

2022

InnovativaLab



Alumno: Franco Adrian Balich

Docentes: Jorge Omar Scali


Pablo Alfredo Vilaboa

Materia: Seminario de aplicación
profesional

Carrera: Ingeniería en sistemas


Año: 5to

Turno: Noche


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Índice


1. Descripción general del negocio	5
1.1 Descripción básica del negocio	5
1.2 Situación actual del negocio	5
1.3 ¿Qué hace único al negocio?	5
1.4 Describa los factores claves que usted considera harán exitoso al negocio	6
1.5 Estrategia: Definir misión y visión	6
1.5.1 Marco temporal	6
1.5.2 Alcances	6
Alcance del mercado	7
Alcance geográfico	8
Alcance del servicio	8
1.5.3 Competencias únicas	9
1.5.4 Misión	9
1.5.5 Visión	9
1.6 Identificar oportunidad de negocio	9
1.7 Propuesta de valor para el cliente	9
2. Análisis estratégico	9
2.1 Análisis de contexto	10
2.1.1 Descripción de la Industria	10
2.1.2 Factores económicos	11
2.1.3 Factores políticos	11
2.1.4 Factores tecnológicos	13
2.1.4.1 Avances tecnológicos	14
2.1.5 Factores sociales	14
2.1.6 Atractivo de la industria	15
2.1.7 Oportunidades y amenazas	16
Oportunidades	16
Amenazas	16
2.2 Análisis de la competencia	16

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

2.2.1	Principales competidores	16
2.2.1.1	Competidor 1: TribuMaker	16
2.2.1.2	Competidor 2: Bots	16
2.2.1.3	Competidor 3 CoderHouse	17
2.2.2	Análisis de Cadena de Valor: InnovativaLab	17
2.2.2.1	Cadena de Valor de TribuMaker	19
2.2.2.2	Cadena de Valor de Bots	20
2.2.2.3	Cadena de Valor de CoderHouse	21
2.2.3	Comparar Cadenas de Valor	23
2.2.3.1	Comparación Cadena de Valor TribuMaker	23
2.2.3.2	Comparación Cadena de Valor Bots.....	23
2.2.3.3	Comparación Cadena de Valor CoderHouse	24
2.2.4	Fortalezas y debilidades	24
2.5	Fortaleza del negocio.....	24
3.	Análisis FODA	25
3.1	Cuadro FODA	25
3.2	Análisis del FODA	25
	Fortalezas	25
	Debilidades.....	26
	Oportunidades	26
	Amenazas	26
4.	Segmentación de Mercado	28
4.1	Criterios de Segmentación	28
	Rentabilidad.....	28
	Mensurabilidad	28
	Accesibilidad	28
4.2	Variables de segmentación.....	28
	Geográfica	28
	Demográfica	29
	Psicográficas	29

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

4.3	Mercado meta	30
5.	Estrategia	31
5.1	Matriz Atractivo de la Industria / Fortalezas del Negocio.....	31
5.2	Programas generales de acción	32
5.2.1	Estrategia de Administración	33
5.2.2	Estrategia de Producción	34
5.2.3	Estrategia de Tecnología	34
5.2.4	Estrategia de Marketing	35
5.2.5	Estrategia Comercial.....	35
5.3	Programas específicos de acción	36
5.3.1	Programa específico de Administración	36
5.3.2	Programa específico de Producción	38
5.3.3	Programa específico de Tecnología	40
5.3.4	Programa específico de Marketing	41
5.3.5	Programa específico de Comercial.....	43
Anexo	44

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


Ficha de Seguimiento y Revisión

- Cambios de autor**

Fecha	Autor	Versión	Referencia de los cambios
28/04/2022	Franco Adrian Balich	1.0	Se creo el trabajo y se hicieron los puntos 1, 2 y 3.
19/05/2022	Franco Adrian Balich	1.1	Corrección de errores del primer avance: 1.1 Revisar redacción Hablar de negocio y no de proyecto. 1.5 Revisar alcance de Servicios! 2.1 Revisión de análisis de factores. Rehacer Oportunidades y amenazas. 2.2 Cadena de valor de servicios!!
26/05/2022	Franco Adrian Balich	2.0	Se agregaron los puntos 4 y 5.

- Revisiones**

Auditor	Versión Aprobada	Responsabilidad/Rol	Fecha

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Trabajo práctico - Seminario profesional

1. Descripción general del negocio

1.1 Descripción básica del negocio

El negocio se basa en la venta de cursos online por medio de una plataforma educativa en donde se dictarán cursos online sobre temas de base tecnológica con el objetivo de hacer que temas que aparentemente muy complejos, se puedan aprender con bastante facilidad y dándole a los alumnos la capacidad de realizar proyectos automatizados de triple impacto. Los cursos que brindan se centran en el aprendizaje colaborativo y son sencillos de entender. Además, se ofrecen herramientas digitales de acceso gratuito, la posibilidad de comprar un kit de robótica con cursos incluido y el apoyo de una comunidad exclusiva, para que cualquiera pueda preguntar sus dudas, canales de consulta directa y asesorías personalizadas para los alumnos que deseen realizar un proyecto y no sepan cómo empezar.

Además, el negocio se apoya en el marketing digital, uso de redes sociales (Twitter, TikTok, Instagram y YouTube), comunidades digitales con el fin de llegar a más personas y generar una mayor sensación seguridad, uso de actividades interactivas con el uso de la tecnología, como, por ejemplo: control de robots de forma online durante las clases, uso de simuladores, etc.

En la primera etapa el negocio planea lanzar un curso sobre Arduino en el cual se promocionará por las redes sociales existentes (Twitter, TikTok, Instagram y YouTube) donde la comunidad armada hasta ese entonces pueda ver y comprar los cursos los cuales podrán encontrar en nuestra página web. Hay que tener en cuenta que la comunidad tiene gustos relacionados con la temática de los cursos debido a que en dichas redes sociales se aplicó el marketing de contenidos, en donde se hicieron publicaciones de forma periódica con temas vinculados o de interés para las personas interesadas en la tecnología.

1.2 Situación actual del negocio


El negocio actualmente se encuentra en sus primeras etapas de crecimiento en donde, ya se están dictando charlas sobre programación y robótica en diferentes eventos de y se realizaron algunas capacitaciones para escuelas secundarias como para universidades.

Además, ya tiene su primera versión de su página web y posee una pequeña comunidad en redes sociales, Twitter, TikTok, Instagram y YouTube, las cuales permitieron que la empresa pueda entablar contactos con influencers y profesionales de diferentes países de habla hispana.

