**Identificar y describir el 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 los principales locales de venta de hardware y computadoras a medida 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.

Dentro de la encuesta también se vio como de los locales encuestados un 60% de los encuestados son grandes potenciales clientes debido que están interesados en adquirir este producto y así poder automatizar este arduo proceso.

También 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 numero de presupuestos que se realizan en promedio por cada local se encuentra en los 248 presupuestos mensuales y de aquellos que luego se concretan en venta serian unos 140, 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.

El número de ventas en promedio por cada local serian un total de unas 183 computadoras a medida mensuales, donde estos buscan reemplazar en promedio algún componente de esta cada 6 meses o buscan la compra nuevamente de otra computadora en un periodo de tiempo de entre 1 año y medio a 3 años.

**Viabilidad:**

El 60% de los encuestados corresponde a 12 locales de venta, los cuales adquirirán el producto bajo un sistema de pago mensual de 50 dólares, lo que en un inicio se espera facturar 7200 dólares dentro del primer año.

**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.

El perfil del consumidor final que utilizaría la computadora a medida varía según su necesidad, pero pueden englobarse de la siguiente manera:

* Desarrollador – arquitecto – diseñador gráfico: 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 publico y poder gestionarlo con facilidad, el rango salarial varia 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 mas 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 mas variado dentro de estos.

**Misión:** Brindar a los locales de venta de computadoras una herramienta automatizada y con autoaprendizaje que arme sus presupuestos en forma rápida y sencilla.

**Visión:** estandarizar la automatización del proceso de creación de las computadoras para poder hacerlas más accesibles y baratas para todo el mundo independientemente de sus necesidades.

**Cultura organizacional:**

* Transparencia
* Respeto
* Innovación
* Centrarse en el cliente y su satisfacción
* Aprendizaje a partir de la experiencia

**Microambiente:**

* Proveedores
* Clientes
* Competidores
* Intermediarios
  + Importadores
  + Distribuidores

**Macroambiente:**

* Económicas
* Políticas
* Demográficas
* Tecnológicas
* ecologico

**Estructura de la industria:**

**Caracteristicas del sector industrial**

* Estado de situación -> crecimiento o no y porque
* Atractivo del sector -> todavía no explorado
* Políticas gubernamentales
  + Impuestos
  + Limitación de importaciones
* Alianzas estratégicas intersectoriales
  + Compra gamer – adata
* Cámaras y asociaciones representativas del sector
  + <https://www.cadmipya.org.ar/#home>
  + <https://cicomra.org.ar/>
* Competidores
  + Directos: ninguno.
  + Indirectos.
* Cruz de porter
* Conclusión

**FODA:**

|  |  |
| --- | --- |
| Fortalezas | * Simplifica tareas complejas del proceso de negocio * Producto innovador * Reduce tiempos de estimación y venta |
| Oportunidades | * Alianzas estratégicas con tiendas importantes dentro del sector * Automatizar otros procesos del armado de computadoras * Expansión hacia nuevos tipos de productos |
| Debilidades | * Resistencia al cambio por parte de los empleados * Preferencia por el proceso de estimación tradicional por parte de algunos locales |
| Amenazas | * Expansión en el mercado de las notebooks por encima de desktop |