



Universidad Abierta Interamericana

Franco Fazzito

Seminario de aplicación profesional

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions					

Índice

1 Descripción general del negocio	7
1.1 Descripción básica del negocio	7
1.2 Situación actual del negocio.....	8
1.3 ¿Qué hace único al negocio?	9
1.4 Describa los factores claves que usted considera harán exitoso al negocio.....	10
1.5 Estrategia: Definir misión y visión	11
1.5.1 Marco temporal	11
1.5.2 Alcances.....	12
1.5.3 Competencias únicas.....	17
1.5.4 Desafíos	18
1.5.5 Misión.....	20
1.5.5 Visión	20
1.6 Identificar oportunidad/necesidad del Mercado	21
1.7 Propuesta de valor para el cliente	22
2. Análisis estratégico	23
2.1 Análisis de contexto	23
2.1.1 Descripción de la Industria	23
2.1.2 Factores económicos.....	24
2.1.3 Factores políticos	27
2.1.4 Factores tecnológicos.....	29
2.1.5 Factores sociales	31
2.1.6 Atractivo de la industria	32
2.1.7 Oportunidades y amenazas	33
2.2 Análisis de la competencia	34
2.2.1 Principales competidores	34

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.2.2	Análisis de Cadena de Valor Propia	36
2.2.3	Comparar Cadenas de Valor	41
2.3	Fortaleza del negocio	44
3.	Análisis FODA	45
3.1	Cuadro FODA.....	45
	Fortalezas	45
	Debilidades	45
	Oportunidades	45
	Amenazas	45
3.2	Análisis del FODA	46
3.2.1	Fortalezas:	46
3.2.1	Debilidades:.....	46
3.2.1	Oportunidades:	47
3.2.1	Amenazas:	47
4	Segmentación de mercado	48
4.1	Criterios de segmentación	48
4.1.1	Rentabilidad	48
4.1.2	Mensurabilidad	49
4.1.3	Capacidad de respuesta	49
4.2	Variables de segmentación (negocios).....	52
4.2.1	Macro segmentación.....	52
4.2.2	Microsegmentación.....	56
4.3	Mercado meta.....	¡Error! Marcador no definido.
4.3	Mercado meta.....	59
5	estrategia	60
5.1	Matriz Atractivo de la Industria / Fortalezas del Negocio.....	62
5.1.1	Atractivo de la industria	62

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

5.1.2 Fortaleza del negocio	62
5.2 Programas generales de acción	64
5.2.1 Estrategia de administración.....	65
5.2.2 Estrategia de Servicio	66
5.2.3 Estrategia de Tecnología	67
5.2.4 Estrategia de Marketing	68
5.2.5 Estrategia comercial	69
5.3 Programas específicos de acción	71
5.3.1 Programa específico de administración	71
5.3.2 Programa específico de Produccion	76
5.3.3 Programa específico de Tecnología.....	81
5.3.4 Programa específico de Marketing	85
5.3.5 Programa específico de Comercial.....	88
Anexos.....	97

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Ficha de Seguimiento y Revisión

- Cambios de autor**

Fecha	Autor	Versión	Referencia de los cambios
22/04/2022	Franco Fazzito	1.0	Confección del punto 1
22/04/2022	Franco Fazzito	1.1	Confección del punto 2 y refinamiento de los puntos 1.3 hasta el 1.5
25/04/2022	Franco Fazzito	1.2	Confección del punto 3 y refinamiento de los puntos 2 hasta el 2.1.6
26/04/2022	Franco Fazzito	1.3	Refinamiento general del documento y corrección en errores de redacción para los puntos 1, 2 y 3
27/04/2022	Franco Fazzito	1.4	Correcciones sobre ortografía y ajustes look and feel del documento en general
28/04/2022	Franco Fazzito	1.5	Revisión general previo a envío del primer avance
19/05/2022	Franco Fazzito	1.6	Correcciones primer avance
21/05/2022	Franco Fazzito	1.7	Confección del punto 4 y borrador de punto 5
22/05/2022	Franco Fazzito	1.8	Confección del punto 5 y refinamiento del punto 4
23/05/2022	Franco Fazzito	1.9.0	Refinamiento del punto 5 y agregación de anexos
24/05/2022	Franco Fazzito	1.9.1	Correcciones sobre ortografía y ajustes de look and feel del documento en general
25/05/2022	Franco Fazzito	2.0	Revisión general del documento
10/06/2022	Franco Fazzito	2.1	Se completo investigación sobre mercado meta
13/06/2022	Franco Fazzito	2.2	Corrección del punto 4 y refinamiento de criterios de segmentación, agregado de valores para mercado meta
14/06/2022	Franco Fazzito	2.3	Mejora de orden del punto 5 en orden gerencial hacia operativo
15/06/2022	Franco Fazzito	2.3.1	revisión general del documento y corrección de redacción/ortografía

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

- **Revisiones**

Auditor	Versión Aprobada	Responsabilidad/Rol	Fecha

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

1 Descripción general del negocio

1.1 Descripción básica del negocio

FSolutions es una empresa dedicada al desarrollo, mantenimiento y comercialización de soluciones de software para locales de venta de hardware.

Desde FSolutions ofrecemos una solución de gestión integral para la automatización de los procesos de venta de las computadoras de estos locales, de esta forma buscamos:

- Aumentar las ganancias y posicionamiento de los locales de venta de hardware que utilicen nuestros servicios, optimizando y automatizando sus procesos internos.
- Adaptar de manera rápida y sencilla nuestros servicios a cada uno de los procesos de negocio de nuestros clientes, mejorando así la facilidad de transición y adaptabilidad.
- Brindarles a las personas la posibilidad de poder acceder a una computadora acorde a sus necesidades de una manera más rápida y transparente.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

1.2 Situación actual del negocio

FSolutions es una empresa joven creada a finales de 2019 por su fundador quien trabajo unos 5 años dentro de varios locales de venta de hardware armando computadoras y como servicio técnico de esta forma vio como estos llevaban sus procesos de manera manual causando a una pérdida de potenciales ganancias y retrasos en los pedidos debido a la desorganización y falta de estándares.

De esta forma vio la necesidad de poder tener una herramienta que supliera estos problemas durante todo el proceso de venta y sea fácil de adaptar dentro de los procesos de negocio de los locales.

Es por ello por lo que, tras un breve periodo de desarrollo, FSolutions sale al mercado con un MVP con un número reducido de servicios apuntado a sus primeros clientes con la intención de poder captar su primera cuota de mercado y obtener retroalimentación de este.

Actualmente la empresa se encuentra ubicada en capital federal, brindando sus primeros servicios a través una solución Mobile a unos 8 locales de venta de hardware para poder tomar su retroalimentación y de esta forma poder expandirlo en un hacia el resto del país.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

1.3 ¿Qué hace único al negocio?

Nuestro principal diferenciador frente a la competencia y lo que hace único a nuestro negocio es la gestión integral que permite nuestra solución de gestión hacia los locales de venta de hardware, ya que mientras nuestra competencia solo ofrece ERPs con algunas funcionalidades extras de trazabilidad o ventas nosotros nos enfocamos en potenciar los procesos internos de cada uno de estos locales de venta de hardware ofreciendo la posibilidad de poder automatizar todos el proceso de venta de una computadora, desde la creación del presupuesto con el cliente que se acerca a la tienda hasta la entrega de la computadora y su posterior servicio de postventa.

De esta forma podemos ver como nuestra solución se adapta a todos los procesos de negocio de nuestro cliente, ayudando no solo a la trazabilidad y gestión de ventas que ofrece nuestra competencia sino también a poder aprovechar al máximo todo el potencial de ventas que tiene de una manera eficiente y transparente.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

1.4 Describa los factores claves que usted considera harán exitoso al negocio

Desde FSolutions consideramos que los siguientes factores clave harán exitoso al negocio:

- Ofrecemos un servicio de gestión integral de todo el proceso de venta de una computadora diferenciándonos fuertemente de nuestra competencia.
- Respuesta rápida ante cambios en las necesidades de nuestros clientes gracias a la escalabilidad de nuestro servicio y al uso de nuevas tecnologías.
- Precio de suscripción con precio competitivo con diferentes tipos de planes que se adaptan a las necesidades del cliente junto con una prueba gratuita para poder tomar su retroalimentación a través de reseña.
- Contamos con capacitaciones en el uso del software, así como servicio técnico en caso de algún fallo o necesidad de ayuda por parte del cliente.
- Entrada en un mercado con muchas posibilidades de crecimiento con un producto innovador orientado a las necesidades del cliente.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

1.5 Estrategia: Definir misión y visión

1.5.1 Marco temporal

El marco temporal de nuestro proyecto se desarrollará en 3 años debido a que no requerimos de una gran inversión inicial y estamos en un mercado en crecimiento debido a la suba en la demanda de computadoras personalizadas que se vio acelerada gracias a la pandemia expandiendo nuevas formas de trabajo remotas junto con nuevas formas de entretenimiento y deportes electrónicos, aunque también debemos tener en cuenta el factor cambiante respecto al país en términos de inflación y tipo de cambio que afectan negativamente y de manera directa a nuestra industria.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

1.5.2 Alcances

Descripción de la escala de evaluación de prioridades para los distintos alcances del negocio.

ALCANCE	PRIORIDAD	EL PRODUCTO, MERCADO, O UBICACIÓN GEOGRÁFICA
Nuevo	--	... considerado en forma muy tentativa para la actividad del negocio.
	-	... considerado en forma tentativa para la actividad del negocio.
	E	... recibirá el nivel necesario de recursos.
	+	... se le asigna un alto nivel de importancia y recursos adicionales para lograr una mejor posición competitiva.
	++	... se le asigna el nivel más alto de importancia y los recursos necesarios para lograr la posición competitiva más destacada posible.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

1.5.2.1 Alcance del mercado

Dentro de nuestro mercado detectamos 3 tipos de locales de venta de hardware basados en su tamaño y a quienes le sugerimos las distintos planes del servicio, entre ellos están:

- **Locales de venta de hardware pequeños:** entendemos como pequeños a aquellos locales con hasta 10 empleados y que llevan dentro del mercado menos de 2 años de actividad.
- **Locales de venta de hardware medianos:** entendemos como medianos a aquellos locales con hasta 20 empleados y que llevan dentro del mercado al menos 3 años de actividad.
- **Locales de venta de hardware grandes:** entendemos como grandes a aquellos locales con hasta 35 empleados y que llevan dentro del mercado al menos 5 años de actividad.

Mercado	--	-	E	+	++
Locales de venta de hardware pequeños				X	
Locales de venta de hardware medianos				X	
Locales de venta de hardware grandes					X

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

1.5.2.2 Alcance del servicio

Como nombramos anteriormente basado en el tamaño del local de venta le recomendaremos su plan de servicio más adecuado a nuestro cliente el cual está dividido en:

- **Inicial:** orientado a locales de venta de hardware pequeños o pasando a ser medianos.
- **Normal:** orientado a locales de venta de hardware medianos más consolidados o pasando a ser grandes.
- **Premium:** orientado a los locales de venta de hardware más grandes.

Los cuales dividen sus funcionalidades de la siguiente forma:

Inicial	Normal	Premium
Creador de presupuesto.	Creador de presupuesto.	Creador de presupuesto.
Asistente de armado.	Asistente de armado.	Asistente de armado.
Asistente de entrega.	Asistente de entrega.	Asistente de entrega.
Gestión de stock.	Gestión de stock.	Gestión de stock.
máximos de conexiones concurrentes: 10.	Gestión de empleados.	Gestión de empleados.
	Facturación y entrega de documentos.	Facturación y entrega de documentos.
	Gestión de proveedores.	Gestión de proveedores.
	máximos de conexiones concurrentes: 25.	Reporting.
		Soporte especializado.
		máximos de conexiones concurrentes: 35.

Producto/Servicio	--	-	E	+	++
Inicial				X	
Normal				X	
Premium					X

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

1.5.2.3 Alcance geográfico

Dentro del alcance geográfico planeamos en un principio para poder validar el producto y debido a la mayor concentración de locales enfocarnos en Ciudad Autónoma de Buenos Aires en primer lugar para luego extenderlo hasta provincia de buenos aires y posteriormente a nivel nacional, de esta forma conseguimos un mejor costo para captar cuota de mercado segmentando el marketing y esfuerzos en conseguir nuevos clientes.

Geográfico	--	-	E	+	++
Ciudad Autónoma de Buenos Aires					X
Provincia de buenos aires				X	
Resto del país			X		

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

1.5.3 Competencias únicas

1.5.3.1 Tecnologías

1.5.3.1.1 Utilización de servicios cloud

La utilización de servicios a través de la nube nos permitirá expandir de forma rápida hacia nuevos clientes debido a la escalabilidad por demanda que estos nos ofrecen, permitiéndonos ofrecer un servicio de mayor calidad a un costo menor y con gran capacidad de crecimiento.