1.3 ¿Qué hace único al negocio?

Nuestro negocio es único debido a los valores agregados que le añadimos a nuestros servicios de educación, los cuales son:

- Aprendizaje colaborativo.
- Horarios flexibles.
- Plataforma educativa.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

- Reuniones sincrónicas.
- Asesoría de expertos.
- Metodología de aprendizaje basada en la práctica.
- Uso de herramientas de software para apoyar el aprendizaje

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

Considero que los factores clave harán que el negocio sea exitoso debido a que:

- **El aprendizaje colaborativo:** Ayuda en gran medida a que los alumnos socialicen y generen una pequeña comunidad donde se sientan cómodos y sean capaces de compartir los temas que les interesan interesados en tecnología.
- **Horarios flexibles:** Ya que los cursos van a ser asincrónicos, cada alumno podrá aprender los temas en el momento que puedan según sus horarios.
- **Plataforma educativa:** Debido a que en ella los alumnos podrán encontrar, de forma simple para el usuario y estéticamente agradable, todo lo relacionado con el proceso de aprendizaje, siendo esto los cursos, herramientas, link de artículos y archivos de estudio,
- **Reuniones sincrónicas:** En las cuales los alumnos podrán conectarse una vez a la semana para evacuar dudas y realizar consulta a los docentes expertos en los temas.
- **Asesoría de expertos:** Al brindar apoyo de expertos, tanto en la creación de los cursos como al dictarlos, tendremos una certeza importante que los cursos van a ser de calidad y los alumnos tendrán la seguridad de ello.
- **Metodología de aprendizaje basada en la práctica:** Debido a que comprobamos que los alumnos aprenden y consolidar mejor los nuevos conocimientos al realizar proyectos, todos nuestros cursos harán foco en ese método, en donde cada uno deberá hacer proyectos que se irán explicando mediante se va dando el curso y al finalizar ellos podrán hacer su propio proyecto.
- **Uso de herramientas de software para apoyar el aprendizaje:** Además de la plataforma, nosotros tendremos herramientas didácticas para que los alumnos puedan aprender sobre tecnología jugando o realizando actividades comunes, como se puede hacer con la realidad aumentada.


1.5 Estrategia: Definir misión y visión

1.5.1 Marco temporal

El marco temporal en el que nos encontramos como negocio actualmente es muy favorable a esta idea, debido a que durante la pandemia el mundo se tuvo que adaptar al uso de nuevas tecnologías y muchas empresas se dieron cuenta la gran importancia que tienen estas tecnologías en el mercado y las ventajas que ofrecen, aumentando así las ofertas laborales en puestos de tecnología con altos sueldos y aumentando el interés por la tecnología en el público general.

Establecemos un marco temporal de tres años para sentar las bases de la comunidad y lanzar los primeros cursos con los cuales poder mejorar los servicios propuestos y aumentar el personal.

1.5.2 Alcances

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


Alcance del mercado

El servicio va dirigido principalmente a estudiantes secundarios y universitarios, pero debido a que en esta primera etapa hay que enfocar lo mejor posible los recursos lo vamos a limitar en base a los datos obtenidos en Instagram donde comprobamos a que personas de diferentes edades le interesan aprender los temas que vamos a trabajar en los cursos.

Alcance geográfico	--	-	E	+	++
Estudiantes de secundaria (13 – 17 años)			✓		
Estudiantes de universidad (18 – 24 años)					✓
Estudiantes de postgrado (25 – 44 años)			✓		
Personas con hobbies tecnológicos (18 – 34 años)				✓	
Mayores de edad no estudiantes universitarios (18 – 34 años)				✓	

Los datos que usamos para este análisis son los ofrecidos por Instagram de nuestras comunidades.

Comunidad	Personas
13 - 17	86
18 - 24	1027
25 - 34	995
35 - 44	413
45 - 54	169
55 - 64	57
65 o más	16
Total en redes sociales	2772

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Alcance geográfico

Al trabajar de una forma totalmente online, nuestro alcance geográfico sólo se limita al público hispanohablante, pero en esta primera etapa nos vamos a limitar al público que tenemos en nuestras redes sociales, el cual ya mostró interés en el contenido educativo que compartimos en nuestras redes.

Alcance geográfico	--	-	E	+	++
Argentina					✓
México				✓	
Colombia				✓	
Perú			✓		
Bolivia	✓				
Chile	✓				
Venezuela		✓			

Los datos para determinar este alcance se basaron en un análisis del público que tenemos en todas nuestras redes sociales obtenido de los datos que nos ofrecen Instagram y TikTok.


Comunidad	Personas
Argentina	7652
México	3793
Colombia	2851
Perú	2681
Bolivia	1321
Chile	145
Venezuela	123
Total en redes sociales	24790

Alcance del servicio

Los servicios que ofreceremos serán cursos online, con varios elementos agregados que le agregarán valor, los cuales los alumnos podrán comprar desde la plataforma.

Los primeros cursos serán de temáticas para principiantes en estos temas, como por ejemplo **introducción a Arduino e introducción a Python**.

Los elementos agregados que tendrán los cursos serán servicios de asesorías en los proyectos y sesiones asincrónicas donde podrán consultar cualquier duda que tengan. Además, se brindarán herramientas gratuitas que podrán usar para aprender de una forma divertida.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Alcance del servicio	--	-	E	+	++
Calidad de contenido					✓
Herramientas				✓	
Material didáctico extra				✓	
Reuniones sincrónicas					✓

1.5.3 Competencias únicas

Nuestros servicios se caracterizan por ser de calidad, por los extras que vienen con los cursos, que la competencia no ofrece, el acceso a la comunidad exclusiva y las reuniones sincrónicas que se podrán realizar.

1.5.4 Misión

Nuestra misión es garantizar una educación de calidad proporcionando una formación en base tecnológica mediante la utilización de herramientas interactivas con el fin de capacitar a los alumnos en la creación de proyectos autónomos de triple impacto.

1.5.5 Visión

Ser la plataforma educativa que propicie la transformación social mediante la promoción e impulso de la tecnología.

1.6 Identificar oportunidad de negocio


Actualmente el mercado de los cursos online está en gran crecimiento, como es válido por estudios como el realizado por la consultora MarketsandMarkets, en donde se comprobó que en 2020 el mercado educativo a distancia abarcaba 8.400 millones de dólares y para 2025 se estima que llegue a 33.200 millones de dólares, y en otro que indica que una gran cantidad de estudiantes a distancia se encuentran en América Latina, que según Claudio Rama Vitale, especialista en gestión y políticas de educación superior de América Latina, existen 2,7 millones de estudiantes a distancia en el continente. (*Anexo 2 y 3*).

