

2021

Trabajo practico individual

Alumno: Franco Fazzito

Profesora: Susana Darin

Materia: Planificación Estratégica

Carrera: Ingeniería en sistemas

Año: 4to

Contenido

Introducción:	3
Tipos de negocios en el marco de E-business y diferencias comercio electrónico directo e indirecto	4
Definición de la idea de negocio	5
Descripción clara y detallada de la idea de negocio	5
Identificar si responde a una necesidad, deseo o resuelve un problema y justificar	6
Identificar y justificar tipo de E-Business, E-Commerce.....	6
Identificar y describir mercado	7
Objetivo: ámbito geográfico de cobertura y justificar	7
Competidores:	8
Identificar y describir el perfil del consumidor	8
Segmentación- segmento objetivo, factores que influyen en la conducta del consumidor.	8
Anexos	9
Fuentes de la información utilizada:	9

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

La idea de negocio es la creación de un software de gestión orientado al armado y gestión de computadoras, donde su diferenciador principal es que le permita al empleado poder crear el armado de una computadora de forma automática, es decir, que el empleado ingrese tanto el presupuesto como el tipo de uso que le detalla el cliente que luego al local y automáticamente el software responda con los armados que le sean más convenientes para ese cliente.

Sumado a esto se planea que el software documente las incompatibilidades y fallos entre los distintos componentes que pueden generar tanto durante el proceso de armado como una vez entregadas, de esta forma el software aprenderá a poder gestionar armados con cada vez menos fallos e incompatibilidades (es posible que por más que 2 componentes sean compatibles puedan presentar fallos por la adaptación hacia nuevas tecnologías o que cierto componente específico tenga un problema de rendimiento y rinda menos de lo que realmente debería).

El delegar la creación hacia este software permitiría una mejor comunicación con el cliente y una reducción de error humano por parte del empleado, de esta forma se logra que los clientes puedan acceder a la tecnología de una forma más eficiente y económica acorde a sus necesidades, mientras que el local va a poder generar más ventas gracias a una mejor sectorización del armado de sus computadoras junto con una reducción en sus costos de estimación.

El uso del sistema será el siguiente:

1. El cliente se acercará al local detallando su tipo de uso y el presupuesto que desea para su computadora.
2. El local consultará al software las computadoras disponibles en base al presupuesto del cliente y el tipo de uso que detallado.
3. El sistema le dará las computadoras ordenadas según ratio de calidad-precio y adecuándose al precio y stock de los componentes del local.
4. El local le ofrecerá al cliente la mejor computadora calidad-precio que el sistema detalle previamente.
5. El cliente realiza un pedido sobre la computadora con los componentes detallados en el armado proporcionado.

De esta forma tan solo colocando el tipo de uso seguido de su presupuesto, el local obtendrá la información necesaria para poder concretar una venta de una computadora de una forma rápida y eficiente.

Identificar si responde a una necesidad, deseo o resuelve un problema y justificar

La idea propuesta responde al **problema** del complejo proceso de crear un armado de una computadora de forma manual, se considera que este es un proceso complejo por varios problemas que se generan durante el proceso:

- El primero es que 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.
- El segundo es que el proceso de elección de componentes conlleva un tiempo considerable en caso del tipo de uso del cliente sea muy específico y hasta puede desencadenar que los componentes para la computadora elegida no cubran totalmente sus necesidades o incluso sobrepase estas.
- El tercer motivo es la falta de documentación de fallos de las computadoras entregadas y de las incompatibilidades específicas que pueden tener durante el proceso de armado.

Con la implementación del software se podrá resolver estos problemas y automatizar este proceso brindando de forma rápida las distintas computadoras que se le pueden ofrecer al cliente con la certeza de que cubrirá sus necesidades, sumado a una buena gestión de fallos en postventa y durante el proceso de armado.

Identificar y justificar tipo de E-Business, E-Commerce

La idea propuesta pertenece al tipo **E-Business**, siendo un **Business to Business (B2B)**, en donde el software como empresa que lo comercializa se lo brindara a los distintos locales de armado de computadoras.

Identificar y describir mercado

Objetivo: ámbito geográfico de cobertura y justificar

El mercado que abarca son los locales de venta de computadoras, el cual obtuvo un gran crecimiento debido al comienzo y auge de la pandemia registrando un aumento del 57,6% con respecto al primer trimestre del 2020 según cifras del INDEC, de esta forma se alcanzó la cifra de 71.303 computadoras vendidas y unos 5.926,5 millones de pesos en ventas totales de computadoras y accesorios informáticos solamente en el primer trimestre del 2021.

Dentro del mismo informe se especifica que el área geográfica con mayor concentración del crecimiento de esta demanda fue ciudad de buenos aires con un aumento del 128,5% con respecto al trimestre anterior y registrando ventas de 13.607,8 millones de pesos.

	2021				
	Enero	Febrero	Marzo	Primer trimestre	
Total	19.800,4	16.030,9	23.415,8	59.247,1	97,4
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	4.549,7	3.512,9	5.545,2	13.607,8	128,5
24 partidos del Gran Buenos Aires	5.517,8	4.238,7	5.828,0	15.584,5	83,4
Resto del país	9.732,9	8.279,3	12.042,6	30.054,8	93,0

En base a los datos mencionados, el mercado objetivo estaría ubicado en ciudad de buenos aires, aunque el software planteado no cuenta con limitaciones geográficas por lo que puede tener una gran expansión a nivel nacional en el futuro.

Sumado a ello en la ciudad de ciudad de buenos aires contamos con muchas de las tiendas mas importantes a nivel nacional las cuales cuentan con convenios con ciertas empresas de hardware, como pueden ser los ejemplos de:

- **Full h4rd:** Los cuales tienen convenios con muchas de las marcas más importantes como AMD, Intel o Nvidia
 - <https://www.fullh4rd.com.ar/>
- **Maximus:** Los cuales cuentan con algunos similares a los de full h4rd, pero agregando ASUS siendo esta una marca muy importante dentro del sector tanto de mothers como gpus
 - <https://www.maximus.com.ar/>
- **Compra gamer:** Otro gran local de venta de hardware debido a su gran competitividad en precios frente a su competencia, contando también con la llegada más temprana de ciertos productos de la marca ZOTAC que permiten acceder antes que ninguna tienda a las ultimas tarjetas gráficas de Nvidia, esto se debe a su convenio con ZOTAC y Nvidia
 - <https://compragamer.com/>

Competidores:

El software 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 software planteado.

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

- https://compragamer.com/armatupc/?listado_prod=1-2615,1-4671,1-7411,2-8907,1-10200,1-10585,1-11169,1-11980,1-12293,1-12362&nro_max=50&tipo_pago=lista&mod=null
- <https://www.maximus.com.ar/armarpc/armar-pc/maximus.aspx>

Pero estos no cuentan con el servicio de:

- 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

El perfil del consumidor que usarían el sistema sería los locales de venta de computadoras y 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.

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.

Anexos

Fuentes de la información utilizada:

- Informe del INDEC “Encuesta de comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar” del primer trimestre del 2021
https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/electro_05_21E5F32DB71D.pdf