo mes en el año 2020, sumado a esto vemos como las importaciones se incrementaron un 46% con respecto al periodo anterior ([Ver Anexo 15](#)), lo cual es positivo para nuestro negocio ya que la gran mayoría de los componentes para el armado de una computadora provienen a través de importaciones del exterior.

### Atractivo del sector

Lo atractivo del sector es que es un mercado que todavía no cuenta con muchas herramientas informáticas que lo ayuden a gestionarse y automatizarse en la mayoría de sus tareas, por lo que para nuestra empresa sería un terreno bastante favorable para poder hacer incursión en él, otro gran atractivo es la comunidad que tiene donde podemos encontrar grupos tanto en discord como en facebook únicamente dedicados al tema y con gente realmente apasionada por la tecnología trabajando en los locales de venta de hardware, por lo que vemos un gran atractivo teniendo en cuenta la baja competencia y el gran amor que tienen aquellos que trabajan en esta industria hacia las computadoras.

### Nivel de inversión

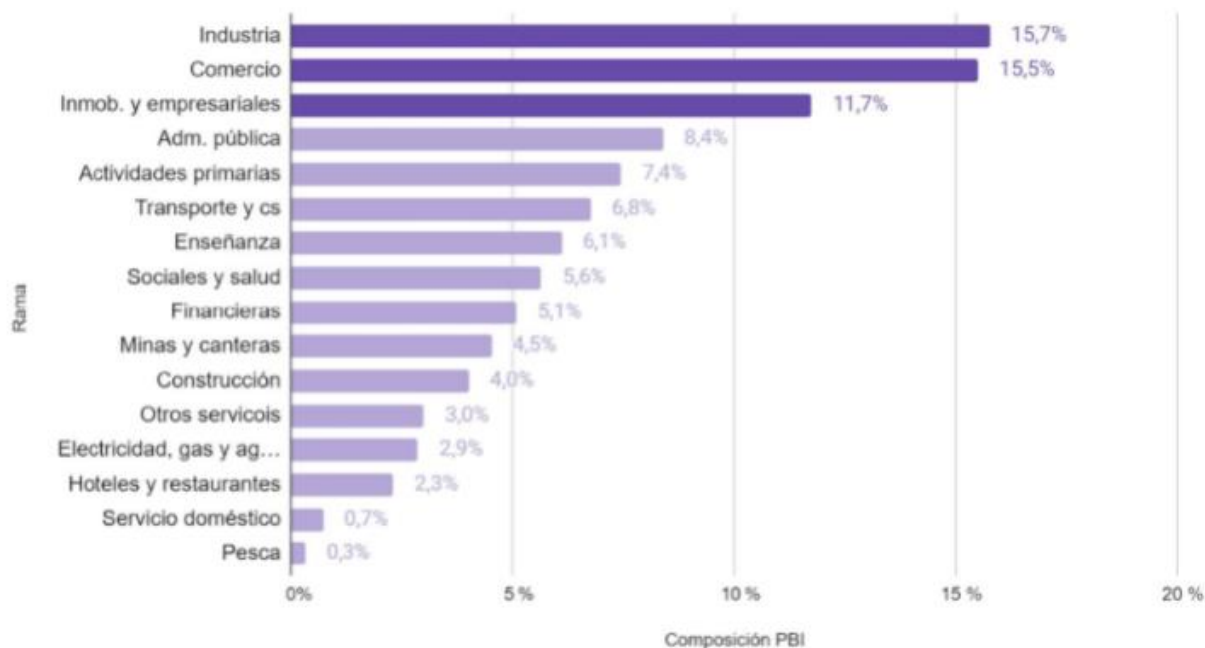
El nivel de inversión del sector comercial es de al menos unos 1000 millones de dólares según el informe anual de inversiones hecho en el periodo anterior. ([Ver anexo 16](#))



## Aporte del sector al PBI

El aporte del sector comercial al PBI es de un 15.5% según el DNEIyG en base a datos del Avance del Nivel de Actividad del INDEC durante el 4to trimestre del 2019 por debajo de la industria quedando así en una segunda posición y mostrando como este sector es uno de los principales aportantes para el PBI del país.

### Sectores como % del PIB



## Políticas gubernamentales relacionadas al sector

Las políticas gubernamentales relacionadas al sector se caracterizan por querer estimular la demanda de estos productos y hacerlos más accesibles, como pueden ser con el lanzamiento de ahora 12 y ahora 18 que les permite a los usuarios poder obtener estos productos a un interés bastante más bajo, además de esto tenemos que agregar el plan Argentina programa que otorgaba unos 100000 pesos argentinos para que muchas personas puedan comprar su primera computadora y dónde muchas se decantaron por una computadora a medida de sus necesidades para poder llevar adelante la beca.

## Empresas que lo integran

Las empresas que lo integran por el lado de las tiendas podemos poner varios ejemplos de las más importantes de argentina:

- 4krc.
- Fullh4rd.
- JFC electrónica.
- Maximus gaming.
- Compugarden.
- Mexx.
- Logg.
- Venex.
- Gaming city.

Y por el lado de las empresas de venta de hardware podremos poner varios ejemplos de las principales como pueden ser:

- Nvidia.
- AMD.
- Intel.
- Asus.
- Logitech.
- Redragon.
- Corsair.
- EVGA.
- Cooler Master.
- Kingston.
- Samsung.