Además, luego de la pandemia, debido al cambio de lo presencial a lo digital, las empresas aumentaron la necesidad de personas capacitadas en tecnología y junto al avance tecnológico la necesidad de capacitaciones de calidad es muy importante, pero lo que la gente puede encontrar en internet no siempre es confiable o no está organizado de una buena manera.

1.7 Propuesta de valor para el cliente

Por los motivos mencionados anteriormente, nosotros le ofreceremos a nuestros clientes una educación de calidad de los temas que deseen aprender, reuniones sincrónicas para consultar dudas, herramientas tecnológicas para aprender de una forma interactiva y una comunidad exclusiva en donde podrán consultar cualquier duda que tengan.

2. Análisis estratégico

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

2.1 Análisis de contexto

2.1.1 Descripción de la Industria

El negocio apunta al mercado de los cursos online y específicamente al público que segmentamos por diferentes medios, como por el marketing de contenidos en las comunidades de nuestras redes sociales o público con intereses afines a nuestros cursos. Todo esto debido a que el mercado de los cursos online está en un estado de gran crecimiento según el análisis de la consultora MarketsandMarkets, la cual informó que en 2020 el mercado educativo a distancia abarcaba 8.400 millones de dólares y para 2025 estima que llegue a 33.200 millones de dólares y sumado a que la pandemia hizo que la educación se digitalice de forma obligatoria con el apoyo de los gobiernos del mundo.


Además, el público general asimilo aún más la idea de aprender online que antes de la pandemia, por lo que la propuesta que ofrecemos tiene menos obstáculos socioculturales a nivel mundial, lo que es sumamente beneficioso para la propuesta debido a que es un servicio digital el cual se apoya en las comunidades digitales, nuestro público objetivo sería todas las personas mayores de 16 años de habla hispana con acceso a Internet.

El mercado de los cursos online, aunque tiene unas grandes empresas todos los días aparecen nuevos pequeños interesados en sumarse al mercado y no tienen ninguna dificultad por sumarse debido a que el mercado todavía es demasiado grande para la cantidad de competidores que tiene y sumado al bajo costo de inversión que se requiere para sumarse, ya que con una computadora ya se pueden crear cursos online y en conjunto a software gratuitos como OBS, todo resulta bastante fácil, pero obtener una porción del mercado más grande resulta más complejo porque requiere cierto nivel de profesionalidad que puede ser adquirida al reinvertir el capital ganado con la venta de cursos de menor calidad. Por otro lado, también existen empresas que engloban a los pequeños emprendedores que buscan rentabilizar sus cursos, como por ejemplo Udemy, Edx, Coursera, etc.

En tanto al aporte al PBI, cámaras y asociaciones representativas del sector, no existe ninguno de ellos, debido a que el mercado de los cursos online, actualmente no es contemplado por el gobierno, ni posee un método para medir cuánto de estos ingresos aportan al PBI, porque al ser comercializados por individuos u organizaciones, los cursos como tal entran en la categoría de servicios ofrecidos, que tampoco tiene una explicación detallada de cómo debe ser registrado y depende de la organización que los ofrezca, por ejemplo se puede detallar como enseñanza de nivel secundario, superior, apoyo, etc. Pero no hay una categoría exacta sobre educación online.

CONSTRUCCIÓN
ENSEÑANZA
ENSEÑANZA INICIAL Y PRIMARIA
ENSEÑANZA SECUNDARIA
ENSEÑANZA SUPERIOR Y FORMACIÓN DE POSGRADO
SERVICIOS DE APOYO A LA EDUCACIÓN
SERVICIOS DE ENSEÑANZA N.C.P.
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS
INDUSTRIA MANUFACTURERA

(Anexo 4)

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

2.1.2 Factores económicos

Impuestos

Actualmente en el sector económico los impuestos que se le imponen a la venta de dólares en Argentina son uno de los mayores inconvenientes que enfrenta el mercado de los cursos online debido a que, los cursos son internacionales, su precio estará en una moneda extranjera, por lo que al aumentar los impuestos mencionados las ganancias se verán reducidos de igual medida.

Tipo de cambio

Debido a que el tipo de cambio actual del país desfavorece en gran medida para la venta de cursos en el exterior, ya que estas ganancias se verán reducidas en un 50% debido que para la fecha actual la venta de dólares es el 50% del precio de compra de un dólar.

Posibilidad de vender en el exterior

Debido a que se están vendiendo un servicio digital, actualmente no existe ninguna normativa que prohíba comercializarlos fuera del país en moneda extranjera, abriendo la posibilidad de vender cursos por dólares que teniendo en cuenta la situación económica del país es una gran ventaja para la empresa.


Inflación

Como se pudo observar en los últimos años en este país y más concretamente en las últimas mediciones, en donde en Abril 2022 fue un 6% y en Marzo 2022 un 6,7% mensual, esta continua inflación genera que el poder adquisitivo de los clientes en este país (Argentina) se vea reducido y reduciendo la posibilidad de que algunos clientes adquieran nuestros servicios, ya que utilizarían sus sueldos principalmente para solventar necesidades de primera necesidad y luego pensarían en capacitarse en nuevas tecnologías

	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
Factores económicos					
Impuestos					
Tipo de cambio					
Posibilidad de vender en el exterior					
Inflación					

2.1.3 Factores políticos

Elecciones

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Las próximas elecciones pueden generar un gran impacto en el mercado porque históricamente se comprobó que cada vez que se realiza un cambio de gobierno se realizan cambios en las leyes que afectan de diversas formas a los negocios, por lo que son algo que se debe tener en cuenta y ser considerado para realizar planificaciones que permitan la supervivencia de las empresas.


Regulaciones

Actualmente no existe ninguna regulación para los cursos online, pero ante posibles cambios políticos es fundamental que cualquier empresa dedicada a la venta de cursos online contemple esa posibilidad y se prepare para ella.

Inclusión digital

Hoy en día el gobierno está promoviendo las capacitaciones tecnológicas para que personas que no tenían conocimientos sobre programación o otras tecnologías lo obtengan y puedan encontrar trabajo aplicando sus nuevas habilidades.

	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
Factores políticos					
Elecciones					
Regulaciones					
Inclusión digital					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

2.1.4 Factores tecnológicos

Análisis tecnológico

Cambios en redes sociales.

