

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:.....	10
Identificar y describir el perfil del consumidor	10
Segmentación- segmento objetivo, factores que influyen en la conducta del consumidor	10
Razones de ser de la organización	11
Misión.....	11
Visión.....	11
Cultura organizacional.....	11
Análisis del contexto	12
Describir el microambiente de la organización.....	12
Describir el macroambiente de la organización.....	13
Estructura de la industria	14
Describir características del sector industrial	14
Estado de situación	14
Atractivo del sector	14
Políticas gubernamentales relacionadas al sector	14
Empresas que lo integran.....	14
Alianzas estratégicas intersectoriales	15
Cámaras y asociaciones representativas del sector.....	15
Identificar competidores directos, indirectos y potenciales:.....	15
Analizar las fortalezas y debilidades de los competidores directos.....	16
Cruz de porter	16
Conclusión del análisis sectorial.....	16
FODA	17
Anexos.....	18

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 de presupuestos de computadoras, donde su diferenciador principal es que le permita al empleado poder crear el presupuesto de 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 contra otro componente específico).

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 y 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 presupuesto para el 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 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.
- 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 y también una vez entregadas.

Con la implementación del software se podrá resolver estos problemas y 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, 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 la idea propuesta en forma de software vista como una empresa lo comercializa a los distintos locales de venta de hardware y armado de computadoras a medida.

Identificar y describir mercado

Objetivo: ámbito geográfico de cobertura y justificar

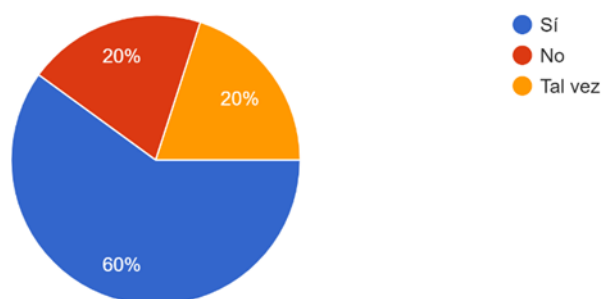
Para el análisis del mercado de la idea propuesta se realizó un estudio de mercado en donde encuestamos a 15 de los principales locales de venta de hardware y computadoras a medida (de quienes nos han respondido 10 hasta el momento) en ciudad de buenos aires la cual es el área geográfica elegida, cabe aclarar que en esta área se encuentran los locales de venta de hardware más importantes dentro del país.

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.

Los mayores demandantes de este software serían los locales de venta físicos de hardware y computadoras a medida los cuales serían los interesados en poder automatizar su proceso de creación de presupuestos de computadoras a medida y con ello poder obtener ventajas dentro de varios ámbitos:

- **Ámbito de negocios:** al ver uno sus principales procesos de negocios automatizado van a poder obtener un aumento tanto en la eficiencia como en la satisfacción del cliente que pueda obtener de este.
A su vez se reduce el error humano que puede darse durante el proceso de armado del presupuesto junto con una reducción en el tiempo de estimación.
- **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 como una mejor elección de componentes a usar.