## Alianzas estratégicas intersectoriales

Muchas tiendas cuentan con alianzas ya sea con streamers, influencers y youtubers relacionados con el gaming y la tecnología, de esta forma las tiendas brindan tanto productos como computadoras a medida a cambio de sponsor dentro de sus streams o con links directos hacia su página web, como puede ser el caso de fullh4rd apoyando al streaming haciendo entrevistas y brindando de periféricos y hardware al streamer “momo”:

<https://www.youtube.com/watch?v=TcasLkT4l88>.

A su vez vemos como tiendas cada vez se suman más al terreno de los E-Sports en donde apoyan con hardware y periféricos a cambio de patrocinio, un claro ejemplo es el caso de Isurus gaming en alianza con fullh4rd.



## Cámaras y asociaciones representativas del sector

Las cámaras más representativas serían las siguientes:

- Cámara argentina de distribuidores mayoristas de informática productores y afines  
<https://www.cadmipya.org.ar/#home>
- Cámara de informática y comunicaciones de la república argentina  
<https://cicomra.org.ar/>
- Y como muchas de las tiendas online operan en forma electrónica también está representado por la cámara argentina de comercio electrónico  
<https://www.cace.org.ar/>

## Identificar competidores directos, indirectos y potenciales:

Dentro de lo que sería SmartAssmebly solo se puede identificar competidores indirectos que son aquellos softwares que te permiten armar tu PC que están integrados dentro de las páginas de tiendas de hardware como pueden ser:

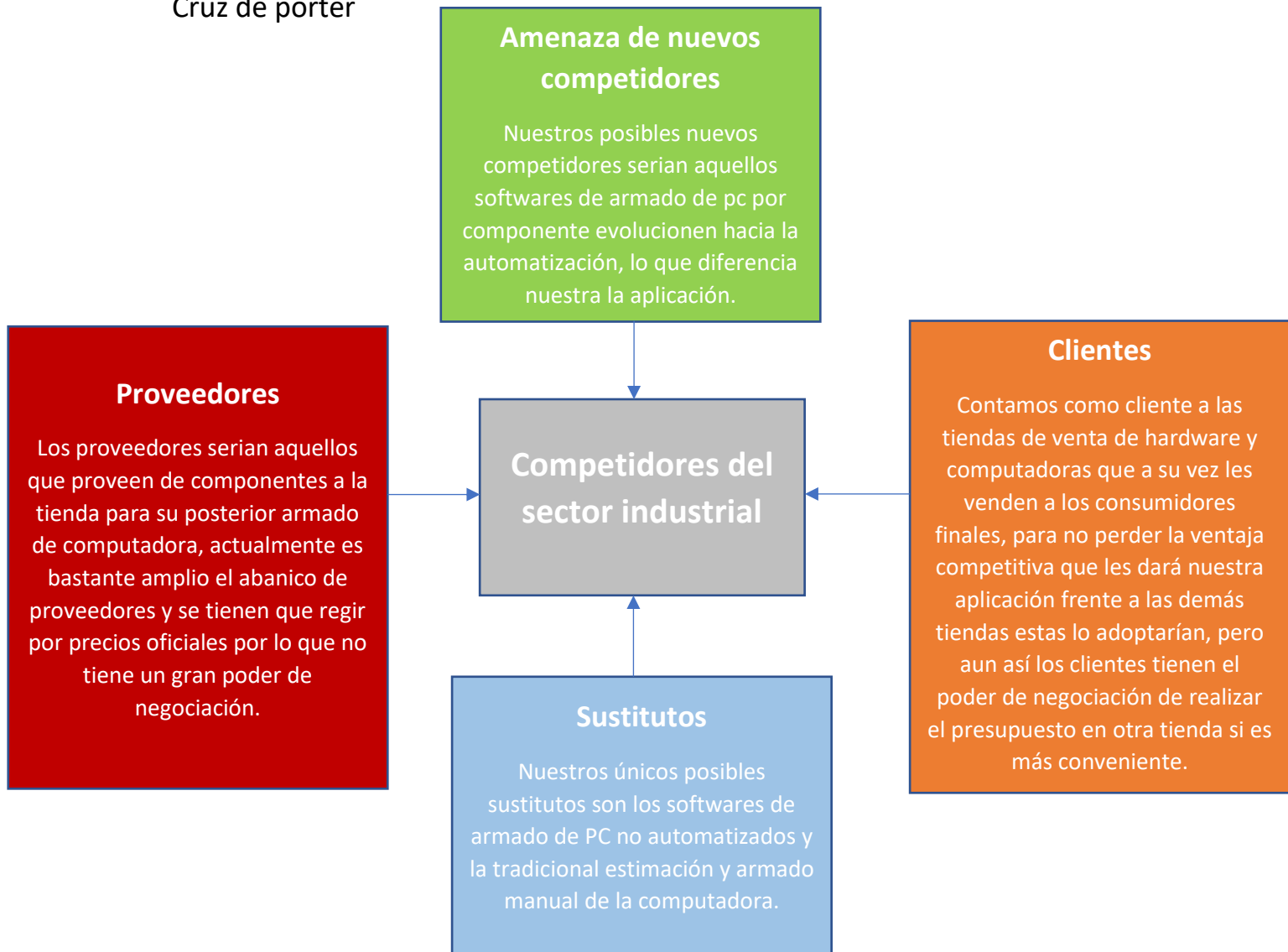
- <https://www.fullh4rd.com.ar/armatupc>
- <https://compragamer.com/armatupc>
- <https://www.maximus.com.ar/armarpc/armar-pc/maximus.aspx>
- <https://www.venex.com.ar/configurador-de-pc.html?vmm=16>

Aunque vemos a estos como competidores indirectos, ya que arman la computadora colocando componente por componente por lo que no termina siendo la misma funcionalidad ya que nuestra aplicación permite no solo hacerlo de manera automática y sencilla, sino que también agrega una gestión de errores sobre las fallas que pueden darse preventa o postventa hacia el local de venta.