Los cambios en las políticas y algoritmos en redes sociales afectan en gran medida a las empresas que comercializan servicios digitales debido a que estos proveen el crecimiento de nuestras comunidades sin necesidad de reinvertir capital en publicidad.

Caída de servidores

Debido a que se usan servidores de terceros, como los de Google y Alibaba, cualquier empresa que use medios digitales se ven particularmente afectadas a los fallos que puedan tener los proveedores de hosting, ya que esto afectará de igual al servicio a los clientes.


Cambio de políticas de marketing

Los cambios de políticas de marketing de Facebook Ads afectan en gran medida a las empresas que usan medios digitales de comunicación, porque estos limitan el alcance que se tendrá a la hora de hacer anuncios y a su vez el costo que se deberá asumir a la hora de hacer campañas de marketing.

Nivel requerido para iniciar

En el mercado de los cursos online realmente no hay una gran demanda de recursos tecnológicos que se deban comprar, se puede empezar con lo que se tenga e ir reinvertiendo el capital ganado para mejorar la calidad de los cursos.

	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
Factores tecnológicos					
Cambios en redes sociales					
Caída de servidores					
Cambio de políticas de marketing					
Nivel requerido para iniciar					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

2.1.4.1 Avances tecnológicos

Debido a los constantes avances tecnológicos y la nueva necesidad de personas capacitadas en tecnología luego de la pandemia se encuentra una gran posibilidad de mercado las capacitaciones en el ámbito tecnológico.

	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
Factores de avances tecnológicos					
Avances tecnológicos					

2.1.5 Factores sociales

Aceptación

Actualmente la situación de la sociedad favorece al mercado de cursos online debido al crecimiento del mismo y a la popularización de estos debido a la pandemia, haciendo que hoy en día más personas, las cuales antes estaban en contra, ahora estén a favor de la educación online.

Contaminación


Como la idea se basa en el mercado de cursos online, y estos al no ser físicos, no generan ningún tipo de desecho por lo que no perjudican al medio ambiente. Y en el caso de evaluar el consumo energético de las computadoras en donde se accede a la plataforma, eso no debe ser tenido en cuenta porque tanto los servidores como los clientes, utilizarán los dispositivos de igual manera, aunque no estén en nuestra plataforma.

Piratería

Al igual que las películas y los videojuegos, la piratería de cursos online es un problema que todas las empresas de este mercado tienen que enfrentar, ya sea planteando estrategias de suministro de contenido o por medio de valores agregados que no se puedan copiar al copiar el video de los cursos.

Colaboraciones con influencers

Al trabajar por redes sociales, las empresas que se dedican a la comercialización de cursos online sobre programación tienen la ventaja de entablar colaboraciones o contratar influencers de la misma temática que la empresa para hacer anuncios, charlas, entrevistas y contenido que comercializar con el objetivo de beneficiar a ambas partes.


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
Factores sociales					
Aceptación					
Contaminación					
Piratería					
Colaboraciones con influencers					

2.1.6 Atractivo de la industria

	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
Análisis de factores general					
Económicos					
Políticos					
Tecnológicos					
Avances tecnológicos					
Sociales					

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

2.1.7 Oportunidades y amenazas

Oportunidades

- Colaboración con influencers.
- Cooperación con el gobierno para proyectos de inclusión digital o capacitación.
- Asociación con empresas para capacitar a su personal.
- Trabajo con escuelas para dar talleres de robótica.

Amenazas

- Copia de los cursos.
- Regulaciones por parte del gobierno.
- Aumento de impuestos.
- Variación del tipo de cambio.
- Piratería de los cursos.

2.2 Análisis de la competencia

2.2.1 Principales competidores

2.2.1.1 Competidor 1: TribuMaker



TRIBU MAKER


Es una comunidad chilena de influencers experimentados e interesados en la electrónica y robótica con el objetivo de compartir lo que saben de sus especialidades y vender algunos cursos online de sus respectivos temas.

Página web: <https://tribumaker.com/>

2.2.1.2 Competidor 2: Bots



Es una empresa que vende cursos de electrónica y programación con Arduino que incluyen el envío a domicilio de diferentes kits de robótica, para que puedas completar toda la capacitación sin problemas y desde la comodidad de tu casa.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Los cursos con robots que ofrece actualmente son Bots PRO, Bots y Bots EXPANSIÓN.

Página web: <https://bots.com.ar/index.php>

2.2.1.3 Competidor 3 CoderHouse




Es una empresa conformada por un grupo de profesionales con la misión de democratizar la educación en Latinoamérica.

Página web: <https://www.coderhouse.com/>

2.2.2 Análisis de Cadena de Valor: InnovativaLab


El modelo de cadena de valor utilizado en este trabajo es el de servicio, debido a que, al comercializar cursos online, estos no son tangibles. El modelo de la cadena de valor es el siguiente:



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Cadena de valor propia


Cadena de valor	
Dirección general y de recursos humanos	
Actualmente poseemos una estructura pequeña, la gestión de recursos humanos no es muy compleja. Además, tenemos planes que al contratar asesores vamos a tener muy en cuenta su perfil profesional y la iniciativa que tiene con el negocio.	
Organización interna y tecnológica	
La empresa recién está empezando y posee una estructura organizacional plana o horizontal (Organización con pocos o ningún nivel jerárquico de gestión entre directivos y empleados).	
Mientras que la organización técnica actual se basa en el mantenimiento de servidores, gestión de página web prototipo, seguimiento y control de proyectos por medio de herramientas online.	
Infraestructura y ambiente	
Actualmente tenemos reuniones periódicas con el equipo en donde debatimos de los avances y próximos pasos a seguir.	
Abastecimiento	
El abastecimiento actual solo requiere del pago de servidores de Alibaba Cloud y campañas de marketing.	
Marketing y ventas	Personal de contacto
La estrategia de marketing consiste en realizar una campaña de marketing en donde por una semana se hacen anuncios por redes sociales para un webinar sobre el tema del curso y al finalizar se anuncia el curso en sí y luego por otra semana se hace otra campaña de anuncios por redes sociales anunciando el curso.	Se realiza el contacto con los clientes por medio de los anuncios de redes sociales o por publicaciones en redes sociales o por mail marketing.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Soporte físico y habilidades	Prestación
Al ser un servicio digital, actualmente lo único que se requiere son los servidores, los cuales adquirimos en la Cloud de Alibaba y pagamos mensualmente.	Los cursos son adquiridos por medio de la plataforma online que tenemos.
Cliente	Otros Clientes
Personas interesadas en aprender sobre tecnologías innovadoras para mejorar profesionalmente.	Personas interesadas en aprender para mejorar un hobby tecnológico que tienen.