1.5.3.1.1 Utilización de nuevas y últimas tecnologías

Entendemos la importancia de mantener nuestros productos desarrollados con las últimas tecnologías con la intención de aprovechar todas las nuevas características de estas, es por ello por lo que fomentamos la investigación sobre nuevas tecnologías y herramientas por parte de nuestro equipo de desarrollo.

1.5.3.2 Comercialización

1.5.3.2.1 Plan de suscripción con un servicio innovador

Sabemos la problemática por la que pasan la gran mayoría de locales de hardware debido a sus procesos manuales, así como la dificultad por la inestabilidad económica para la compra de un producto de software, es por ello por lo que planteamos ofrecer una solución integral de gestión con una forma de suscripción mensual basado en el tamaño de la tienda junto con una prueba gratuita para poder obtener retroalimentación del cliente en forma de reseña.

Competencias claves	--	-	E	+	++
Utilización de servicios cloud			X		
Utilización de nuevas y últimas tecnologías				X	
Plan de suscripción con un servicio innovador					X

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito			
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro
Negocio: FSolutions 				

1.5.4 Desafíos

1.5.4.1 Aumentar nuestra cuota de mercado.

Uno de los principales desafíos que tenemos es el de llegar una mayor cantidad de clientes para poder desarrollar nuestro negocio y poder expandirlo hacia el resto de la argentina, es por ello por lo que elegimos hacer campañas de marketing y contactar a potenciales clientes para dar a conocer nuestros servicios.

1.5.4.2 Lograr el posicionamiento de nuestros servicios ante el cliente.

Buscamos llegar a nuestros clientes como un servicio innovador que potencie en gran medida sus ventas y agilidad de trabajo consiguiendo así el posicionamiento de nuestros servicios ante el cliente.

1.5.4.3 Mejorar la experiencia de los clientes del servicio.

Sabemos que una buena experiencia de uso es importante a la hora de que nuestros clientes opten por nuestro servicio, por eso priorizamos la retroalimentación conforme al uso del servicio junto con una prueba gratuita durante el primer mes.

1.5.4.4 Mantener costos competitivos.

Uno de nuestros más grandes desafíos es poder mantener un costo competitivo con respecto a la competencia para poder obtener cuota de mercado de una manera más rápida y poder dar a conocer las ventajas de nuestro servicio en el mercado.

Desafíos	--	-	E	+	++
Aumentar nuestra cuota de mercado					X
Lograr el posicionamiento de nuestros servicios ante el cliente				X	
Mejorar la experiencia de los clientes del servicio				X	
Mantener costos competitivos				X	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

1.5.5 Misión

FSolutions es una empresa que ofrece soluciones de gestión integrales orientadas específicamente a los locales de venta de hardware.

Nuestro objetivo es promover la mejora constante de los procesos internos de cada uno de nuestros clientes a través del uso de nuestras soluciones para poder lograr un aumento en sus ganancias y posicionamiento con respecto a su competencia.

1.5.5 Visión

Ser reconocidos como la empresa líder en servicios de gestión para locales de venta de hardware a nivel nacional.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

1.6 Identificar oportunidad/necesidad del Mercado

Actualmente la gran mayoría de locales de venta de hardware realizan gran parte de sus procesos de manera manual o con una rudimentaria digitalización lo que causa una gran desorganización, así como retrasos y cancelaciones de los pedidos, sumado al gran factor de error humano que se puede dar por presupuestar una computadora de manera incorrecta o no tomar en cuenta la falta de stock con su nuevo costo de un componente que todavía no ingresó en el inventario.

Es por ello por lo que vimos la necesidad en el mercado de una solución que integre todo el proceso de venta de una computadora, desde la creación del presupuesto de forma correcta basado en las necesidades del cliente hasta la entrega de esta con la posibilidad de gestionar ante algún componente defectuoso y no solo los procesos más superficiales como gestión de stock, facturación y seguimiento de un pedido como ofrece nuestra competencia.

A su vez los consumidores de este tipo de computadoras cada vez son más debido al crecimiento de trabajo remoto, así como nuevas posibilidades de trabajo, entretenimiento y deportes electrónicos debido a la pandemia, pero como si fuera poco estos cada vez son más exigentes y específicos con sus necesidades lo que hace todo un desafío para un local de venta de hardware poder manejarlo, es por ello por lo que nos centramos en apoyarlos para poder satisfacer esta demanda creciente.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

1.7 Propuesta de valor para el cliente

Nuestra propuesta de valor es la brindar un servicio de gestión integral específico para los locales de venta de hardware que permita automatizar todos sus procesos internos y llevar trazabilidad de todo el proceso de venta de una computadora, de esta forma se aumentaran las ganancias y posicionamiento frente a la competencia debido menor error humano y desorganización.

Gran parte de nuestra propuesta de valor se basa en lo integral de nuestro servicio durante el proceso de venta de una computadora hacia el cliente que se acerca a la tienda ya que permite acompañar durante todo este proceso de venta de la siguiente manera:

1. **Creación del presupuesto:** cuando un cliente se acerca para poder hacer un presupuesto de una computadora, nuestro servicio le permite crear de manera automática este en base a la cantidad de dinero que quiera gastar y el uso que le dará el cliente.
2. **Armado de la computadora:** nuestro servicio cuenta con un asistente de armado que le permitirá gestionar todo el proceso de armado e indicar un fallo si así ocurriese, en ese caso el servicio le brindará un reemplazo equivalente en calidad y precio, posteriormente le notificará al cliente y registrará la incompatibilidad o mal funcionamiento para poder hacer mejores y más acertados presupuestos en un futuro, de esta forma se indicará la computadora como armada.
3. **Entrega de la computadora:** nuestro servicio permitirá indicar la computadora como entregada y en caso de que el cliente presente algún mal funcionamiento podrá devolverla indicándose también así en el servicio indicando su fallo y el servicio permitirá buscar un reemplazo en equivalente en calidad y precio en el componente defectuoso.

De esta forma vemos como nuestro servicio acompaña durante todo el proceso de negocio de la venta de una computadora por parte de la tienda, permitiendo mejorar internamente los procesos más complejos y dando trazabilidad durante todo el proceso de armado junto con la posterior entrega.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2. Análisis estratégico

2.1 Análisis de contexto

2.1.1 Descripción de la Industria

Nuestra empresa se desarrollará dentro de la industria de los servicios, se denomina empresas de servicios a aquellas empresas ya sean públicas o privadas que tiene por función brindar una actividad que las personas necesitan para la satisfacción de sus necesidades a cambio de un precio.

El producto que ofrecen es intangible y cuenta con una red de personal y equipamiento que permiten que este funcione. Este tipo de empresas no compra un producto y se lo convierte en otro como puede pasar en una fábrica, sino que ven las necesidades y recursos del grupo objetivo que quieren satisfacer a través de un estudio de mercado y buscan satisfacer esa necesidad.

Las empresas de servicios integran lo que se denomina sector terciario y es el sector que más creció en los últimos años en los países más desarrollados y creando numerosos puestos de trabajo para la sociedad.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.1.2 Factores económicos

2.1.2.1 Tipo de cambio

El tipo de cambio no favoreció a la Argentina en los últimos años, convirtiéndose en uno de los principales factores, por los cuales las compañías del exterior comenzaron a buscar nuevos recursos dentro del país ya que permite contratar recursos humanos de una forma más barata, así mismo la falta de salarios competitivos y condiciones de contratación desfavorables en varios casos han obligado a que muchos profesionales busquen trabajo en el exterior, ya sea de manera directa o como freelance para poder tener un salario mucho más competitivo.

Actualmente hay múltiples tipos de cambio en la economía argentina con respecto al dólar (moneda que por muchos argentinos es usada como reserva de valor) como pueden ser: El dólar blue, contado con liqui, dólar bolsa, dólar ahorro, el dólar minorista, dólar mayorista, el dólar para industria y hasta un dólar dedicado exclusivamente al agro. Así mismo, hubo un incremento del dólar blue de un 50% considerando los valores promedio del primer trimestre de 2021 comparados al primer trimestre de 2022.

Esto afecta sin lugar a duda a las empresas que sufren un gran problema a la hora de encontrar personal capacitado quienes prefieren un sueldo más competitivo en dólares trabajando hacia el exterior del país.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

2.1.2.2 Inflación

En los últimos 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 economía argentina experimentó un ritmo de crecimiento de precios a una velocidad 6 veces superior al resto del mundo. El año pasado fue aún peor con el 42,02% durante 2020 comparado a los 50,9% durante 2021 y recientemente en marzo de este año teniendo uno de los meses con mayor inflación en los últimos años que fue de unos 6.7%.

Sin lugar a duda es un factor muy importante a la hora de proyectar cualquier empresa. Por este motivo este punto se convierte en un limitante importante, cuando pensamos y proyectamos expandir operaciones, o intentar llegar a más clientes ya que 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.

Así como nombramos durante el análisis del tipo de cambio, la inflación también afecta de manera negativa a la hora de poder encontrar personal ya que debemos actualizar su salario conforme a la inflación si queremos realmente que se queden en nuestra empresa.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions					

2.1.2.3 PBI

El crecimiento del PBI es crucial para la economía, ya que su incremento refleja un aumento de la actividad económica local. Durante los últimos años este número fue desfavorable teniendo en 2018 una caída del 2,6% junto con otra caída en el 2019 de un 2,1% y cerrando con un desplome durante 2020 del casi 10% aunque en el 2021 se volvió a la suba con 8.3%.

Evolución: PIB anual Argentina		
Fecha	PIB anual	Var. PIB (%)
2020	341.394 M€	-9,9%
2019	403.601 M€	-2,1%
2018	444.277 M€	-2,6%

PIB Trimestral a precios de mercado 2021			
Fecha	PIB Trimestral	Var. Trim. PIB (%)	Var. anual PIB Trim. (%)
IV Trim 2021	120.542 M€	1,5%	8,4%
III Trim 2021	105.093 M€	4,0%	11,5%
II Trim 2021	98.087 M€	-0,6%	19,9%
I Trim 2021	91.025 M€	3,2%	2,6%
< PIB Argentina 2020			

La inestabilidad en términos de PBI puede afectar directamente a nuestra empresa ya que, si accedemos a préstamos o financiación inicial para poder adentrarnos en el mercado, debemos tener cuidado con el coste de repago de los préstamos, así como los reajustes de las tasas de interés, aunque ante una posible suba nuevamente durante este año podríamos conseguir un mejor financiamiento.

Factores Económicos				
	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRATIVO
Tipo de cambio			X	
Inflación			X	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Producto Bruto Interno (PBI)		X		
------------------------------	--	---	--	--

2.1.3 Factores políticos

2.1.3.1 Ley de economía del conocimiento

La Ley de Economía del Conocimiento, sancionada en octubre de 2020, apunta a promover nuevas tecnologías, generar valor agregado, fomentar el empleo de calidad, facilitar el desarrollo de pymes y aumentar las exportaciones de las empresas que se dediquen a servicios basados en el conocimiento.

El régimen prevé la emisión de un bono de crédito fiscal intransferible por un monto equivalente de hasta el 70% o el 80% -según el caso- de las contribuciones patronales pagadas que podrá ser utilizado para pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y otros impuestos nacionales durante los 24 meses posteriores a su emisión, prorrogables por 12 meses más.

Nuestra industria se ve comprendido por este bajo el rubro de software y servicios informáticos y digitales, además la categorización de empresa por tamaño para recibir los beneficios segmentados se hará en base a criterios de ventas y personal ocupado establecidos por la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y los Emprendedores.

Viendo también las inversiones computables para para el cumplimiento del requisito adicional que serían para I+D (ejemplo: adquisición de tecnología no incorporada y conocimiento), como para el de capacitación (ejemplo: becas que la empresa otorgue a sus empleados).

Además, con la disposición 3/2021 publicada hace unos meses, el Ministerio de Desarrollo Productivo estableció la modalidad para que empresas provenientes de la Ley de Promoción de la Industria del Software (Ley N° 25.922.) que decidan ingresar en el registro de la Ley de Economía del Conocimiento y, que no estén en normal cumplimiento de sus obligaciones, puedan regularizar su situación, previa notificación de los resultados de sus informes de auditoría.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.1.3.2 Ley de emprendedores

El Congreso de la Nación aprobó la Ley de Emprendedores, el objetivo principal de esta ley es el de incentivar la actividad emprendedora en el país y el aumento del capital emprendedor argentino.

Con la implementación de esta nueva regulación legal cada idea puede convertirse en un emprendimiento de manera simple, ágil y rápida, eliminando las trabas burocráticas. Asimismo, la normativa apunta a incentivar la economía y generar más empleo en todo el territorio nacional.