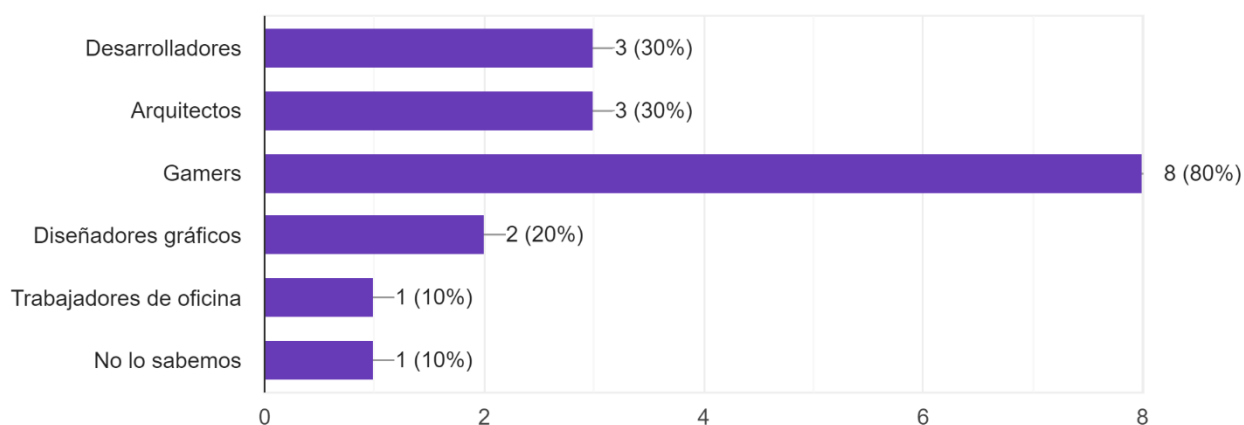
Viabilidad: Dentro de la encuesta se vio como de los locales encuestados un 60% de los encuestados son grandes potenciales clientes y un 20% podrían quererlo, los cuales adquirirán el producto bajo un sistema de pago mensual de 50 dólares, por lo que en un inicio se espera facturar 3600 dólares dentro del primer año si tomamos los locales encuestados hasta el momento.



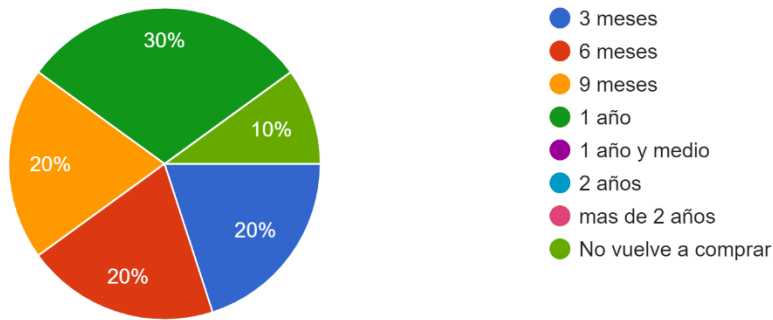
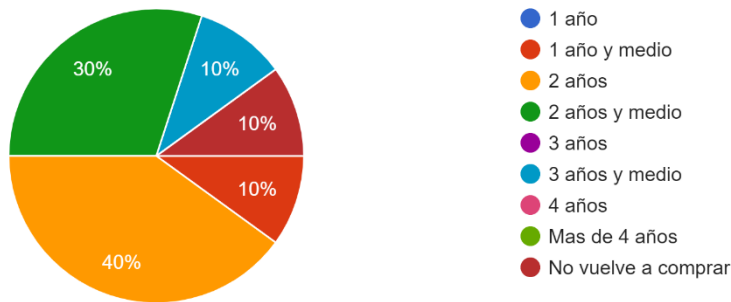
Consumidores: en base a los datos de la encuesta se han identificado cuales son los principales tipos de consumidores finales más frecuentes de estas tiendas, los cuales son personas que debido a sus necesidades necesitan de una computadora a medida para poder cumplir con estas, como pueden ser:

- Desarrolladores
- Streamers
- Arquitectos
- Diseñadores gráficos
- Editores audiovisuales
- Gamers (entretenimiento y profesionales)

El número de presupuestos que se realizan en promedio por cada local se encuentra en los 154 presupuestos mensuales y de aquellos que luego se concretan en venta serian en promedio unos 92 y sumado que puede haber cambios con el primer presupuesto que se propone, con el uso del sistema podríamos reducir esta brecha ya que podríamos ofrecer un mejor presupuesto adaptado a las necesidades del cliente y a su presupuesto al primer intento.



El número de ventas en promedio por cada local serian un total de unas 131 computadoras a medida mensuales, donde estos buscan reemplazar en promedio algún componente de esta se da en su mayoría 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.