2.2.2.1 Cadena de Valor de TribuMaker


Cadena de valor
Dirección general y de recursos humanos
Al ser una comunidad con el objetivo de vender cursos, los profesores y mentores se comunican entre sí para organizar la gestión de la comunidad mediante una estructura organizacional plana.
Organización interna y tecnológica
Poseen una estructura jerárquica de Profesores, Mentores y alumnos. Enfocado en la interfaz de la página web.
Infraestructura y ambiente
Actualmente tienen reuniones entre el equipo.
Abastecimiento
Pagan servidores y licencias de plugins de Wordpress.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Marketing y ventas	Personal de contacto
El marketing se realiza por medio de las redes sociales de los profesores y mentores los cuales son influencers de redes sociales.	Los mentores y profesores comparten por sus redes sociales los cursos que tienen y les dicen a sus seguidores que compren los cursos que tienen, luego el seguidor entra en la página y en caso de que el curso lo convenza lo compra.
Soporte físico y habilidades	Prestación
Tienen acceso al curso. Luego del curso el alumno tiene acceso de por vida al curso y en caso de querer devolverlo puede hacerlo.	El curso es totalmente online, así que luego de comprarlo el alumno accede a él y lo va completando como puede.
Cliente	Otros Clientes
Estudiantes interesados en aprender sobre robótica.	Personas interesadas en aprender para mejorar un hobby tecnológico que tienen.

2.2.2.2 Cadena de Valor de Bots


Cadena de valor
Dirección general y de recursos humanos
Estructura jerárquica y franquicia del grupo Inteligencia Educativa Funiversity.
Organización interna y tecnológica
Poseen una estructura organizacional jerárquica. La plataforma que utilizan fue creada por otra empresa del grupo al que pertenecen.
Infraestructura y ambiente
Coordinan reuniones con sus clientes y luego clases presenciales.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


Abastecimiento	
Compran kits de robótica de VEX Argentina con los cuales dictan sus cursos.	
Marketing y ventas	Personal de contacto
La estrategia de marketing es realizada por otra empresa del grupo, la cual se encarga de anunciar y recomendar la empresa por mercado libre o a políticos.	Los cursos son recomendados por alumnos, por MercadoLibre y por contactos en el gobierno de Córdoba.
Soporte físico y habilidades	Prestación
Los alumnos se quedan con material digital que ayuda al estudio y reciben el kit de robótica junto al curso y procede a realizarlo.	Los alumnos reciben clases presenciales con el material digital y el kit de robótica que compraron.
Cliente	Otros Clientes
Interesados en aprender sobre robótica o escuelas interesadas en dar un taller de robótica en sus clases.	Personas interesadas en comprar un kit de robótica.

2.2.2.3 Cadena de Valor de CoderHouse

Cadena de valor
Dirección general y de recursos humanos
Contratan a docentes dependiendo de la experiencia de estos y si tuvieron experiencia siendo docente anteriormente.
Organización interna y tecnológica
Tienen una estructura organizacional jerárquica.
Mantenimiento de servidores y página web, soporte técnico, atención al cliente y actualización de la plataforma.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Infraestructura y ambiente	
Realizan reuniones de equipo, clases grupales y reuniones entre docentes.	
Abastecimiento	
Pago de servidores, sueldos de docentes, sueldo de personal y impuestos.	
Marketing y ventas	Personal de contacto
Realizan campañas de marketing por redes sociales con gran inversión de capital.	Realizan campañas de marketing, llevan a los posibles clientes a su página y los clientes pueden observar todos los cursos que hay y comprar el que deseen.
Soporte físico y habilidades	Prestación
Los alumnos tienen nuevos contactos con los profesores y alumnos, como así acceso al material usado durante el curso.	Al comprar los cursos los alumnos acceden a la plataforma y pueden asistir a ellos de forma sincrónica en el momento que inicie la clase.
Cliente	Otros Clientes
Personas interesadas en mejorar profesionalmente y mejorar su CV.	Personas interesadas en aprender a programar.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ª	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


2.2.3 Comparar Cadenas de Valor

2.2.3.1 Comparación Cadena de Valor TribuMaker

	GRAN DEBILIDAD	DEBIL DEBILIDAD	EQUILIBRADOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
Infraestructura de la empresa					
Administración de recursos humanos					
Desarrollo de tecnología					
Compras y Abastecimiento					
Logística de entrada					
Procesos					
Logística de salida					
Marketing y ventas					
Posventa					

2.2.3.2 Comparación Cadena de Valor Bots

	GRAN DEBILIDAD	DEBIL DEBILIDAD	EQUILIBRADOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
Infraestructura de la empresa					
Administración de recursos humanos					
Desarrollo de tecnología					
Compras y Abastecimiento					
Logística de entrada					
Procesos					
Logística de salida					
Marketing y ventas					
Posventa					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

2.2.3.3 Comparación Cadena de Valor CoderHouse

	GRAN DEBILIDAD	DEBIL DEBILIDAD	EQUILIBRADOS	FORTAL EZA	GRAN FORTAL
Infraestructura de la empresa					
Administración de recursos humanos					
Desarrollo de tecnología					
Compras y Abastecimiento					
Logística de entrada					
Procesos					
Logística de salida					
Marketing y ventas					
Posventa					

2.2.4 Fortalezas y debilidades

Fortalezas


- Comunidad exclusiva.
- Herramientas gratuitas.
- Comunidad existente
- Encuentros sincrónicos para consultar dudas.
- Utilización de campañas de marketing.

Debilidades

- Pequeño tamaño de organización.
- Poco capital manejado.
- Poco personal.
- Baja cantidad de cursos.
- Falta de una plataforma de cursos propia.
- Falta de contactos estratégicos.