## Analizar las fortalezas y debilidades de los competidores directos

Al no contar con competidores directos debido a que ningún competidor hace este tipo de gestión de tareas de manera automática, no hay quien analizar.

### Cruz de porter



### Conclusión del análisis sectorial

El sector industrial se encuentra en crecimiento y es favorable de cara al futuro debido a la aceleración de adopción de computadoras que nos dejó la pandemia aunque es un sector que no cuenta con automatización y que todavía sigue teniendo procesos muy tradicionales a pesar de que se esté trabajando con tecnología, es por ello por lo que vemos una oportunidad de poder darle al sector una herramienta que automatice y disminuya la cantidad de tareas arduas y repetitivas que los empleados realizan y con ello no solo mejorar la venta y eficiencia del armado de estas computadoras sino también hacer que la tecnología sea más accesibles a los consumidores finales.

Tampoco tenemos que dejar de lado el aumento de comunidades alrededor del tema, haciendo un aumento nuestro público de compradores e interesados en las computadoras a medida.

## FODA

<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simplifica tareas complejas del proceso de negocio de armado de computadoras.</li> <li>• Producto innovador, inexistente en el mercado local.</li> <li>• Blanco del mercado concentrado geográficamente dentro de ciertos puntos con locales cercanos unos de otros en galerías y avenidas específicas.</li> <li>• Mejora de proceso de venta y comunicación con el cliente al hacer más eficiente la venta de la computadora.</li> <li>• Variedad de precio que nos permitirán ser competentes a nivel costos ofreciendo distintos planes según el tamaño de la tienda y poder adaptarnos.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pocos competidores a nivel global debido a lo innovador de la aplicación.</li> <li>• Sector en pleno crecimiento con aumentos tanto en la demanda como en la oferta debido a la expansión de nuevas formas de trabajo y entretenimiento.</li> <li>• Tiendas de hardware con poca o nula automatización en sus procesos de negocios.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistencia al cambio por parte de los empleados de las tiendas debido a los cambios en los procesos de negocio habituales.</li> <li>• Altos costos iniciales en publicidad para poder dar a conocer la aplicación.</li> <li>• Altos costos impositivos tanto en el desarrollo de la aplicación como en su comercialización.</li> </ul>

<b>Amenazas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Expansión del mercado de las notebooks por encima de desktop debido a preferencia de portabilidad.</li><li>• Preferencia por el proceso de armado tradicional por parte de algunos locales.</li><li>• Cepo cambiario y restricciones de importación ya que pueden traer complicaciones a la hora de comprar componentes del exterior por parte de las tiendas.</li><li>• Inflación del país ya que reduciría las ventas de las tiendas y por tanto menos potenciales clientes podrían costear la suscripción de la aplicación.</li></ul>
-----------------	--

## Posicionamiento competitivo

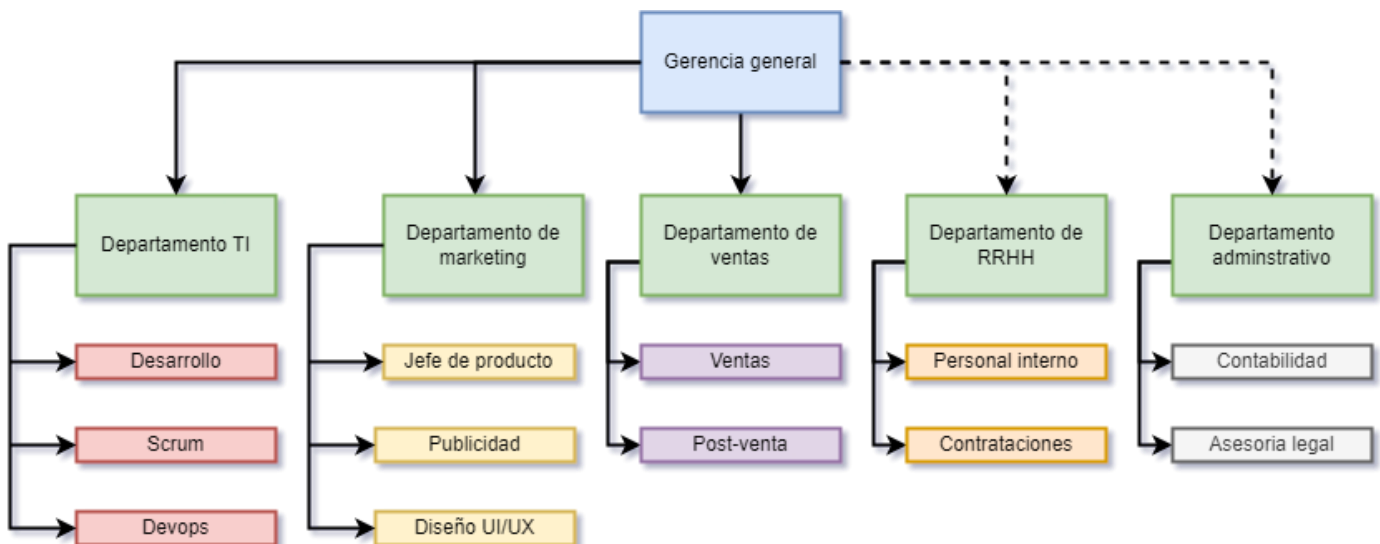
El objetivo central de nuestra empresa en cuanto a posicionamiento es lograr que nuestros clientes comprendan la mejora en la calidad que brinda nuestros servicios hacia el proceso de armado de computadoras junto con una excelente relación calidad-precio.