Algunos de los beneficios de esta ley son:

- La posibilidad de constituir una empresa en 24 horas es uno de los capítulos centrales de la ley con una nueva figura jurídica que llevará el nombre de Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) y podrá crearse y manejarse en forma digital desde cualquier lugar del país.
- Permite además abrir una cuenta bancaria simplificada y digitalizar firma, libros y poderes, incorporar uno o más accionistas y emitir acciones de mismo derecho a diferente precio.
- Para desarrollar la industria del capital emprendedor, la ley contempla beneficios impositivos para los inversores registrados que apuesten por el desarrollo de ideas argentinas.
- Además, con el propósito de facilitar y agilizar el proceso de financiamiento a los emprendedores, se crea el Fondo Nacional de Capital Emprendedor (FONDCE).
- A partir de este fideicomiso, se crearán fondos de capital emprendedor de naturaleza público-privada para generar estímulos para inversores de proyectos de alto impacto.
- También se seleccionarán 13 aceleradoras (3 de ellas de base científica), con licencias por 4 años, a las que se destinarán aportes para los gastos operativos y para la inversión conjunta en emprendimientos argentinos.
- Asimismo, la ley contempla la regulación de mecanismos de financiamiento colectivo para democratizar y federalizar la posibilidad de que los argentinos inviertan en el talento local.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Factores Políticos		MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO
Ley de economía del conocimiento					X
Ley de emprendedores					X

2.1.4 Factores tecnológicos

2.1.4.1 Avances tecnológicos

Dentro del rubro de los servicios los avances tecnológicos han tomado gran fuerza. La mejora de las telecomunicaciones, los nuevos transportes, los servicios financieros, la educación y los medios de comunicación han experimentado un profundo desarrollo como consecuencia del progreso tecnológico.

El comercio ha vivido una gran revolución con las nuevas tecnologías. Prueba de ello es el e-commerce o comercio electrónico. Las compras online cada vez son más frecuentes. En este campo encontramos gigantes empresariales como Amazon, un dominador hegemónico del comercio electrónico.

Además de ello vemos cómo el poder de la información para la toma de decisiones cada vez aumenta más con su aplicación en recursos y herramientas en los sistemas de gestión (ERP) y en Business intelligence (BI).

Esto nos da pie a poder explotar un diferencial competitivo dentro de la tecnología que es aquella que ofrece una experiencia o un resultado que ninguno o pocos competidores ofrecen. Por lo tanto, puede ser considerada como un diferencial del negocio, de esta forma es que desde FSolutions alentamos al uso de las nuevas tecnologías por parte de nuestro equipo de desarrollo ya que nos permite poder profundizar el impacto de nuestro principal diferencial frente a la competencia de una manera más rápida e innovadora.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

A su vez también permite la optimización de la atención y soporte al cliente brindando servicios más ágiles, que anticipan las necesidades de los clientes y ofrecen experiencias memorables a través de internet.

La tecnología en el sector de servicios siempre estará en sintonía con la satisfacción y la experiencia de los clientes, aunque su aplicación sea en la organización o mejora de los procesos internos. Esto sucede porque todos los beneficios resultan en una optimización operativa y mejores servicios prestados.

Otro detalle importante es que el impacto de la tecnología en el sector de servicios es constante, es decir, es necesario hacer un seguimiento de las tendencias y novedades regularmente para poder estar a la vanguardia.

Factores Tecnológicos				
	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO
Avances tecnológicos				X

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.1.5 Factores sociales

2.1.5.1 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, marcando un antes y un después en la adopción de la tecnología.

Sumado a esto vemos como el trabajo remoto, nuevos puestos laborales, así como nuevas formas de entretenimiento y deportes digitales se expandieron a través del mundo aumentando de forma significativa la demanda de computadoras que procesan cada vez más información y de una forma más precisa.

Entendiendo este contexto es que vemos la oportunidad de poder ingresar a un mercado que el aislamiento social y la pandemia aceleró de manera rápida.

Factores Sociales				
	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO
Implicaciones sociales del aislamiento social				X

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.1.6 Atractivo de la industria

Tras el análisis de cada uno de los factores tanto en el macroentorno como en el microentorno indica que nuestra industria a la que estamos apuntando tiene un nivel de atractivo medio.

Nuestros principales motivos para elegir este atractivo medio se basan en lo beneficioso de estar dentro un mercado en crecimiento con cada vez más posibles clientes requiriendo servicios para poder satisfacer sus necesidades sumado a un impulso que nos dio la pandemia si tomamos los factores sociales, aunque por otra parte vemos la situación actual del país tanto en términos inflacionarios como en tipo de cambio nos juega en contra debido a un mayor riesgo de tomar crédito y la dificultad para poder conseguir personal capacitado en un contexto donde miran hacia el exterior en búsqueda de salarios mucho más competitivos.

Evaluación general de la industria			
	ATRACTIVO ESCASO	ATRACTIVO MEDIO	ATRACTIVO ELEVADO
Evaluación general		X	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.1.7 Oportunidades y amenazas

2.1.7.1 Oportunidades

1. Estamos dentro de un mercado en crecimiento donde cada vez más personas buscan servicios para poder satisfacer sus necesidades.
2. Apoyo a sectores de la economía del conocimiento por parte del gobierno.
3. Apoyo a la creación de startups por parte del gobierno facilitando la creación de esta y la gestión impositiva.
4. Crecimiento del área de tecnología utilizada para la creación de servicios.
5. Aumento de oportunidades de productos en el mercado de la tecnología usada para servicios.

2.1.7.2 Amenazas

1. El contexto inflacionario del país complica a la industria de servicios.
2. Tasas de intereses altas para la solicitud de préstamos y créditos, dificulta el acceso a servicios por el alto coste.
3. Poca predictibilidad en cuanto a factores económicos pueden generar incertidumbre.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

2.2 Análisis de la competencia

2.2.1 Principales competidores

Dentro de nuestro análisis pudimos identificar a 2 principales competidores los cuales tienen el mismo segmento de clientes nuestro y que cuenta con una alternativa de gestión para mejorar sus procesos.

2.2.1.1 Competidor 1 Zeus gestión



Descripción: Zeus gestión es un servicio de la empresa infosis de origen argentino y está enfocada en ser un ERP hacia locales de venta de hardware.

Entre sus principales servicios, tienen las funcionalidades de:

- Proceso de venta con presupuestos, pedidos, remitos y facturas manuales
- Proceso de compra con emisión de facturas, remitos, órdenes de compra, cotizaciones y sugerencias de compra.
- Cobro con QR de Mercado Pago.
- Administración de saldos, pagos, imputación de comprobantes.
- Sigue los movimientos de apertura y cierre de caja.

Escalas de precio por sucursal, control de stock y ventas

Datos de la Empresa:

- País: Argentina.
- Sitio web: <https://erp.electronica.zeusgestion.com/>
- Redes Sociales: <https://www.instagram.com/zeustecnologia/?hl=en>
- Teléfono: +54 011 5218 4378
- Dirección: Monteagudo 275. 3° Piso, Distrito Tecnológico, Buenos Aires.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.2.1.1 Competidor 2 Flexxus



Descripción: la plataforma Flexxus ofrece distintos servicios ERP personalizados hacia distintos tipos de comercios, entre ellos tiene una personalización específica para locales de tecnología e informática.

Entre sus principales servicios, tienen las funcionalidades de:

- Gestión de RMA (gestión de control y trazabilidad de toda la mercadería devuelta por fallas).
- Gestión de comisión y premios a vendedores.
- Gestión de stock y emisión de comprobantes.
- Gestión de proveedores.
- Generación de órdenes de compra.
- Análisis de Rentabilidad y Resultado por Tenencia.
- Servicio Técnico.
- Análisis Costo/Oportunidad.
- Plataforma de E-Commerce.

Datos de la Empresa:

- País: Argentina.
- Sitio web: <https://www.flexxus.com.ar/software-de-gestion-para-venta-de-insumos-informaticos-y-tecnologicos/>
- Redes Sociales: <https://www.instagram.com/flexxuserp/?hl=en>
- Teléfono: +54 011 5352 5500
- Dirección: Humberto 1º 843, X5000 Córdoba.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.2.2 Análisis de Cadena de Valor Propia

Mediante el análisis de cadena de valor, se busca clasificar todas las tareas de una organización, separándolas en nueve categorías. Estas categorías están divididas en actividades primarias (detalladas verticalmente) y actividades de apoyo (detalladas horizontalmente).

Para nuestra empresa utilizaremos una cadena de servicios.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.2.2.1 Análisis de Cadena de Valor Propia - FSolutions

Dirección general y de recursos humanos				
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento de la empresa como una marca confiable y competitiva. • Enfocados sobre las necesidades del cliente. • Contratación de personal competitivo y relevante. • Staff pequeño. 				
Organización interna y tecnología				
<ul style="list-style-type: none"> • Investigación sobre nuevas oportunidades de negocio. • Investigación sobre las nuevas necesidades del cliente. • Área de marketing. • Área de ventas. • Área de desarrollo. • Infraestructura cloud. 				
Infraestructura y ambiente				
<ul style="list-style-type: none"> • Generación de espacios dentro de la compañía, para poder tener contacto con el cliente. 				
Abastecimiento				
<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de equipos tecnológicos para poder desarrollar las actividades propias del negocio. • Generación de espacios campañas de marketing en redes sociales. • Capacitación a empleados en nuevas tecnologías y workshops para compartir el conocimiento. 				
Marketing y ventas	Personal de contacto	Soporte físico y de habilidades	Prestación	Cliente
<ul style="list-style-type: none"> • Contacto con cliente mediante email y a través de página web. • Uso de campañas de marketing en redes sociales. • Desarrollo de nuevas propuestas comerciales según el cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del negocio a nuevos clientes y entrega de una prueba gratuita. • Comunicar de manera efectiva las características de los servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de equipos para el equipo de desarrollo y de soporte técnico. • Personal talentoso y capacitado en las últimas tecnologías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prestación de servicios integrales de gestión para locales de venta de hardware brindando una mejora considerable en la optimización de sus 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar un impulso en las ventas de nuestros clientes automatizando todo el proceso de venta de una computadora. • Pedir reseñas sobre la prueba gratuita y obtener retroalimentación para mejorar la experiencia. • Realizar estudios de mercado para entender por qué un cliente nos volvería a elegir y

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

			procesos internos.	captar más cuota de mercado.
--	--	--	--------------------	------------------------------

2.2.2.2 Cadena de Valor de competidor 1 - Zeus gestión

Dirección general y de recursos humanos				
<ul style="list-style-type: none"> Enfocados en brindar servicios amplios de ERP para varios sectores. Staff grande. 				
Organización interna y tecnología				
<ul style="list-style-type: none"> Investigación sobre nuevas oportunidades de negocio. Área de marketing. Área de ventas. Área de desarrollo. 				
Infraestructura y ambiente				
<ul style="list-style-type: none"> Oficinas grandes distribuidas por varias localidades céntricas. Generación de espacios dentro de la compañía, para poder tener contacto con el cliente. 				
Abastecimiento				
<ul style="list-style-type: none"> Adquisición de equipos tecnológicos para poder desarrollar las actividades propias del negocio. Adquisición de muebles, comida y servicios para la oficina. Generación de campañas de marketing en redes sociales. Atender necesidades de infraestructura local. 				
Marketing y ventas	Personal de contacto	Soporte físico y de habilidades	Prestación	Cliente
<ul style="list-style-type: none"> Contacto con cliente mediante email y a través de página web. Desarrollo de nuevas propuestas comerciales según el cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Contacto directo con clientes. Contacto directo con potenciales clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrega de tarjetas de acceso a los empleados. Formulario de depósito para pago de servicio con débito automático. 	<ul style="list-style-type: none"> ERP con funcionalidades extras orientadas hacia los locales de venta junto con integraciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Generar un aumento en las ventas brutas del cliente digitalizando ciertos procesos. Realizar estudios de mercado para poder captar más clientes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito			
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro
Negocio: FSolutions 				

2.2.2.2 Cadena de Valor de competidor 2 - Flexxus

Dirección general y de recursos humanos				
<ul style="list-style-type: none"> Enfocados en brindar servicios amplios de ERP para varios sectores. Staff grande. 				
Organización interna y tecnología				
<ul style="list-style-type: none"> Investigación sobre nuevas oportunidades de negocio. Área de marketing. Área de ventas. Área de desarrollo. 				
Infraestructura y ambiente				
<ul style="list-style-type: none"> Oficinas grandes distribuidas por varias localidades céntricas. Generación de espacios dentro de la compañía, para poder tener contacto con el cliente. 				
Abastecimiento				
<ul style="list-style-type: none"> Adquisición de equipos tecnológicos para poder desarrollar las actividades propias del negocio. Adquisición de muebles, comida y servicios para la oficina. Generación de campañas de marketing en redes sociales. Atender necesidades de infraestructura local. 				
Marketing y ventas	Personal de contacto	Soporte físico y de habilidades	Prestación	Cliente
<ul style="list-style-type: none"> Contacto con cliente mediante email y a través de página web. Uso de campañas de marketing en redes sociales. Desarrollo de nuevas propuestas comerciales según el cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del negocio a nuevos clientes y entrega de una prueba gratuita. Comunicar de manera efectiva las características de los servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrega de tarjetas de acceso a los empleados. Formulario de depósito para pago de servicio con débito automático. 	<ul style="list-style-type: none"> ERP con funcionalidades extras orientadas hacia los locales de venta junto con integraciones. Servicio de ecommerce automático con los productos que se ofrecen. 	<ul style="list-style-type: none"> Generar un aumento en las ventas brutas del cliente digitalizando ciertos procesos. Realizar estudios de mercado para poder captar más clientes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.2.3 Comparar Cadenas de Valor

2.2.3.1 Comparación Cadena de Valor Competidor 1 – Zeus gestión

Comparación con Zeus gestión	GRAN DEBILIDAD	DEBILIDAD LEVE	EQUILIBRADOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
Dirección general y de recursos humanos				X	
Organización interna y tecnología			X		
Infraestructura y ambiente		X			
Abastecimiento			X		
Marketing y ventas				X	
Personal de contacto				X	
Soporte físico y de habilidades				X	
Prestación					X
Cliente				X	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions					
					

2.2.3.2 Comparación Cadena de Valor Competidor 2 - Flexxus

Comparación con Flexxus					
	GRAN DEBILIDAD	DEBILIDAD LEVE	EQUILIBRADOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
Dirección general y de recursos humanos				X	
Organización interna y tecnología			X		
Infraestructura y ambiente		X			
Abastecimiento			X		
Marketing y ventas			X		
Personal de contacto			X		
Soporte físico y de habilidades				X	
Prestación					X
Cliente				X	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.2.4 Fortalezas y debilidades

Luego de realizar el análisis sobre la cadena de valor de los principales competidores, surgen las siguientes fortalezas y debilidades.