2.5 Fortaleza del negocio

Las principales fortalezas del negocio se encuentran en el aprovechamiento al máximo de las redes sociales y marketing digital como medio para hacer llegar nuestros cursos a un público mayor, la comunidad que tenemos en nuestras redes sociales que ya tiene confianza en nuestra experiencia y nuestros servicios que vienen agregados al curso luego de la compra del mismo.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

3. Análisis FODA


3.1 Cuadro FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> Comunidad exclusiva. Herramientas gratuitas. Comunidad existente. Encuentros sincrónicos para consultar dudas. Utilización de campañas de marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> Pequeño tamaño de organización. Poco capital manejado. Poco personal. Baja cantidad de cursos. Falta de una plataforma de cursos propia. Falta de contactos estratégicos.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Colaboración con influencers. Cooperación con el gobierno para proyectos de inclusión digital o capacitación. Asociación con empresas para capacitar a su personal. Trabajo con escuelas para dar talleres de robótica. 	<ul style="list-style-type: none"> Piratería de los cursos. Regulaciones por parte del gobierno. Aumento de impuestos. Variación del tipo de cambio.

3.2 Análisis del FODA

Fortalezas

- **Comunidad exclusiva:** La comunidad exclusiva es un fuerte valor agregado para la idea de negocio y el hecho de que es exclusiva genera un mayor interés por parte de los clientes de formar parte de ella.
- **Herramientas gratuitas:** Al tener herramientas gratuitas podemos hacer que la comunidad de nuestras redes sociales acceda a nuestra página web donde tenemos los cursos, aportando que más del público conozca su existencia y así posiblemente su compra.
- **Comunidad existente:** La comunidad en redes sociales es un capital que tiene la empresa que es imposible de copiar por parte de terceros lo que nos disminuye la amenaza de perder a todos nuestros clientes.
- **Encuentros sincrónicos para consultar dudas:** Los encuentros sincrónicos aportan bastante valor al poder interactuar con los alumnos de forma directa, además ellos tienen la garantía que ahí van a poder consultar las dudas que tengan y hablar con otros compañeros.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

- **Utilización de campañas de marketing:** A diferencia de algunos de nuestros competidores, vamos a utilizar en una mayor cantidad el apoyo de campañas de marketing por Facebooks Ads permitiendo que nuestros servicios lleguen a más personas.

Debilidades


- **Pequeño tamaño de organización:** Al tener un tamaño de organización pequeño, los miembros principales están más saturados de tareas, haciendo que la reacción a cambios imprevistos sea más lenta.
- **Poco capital manejado:** Al ser una empresa que recién están empezando se tiene poco capital el que manejar para realizar los desarrollos o campañas de marketing por lo que todo tienen que ser focalizado a los puntos más claves para poder realizar la máxima utilización de recursos.
- **Poco personal:** Al tener poco personal no se puede tener una jerarquía que simplifique el trabajo de los directivos, sino que estos deben estar en contacto directo con todos los empleados, de igual manera por la cantidad actual de personal, no es complicado, pero es una debilidad a futuro.
- **Baja cantidad de cursos:** Al tener pocos cursos, se tienen pocos servicios que generen una fuente de ingresos para la empresa.
- **Falta de una plataforma de cursos propia:** Al tener que utilizar una plataforma de terceros hay que pagar cierto capital para mantenerla y genera grandes limitaciones a la hora de personalizar la misma.
- **Falta de contactos estratégicos:** Al no tener contactos políticos o empresariales es complicado generar algunas colaboraciones para hacer capacitaciones a grandes escalas o generar contactos para que los alumnos tengan ofertas laborales al terminar los cursos.

Oportunidades


- **Colaboración con influencers:** Al utilizar las redes sociales normalmente este tipo de empresas entablan contacto con influencers expertos en diferentes temáticas con los cuales poder colaborar.
- **Cooperación con el gobierno para proyectos de inclusión digital:** Al ver el gran movimiento de inclusión digital que impulsa el gobierno, existe la posibilidad para las empresas de este mercado de postularse a alguno de estos para dar capacitaciones a gran escala.
- **Asociación con empresas para capacitar a su personal:** Debido a la gran necesidad de personal capacitado en materias tecnológicas es bastante posible que debido al alcance en redes sociales una empresa pueda solicitar servicios de capacitación.
- **Trabajo con escuelas para dar talleres de robótica:** Al trabajar por redes sociales y por dictar clases de robótica, varias escuelas técnicas solicitan a empresas de este tipo para dictar talleres de robótica en escuelas.

Amenazas

- **Piratería de los cursos:** Al presentar un servicio digital es muy probable que se pueda copiar.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ª	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

- **Regulaciones por parte del gobierno:** Con lo cambiante que está siendo la situación política de la Argentina y los intentos de regulaciones de los servicios digitales existe una posibilidad de regulación a futuro.
- **Aumento de impuestos:** Debido a las políticas tomadas en el país, las empresas ya tienen que pagar una variedad de impuestos y visto los últimos planes es posible que a futuro se agreguen nuevos que una empresa deberá pagar y así reduciendo sus ganancias.
- **Variación del tipo de cambio:** Debido a la inflación y a la depreciación del peso argentino la variación del tipo de cambio puede generar pérdidas.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

4. Segmentación de Mercado

4.1 Criterios de Segmentación

Rentabilidad

La segmentación debe ser rentable, esto es fundamental al buscar una forma de posicionarse en el mercado y teniendo en cuenta que actualmente somos una startup con un bajo presupuesto, debemos realizar una segmentación justa para llegar a nuestro público objetivo y no entrando en detalles innecesarios o demasiados específicos que aumenten el costo de adquisición de cliente.

Mensurabilidad

La segmentación debe ser mensurable para permitir generar informes de los datos sobre los clientes permitiendo generar información de vital importancia para el equipo directivo para realizar tomas de decisiones que permitan mejorar el rendimiento de la estrategia del negocio o de las diferentes estrategias de marketing que se efectuaran con el objetivo de promocionar el curso y generar más ventas.

Accesibilidad

La segmentación debe tener en cuenta la accesibilidad a medios tecnológicos que tengan los clientes objetivos, porque al comercializar servicios digitales por medio de redes sociales, sabemos que estos serían distribuidos de forma indiferente a personas con diferentes niveles sociales y poderes adquisitivos. Por lo que es fundamental segmentar los clientes objetivos a un tipo de cliente que tenga fácil acceso a internet y posee los medios tecnológicos necesarios para la realización del curso.


4.2 Variables de segmentación

Geográfica

Para segmentar el público objetivo al que nos vamos a enfocar vamos a utilizar los datos que tenemos de las comunidades de redes sociales que ya se vienen trabajando en donde podemos observar la siguiente información.