Mediante nuestras estrategias de difusión y publicidad buscamos resaltar nuestras características diferenciadoras con el resto de los softwares de la competencia, los cuales son:

- Innovación.
- Automatización y optimización de procesos de negocio.
- Optimización de tareas operativas.

La forma en la que impulsaremos nuestra imagen será a través de una prueba gratuita de un mes con el fin de captar mayor cantidad de clientes y para poder dar a conocer esta usaremos campañas de marketing mediante distintas redes sociales.

## Estructura organizacional



## Justificación

Se busco una estructura simple y con cada departamento bien especializado en cada una de las áreas centralizando el flujo de información en el gerente general para que pueda validar cada una de las decisiones y poder canalizar la decisión a cada uno de los departamentos correspondientes.

Entre los departamentos encontraremos cinco departamentos bien definidos en donde se busca canalizar toda la información para la toma de decisiones en un único punto por cada departamento y además separar de forma marcada cada área dentro de estos para poder lograr un comportamiento independiente y así poder mitigar los cuellos de botella de información y los bloqueos de tareas entre áreas.

Detallando un poco sobre cada departamento los roles y funciones serían los siguientes:

- **Departamento TI:** este departamento será el encargado de construir el producto acompañado de una solución de arquitectura escalable y una metodología de trabajo ágil junto con una cultura devops.
- **Departamento de marketing:** este departamento estará a cargo de trabajar estrechamente con el departamento de **TI** para lograr diseñar las campañas de marketing más atractivas, resaltando aquellas virtudes innovadoras del producto por encima de la competencia.
- **Departamento de ventas:** este departamento se encargará de realizar la gestión de ventas con los potenciales y actuales clientes, así como asegurarse que nuestros clientes actuales continúen utilizando nuestro servicio.

Los departamentos encargados de recursos humanos encargado de buscar personal el desarrollo del producto y de administración encargado de la parte contable y de la gestión legal del producto será tercerizado con el fin de poder reducir costos y lograr una optimización de presupuesto del desarrollo e implementación de la aplicación adecuándose al tamaño de la empresa.



## Agenda estratégica del negocio

### Planes de acción general

#### Plan general de contratos con locales de venta

Plan general de contratos con locales de venta	
<b>Descripción del programa</b>	Realizar contratos con locales de venta para que se puedan vincular con una suscripción de la aplicación.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente general.
<b>Indicadores clave</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de negociación y futura vinculación del local.</li> <li>• Cantidad de tiendas captadas como clientes mediante propuesta.</li> </ul>
<b>Descripción del primer hito importante</b>	Llevar la propuesta a los locales de venta para que utilicen la prueba gratuita de la aplicación.
<b>Fecha del primer hito</b>	Al inicio del proyecto.

#### Planes de acción específicos

Plan de búsqueda de locales de venta	
<b>Descripción del programa</b>	Búsqueda de los locales de venta más importantes y relevantes de la ciudad de buenos aires.
<b>Declaración de prioridades</b>	Muy deseable.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Brinda información inicial para el futuro acercamiento de la propuesta.
<b>Cumplimiento programado</b>	Al inicio del proyecto.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente general.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Con la ayuda del personal del departamento de ventas se hará una investigación con los potenciales clientes interesados dentro de la ciudad de buenos aires.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Información completa y detallada sobre los locales de venta de la ciudad de buenos aires.

<b>Plan de acercamiento de la propuesta</b>	
<b>Descripción del programa</b>	Llevar la propuesta a cada uno de los locales de venta y en caso de que quiera utilizar la aplicación, brindarle el acceso a la prueba gratuita.
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Brinda avance sobre la adquisición de una suscripción de prueba gratuita.
<b>Cumplimiento programado</b>	Una vez iniciado el proyecto.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente general.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Con la ayuda del personal del departamento de ventas se contactará con cada uno de los locales de venta y estableciendo la prueba gratuita en caso de que el local de venta lo desee.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Suscripciones de prueba gratuitas entregadas a los locales que la requieran.

<b>Plan de cierre de contrato con el local</b>	
<b>Descripción del programa</b>	Luego de la prueba gratuita se busca establecer una suscripción mensual junto con feedback esta.
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	Financiero. Brinda avance sobre la adquisición de una suscripción mensual.
<b>Cumplimiento programado</b>	Una vez iniciado el proyecto.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente general.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Con la ayuda del personal del departamento de ventas se contactará con cada uno de los locales de venta con suscripciones de prueba gratuitas por vencer estableciendo la suscripción mensual si así lo desea.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Suscripciones pagas entregadas a los locales que la requieran junto con feedback de su uso.