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.

Sumado al anterior tenemos el perfil del consumidor final que asiste a la tienda y compra la computadora pueden englobarse de la siguiente manera:

- **Trabajadores remotos (devs – arquitectos – diseñadores):** utilizaría la/s 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.

- **Streamers:** utilizaría la/s computadora para poder transmitir en vivo su contenido, administrar su público y poder gestionarlo 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/s 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.
- **Gamers (entretenimiento y profesionales):** utilizaría la/s computadoras para poder jugar ya sea de manera casual para entretenerse como de manera profesional, pertenecen a un rango etario joven y se caracterizan por tener el rango salarial más variado dentro de estos.

Razones de ser de la organización

Misión

Nuestra misión es brindar a los locales de venta de computadoras una herramienta automatizada y con autoaprendizaje que arme sus presupuestos en forma rápida y sencilla.

Visión

Nuestra visión es estandarizar la automatización del proceso de creación de computadoras armadas a medida para poder hacerlas más accesibles y baratas para todo el mundo independientemente de sus necesidades.

Cultura organizacional

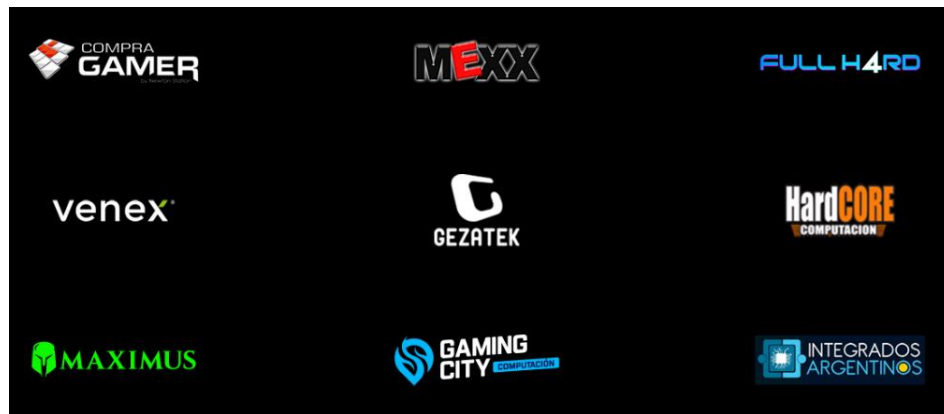
La cultura organizacional que se espera implementar dentro de la organización es una que haga especial énfasis en la transparencia, el respeto, la innovación y el aprendizaje continuo centrándose especialmente en la satisfacción del cliente y su experiencia.

Analisis del contexto

Describir el microambiente de la organización

En el macroambiente 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 nuestro sistema 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 (supongamos que hay un nuevo tipo de necesidad como puede ser una computadora para X juego) así como de los locales (los cuales pueden pedir que se agregue cierta validación en las reglas del armado debido al avance tecnológico).
- **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

En el macroambiente de nuestra organización contamos con varios factores que afectan:

- **Factores económicos:** los factores económicos que nos afectan sería el aumento de los precios de los distintos componentes tanto por escasez a nivel mundial como por el contexto inflacionario.
- **Factores político-legales:** el mayor riesgo son las limitaciones de importación dentro del país junto con sus consecuentes impuestos haciendo que necesitemos de intermediarios para poder conseguir ciertos productos y a un precio más alto. El costo de importación quedaría gravado de la siguiente manera:
 - Para los primeros 12 envíos: Si el valor de tu envío no supera los USD 50, no corresponde pago. Si el valor de tu envío supera los USD 50, pagarás el 50% sobre el excedente de ese valor.
 - IVA tasa general del 21% o 10,5% si la importación se refiere a bienes de capital, informática o de telecomunicaciones. (Artículo 1° de la Ley 23.3449 inc. y Decreto 2407/86 Artículo 2°).
 - Impuesto a las ganancias del 6% (Resolución General AFIP 3373/2012).
 - IVA Adicional del 20% (Resolución General AFIP 3373/2012).
 - Ingresos Brutos si corresponden del 3% (Resolución General AFIP 3373/2012).
 - Tasa de Oficialización de Aduana de US\$10,00 aplicable a todos los casos.
 - Tasa de Digitalización de Aduana de US\$28,00 aplicable a todos los casos.
- **Factores tecnológicos:** el impacto tecnológico trata sobre la expansión de múltiples factores acelerados fuertemente con la pandemia como pueden ser:
 - **Expansión del teletrabajo:** donde cada vez mas personas necesitan de una computadora que se adapte a sus necesidades para el trabajo que realizara desde su casa.
 - **Nuevos modelos de negocio:** cada vez se ven mas personas que pueden dedicarse a nuevas formas de conseguir ingresos ya sea entrando en el mundo de gaming siendo un streamer o un jugador profesional, así como un influencer.
- **Factores ecológicos:** el factor más importante es la crisis del silicio, ya que este material es usado para casi todos los componentes de una computadora lo cual genera una gran escasez dentro del mercado, por otro lado, nuestra idea ayudaría a poder reducirlo ya que podríamos utilizar al máximo el stock de las tiendas y poder utilizar un producto que, aunque sea de una generación pasada pueda rendir lo suficiente para el cliente.
- **Factores socioculturales:** actualmente se están formando nuevas comunidades alrededor de streamers y youtuber que cuentan con maquinas a medida o si bien su canal se basa en el armado de estas, de esta manera sirven como inspiraciones para nuevos posibles compradores, algunos ejemplos de ellos son:
 - <https://www.youtube.com/c/LinusTechTips>
 - <https://www.youtube.com/c/NateGentile7>
 - <https://www.youtube.com/c/GamersNexus/videos>
 - <https://www.youtube.com/channel/UCHvF0weGdYOYqFO1oy5cWZw>

Estructura de la industria

Describir características del sector industrial

Estado de situación

El estado actual de situación del sector se encuentra en crecimiento debido al aumento y expansión del trabajo remoto como el 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.

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, por lo que para nuestra idea de negocio sería un terreno bastante favorable para poder hacer incursión en él, otro gran atractivo es la comunidad que tiene dónde 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.

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 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:

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

Y por el lado de las empresas de venta de hardware:

- 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 mas 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 mas 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 esta representado por la cámara argentina de comercio electrónico
<https://www.cace.org.ar/>