Comunidad	Personas
Argentina	7652
México	3793
Colombia	2851
Perú	2681
Bolivia	1321
Chile	145
Venezuela	123
Total en redes sociales	24790

Con dicha información que fue resultado del marketing de contenidos que venimos realizando por redes sociales, podemos comprobar cierto nivel de interés en diferentes personas en dichos países de aprender sobre tecnología, por lo que aprovecharemos esa información para

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

trabajar la marca y solidificar nuestra marca en las principales ciudades de los países en donde tenemos un mayor público (Argentina, México, Colombia y Perú)

Demográfica


Además, nuestra segmentación tendrá en cuenta la edad, el sexo los ingresos y ocupación de nuestros clientes objetivos, en donde la edad la comprobaremos con la información que tenemos de nuestras comunidades digitales que reflejan que los adultos jóvenes de 18 a 34 años son principalmente los más interesados en aprender sobre tecnología y capacitarse.

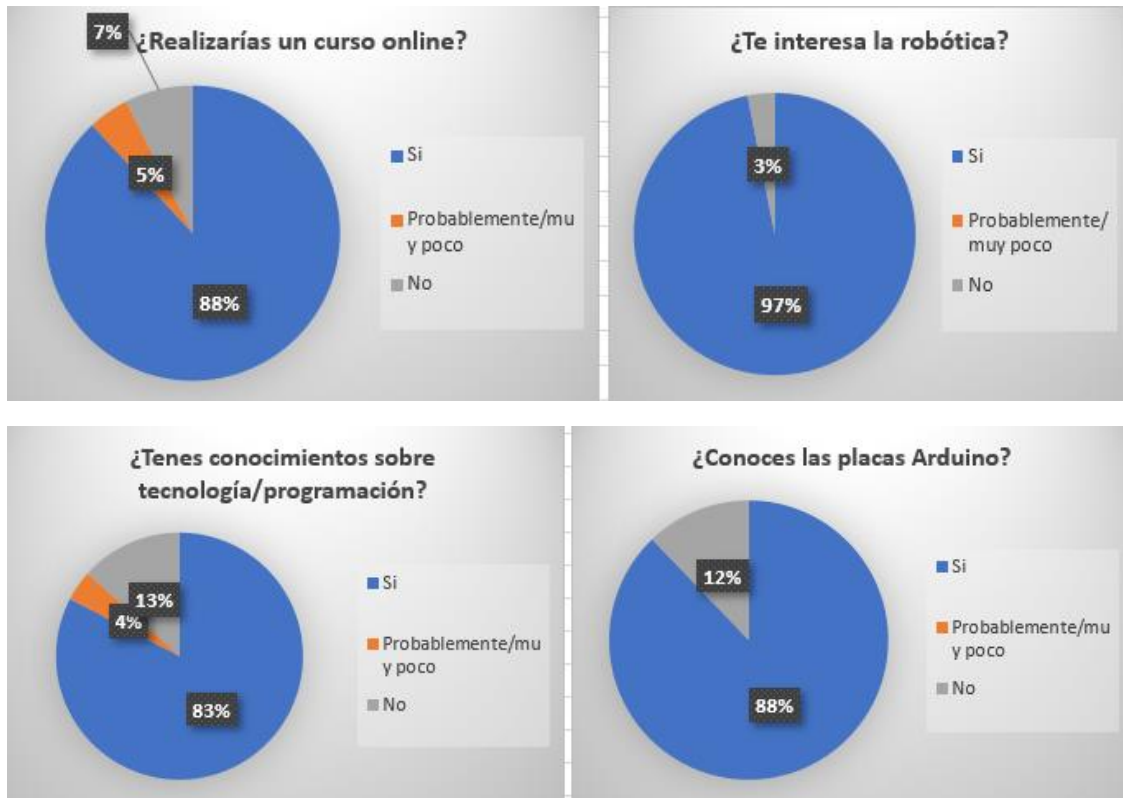
Comunidad	Personas
13 - 17	86
18 - 24	1027
25 - 34	995
35 - 44	413
45 - 54	169
55 - 64	57
65 o más	16
Total en redes sociales	2772

Además, podemos superponer esa información con la provista en el resultado de la encuesta realizada por el INDEC a jóvenes (Anexo 6) en donde se revela que la mayoría de los estudiantes que terminaron la secundaria o universitarios que recién están comenzando su carrera tienen entre 20 y 29 años, también que el 64% de los jóvenes de 15 a 29 años viven con sus padres y que el 80% de los jóvenes que fueron impulsados a ingresar al mercado de trabajo fue por razones económicas. Podemos concluir que nuestro mejor público objetivo serían los adultos jóvenes que están en búsqueda de trabajos con buenos sueldos en el sector tecnológico, siendo en este sector una mayor proporción varones respecto de las mujeres.

Psicográficas

En cuanto a la segmentación psicográfica, obtuvimos datos realizando encuestas en nuestras comunidades en donde comprobamos la siguiente información.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					




Que nos permiten observar que nos conviene en gran medida segmentar nuestro mercado meta a clientes que estén dispuestos a realizar cursos online, que les interese la robótica y programación y conozcan sobre Arduino, pero no a gran profundidad.

Además, por razones económicas, lo mejor sería segmentar el público a estudiantes que tengan el poder adquisitivo necesario para poder capacitarse con nuestros servicios,

4.3 Mercado meta

El mercado meta del negocio son los estudiantes de entre 18 a 34 años que estén dispuestos a realizar cursos online, que les interese la robótica y programación, que tengan el poder adquisitivo necesario para poder capacitarse con nuestros servicios y que residan en las principales ciudades de Argentina, México, Colombia o Perú.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

5. Estrategia


5.1 Matriz Atractivo de la Industria / Fortalezas del Negocio

Atractivo de la Industria

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

Fortaleza del Negocio

	FORTALEZA BAJA	FORTALEZA MEDIA	FORTALEZA ALTA
Fortaleza del negocio			
Evaluación general			

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ª	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Teniendo en los análisis previos del negocio en cuestiones de atractivo de la industria y fortalezas del negocio, podemos posicionarnos en la Matriz Atractivo de la Industria-Fortaleza del Negocio de la siguiente manera:


Atractivo Industria				
Fortaleza del Negocio		Alta	Media	Baja
	Alta			
	Media			
	Baja			

Lo que refleja que el negocio debe enfocarse en identificar los segmentos de crecimiento, especializarse e invertir en forma selectiva para poder posicionarse en la industria para mejorar la fortaleza del negocio.