## Plan general de formación del equipo de desarrollo

Plan general de formación de equipo de desarrollo	
<b>Descripción del programa</b>	Contratar el personal requerido para formar el equipo de desarrollo y de marketing, entre los roles se contratará: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de producto.</li> <li>• Programadores.</li> <li>• Administrador de base de datos.</li> <li>• QA tester manuales y automatizados.</li> <li>• Arquitectos de software.</li> <li>• diseñadores UI/UX.</li> </ul>
<b>Directivo responsable</b>	Gerente general.
<b>Indicadores clave</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia del personal contratado.</li> <li>• Cantidad de personal contratado.</li> </ul>
<b>Descripción del primer hito importante</b>	Entrevista y examen técnico a cada uno de los postulantes para formar parte del equipo de desarrollo.
<b>Fecha del primer hito</b>	Al inicio del proyecto.

## Planes de acción específicos

Plan de entrevista y evaluación de los postulantes	
<b>Descripción del programa</b>	Se entrevista a cada postulante para poder tener una idea más personal de su perfil y el futuro de su carrera profesional. Luego se realiza una prueba técnica para evaluar su desempeño técnico.
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Brinda información sobre los conocimientos técnicos del postulante, así como de sus habilidades blandas para continuar o no con el proceso de selección.
<b>Cumplimiento programado</b>	Iniciado el proyecto.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de recursos humanos y gerente de IT.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Controlar el desempeño de los postulantes en la entrevista y evaluar los resultados del examen.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Obtener el perfil de los mejores candidatos para seguir con el proceso de selección.

<b>Plan de selección y contratación del personal</b>	
<b>Descripción del programa</b>	<p>Seleccionar a los mejores candidatos y acercarles una oferta competitiva en sueldo y beneficios como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo remoto.</li> <li>• Horarios flexibles.</li> <li>• 30 días de vacaciones.</li> <li>• Licencia por paternidad extendidas.</li> </ul> <p>De esta forma nos aseguramos de formar un equipo de desarrollo competitivo en un gran ambiente de trabajo.</p>
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Selección y contratación de los integrantes para el equipo de desarrollo.
<b>Cumplimiento programado</b>	Iniciado el proyecto.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de recursos humanos y gerente de IT.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Comparar los resultados de las pruebas técnicas y entrevistas orales de los distintos postulantes.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Conformación del equipo de desarrollo.

<b>Plan de capacitación de los empleados</b>	
<b>Descripción del programa</b>	Poder formar distintos cursos y training entre los diferentes grupos de desarrolladores a través de nivelaciones y reuniones donde se puedan compartir sus conocimientos.
<b>Declaración de prioridades</b>	Importante.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Mejora en el nivel y autonomía del equipo.
<b>Cumplimiento programado</b>	En el primer trimestre una vez iniciado el proyecto.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de IT.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Comparar los resultados de distintas nivelaciones y pruebas de refactorización en puntos de calidad bajos del proyecto.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Mejora en el nivel de cada desarrollador.

## Plan general de tecnología

Plan general de tecnología	
<b>Descripción del programa</b>	Desarrollo de la aplicación, optimizando costos y maximizando calidad de servicio.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de TI, equipo de desarrollo, devops, junto con el jefe de producto del departamento de marketing para el desarrollo del producto.
<b>Indicadores clave</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo del producto en tiempo y forma.</li> <li>• Cumplimiento de las metas de estabilidad y cantidad de funciones.</li> </ul>
<b>Descripción del primer hito importante</b>	Primera demo de la aplicación exitosa.
<b>Fecha del primer hito</b>	Al inicio del proyecto.

## Planes de acción específicos

Plan de desarrollo de módulos técnicos básicos	
<b>Descripción del programa</b>	Desarrollo de las funcionalidades básicas como: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Login.</li> <li>• Seguridad.</li> <li>• Gestión de usuarios y roles.</li> <li>• Gestión de los productos y stock.</li> </ul>
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Brinda una base funcional para el avance del proceso de desarrollo.
<b>Cumplimiento programado</b>	Al finalizar el primer mes una vez iniciado el proyecto.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de TI y jefe de producto.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Desarrollo y cumplimiento en tiempo y formas del módulo validado por el jefe de producto para correcta usabilidad.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Desarrollo base de la aplicación con sus funcionalidades básicas.

<b>Plan de desarrollo del primer módulo</b>	
<b>Descripción del programa</b>	Desarrollo del primer módulo que abarcara el requerimiento funcional más importante: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Automatización y creación de los presupuestos.</li> </ul>
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Brinda funcionabilidad clave de la aplicación para la implementación del segundo modulo.
<b>Cumplimiento programado</b>	Al finalizar el segundo mes luego del inicio del desarrollo.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de TI y jefe de producto.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Desarrollo y cumplimiento en tiempo y formas del módulo validado por el jefe de producto para correcta usabilidad.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Desarrollo del primer requerimiento funcional y correcto uso.