2.2.4.1 Fortalezas:

1. Entrega de prueba gratuita junto con reseña una vez finalizada.
2. Modelo de negocio enfocado totalmente en las necesidades del cliente.
3. Plataforma de gestión integral de cada uno de los procesos internos de venta diferenciándonos de nuestra competencia la cual ofrece servicios de ERP sobre procesos más superficiales.
4. Venta online del servicio.
5. Uso de tecnología de última generación.

2.2.4.2 Debilidades:

1. Reducida cantidad de personal y departamentos más pequeños.
2. Recursos económicos más limitados.
3. Menor experiencia en el mercado.
4. Imagen de negocio menos reconocida en comparación a nuestros competidores.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

2.3 Fortaleza del negocio

Por todo lo descrito anteriormente, a través de las evaluaciones realizadas de nuestros competidores directos podemos indicar que el negocio al que apuntamos tiene una fortaleza media.

Fortaleza del negocio	FORTALEZA BAJA	FORTALEZA MEDIA	FORTALEZA ALTA
Evaluación general		X	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

3. Análisis FODA

3.1 Cuadro FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> Investigación constante en nuevas tecnologías y necesidades del cliente. Planes de suscripción con tarifas claras. Servicios diferenciales de gestión enfocados a las necesidades del cliente. Bajos costos de operación. 	<ul style="list-style-type: none"> No se cuenta aún con una gran cuota de mercado. No se cuenta con experiencia en el mercado. No se cuenta con la publicidad suficiente. Capacidad financiera reducida.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Estamos en un mercado en crecimiento con una demanda creciente debido a la pandemia. Pocos competidores a nivel local que puedan hacer lo mismo. Gran número de tiendas de hardware que todavía no cuenta con una herramienta de gestión dentro de su local. 	<ul style="list-style-type: none"> Altas tasas de interés para obtener financiación. Incertidumbre debido al contexto inflacionario.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

3.2 Análisis del FODA

3.2.1 Fortalezas:

Nuestra mayor fortaleza y a su vez nuestro principal diferenciador con respecto a la competencia es que ofrecemos un servicio integral de gestión que permite impulsar las ventas y el posicionamiento de los clientes que nos eligen utilizando un modelo de suscripción mensual como medio de pago.

Por otro lado, al no contar con una alta cantidad de personal y gracias a la ayuda de nuevas tecnologías que facilitan y automatizan mucho el trabajo manual nos permite tener bajos costos para obtener un buen margen en nuestras ganancias.

3.2.1 Debilidades:

Nuestras debilidades están centradas en que cuando salgamos a competir con el resto del mercado vamos a competir contra otros servicios que llevan más tiempo en el mercado, así como una mayor cuota de este, lo que nos va a resultar desfavorable sobre todo durante los primeros periodos hasta poder ganar un mayor posicionamiento y cuota de mercado.

Por otro lado, al ser una empresa que recién está entrando en el mercado todavía no poseemos gran capacidad financiera lo que nos lleva a no poder contar con la capacidad de publicidad que nos gustaría.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

3.2.1 Oportunidades:

Creemos que este mercado nos está dando una gran oportunidad de entrada debido al gran aumento de la demanda que se vio durante y post pandemia junto con una problemática recurrente que vimos en nuestros clientes y que podemos solucionar, es por ello por lo que decidimos entrar con un productor innovador el cual no tiene muchos competidores a nivel local para poder tomar una cuota de mercado interesante que nos permita crecer y expandirnos a nivel nacional.

3.2.1 Amenazas:

Nuestras principales amenazas son debido a la gran incertidumbre que genera un contexto inflacionario, ya que cuando la inflación sube también se suben las tasas de interés para poder absorber la masa monetaria excedente en la economía, aunque también perjudica principalmente a aquellas empresas jóvenes como la nuestra que necesitan de financiación para poder dar sus primeros pasos dentro del mercado, ya que unas tasas de interés más altas se traducen en un costo mayor de un posible crédito.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

4 Segmentación de mercado

4.1 Criterios de segmentación

Nuestro negocio ofrece soluciones integrales para la venta de computadoras orientadas al mercado conformado por locales de venta minoristas dedicados a la venta de hardware, por esta razón realizamos una segmentación de negocios.

4.1.1 Rentabilidad

Actualmente el mercado de locales de venta de hardware de un tamaño mediano y grande posee un total de 120 locales dentro de Ciudad de Buenos Aires siendo conformado por 63 locales de venta medianos y 57 locales de venta grandes (Anexo 2).

En cuanto a crecimiento, vemos como es un sector que espera seguir creciendo ya que se vio ayudado por el gran aumento de demanda que se vio durante y post pandemia marcando un aumento del 57,6% con respecto al primer trimestre del 2020 según cifras del INDEC, de esta forma se alcanzó la cifra de 59.247 millones de pesos en ventas totales (anexo 1).

Por estas razones concluimos que el segmento al que apuntamos es rentable.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

4.1.2 Mensurabilidad

El mercado de tiendas de hardware es fácilmente medible debido a que actualmente se encuentran diversos portales (como www.ar.latinoplaces.com/caba o www.guiapurpura.com.ar/computacion) que permiten buscar y cuantificar tiendas de hardware tanto por nombre, especialidad o zona, a su vez contamos con estadísticas por parte del INDEC sobre el número de tiendas y su total de ventas gracias a las encuestas de comercios junto con las encuestas sobre las ventas de electrónica las cuales también nos proporcionan información sobre las distintas zonas de argentina y su correspondiente volumen de ventas (Ejemplo de esto se encuentra en anexo 2).

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

4.1.3 Accesibilidad

El segmento de mercado apuntado por nuestra organización es completamente accesible y no presenta ninguna complicación a la hora de lograr una interacción con el mismo ya que solo se requiere de conexión a internet para poder acceder, así como conocimiento en el uso de una computadora o dispositivo móvil, siendo esto indispensable para que los empleados cuenten con dicho puesto dentro del local.

A su vez, tener presencia en redes sociales e Internet a través de estrategias de Marketing nos dará una gran ventaja en cuanto a accesibilidad geográfica y al tratarse de un servicio web, no es necesario realizar una visita presencial con los potenciales clientes, sino que mediante videoconferencias y demostraciones online se puede representar toda la fiabilidad de nuestros servicios.

De esta forma, llegamos a la conclusión que nuestro segmento además de ser identificable es accesible.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

4.1.4 Capacidad de repuesta

El mercado de tiendas de hardware es un mercado ágil y con una capacidad de respuesta rápida que incorpora nuevos servicios y productos para poder satisfacer las necesidades del cliente debido a la fuerte competencia que hay dentro de este.

Evidencia de esto vemos como la mayoría de estos incorporaron de forma rápida pagos con QR o a través de transferencias y billeteras virtuales, así como sistema cuotas sin interés como Ahora 12 o hasta crearon su sistema de cuotas como Compragamer creando Pago Gamer que permite una mejor financiación en cuotas sin interés.

De esta forma vemos como el mercado tendrá una respuesta positiva y rápida ante nuestros servicios.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

4.2 Variables de segmentación (negocios)

4.2.1 Macro segmentación

4.2.1.1 Segmentación geográfica

Dentro del segmento geográfico en un principio nos enfocaremos en un principio en Ciudad Autónoma de Buenos Aires debido a la gran concentración de locales de venta de hardware que allí se encuentran, utilizando esto como caso de éxito para luego extenderlo hasta provincia de Buenos Aires y posteriormente a nivel nacional.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

4.2.1.2 Tipo de negocio

El tipo de negocio al que apuntamos son locales comerciales especializados en la venta de hardware.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

4.2.1.3 *Tamaño de negocio*

El tamaño de negocio al que apuntamos son los medianos y grandes locales de venta de hardware, entendiendo el tamaño de cada uno de ellos de la siguiente manera:

- Medianos: locales con hasta 20 empleados y que llevan dentro del mercado al menos 3 años de actividad.
- Grandes: locales con hasta 40 empleados y que llevan dentro del mercado al menos 5 años de actividad.

Dentro de estos evaluamos ciertas características fundamentales para que la adopción de nuestro servicio sea necesaria y sumamente exitoso:

- Locales desorganizados que tengan la necesidad de poder automatizar y optimizar sus complejos procesos manuales para poder llevar a cabo una entrega de pedidos eficiente.
- Locales que quieran aumentar sus ganancias reduciendo el error humano y optimizando las actividades operativas de sus empleados.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

4.2.1.4 Uso del servicio

Nuestros clientes utilizarán nuestros servicios dentro del local de venta de forma interna, es decir va a ser usado por sus empleados para poder llevar a cabo todas las tareas relacionadas a la venta de computadoras. De esta forma vemos como nuestros servicios apoyan de manera directa e interna a los principales procesos de negocio de nuestros clientes a la hora de efectuar una venta para un consumidor que se acercó al local.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

4.2.2 Microsegmentación

4.2.2.1 Criterios de compra

Los clientes que acceden a nuestro servicio son tiendas de hardware que buscan una herramienta con características muy particulares y con gran calidad para potenciar sus procesos internos, dada que los actuales competidores dentro del mercado no satisfacen dichas necesidades.

Es por ello por lo que identificamos los siguientes criterios de compra fundamentales:

- Relación entre el costo del servicio y su aumento de ganancias.
- Posibilidad de tener un soporte personalizado.
- Capacidad de poder potenciar los procesos internos de su negocio.
- Entrega de prueba gratuita de 1 mes.
- Variedad de oferta en base al tamaño del local.
- Precio de servicio en pesos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

4.2.2.2 Estrategia de compra

La estrategia de compra es una estrategia directa que busca vender la suscripción nuestros servicios directamente a los clientes, haciendo uso de diferentes medios como mail o teléfono.

El cliente se comunica con nosotros o nosotros con ellos y luego de ello nos enfocamos en ofrecer nuestro servicio detallando todas las características fundamentales que brindamos para mejorar la calidad de sus procesos internos basado en las necesidades del cliente y el tamaño de su local.

Una vez conseguido esto ofrecemos la entrega de una prueba gratuita de 1 mes para que pueda probar todos las características de nuestros servicios y, por último, una vez finalizada la prueba gratuita ya se comienza a cobrar por el uso del mismo acorde al plan elegido con el respectivo medio de pago cargado.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

4.2.2.3 Importancia de la compra

Nuestros servicios se ejecutarán dentro de los procesos de venta internos del local, siendo de suma importancia para los procesos internos de venta de nuestro cliente.

Es por ello por lo que la contratación de nuestro servicio juega un rol importante dentro de la mejora de su proceso de venta, generando tanto un aumento en las ganancias como una mejora en la fidelización con el cliente.

Es por ello por lo que vemos que la adquisición de una suscripción de nuestro servicio aporta un gran valor estratégico a nuestro cliente.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

4.2.2.4 Características personales

Quienes tomaran la decisión de utilizar o no nuestro servicio, así como de contratarlo son los gerentes comerciales o dueños de los locales de venta a los que apuntamos.

Identificamos estos perfiles como perfiles con poca tolerancia al fallo y con responsabilidades importantes dentro del local ya que son los responsables tanto de sus beneficios como de sus pérdidas, por lo tanto, son personas que se identifican con sus locales y que buscan en sus decisiones realmente poder generar un impacto positivo en su negocio.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

4.3 Mercado meta

Nuestro mercado está compuesto por medianos y grandes locales de venta minoristas dedicados a la venta de hardware

Su tamaño varia desde 20 personas para los locales más pequeños hasta más de 40 personas para los locales más grandes. Además, se concentran en su materia en Ciudad Autónoma de Buenos Aires debido a que es la zona de mayor demanda de hardware y a su vez en la que más creció durante el último tiempo.