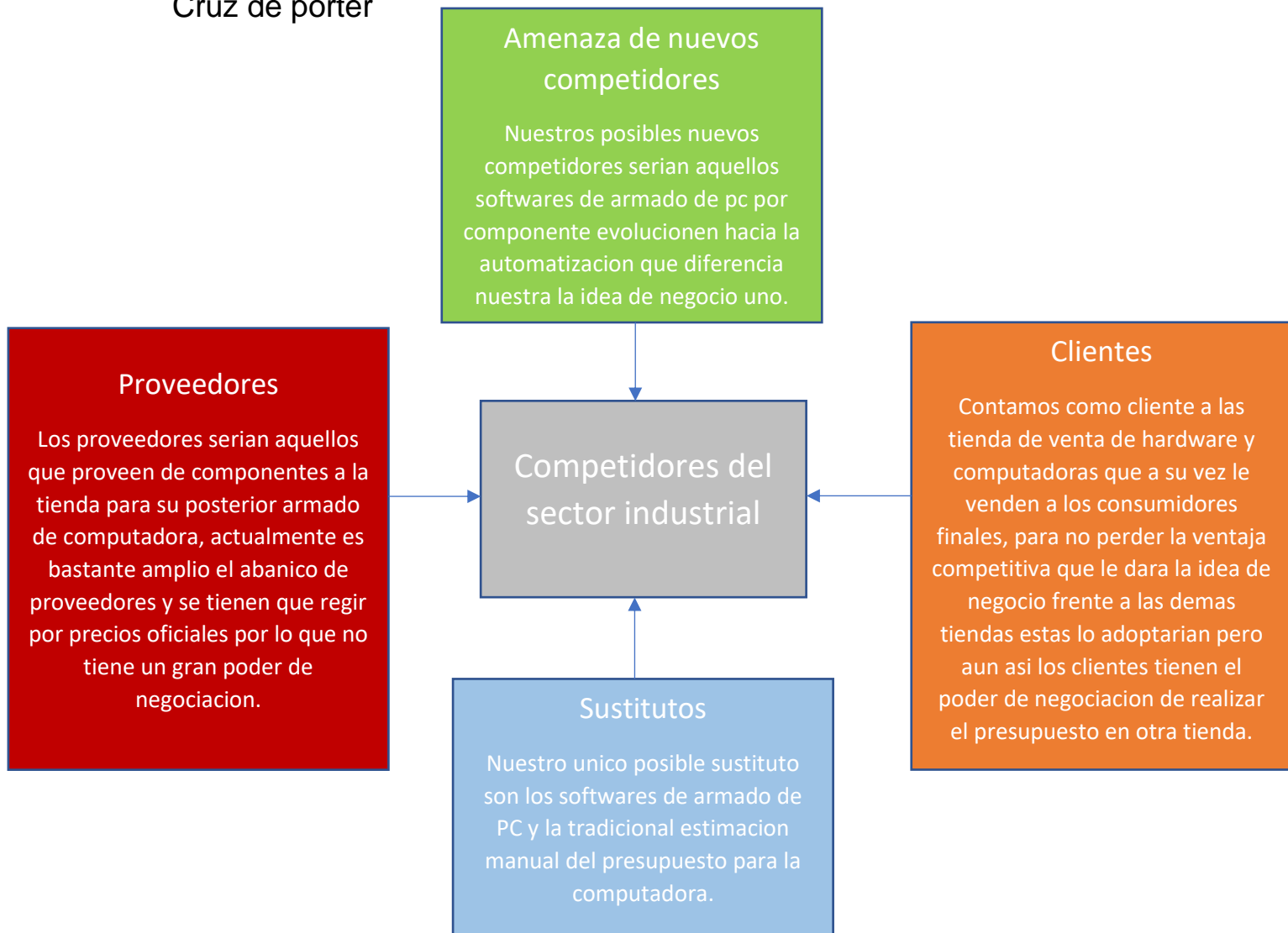
Identificar competidores directos, indirectos y potenciales:

Dentro de lo que sería mi idea de negocio solo se puede identificar competidores indirectos que son aquellos softwares que te permiten armar tu PC pero colocando componente por componente por lo que no termina siendo con el mismo uso y finalidad así como esta es orientada a un perfil más de cliente, por otro lado la idea de negocio la cual 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 nadie todavía hace este tipo 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 a medida 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 que los empleados realizan y con ello no solo mejorar la venta de estos productos 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

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none">• Simplifica tareas complejas del proceso de negocio• Producto innovador• Reduce tiempos de estimación y venta
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">• Alianzas estratégicas con tiendas importantes dentro del sector• Automatizar otros procesos del armado de computadoras• Expansión hacia nuevos tipos de productos
Debilidades	<ul style="list-style-type: none">• Resistencia al cambio por parte de los empleados• Preferencia por el proceso de estimación tradicional por parte de algunos locales
Amenazas	<ul style="list-style-type: none">• Expansión del mercado de las notebooks por encima de desktop

Anexos

- Encuesta realizada para ver la viabilidad de mercado:
https://drive.google.com/file/d/1dHrjfJzTlr9iK95EI20Fr_wHs-7PElVE/view?usp=sharing