<b>Plan de desarrollo del segundo modulo</b>	
<b>Descripción del programa</b>	Desarrollo del primer módulo que abarcara el requerimiento funcional: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistente de armado.</li> <li>• Buscador de sustituto de componente.</li> </ul>
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Brinda funcionabilidad clave de la aplicación para la implementación del tercer modulo.
<b>Cumplimiento programado</b>	Al finalizar el cuarto mes luego del inicio del desarrollo.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de TI y jefe de producto.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Desarrollo y cumplimiento en tiempo y formas del módulo validado por el jefe de producto para correcta usabilidad.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Desarrollo del segundo requerimiento funcional y correcto uso.

<b>Plan de desarrollo del tercer modulo</b>	
<b>Descripción del programa</b>	Desarrollo del primer módulo que abarcara el requerimiento funcional: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistente de entrega.</li> </ul>
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Brinda funcionabilidad clave de la aplicación para la futura integración.
<b>Cumplimiento programado</b>	Al finalizar el quinto mes luego del inicio del desarrollo.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de TI y jefe de producto.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Desarrollo y cumplimiento en tiempo y formas del módulo validado por el jefe de producto para correcta usabilidad.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Desarrollo del tercer requerimiento funcional y correcto uso.

<b>Plan de integración y réplicas de la aplicación</b>	
<b>Descripción del programa</b>	Desarrollo e integración de los módulos desarrollados y creación de replicas para garantizar alta disponibilidad.
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Brinda alta disponibilidad e integración de todos los módulos de la aplicación.
<b>Cumplimiento programado</b>	Al finalizar el séptimo mes luego del inicio del desarrollo.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de TI.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Se darán de baja ciertos servicios y la aplicación tendría que contar con la disponibilidad suficiente para poder seguir trabajando de forma eficiente.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Desarrollo y entrega de la aplicación funcional con alta disponibilidad y eficiencia.

## Plan general de Marketing

Plan general de marketing	
<b>Descripción del programa</b>	Diseñar e implementar publicidades para redes sociales mediante anuncios con la intención de dar a conocer nuestro producto y conseguir nuevos clientes.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de marketing, jefe de producto.
<b>Indicadores clave</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidad del uso de la herramienta de anuncios.</li> <li>• Número de nuevos seguidores en nuestras redes sociales.</li> <li>• Cantidad de nuevos clientes mediante las campañas publicitarias.</li> </ul>
<b>Descripción del primer hito importante</b>	Captación de los primeros 100 potenciales clientes.
<b>Fecha del primer hito</b>	Una vez finalizado el desarrollo de la plataforma tecnológica.

## Planes de acción específicos

Plan de elección de redes sociales y herramienta de anuncios.	
<b>Descripción del programa</b>	Lograr buscar las redes sociales más rentables donde se encuentren la mayor cantidad de clientes posibles junto con la elección de herramienta de anuncios adecuada para esta.
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Lograr una buena sectorización de potenciales clientes en redes sociales y el uso de la herramienta más adecuada.
<b>Cumplimiento programado</b>	Primer trimestre de operaciones
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de marketing.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	A través de la entrega periódica de informes de potenciales clientes en las distintas redes sociales junto con investigación de distintas herramientas de anuncios.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Aumento de conocimiento tanto la presencia en redes sociales de nuestros principales clientes como de las herramientas a utilizar.



<b>Plan de campañas de publicidad</b>	
<b>Descripción del programa</b>	Lograr captar nuevos seguidores en nuestras redes sociales a través de la creación y publicación de anuncios en redes sociales y aumento de exposición con publicaciones frecuentes.
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Aumento de reconocimiento en redes sociales.
<b>Cumplimiento programado</b>	Primer trimestre de operaciones.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de marketing.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad de nuevos seguidores en nuestras redes sociales.</li> <li>• Cantidad de clicks en redes sociales.</li> </ul>
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Aumento de exposición en redes sociales para la futura captación de nuevos clientes.

<b>Plan de captación de nuevos clientes</b>	
<b>Descripción del programa</b>	Llegar a nuevos clientes, mediante nuestras redes sociales y diferente tipo de campañas. Focalizar nuestros esfuerzos en las distintas comunidades en facebook y discord sobre armado de computadoras.
<b>Declaración de prioridades</b>	Absoluta.
<b>Declaración de beneficios</b>	No financiero. Aumento de clientes.
<b>Cumplimiento programado</b>	Primer trimestre de operaciones.
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de marketing y diseñador UI/UX.
<b>Procedimiento para controlar el cumplimiento del programa</b>	Verificar la cantidad de nuevos clientes y potenciales clientes.
<b>Declaración de desempeño y metas</b>	Aumento en el número de nuevos clientes.

## Mediciones

En base a los planes de acción planteados en el punto anterior, se enuncian una serie de indicadores de gestión que nos permitirán evaluar el correcto funcionamiento y desempeño, de esta forma también seremos capaces de detectar posibles desvíos.

### Indicadores:

<b>Capacidad de negociación y futura vinculación del local</b>	
<b>¿Que se mide?</b>	Capacidad del equipo de ventas para poder concretar una suscripción de prueba por parte de un local y posterior vinculación.
<b>Importancia</b>	Para poder obtener información sobre la capacidad de venta del producto hacia los clientes.
<b>Resultado deseado</b>	Se espera que 5 de cada 10 locales acepten la suscripción.
<b>Medición del progreso</b>	Se tomará la cantidad de locales llamados sobre la cantidad de locales que acepten la suscripción paga.
<b>Responsable del indicador</b>	Departamento de ventas.
<b>Cada cuanto tiempo se medirá</b>	Mensualmente.
<b>Tipo</b>	Indicador de eficacia.