Vemos como este mercado se encuentra en pleno crecimiento debido a la gran aceleración que marco la pandemia en este, generando alrededor de 13.607 millones de pesos solamente en Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Estos locales de venta cuentan con una clara necesidad ya que, debido al gran saturación de la demanda de hardware y su falta de organización, vemos como les es difícil afrontar pedidos y ventas de una manera óptima es por ello por lo que decidimos apuntar directamente contra esta problemática, ofreciendo una solución integral para optimizar y automatizar todo sus procesos internos de venta, es por ello por lo que vemos que la importancia de la compra es alta.

Entre los perfiles que toman decisiones relevantes dentro de estos locales son los dueños o gerentes comerciales, por lo tanto, ellos son quienes deciden si contratar nuestro servicio o no.

Sabemos que el criterio de compra fundamental es que tanto pueda potenciar nuestros servicios a las ventas del local y si es rentable en base al costo que ofrecemos, es por ello por lo que apuntamos a una estrategia de compra directa con el cliente entregando una prueba gratuita de un mes para que puedan experimentar los beneficios nuestros servicios y así poder captar una mejor cuota de mercado a futuro.

Es por ello que observamos que dentro de nuestro mercado meta está conformado por unos 120 locales de venta, los cuales distinguimos en 63 locales medianos que gastan en promedio unos 15000

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

pesos de manera mensual en este tipo de servicios y 57 locales grandes que gastan en promedio unos 25000 pesos también de manera mensual en estos servicios, es por eso que concluimos que el total de mercado meta a nivel mensual sería de unos \$2,370,000.00 de pesos y resultando en \$28,440,000.00 haciendo el cálculo a nivel anual.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

5 estrategia

5.1 Matriz Atractivo de la Industria / Fortalezas del Negocio

5.1.1 Atractivo de la industria

Evaluación general de la industria	ATRACTIVO ESCASO	ATRACTIVO MEDIO	ATRACTIVO ELEVADO
Evaluación general		X	

5.1.2 Fortaleza del negocio

Fortaleza del negocio	FORTALEZA BAJA	FORTALEZA MEDIA	FORTALEZA ALTA
Evaluación general		X	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito		Fecha: 28/4/2022	
Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche		
Negocio: FSolutions 				

Teniendo en cuenta los análisis previos basados en el atractivo de la industria y fortalezas del negocio, nos posicionaremos dentro de la Matriz Atractivo de la Industria-Fortaleza del Negocio de la siguiente manera:

Atractivo Industria				
		Alta	Media	Baja
Fortalezas del negocio	Alta			
	Media			
	Baja			

Lo que refleja la matriz es que debemos identificar nuestros segmentos de crecimiento y especializarnos, así como invertir de forma selectiva para poder posicionarnos de forma óptima dentro de la industria y mejorar nuestras fortalezas como negocio.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

5.2 Programas generales de acción

En el marco temporal de 2 años se desarrollarán los siguientes programas generales de acción:

- Programa general de administración.
- Programa general de servicio.
- Programa general de tecnología.
- Programa general de marketing.
- Programa general comercial.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

5.2.1 Estrategia de administración

Programa General de Administración

Descripción	<p>Este programa abarca el manejo y control de los circuitos de pagos, ventas, abastecimiento, remuneraciones, RRHH, contabilidad y aspecto legal.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de administración de ventas. • Estrategia de administración de compras. • Estrategia de administración de pagos y cobranzas. • Estrategia de administración de recursos humanos.
Directivo responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente Administrativo.
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Efectividad de la administración = procedimientos planificados / cantidad de procedimientos realizados. • Efectividad de estimación = costes u horas planificadas / costes u horas realizadas.
Fecha de Inicio y Fin	Inicio: 26/05/2022. Fin: 26/05/2024.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito			
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro
Negocio: FSolutions 				

5.2.2 Estrategia de Servicio

Programa General de Servicio

Descripción	<p>Este programa abarca todas las áreas relacionadas a la implementación y correcta entrega del servicio hacia el cliente final, así como del control de calidad de este y su soporte ante errores o dudas.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de desarrollo del servicio. • Estrategia de prestación. • Estrategia de soporte.
Directivo responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de servicios.
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de reclamos = cantidad de reclamos de errores / días en funcionamiento transcurridos. • Efectividad de desarrollo = tiempo planificado de desarrollo / tiempo real de desarrollo. • Efectividad del servicio = cantidad de horas en funcionamiento / cantidad de horas caído * cantidad de errores con impacto en usuario.
Fecha de Inicio y Fin	<p>Inicio: 26/05/2022.</p> <p>Fin: 26/05/2024.</p>

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

5.2.3 Estrategia de Tecnología

Programa General de Tecnología

Descripción	<p>Este programa abarca todo el soporte tanto a nivel de hardware como de software a la compañía, así como la puesta a punto de servicios externos de comunicación y seguridad.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de software. • Estrategia de hardware. • Estrategia de telecomunicaciones. • Estrategia de ciberseguridad.
Directivo responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de tecnología.
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de implementación = tiempo estimado / tiempo real. • Costo de implementación = costo estimado / costo real.
Fecha de Inicio y Fin	<p>Inicio: 26/05/2022.</p> <p>Fin: 26/05/2024.</p>

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

5.2.4 Estrategia de Marketing

Programa General de Marketing

Descripción	<p>Este programa tiene por objetivo insertarse dentro del mercado a partir de estrategias de venta y difusión del servicio para poder captar la mayor cantidad de clientes manteniendo una excelente relación con ellos.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de servicio. • Estrategia de promoción. • Estrategia de precio.
Directivo responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Comunicacion.
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de eficacia: dinero invertido / cantidad de clientes captados. • Evaluación de interés: clicks en links / vistas de los anuncios.
Fecha de Inicio y Fin	Inicio: 26/05/2022. Fin: 26/05/2024.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa	
	Alumno: Franco Fazzito			
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro
<p style="text-align: center;">Negocio: FSolutions</p> <div style="text-align: center;">  </div>				

5.2.5 Estrategia comercial

Programa General Comercial

Descripción	<p>Este programa abarca las actividades que nos permitan mostrar el producto y sus ventajas, así como también cada una de sus funcionalidades a nuestros posibles clientes a través de una buena experiencia de venta.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de venta. • Estrategia de postventa.
Directivo responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente comercial
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado captado = cantidad de clientes proyectados/ cantidad de clientes captados. • Reclamos = cantidad de clientes / cantidad de reclamos. • Reseña promedio= sumatoria de las reseñas de los clientes / cantidad de reseñas.
Fecha de Inicio y Fin	<p>Inicio: 26/05/2022.</p> <p>Fin: 26/05/2024.</p>

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

5.3 Programas específicos de acción

5.3.1 Programa específico de administración

<i>Administración</i>
1. Administración de ventas. 2. Administración de compras. 3. Administración de pagos y cobranzas. 4. Administración de recursos humanos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Programa Específico de Administración de ventas y cuentas a cobrar

Descripción	Comprende el conjunto de operaciones realizadas para la transferencia a nuestros clientes de los servicios a cambio de un precio pactado en dinero o en promesa de pago.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seguimiento de pagares 2. Realización de ventas 3. Aprobación de la venta 4. Aprobación de los créditos 5. Facturación de la venta 6. Cobranza de la venta 7. Registro de las operaciones realizadas
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Administración
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Empleado administrativo de ventas (1,2,3,4,5). • Contador (1,6)
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Indicador Cantidad de ventas = $\frac{\text{Días por mes}}{\text{Total de contrataciones}}$. • Indicador Cantidad de rechazos = $\frac{\text{Cantidad de pruebas distribuidas}}{\text{Cantidad de rechazos luego de la prueba}}$. • Costo de adquisición de cliente = $\frac{\text{Costo total de proceso de venta del mes}}{\text{cantidad de clientes que contrataron}}$.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Programa Específico de compras y cuentas a pagar

Descripción	Comprende el conjunto de operaciones para la adquisición de servicios y recursos que la empresa necesita para poder operar y desarrollar los servicios.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Detección de necesidad de compra 2. Evaluación y selección de proveedores 3. Adjudicación de la compra 4. Planificación de recepción 5. Gestión de control 6. Gestión de almacenamiento
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de administración.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de compras (1,2). • Empleado administrativo de compras (3,4,5,6).
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto anual = presupuesto anual definido / presupuesto anual utilizado. • Costo de recursos total = sumatoria del costo de recursos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions					

Programa Específico de pagos y cobranzas

Descripción	Comprende todas las operaciones realizadas para el pago de salarios y el pago de los servicios necesarios.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Control de vencimientos y emisión de órdenes de pago. 2. Control de situación de cobro. 3. Emisión de cheques y recibos. 4. Control y registración de los pagos. 5. Control y registración de los cobros. 6. Distribución de documentación.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Administración .
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Contador (4,5) • Empleado administrativo de pagos y cobranzas (1,2,3,6).
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto anual = presupuesto anual definido / presupuesto anual utilizado. • Facturación = facturación realizada / facturación emitida.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Programa Específico de Recursos Humanos

Descripción	Comprende las tareas realizadas para mantener una buena relación laboral con los miembros de la compañía, sumado al pago de los empleados.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisión de relaciones laborales 2. Selección y entrevista de nuevo personal. 3. Gestión administrativa de personal. 4. Gestión de registro y baja en AFIP. 5. Gestión de accidentes laborales y ART. 6. Control de ausentismo.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Administración.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de recursos humanos (1). • Reclutador (2). • Contador(4). • Empleado administrativo(3,5,6).
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Indicador Accidente laboral = número de accidentes informados / número de accidentes totales. • Indicador Ausentismo = Días de ausencia / Días laborales totales. • Indicador de rendimiento = Días trabajados/ Cantidad de tareas realizadas.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

5.3.2 Programa específico de Produccion

<i>Servicio</i>
1. Estrategia de desarrollo del servicio. 2. Estrategia de prestación. 3. Estrategia de soporte.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Programa Específico de desarrollo del servicio

Descripción	<p>Comprende la investigación de las tecnologías propuestas previamente y diseño de diferentes tipos de prototipos para verificar como estas aplican puntualmente a necesidades del cliente.</p> <p>Además, comprende la aprobación de prototipos e implementación de en producción de las nuevas features de la plataforma.</p>
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis y diseño de las funcionalidades ofrecidas en nuestros servicios. 2. Análisis de datos generados por las nuevas features desplegadas. 3. Aprobación de prototipos. 4. Armado de prototipos. 5. Desarrollo de las features planteadas. 6. Despliegue a producción. 7. Monitorización de las aplicaciones desplegadas a producción.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de servicio
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollador • Analista desarrollador • Arquitecto de software • Scrum master • Jefe de producto

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions					

Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> Despliegues exitosos = cantidad de despliegues a producción/despliegues llevados a la versión previa por errores. Efectividad en selección de tecnologías= cantidad de prototipos realizadas/implementaciones finales de estas prototipos en despliegues concretos.
--------------------	--

Programa Específico de prestación

Descripción	Comprende la tareas relacionadas con la prestación y actualización de reglas de nuestros servicios.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de nuevas reglas de negocios. 2. Implementación de nuevas reglas de negocios. 3. Lectura de métricas de funcionalidades entregadas. 4. Creación de mail personalizado hacia el cliente utilizando herramientas de terceros 5. Envío de mails credenciales de acceso hacia los clientes.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> Gerente de servicio.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollador. Jefe de producto. Arquitecto de software. Diseñador maquetaador UI/UX

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de Reporting con métricas = cantidad de métricas recolectadas en producción / cantidad de nuevos reportes generados. • Tasa de errores solucionados = Cantidad de errores detectados en producción / cantidad de errores solucionados. • Retrabajo de error = cantidad de errores solucionados en producción / cantidad de veces que estas soluciones genera otros errores.
--------------------	--

Programa Específico de soporte

Descripción	Comprende las tareas de soporte y atención al cliente ante dudas y errores durante la utilización del servicio por parte del cliente.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de quejas y errores recurrentes. 2. Seguimiento del estado de quejas y errores. 3. Resolución de quejas y errores. 4. Resolución de dudas y envío de recomendaciones. 5. Mantenimiento de contacto junto con el cliente. 6. Registro de evaluación sobre la resolución. 7. Registro de quejas y errores.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de servicio.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Empleado administrativo de soporte.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Test efectivo = cantidad de prueba realizado / cantidad de errores detectados. • Ratio error corregido = cantidad de errores detectados en producción / cantidad de errores solucionados en producción.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Cobertura de test = cantidad de líneas de código de la aplicación / cantidad de líneas de código alcanzada por tests unitarios. |
|--|---|

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

5.3.3 Programa específico de Tecnología

<i>Tecnología</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hardware. 2. Software. 3. Telecomunicaciones. 4. Ciberseguridad.

Programa Específico de Hardware

Descripción	Comprende tareas relacionadas con la adquisición de nuevos equipos para todos los empleados de la compañía así como de su mantenimiento.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compra de nuevos terminales. 2. Actualización de nuevos terminales. 3. Cambio de terminales antiguas. 4. Relevar equipamiento actual. 5. Mantenimiento.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de tecnología.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa de hardware tercerizada.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas en equipos = equipos reparados / equipos con fallas. • Actualizaciones = Cantidad de actualizaciones realizadas / errores por falta de actualizaciones reportados. • Cambios terminales = Cantidad de equipos totales / cantidad de equipos cambiados.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions					

Programa Específico de Software

Descripción	Comprende todas las tareas de desarrollo y configuración de software para el desarrollo y administración de la compañía.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Configuración de servidores para despliegues y nodos. 2. Actualización de versiones en tecnologías utilizadas por la compañía. 3. Obtención de licencias. 4. Monitorización de servicios internos de la compañía.
Responsable	Gerente de tecnología.
Equipo de Trabajo	Desarrollador. Tester.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de servicios en línea = número de servicios operativos / número de servicios no operativos. • Incidentes a lo largo del tiempo = número de incidentes detectados / largo de tiempo (mes – día – hora). • Tasa de rendimiento = número de peticiones recibidas / número de peticiones atendidas.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Programa Específico de Telecomunicaciones

Descripción	Comprende todas las tareas relacionadas a las comunicaciones realizadas en la compañía.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluación de proveedores de comunicaciones. 2. Realizar la contratación de un proveedor. 3. Realizar la contratación de un proveedor de contingencia. 4. Configuración del hardware y software necesario para lograr la comunicación interna de la empresa.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de tecnología.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa de soporte tercerizada.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Optimización de costos = dinero gastado el periodo anterior / dinero gastado de este periodo. • Tasa de reclamos = cantidad de reclamos por falta de comunicación exitosa / cantidad de empleados.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Programa Específico de Ciberseguridad

Descripción	Comprende todas las tareas relacionadas a las protección contra distintos ataques informáticos .
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificación de tareas de revisión de posibles vulnerabilidades. 2. Capacitación sobre ingeniería social y phishing. 3. Configuración y suministro de dispositivos y aplicaciones para autenticación de doble factor. 4. Actualización periódica de firmware y software hacia la última versión.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de tecnología.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa de seguridad tercerizada.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de ataques = cantidad de ataques y alertas recibidos / tiempo. • Tasa de anomalías = cantidad de anomalías / tiempo.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

5.3.4 Programa específico de Marketing

<i>Marketing</i>
1. Estrategia de servicio 2. Estrategia de precio 3. Estrategia de promoción

Programa Específico de Servicio

Descripción	Comprende las tareas de desarrollo e implementación de nuevas estrategias de Marketing para llegar a los clientes.
Tareas	1. Investigación de mercado. 2. Análisis de comportamiento de competidores. 3. Análisis de estrategias actuales de mercado. 4. Monitorización de las estrategias de marketing implementadas. 5. Implementación de nuevas estrategias de marketing.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> Gerente de comunicación.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de producto. Empleado de marketing.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> Visibilidad en redes = Cantidad de interacciones en redes / cantidad de publicaciones realizadas. Ratio de nuevos clientes = cantidad de nuevos clientes de redes / cantidad de publicaciones.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

	<ul style="list-style-type: none"> Optimización de estrategias = cantidad de estrategias estudiadas / cantidad de estrategias implementadas.
--	---

Programa Específico de Precio

Descripción	Comprende las tareas de generación de estrategias para la definición de la política de precios y el análisis de su implementación.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> Control y proyección de precios. Análisis de costos. Análisis y programas de precios. Análisis de precio de competidores. Establecer precios para los distintos planes.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> Gerente de comunicación
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Analista de investigación de mercado.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de clientes = número de clientes actuales / número de clientes periodo anterior. Ventadas = Ventas realizadas / ventas proyectadas. Promoción = número clientes captados/ número clientes esperados.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Programa Específico de Promoción

Descripción	Comprende las tareas para determinar la publicidad con el fin de atraer clientes y aumentar las ventas. Además de lograr afianzar la imagen de la empresa.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño y control de la estrategia de promoción. 2. Crear campañas publicitarias. 3. Crear campañas de correo directo. 4. Exposición en comunidades y grupos online afines.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de comunicación.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de producto. • Empleado de marketing.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de clientes = número de clientes actuales / número de clientes periodo anterior. • Efectividad de alcance = Alcance / Alcance esperado • Efectividad de las campañas = ventas del periodo anterior / ventas del periodo actual.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions					

5.3.5 Programa específico de Comercial

<i>Comercial</i>
1. Venta. 2. Postventa.

Programa Específico de Venta

Descripción	Comprende las tareas relacionadas con el proceso de venta de suscripción a nuestro servicio y análisis de nuevas oportunidades de venta.
Tareas	1. Análisis de nuevas oportunidades de venta con nuevos clientes. 2. Seguimiento de oportunidades de venta. 3. Establecer términos y condiciones de venta. 4. Coordinación de reunión de venta y entrega de prueba gratuita. 5. Realizar seguimiento de clientes en el proceso de venta. 6. Concretar ventas.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> Gerente administrativo.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Analista de ventas. Empleado administrativo de venta.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> Ventas = cantidad de clientes contactados / cantidad de clientes captados. Retorno = cantidad de clientes que compran una suscripción por primera vez / cantidad de clientes que renuevan. Retención = cantidad de meses del contratación totales / cantidad de clientes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Programa Específico de Postventa

Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con el proceso de seguimiento del cliente tras la venta, así como los procesos de atención en los errores y sugerencias del cliente.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acompañar a los clientes ante errores o dudas. 2. Generar garantías de calidad mediante servicio al cliente. 3. Realizar seguimiento de los clientes. 4. Pedir reseñas a clientes sobre su experiencia con nuestros servicios. 5. Generación de reclamos.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente administrativo.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Analista de ventas. • Empleado administrativo.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Promedio de reseñas = sumatoria de reseñas en puntos / cantidad de reseñas totales. • Tiempo de respuesta = sumatoria de tiempo de reclamo en espera / sumatoria de tiempo de solución.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Plan de marketing

estrategia de servicio

Descripción general del servicio

Nuestra propuesta al mercado se centra en ofrecer una solución integral para la venta de computadoras enfocada a los locales de venta de hardware.

Nuestro principal diferenciador frente a la competencia es la gestión integral que permite nuestra solución de gestión, ya que mientras nuestra competencia solo ofrece ERPs con algunas funcionalidades extras de trazabilidad o ventas nosotros nos enfocamos en potenciar los procesos internos de cada uno de estos locales de venta de hardware ofreciendo la posibilidad de poder automatizar todos el proceso de venta de computadoras, desde la creación del presupuesto con el cliente que se acerca a la tienda hasta la entrega de la computadora y su posterior servicio de postventa.

Es por esto por lo que ofrecemos un servicio diferenciado y de gran calidad, entre las funcionalidades que ofrece nuestra solución podemos ver:

- **Creador de presupuesto:** permite poder crear presupuestos de manera automática detallando únicamente el tipo de uso y el presupuesto del cliente.
- **Asistente de armado:** permite ayudarnos durante todo el proceso de armado, colocando indicaciones, así como ofrecer posibles reemplazos en los componentes en caso de ocurrir algún error.
- **Asistente de entrega:** permite ayudarnos durante el proceso de entrega, así como durante el proceso de postventa ya que permite ofrecer algún componente de reemplazo en caso de error una vez entregada.
- **Gestión de stock:** permite poder gestionar todo el inventario de los componentes, así como informar cuando alguno este por escasear.
- **Gestión de empleados:** permite asignar trabajos a empleados y también gestionar su credenciales.
- **Gestión de proveedores:** permite realizar pedidos a proveedores generando ordenes de compra al mejor precio por cada componente.
- **Facturación y entrega de documentos comprobantes durante las etapas de armado.**
- **Reporting con productos más vendidos, ganancias y errores por fecha.**

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Servicio

Tipo de servicio

La solución que proponemos se hace en forma de servicio por lo que nos encontramos dentro de la industria de servicio que engloba a todas las empresas que se dediquen a comercializar un bien intangible, nuestros servicios son utilizados a través de nuestro sistema web de gestión accediendo a través de una computadora o dispositivo móvil.

Algunas características de los servicios son:

- **Intangibles:** No se puede ver ni tocar.
- **Inseparabilidad:** No se pueden separar de sus proveedores.
- **Heterogeneidad:** La calidad de los servicios depende de quien los suministre, cuando, donde y como.
- **Caducidad:** no se pueden almacenar.
- **Propiedad:** el pago de servicios es hecho por el uso, acceso o alquiler y no por la propiedad total.

Línea de servicios

Profundidad	Amplitud del servicio
	Inicial
	Normal
	Premium

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Características de los planes

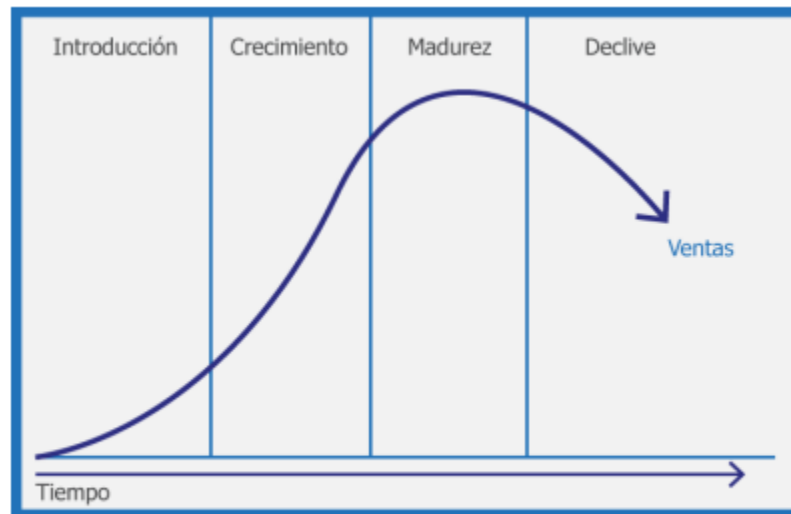
Basado en el tamaño del local de venta le recomendaremos su plan de servicio más adecuado a nuestro cliente, los cuales constan en:

Servicio	Descripción
Inicial	<p>Este plan está orientado hacia locales medianos en crecimiento e incluye las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistente de armado. • Asistente de entrega. • Gestión de stock. • máximos de conexiones concurrentes: 10.
Normal	<p>Este plan está orientado hacia locales medianos más consolidados y pasando a ser grandes e incluye las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistente de armado. • Asistente de entrega. • Gestión de stock. • Gestión de empleados. • Facturación y entrega de documentos. • Gestión de proveedores. • máximos de conexiones concurrentes: 25.
Premium	<p>Este plan está orientado hacia locales grandes más consolidados e incluye las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistente de armado. • Asistente de entrega. • Gestión de stock. • Gestión de empleados. • Facturación y entrega de documentos. • Gestión de proveedores. • Reporting. • Soporte especializado. • máximos de conexiones concurrentes: 35.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Ciclo de vida

Nuestro servicio se considera durable en el tiempo, ya que no se realizan modificaciones, únicamente se pueden llegar a realizar actualizaciones de este o adaptaciones parciales.



Ciclo de Vida de Productos

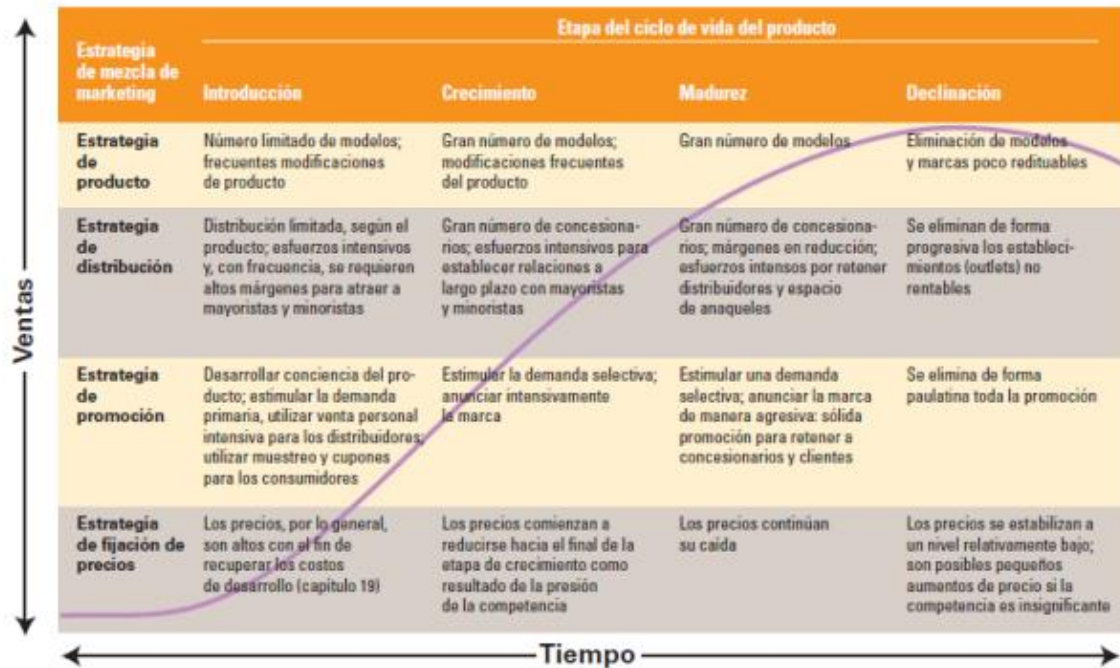
Nuestra solución si bien es novedosa, ya llevan algún tiempo en el mercado, por lo cual nos encontramos en la segunda etapa del ciclo de vida (Crecimiento), tratando de una manera constante y evolutiva a través del tiempo para llegar a una etapa de madurez.