<b>Cantidad de tiendas captadas como clientes mediante propuesta</b>	
<b>¿Que se mide?</b>	Atractivo de la propuesta para la captación de nuevos clientes.
<b>Importancia</b>	Para poder medir el rendimiento de la propuesta ante un nuevo cliente.
<b>Resultado deseado</b>	Se espera que 7 de cada 10 locales acepten la suscripción.
<b>Medición del progreso</b>	Se tomará la cantidad de locales llamados sobre la cantidad de locales que acepten la suscripción gratuita.
<b>Responsable del indicador</b>	Departamento de ventas.
<b>Cada cuanto tiempo se medirá</b>	Mensualmente.
<b>Tipo</b>	Indicador de eficacia.

<b>Eficiencia del personal contratado</b>	
<b>¿Que se mide?</b>	Capacidad de integración con el equipo de desarrollo y cantidad de features creadas de manera autónoma.
<b>Importancia</b>	Para saber las competencias y capacidades de nuestro equipo de desarrollo.
<b>Resultado deseado</b>	Capacidad de desarrollo autónoma de una funcionabilidad por sprint en caso de estar incorporado, en caso de ser nuevo se tomará en cuenta a partir de su tercer sprint.
<b>Medición del progreso</b>	Fecha del inicio de la tarea menos fecha de finalización de la tarea.
<b>Responsable del indicador</b>	Departamento de TI.
<b>Cada cuanto tiempo se medirá</b>	Con la finalización de cada sprint (12 días laborales).
<b>Tipo</b>	Indicador de evaluación.

<b>Cantidad de personal contratado</b>	
<b>¿Que se mide?</b>	Cantidad de empleados contratados durante el proceso de formación del equipo de desarrollo.
<b>Importancia</b>	Para poder saber si contamos con el personal suficiente para el desarrollo del equipo.
<b>Resultado deseado</b>	Contar al menos con un equipo de 20 personas.
<b>Medición del progreso</b>	Cantidad de personal actual menos la cantidad de personal del periodo anterior.
<b>Responsable del indicador</b>	Director general.
<b>Cada cuanto tiempo se medirá</b>	Mensualmente.
<b>Tipo</b>	Indicador de resultado.

<b>Desarrollo del producto en tiempo y forma</b>	
<b>¿Que se mide?</b>	Si se ha cumplido la entrega pactada en tiempo y forma.
<b>Importancia</b>	Para poder evaluar el plazo de entrega del producto en condiciones.
<b>Resultado deseado</b>	El cumplimiento del módulo en la fecha pactada.
<b>Medición del progreso</b>	Fecha de entrega pactada menos fecha de entrega entregada.
<b>Responsable del indicador</b>	Departamento de TI
<b>Cada cuanto tiempo se medirá</b>	Con la finalización de cada sprint (12 días laborales).
<b>Tipo</b>	Indicador de cumplimiento.

<b>Cumplimiento de las metas de estabilidad y cantidad de funciones.</b>	
<b>¿Que se mide?</b>	La estabilidad del producto y la cantidad de funciones entregadas.
<b>Importancia</b>	Para que evaluar el cumplimiento de las metas de estabilidad y funciones pactadas anteriormente.
<b>Resultado deseado</b>	Una estabilidad del 90% con todas las funciones pactadas implementadas.
<b>Medición del progreso</b>	Cantidad de pruebas de todas las operaciones correctas por 100 sobre la cantidad de pruebas de todas las operaciones incorrectas.
<b>Responsable del indicador</b>	Departamento de TI.
<b>Cada cuanto tiempo se medirá</b>	Cada tres meses.
<b>Tipo</b>	Indicador de evaluación.

<b>Número de nuevos seguidores en nuestras redes sociales.</b>	
<b>¿Que se mide?</b>	La cantidad de nuevos seguidores en nuestras redes sociales y cantidad de miembros en las comunidades.
<b>Importancia</b>	La exposición en redes sociales es un factor muy importante para poder tener relevancia y nuevos clientes.
<b>Resultado deseado</b>	Un crecimiento orgánico de unos 5000 seguidores para los primeros 3 meses.
<b>Medición del progreso</b>	Cantidad de seguidores actual menos cantidad de seguidores del anterior periodo.
<b>Responsable del indicador</b>	Departamento de marketing.
<b>Cada cuanto tiempo se medirá</b>	Cada dos semanas.
<b>Tipo</b>	Indicador de resultados.

<b>Cantidad de nuevos clientes mediante las campañas publicitarias.</b>	
<b>¿Que se mide?</b>	La cantidad de nuevos clientes registrados gracias a las campanas de publicidad.
<b>Importancia</b>	Para saber la cantidad de clientes que atrajo las campañas publicitarias implementadas.
<b>Resultado deseado</b>	Se espera que nos consiga al menos 50 nuevos clientes.
<b>Medición del progreso</b>	Cantidad de clientes captados por las campañas menos la cantidad de clientes registrados en una suscripción gracias a las campanas.
<b>Responsable del indicador</b>	Departamento de marketing.
<b>Cada cuanto tiempo se medirá</b>	Mensualmente.
<b>Tipo</b>	Indicador de resultados.