Dentro de cada etapa del ciclo de vida, encontramos distintas estrategias y pautas a tener en cuenta para desarrollar los servicios que se ofrecen. Puntualmente, para nuestros servicios que se encuentran en la etapa de crecimiento destacamos que en esta fase las ventas suelen aumentar a tasas crecientes, se debe tener en cuenta la cantidad de competidores que pueden afectar a nuestro negocio. Si bien como se comentó, las utilidades aumentan rápidamente en esta etapa, alcanzando muchas veces la cima, tendremos muy en cuenta que estas pueden decaer ante la aparición de nuevos competidores o nuevas ofertas.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	

Negocio: FSolutions





	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Marca

Descripción general de la marca

La estrategia de marca que vamos a trabajar es como marca del fabricante y utilizando específicamente familia de marcas en donde vamos a posicionar a FSolutions como marca para respaldar cada uno de los servicios ofrecidos, de esta forma nuestros clientes y potenciales clientes van a poder tener una imagen clara de nuestro negocio, así como de las soluciones que comercializamos.

Nuestra marca busca ser clara a la hora de comunicar, aunque lo suficientemente diferente a las existentes del mercado para poder ser recordada, es por eso por lo que utilizaremos un imagotipo.

Al poseer una combinación entre nombre y símbolo nos permite no solo ser recordados por lo visual sino también por nuestro nombre, el cual es fácil de pronunciar y recordar para cualquiera de los usuarios de servicio.

Imagotipo



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Registración de la Marca

Registración de la Marca electrónica

El registro de una marca electrónica y su respectivo dominio es de vital importancia para nuestro negocio, se han considerado tanto los dominios nacionales como los internacionales ya que indirectamente un dominio.com.ar es aún más sencillo y fácil de recordar, membretar y encontrar. Se optó por registrar una nueva marca electrónica que nos diferencie frente a nuestros competidores. El registro encontrara realizado con el dominio:

<http://www.fsolutions.com.ar/>

Al momento actual (22/4/2022) se encuentra disponible.

Para ello se reservó oportunamente en el registro nacional de dominios NIC Argentina, nic.ar, que, siguiendo las prácticas internacionales en la materia, identifica al Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto en su carácter de administrador del dominio Argentina de INTERNET. NIC Argentina efectúa el registro de los nombres de dominio solicitados de acuerdo con las reglas, procedimientos, instrucciones y glosario terminológico vigentes y este no se encuentra asignado a ninguna otra organización. Adicionalmente se ha realizado la correspondiente consulta para marcas electrónicas en Marcas y Registros.

Estrategia de precios

A continuación, se detallarán los condicionantes del precio entre los que podemos identificar los costos y precios basados en el cliente.

Análisis de precios

Para que nuestra empresa sea rentable y perdurable en el tiempo las ganancias obtenidas de la contratación de nuestros servicios, debe de ser mayores, o inicialmente e iguales, a los gastos que tenemos en el pago de servicios y de todo el personal de la compañía.

A la hora de elegir y determinar nuestros precios, es necesario que verifiquemos los precios de nuestros competidores para poder saber con qué precio nos podremos posicionar, así como analizar nuestros costos fijos y variables con el objetivo de conseguir ser rentable teniendo en cuenta el tamaño de nuestro mercado meta junto con la ganancia que lograremos por cada uno de nuestros clientes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Costos fijos

Los costos fijos son costos que no cambian conforme la producción se incrementa o decrece. Por ejemplo, el alquiler de las oficinas donde podemos llevar a cabo nuestro negocio es un costo fijo, ya que no dependerá del nivel de la comercialización de nuestros servicios.

Costos fijos	<ul style="list-style-type: none"> • Sueldos • Pago a proveedores de servicio • Servicios de Marketing y diseño digital • Publicidad en redes. • Servicio de monitoreo de clientes
---------------------	---

Costos variables

Los costos variables representan los costos asociados al nivel de actividad que exista, si los negocios aumentan los costos variables aumentan.

Costos Variables	<ul style="list-style-type: none"> • Pago de servicios tercerizados • Costo de contratación de perfiles especializados • Capacitaciones de personal • Compra de equipos
-------------------------	---

Análisis precio competencia

El análisis de precios de la competencia es el primer análisis que realizamos para llegar a la conclusión de que estrategia de precios nos conviene llevar adelante. Para realizar el análisis de precios de la competencia, investigamos cuáles son los precios que estos están manejando en el mercado y en base a ellos elaboramos el siguiente informe. Estos precios son por los servicios base, eso indica, que sus precios irán aumentando de acuerdo con la situación del cliente, o las exigencias que este necesite. Si bien, no hay una equivalencia total entre los servicios que ofrecen la competencia, se los dispuso de manera que se puedan comparar tomando en cuenta la cantidad de conexiones concurrentes, módulos agregados al servicio, así como las funcionalidades de cada uno de los planes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

	Zeus gestión	Flexxus
Inicial	50 USD	13800
Normal	70 USD	18700
Premium	100 USD	23600

(esto refiere a los costos de manera mensual)

Análisis sensibilidad del cliente

Efectos sensibilidad al precio

Efecto de calidad precio

Nuestros clientes son menos sensibles al precio en cuestión de precio-calidad ya que el servicio ofrecido es de una calidad superior al de la competencia debido a la gran diferenciación con la que contamos en términos de funcionalidad y rapidez de servicio.

Efecto de beneficio final

El beneficio final que le damos a nuestro cliente es alto y cumple eficientemente con el objetivo de compra por parte de este, por lo que podemos concluir que es menos sensible al precio en cuestión de beneficio final.

Efecto de precio de referencia

Debido a las características personales de quienes serian los contratantes del servicio por parte de nuestros clientes (normalmente algún gerente comercial o el dueño del local de venta de hardware) sabemos que buscaran una comparación de precios y funcionalidades con nuestra competencia, es por ello por lo que nuestros clientes si son sensibles al efecto de precio de referencia.

Estrategia de precio

Para nuestra estrategia de precios, utilizamos una estrategia neutra, dado que nuestra intención es mantenernos dentro de los precios estándares del mercado.

Fijación de precio basado en la competencia:

Según lo analizado en puntos anteriores, nuestro principal atractivo para entrar en el mercado frente a nuestros competidores es la diferenciación de nuestros servicios gracias a la gran calidad de estos junto con las funcionalidades innovadoras ofrecidas pero debido al efecto de sensibilidad de precio de referencia en nuestros clientes tendremos que mantenernos dentro del rango de costo del mercado para poder ofrecer nuestros servicios de forma rentable.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Es por ello por lo que es necesario un análisis minucioso de cada uno de los servicios que ofrece la competencia, así como un análisis de los costos de cada uno de sus planes, para encontrar el mejor balance entre nuestros costos y el precio con el cual podemos ingresar dentro del mercado.

Fijación de precio basada en el valor:

Sabemos que al día de la fecha tenemos competidores que brindan servicios similares a los nuestros, aunque ninguno de ellos cuenta con los servicios integrales de automatización de procesos internos con los que contamos nosotros.

Es por ello por lo que nuestros clientes percibirán de forma rápida y significativa los beneficios de nuestros servicios durante el desarrollo de sus principales procesos de negocio.

Lista de precios

Plan	Precio
Inicial	15000
Normal	20000
Premium	25000

Estrategia de promoción

Mix de promoción

Publicidad

Publicidad online

Este tipo de publicidad estará orientada principalmente a la interacción en tiempo real con nuestros potenciales clientes, ya sea mediante las redes sociales o mediante nuestra plataforma.

Motores de búsqueda: Se hará la subida y publicación del nombre del sitio y de la empresa en los diferentes motores de búsqueda tales como Google, Yahoo! y Bing, a los efectos que los usuarios puedan ubicar el site de la manera más directa posible, cabe destacar que la entrada a la Web en un 75% de los usuarios se inicializa en los tres buscadores mencionados con anterioridad.

Mailing a los clientes registrados y clientes potenciales detectadas: El objetivo es enviar periódicamente mails a los diferentes clientes que posee la empresa y a los potenciales clientes con el fin de informar las novedades que poseen la Empresa, dicha información va a ser adquirida por Bases de Datos comerciales que se encuentran a la venta por un costo accesible e información recaudada de los diferentes eventos en los que participará la empresa.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Instagram: Enfocamos nuevas publicaciones en captar a jóvenes profesionales del área, que puedan servir como puerta de entrada a grandes compañías.

Adwords de Google: Google Adwords nos ofrece la posibilidad de planificar mejor nuestra campaña de publicidad, ya que entre sus diferentes características nos brinda un cálculo estimado del tráfico de cada palabra clave y de los costos para que se puedan tomar las mejores decisiones a la hora de elegirlos y de maximizar el retorno de la inversión, a su vez también nos permite segmentar de manera muy flexible la audiencia, configurando nuestros anuncios para que se muestren sólo a aquellas personas que realicen búsquedas en una región o ciudad en particular. De esta forma resulta muy fácil dirigirse a los clientes que se encuentren dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires donde inicialmente nos es de gran interés adquirir nuevos clientes.

Promoción de ventas

Descuentos iniciales

Como herramienta de descuento inicial utilizaremos una prueba gratuita en el primer mes inicial y con cancelación gratuita en cualquier momento de ese mes, de esta forma nuestros clientes podrán probar todas nuestras funcionalidades y sus beneficios de una manera fácil y cómoda.

Una vez que el cliente culmine la prueba gratuita de nuestros servicios se le ofrecerá la elección entre los distintos planes junto con una recomendación basado en el tamaño de su tienda.

Ventas personales

La venta personal es una comunicación directa entre un representante de ventas y el potencial cliente. La venta personal ofrece varias ventajas sobre otras formas de promoción, ya que permiten que el vendedor explique en forma detallada y demuestre los beneficios del producto.

Es por ello por lo nos inclinaremos a través de venta directa con el fin de poder exponer nuestra gran diferenciación y para ello nuestra área comercial recibirá capacitaciones de especialistas y entrenamiento interno que será contemplado dentro de un plan de capacitación, de esta forma podremos ser capaces de comunicar, asesorar y cerrar las ventas, identificando las necesidades del mercado y creando la imagen de la empresa en base a los valores corporativos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

RRPP

Es fundamental conseguir la difusión de información favorable a través de los medios de comunicación, así como también mejorar la imagen corporativa y la de los servicios a través de las relaciones públicas.

Es por ello por lo que a futuro se plantea realizar eventos dentro de zonas geográficas estratégicas como pueden ser galería jardín o asistencia en eventos como la Gameshow, de esta forma podríamos posicionarnos y captar la atención de muchos de nuestros potenciales clientes.

A.I.D.A

	Atención	Interés	Deseo	Acción
Publicidad	Se logra a través de publicidad a través de la web y redes sociales.	Se logra a través de nuestro sitio web, donde se detalla nuestras principales funcionalidades		Se logra a través de Mailing a los diferentes clientes y potenciales clientes
Relaciones publicas			Se logra a través de la entrega de la prueba gratuita, ya que se busca captar el deseo de contratación por parte del cliente	Se logra a través de la entrega de la prueba gratuita, incitando a la prueba y uso de esta
Ventas personales		Se logran a través de nuestros agentes de ventas a través de una exposición detallada de los beneficios de nuestros servicios		Se logra a través de la atención personalizada por parte de un vendedor capacitado
Relaciones publicas	Se logra a través de realización de eventos en zonas estratégicas y con asistencia en eventos particulares			

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Estrategia de distribución

Canales

Hemos seleccionado una estructura de canal de distribución directo donde nos comunicaremos de manera directa con nuestro potencial cliente.

Como canal principal de comunicación y venta tenemos el de internet. Por un lado, buscamos difundir nuestros servicios a través de publicidad en sitios web y en redes sociales.

También contamos con canales más directos y personalizados en los cuales atendemos a nuestros potenciales clientes de manera directa y hacemos foco en que se sientan cómodos con la atención.

Por otro lado, contamos con atención online en horarios comercial para potenciales clientes y con atención personalizada para nuestros clientes.

Función de canales

En nuestro caso la función de nuestro canal será cumplir la función de transacción, donde nos conectaremos con nuestros potenciales clientes y concretaremos la venta de forma directa.

Cuarto canal

Este será nuestro principal canal de comunicación con nuestros potenciales clientes ya que se basará por medio de redes sociales, email y anuncios en sitios web.

A su vez podremos comunicarnos de forma directa a través de este canal por medio de videollamadas o llamadas para poder hacer presentación de todas las funcionalidades al cliente y con ello poder concretar la venta.

El vínculo con el cliente será un factor determinante para lograr el éxito ya que brindamos un servicio adaptado a las necesidades del este con el fin de darle soluciones puntuales a sus principales problemáticas.

Logística

Toda la logística de nuestro servicio se realizará a través de nuestro sitio web, en donde los distintos locales puedan acceder a nuestros servicios a través de sus credenciales, un ejemplo de esto sería gracias a la autenticación de usuario y contraseña dentro del Login en nuestra página web de servicio.

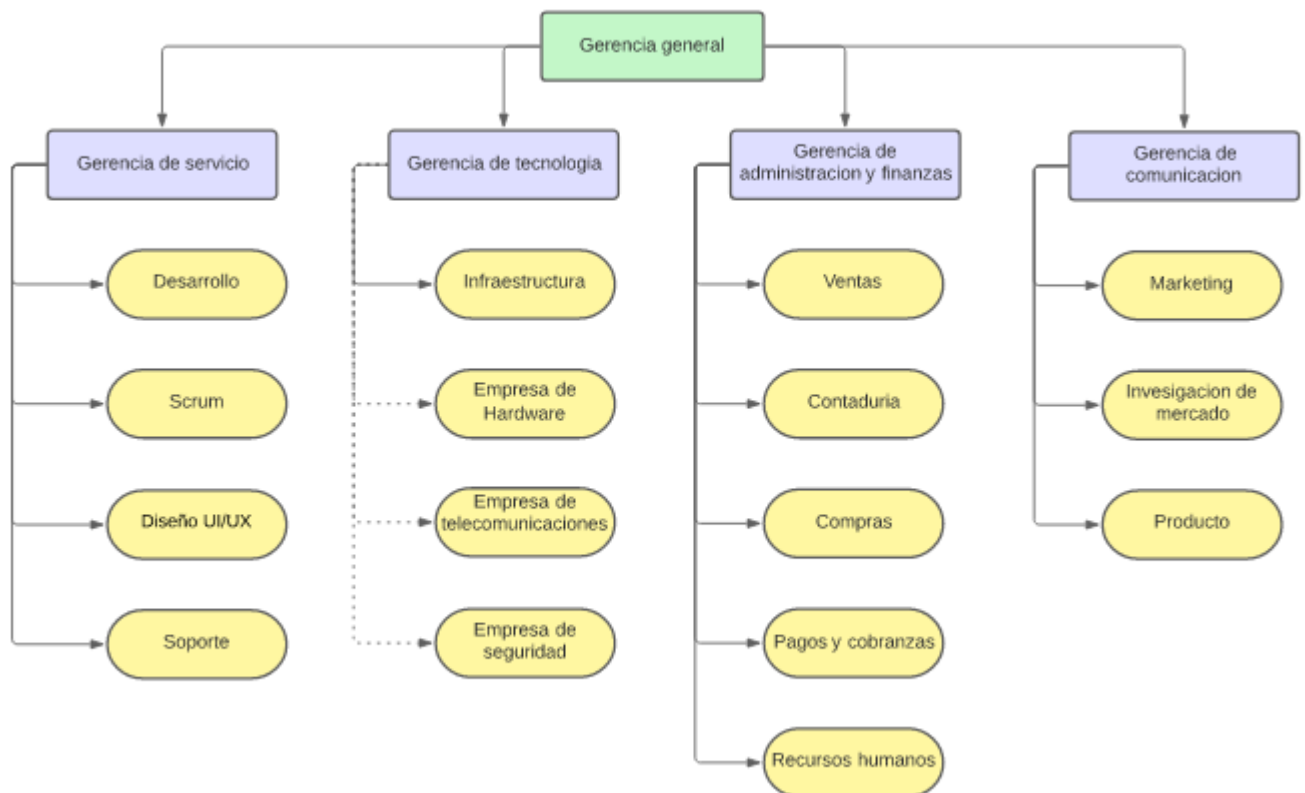
	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions					

Organización requerida

Estructura

Estructura organizacional

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.



Gerencia general

Es el mayor órgano de gestión y representación de la empresa. Se conforma por el Gerente General; quién se encargará de velar por el cumplimiento de la estrategia general y dirigir las áreas funcionales para concretar la visión de la empresa.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Gerencia de administración de finanzas

Realizará el control de gestión administrativa de compras y ventas, gestión financiera; tesorería y cobranzas y recursos humanos. Estará conformada por los siguientes departamentos:

- **Departamento de administración de ventas:** Estará encargado de la gestión administrativa de ventas, serán responsables del manejo eficiente de los pedidos de ventas y ayudarán a mejorar la productividad de los representantes de ventas, entre otras tareas estarán encargados de atender y dar seguimiento a todas las consultas de los clientes.
- **Departamento de administración de compras:** Estará encargado de la compra de insumos y adquisición de servicios para el correcto funcionamiento de la empresa.
- **Departamento de administración de contaduría:** estará encargado del registro en libros contables de todas las operaciones realizadas, así como de los tramites con respecto a liquidación de impuestos y actualización de estados impositivos de nuestros empleados
- **Departamento de Pagos y Cobranzas:** Este departamento se encargará de la gestión de morosos, y funciones asociadas al cobro del servicio. Además, se encargarán de realizar los pagos a proveedores, personal de la empresa, impuestos
- **Departamento de recursos humanos:** se encargará de las tareas de gestión administrativa de los empleados de la compañía, así como de contratar a nuevo personal

Gerencia de comunicación

Será la responsable de planificar y ejecutar la estrategia de marketing para llegar a los clientes, a su vez es responsable de la generación de estrategias para la definición de la política de precios y el análisis de su implementación.

- **Departamento de marketing:** estará encargado del desarrollo e implementación de cada una de las estrategias de Marketing para llegar a los clientes.
- **Departamento de investigación de mercado:** estará encargado de la generación de estrategias para la definición de la política de precios y el análisis de su implementación.
- **Departamento de producto:** estará encargado de poder tener una perspectiva y visión del producto a largo plazo para poder comunicarlo tanto con el departamento de servicio como con el de marketing

Gerencia de tecnología

Será responsable de dar soporte en forma de hardware y software a la compañía en forma de equipos, así como de infraestructura y servicios cloud.

También comprende las tareas de protección ante ciberataques y comunicación de la compañía.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

- **Departamento de infraestructura:** estará encargado de las tareas de desarrollo y configuración de software para posibilitar el desarrollo y administración de la compañía.
- **Departamento de hardware tercerizado:** estará encargado de la adquisición de nuevos equipos para todos los empleados de la compañía, así como de su mantenimiento.
- **Departamento de telecomunicaciones tercerizado:** estará encargado de la configuración, prueba y puesta a punto de los servicios de comunicación de la compañía.
- **Departamento de seguridad tercerizado:** esta encargado de todas las tareas relacionadas a la protección y resolución de amenazas y ataques informáticos.

Gerencia de servicio

Sera responsable de la implementación y correcta entrega del servicio hacia el cliente final, así como del control de calidad de este y su soporte ante errores o dudas.

- **Desarrollo:** este departamento será el encargado de construir el producto acompañado de una solución de arquitectura escalable usando una metodología de trabajo ágil junto con una cultura devops.
- **Scrum:** este departamento será el encargado de hacer cumplir y avanzar con una cultura de metodologías ágiles en toda la compañía.
- **Diseño UI/UX:** este departamento estará encargado de tomar las decisiones de diseño y maquetado para lograr un servicio intuitivo y accesibles para todo el mundo.
- **Soporte:** este departamento comprende todas las tareas de atención al cliente ante dudas y errores durante la utilización del servicio, de esta forma conseguimos una gran capacidad de respuesta frente a las necesidades de nuestros clientes

Cultura

La Cultura Organizacional de una empresa se refiere al cúmulo de creencias, hábitos, valores, actitudes y tradiciones que son compartidos por los colaboradores que conforman la compañía. Esta determina la forma en la que funciona una empresa, y es observable a través de sus estrategias, estructuras y sistemas.

En FSolutions hemos adoptado una cultura organizacional orientada a las personas, debido a que nos centramos en el desarrollo personal y profesional de nuestro equipo de trabajo, fomentando valores sociales, motivación personal y la creatividad.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Proceso de toma de decisiones

A la hora de tomar decisiones en la organización se espera que las mismas sean tomadas por los líderes especializados en esta tarea (toma de decisiones principalmente descentralizada) pero que esta decisión sea consensuada con los empleados y no sea arbitraria. Por lo tanto, se tendrán en cuenta los siguientes pasos a la hora de elegir:

- Identificar y analizar el problema: encontrar el problema y reconocer que se debe tomar una decisión para llegar a la solución de este. El problema puede ser actual, o potencial, porque se estima que existirá en el futuro.
- Identificar los criterios de decisión y ponderarlos: aquellos aspectos que son relevantes al momento de tomar la decisión, es decir aquellas pautas de las cuales depende la decisión que se tome.
- Definir la prioridad para atender el problema: la definición de la prioridad se basa en el impacto y en la urgencia que se tiene para atender y resolver el problema. • Generar las alternativas de solución: consiste en desarrollar distintas posibles soluciones al problema. Cuantas más alternativas se tengan va a ser mucho más probable encontrar una que resulte satisfactoria. Técnicas tales como la lluvia de ideas, las relaciones forzadas, la sinéctica, etc son necesarias en esta etapa en la cual es importante la creatividad.
- Evaluar las alternativas: se trata de un estudio detallado de cada una de las posibles soluciones que se generaron para el problema, es decir mirar sus ventajas y desventajas, de forma individual con respecto a los criterios de decisión, y una con respecto a la otra, asignándoles un valor ponderado.
- Elección de la mejor alternativa: en este paso se escoge la alternativa que según la evaluación conjunta va a obtener mejores resultados para el problema. • Aplicación de la decisión: poner en marcha la decisión tomada para así poder evaluar si la misma fue o no acertada. La implementación probablemente derive en la toma de nuevas decisiones, de menor importancia.
- Evaluación de los resultados: después de poner en marcha la decisión es necesario evaluar si se solucionó o no el problema, es decir si la decisión está teniendo el resultado esperado o no. Si el resultado no es el que se esperaba se debe mirar si es porque requiere mayor tiempo para obtener los resultados o si definitivamente la decisión no fue la acertada, en este caso se debe iniciar el proceso de nuevo para hallar una nueva decisión.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Tratamiento de conflictos

Un conflicto comienza cuando una parte, de modo intencional o no, invade o afecta negativamente algún aspecto psicológico, físico o territorial de la otra parte. El daño puede ser real (objetivamente comprobable) o puede ser solamente percibido por la parte afectada (daño subjetivo).

Es importante destacar no existe un estilo único y óptimo. Es la combinación de ellos y la situación la que representa la tendencia de alcanzar el éxito en la gestión del conflicto.

Los procedimientos para el tratamiento de los conflictos son:

- **Conocimiento:** En esta etapa las partes toman conocimiento de la confrontación, que es uno de los primeros indicios de existencia del conflicto. Se reconocen necesidades o valores incompatibles a través de un posicionamiento. Hay una alta energía emocional en esta etapa: miedo, agresión o ataque o una reacción de autodefensa.
- **Diagnóstico:** En esta etapa se evalúa si el conflicto es de necesidades o valores. Si el conflicto tiene consecuencias concretas y tangibles para las partes, es decir, si afecta el tiempo, dinero, los recursos, entonces es de necesidades. Si ataca el respeto, la imagen profesional, el status, o los intangibles es un conflicto sobre valores.
- **Reducción:** Esta etapa envuelve la reducción del nivel de energía emocional, y la comprensión de las diferencias. Incluye un compromiso de ambas partes para acordar reducir las conductas y actitudes negativas de uno hacia el otro. Consiste en explorar las diferencias y generar respeto mutuo.
- **Solución:** Esta etapa comprende la visualización de las alternativas de soluciones al conflicto, y el establecimiento de acuerdos sobre los cursos de acción posibles, que satisfagan los intereses de ambas partes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Análisis de puestos

Gerencia general

Gerencia de marketing

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Scali – Pablo Vilaboa		Fecha: 28/4/2022
	Alumno: Franco Fazzito				
	Año: 2022	Comisión: A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: FSolutions 					

Anexos

1. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/electro_05_21E5F32DB71D.pdf
2. <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1jD9s8zkmP8OjToCG8e5jML3XrHQ0DBnQ3onSH4HGltU/edit?usp=sharing>