<b>Facilidad del uso de la herramienta de anuncios.</b>	
<b>¿Que se mide?</b>	Se mide con que facilidad y autonomía se puede crear la campaña publicitaria a través de la herramienta.
<b>Importancia</b>	Para poder conocer el tiempo y esfuerzo necesario de creación.
<b>Resultado deseado</b>	Se espera que se pueda crear una campaña de manera rápida y cómoda.
<b>Medición del progreso</b>	Cantidad de tiempo que se tarda en poder crear la campaña de forma exitosa junto con una facilidad de edición luego de publicada.
<b>Responsable del indicador</b>	Departamento de marketing.
<b>Cada cuanto tiempo se medirá</b>	Mensualmente.
<b>Tipo</b>	Indicador de resultados.

## Experimentación y Retroalimentación

No se llevará a cabo este paso, pues implica la puesta en marcha concreta. Generalmente se presentan brechas en la alineación ente el planeamiento y la ejecución de este.

## Reflexión final

Muchos de los conocimientos adquiridos durante el trabajo practico me hicieron comprender muchos procesos y estrategias de las empresas para el ingreso hacia un nuevo mercado y me ha sido realmente útil poder validar mi idea de negocio junto con su posterior estudio de mercado objetivo y segmentación para poder ver el potencial que esta tiene y como podrá impactar dentro del sector, personalmente fue muy gratificante ya que trabaje mucho tiempo armando computadoras y le tengo un especial cariño a toda la comunidad, esta materia me ha dado el impulso para poder llevar a la realidad esta idea de negocio y espero que pueda ser implementada con éxito en el futuro cercano.

Las principales dificultades a las que me enfrente fueron en términos cuantitativos de clientes potenciales que podrían adquirir el producto debido a la falta de información y detalle especifico dentro de informes nacionales y fuentes validas, ya que muchos de los locales de venta no terminan de ser 100% transparentes con sus ventas o pueden no estar registrados a nivel nacional o provincial.

## Material Bibliográfico

- “Conceptos de administración estratégica”, 9na. Edición - Fred R. David
- “Planeación Estratégica”, 3ra Ed – I Chiavenato

## Anexos

- Anexo 1. Resultado de la encuesta realizada para verificar la viabilidad de mercado:  
[https://drive.google.com/file/d/1dHrjfJzTlr9iK95EI20Fr\\_wHs-7PElVE/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1dHrjfJzTlr9iK95EI20Fr_wHs-7PElVE/view?usp=sharing)
- Anexo 2. <https://datosmacro.expansion.com/pib/argentina>
- Anexo 3. <https://www.ambito.com/economia/inflacion/en-los-ultimos-10-anos-los-precios-se-multiplicaron-15-n5077167>
- Anexo 4. <https://www.cronista.com/MercadosOnline/dolar.html>
- Anexo 5. [https://www.cac.com.ar/data/documentos/10\\_Historia%20de%20la%20inflaci%C3%B3n%20en%20Argentina.pdf](https://www.cac.com.ar/data/documentos/10_Historia%20de%20la%20inflaci%C3%B3n%20en%20Argentina.pdf)
- Anexo 6. <https://www.baenegocios.com/negocios/Argentina-es-el-pais-de-la-region-que-tiene-mas-smartphones-por-habitante-20180129-0022.html>
- Anexo 7. <https://datosmacro.expansion.com/tipo-interes/argentina>
- Anexo 8. [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewiVtpi9yqf0AhWmpZUCHbhMAekQFnoECBEQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.indec.gob.ar%2Fuploads%2Finformesdeprensa%2Fmercado\\_trabajo\\_eph\\_1trim21F7C133BA46.pdf&usq=AOvVaw3A0ZOjOUvJn3owxdWlY6Jj](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewiVtpi9yqf0AhWmpZUCHbhMAekQFnoECBEQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.indec.gob.ar%2Fuploads%2Finformesdeprensa%2Fmercado_trabajo_eph_1trim21F7C133BA46.pdf&usq=AOvVaw3A0ZOjOUvJn3owxdWlY6Jj)
- Anexo 9. <https://www.lavoz.com.ar/sucesos/mitad-de-poblacion-argentina-padecio-hechos-de-inseguridad-en-ultimos-dos-anos/>
- Anexo 10. <https://www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/defensa-del-consumidor>
- Anexo 11. <https://www.cessi.org.ar/ver-noticias-la-industria-argentina-del-software-logro-un-record-historico-de-exportaciones-durante-2017-2210>
- Anexo 12. [https://www.clarin.com/tecnologia/industria-software-argentina-necesita-mano-obra-15-000-vacantes-cubrir\\_0\\_XKblBE-67.html](https://www.clarin.com/tecnologia/industria-software-argentina-necesita-mano-obra-15-000-vacantes-cubrir_0_XKblBE-67.html)
- Anexo 13. <https://gruppoy.com.ar/en/2021/07/19/cuales-son-los-aranceles-de-importacion-en-argentina-en-2021/>
- Anexo 14. <http://www.loa.org.ar/legNormaDetalle.aspx?id=5053>
- Anexo 15. [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ica\\_10\\_2198AEA3B828.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ica_10_2198AEA3B828.pdf)
- Anexo 16. [https://www.inversionycomercio.org.ar/uploads/informes/Informe\\_Anual\\_de\\_Inversiones\\_2020.pdf](https://www.inversionycomercio.org.ar/uploads/informes/Informe_Anual_de_Inversiones_2020.pdf)