5.2 Programas generales de acción


En el marco temporal planeado de 3 años, se llevarán a cabo los siguientes programas generales de acción:

- Programa de administración
- Programa de producción.
- Programa de tecnología.
- Programa de marketing.
- Programa comercial.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

5.2.1 Estrategia de Administración

Estrategia de administración	
Descripción	<p>En esta estrategia se formularán y trabajarán las actividades necesarias para que dentro de la empresa haya un orden jerárquico y que los recursos sean administrados de forma eficiente para hacer a la empresa reaccione fácilmente a los cambios.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa específico de acción de ventas. • Programa específico de acción de compras. • Programa específico de acción de pagos. • Programa específico de acción de gestión contable. • Programa específico de acción de recursos humanos.
Directivo responsable	Gerente de servicios administrativos
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas reales/Ventas planeadas • Costo de adquisición de clientes/Costo planeado de adquisición de clientes. • Presupuesto gastado/presupuesto planeado • Ingresos/Egresos • Ingresos/Sueldos
Fecha de Inicio y Fin	Inicio: Julio 2022 – Fin: Julio 2025


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ª	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

5.2.2 Estrategia de Producción

Estrategia de producción	
Descripción	<p>En esta estrategia se formularán y trabajarán las actividades necesarias para poder realizar la creación del material multimedia para los cursos que proveemos</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa específico de acción de creación. • Programa específico de acción de distribución.
Directivo responsable	Gerente de Operaciones
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Costo de creación de material multimedia/Costo planeado de creación de material multimedia. • Tiempo de creación/Tiempo planeado de creación • Cursos publicados/Cursos planificados
Fecha de Inicio y Fin	Inicio: Julio 2022 – Fin: Julio 2025

5.2.3 Estrategia de Tecnología

Estrategia de tecnología	
Descripción	<p>En esta estrategia se formularán y trabajarán las actividades necesarias para un correcto soporte tecnológico de para la organización y la plataforma en donde se proveerá el servicio.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa específico de acción de hardware. • Programa específico de acción de software.
Directivo responsable	Gerente de IT (Tecnología de la información)
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de usuarios registrados/cantidad de visitas en la plataforma. • Tiempo de descarga de la plataforma/tiempo ideal de carga de una página web • Cantidad de usuarios en la plataforma/Cantidad planificada de usuarios máximos en la plataforma
Fecha de Inicio y Fin	Inicio: Julio 2022 – Fin: Julio 2025


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

5.2.4 Estrategia de Marketing

Estrategia de marketing	
Descripción	<p>En esta estrategia se formularán y trabajarán las actividades necesarias para realizar las campañas de marketing por redes sociales que permitirá que nuestros servicios lleguen a la mayor cantidad de personas posible según nuestro presupuesto.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa específico de acción de producción. • Programa específico de acción de precio. • Programa específico de acción de promoción.
Directivo responsable	Gerente de marketing
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas mensuales/Ventas objetivo • Alcance/Alcance esperado • Clics en links/Vistas del anuncio • Inversión/Ingreso generado
Fecha de Inicio y Fin	Inicio: Julio 2022 – Fin: Julio 2025

5.2.5 Estrategia Comercial

Estrategia de comercial	
Descripción	<p>En esta estrategia se formularán y trabajarán las actividades necesarias para agregar valor a la venta de nuestros servicios y realizar una buena experiencia para el cliente durante el proceso de venta.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa específico de acción de venta. • Programa específico de acción de postventa.
Directivo responsable	Gerente comercial
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Número de devoluciones/Numero de ventas • Número de alumnos en sesiones sincrónicas/número de venta de cursos.
Fecha de Inicio y Fin	Inicio: Julio 2022 – Fin: Julio 2025

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


5.3 Programas específicos de acción

5.3.1 Programa específico de Administración

Administración
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ventas. 2. Compras. 3. Pagos. 4. Gestión contable. 5. Recursos humanos.

Programa Específico de Ventas	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con la venta de los servicios digitales que realizamos.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Estableces metas 2) Desarrollas estrategias de ventas 3) Realizar seguimiento de indicadores de rendimiento 4) Generar informe de ventas mensuales. 5) Facturación.
Responsable	Gerente de servicios administrativos
Equipo de Trabajo	Analista de datos de ventas Jefe de ventas
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas reales/Ventas planeadas


Programa Específico de Compras	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con la compra de los recursos que necesitamos para la creación de los servicios digitales que realizamos.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Obtención de recursos 2) Generación de presupuestos 3) Asegurar suministro de recursos. 4) Planificar órdenes de compra 5) Generar ordenes de compra. 6) Evaluación de proveedores digitales. 7) Colaborar con otros departamentos.
Responsable	Gerente de servicios administrativos
Equipo de Trabajo	Jefe de compras Analista en ventas.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Costo de adquisición de clientes/Costo planeado de adquisición de clientes. • Presupuesto gastado/presupuesto planeado
--------------------	---

Programa Específico de Pagos	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con los pagos a servicios de terceros o empleados de la empresa.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Documentar pagos a empleados 2) Liquidación de sueldos 3) Documentar pagos de servicios de terceros. 4) Generar órdenes de pago. 5) Generar pagos. 6) Recibir facturas a pagar.
Responsable	Gerente de servicios administrativos
Equipo de Trabajo	Jefe de pagos
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos/Egresos • Ingresos/Sueldos

Programa Específico de Gestión Contable	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con la documentación contable de todo ingreso o egreso de capital de la empresa.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Registrar movimientos de capital 2) Facturación 3) Declaración fiscal 4) Elaboración de informes. 5) Operaciones comerciales. 6) Proyección de estados financieros. 7) Actualización de libros contables.
Responsable	Gerente de servicios administrativos
Equipo de Trabajo	Jefe contable Contadores externos


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas reales/Ventas planeadas • Costo de adquisición de clientes/Costo planeado de adquisición de clientes. • Presupuesto gastado/presupuesto planeado • Ingresos/Egresos • Ingresos/Sueldos
--------------------	---

Programa Específico de Recursos Humanos	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con la contratación de nuevo personal para la empresa y las relaciones entre el personal interno de la empresa.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Entrevistar a nuevo personal. 2) Generación de campañas de reclutamiento. 3) Documentación de nuevos empleados 4) Gestión administrativa de personal. 5) Reclutamiento 6) Formación de personal. 7) Supervisión de relaciones laborales.
Responsable	Gerente de servicios administrativos
Equipo de Trabajo	Jefe de recursos humanos Entrevistador Formador
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos/Sueldos


5.3.2 Programa específico de Producción

Producción
<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación 2. Distribución

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Programa Específico de Creación	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con la creación del material multimedia necesario para los servicios digitales que realizamos.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Grabar contenido. 2) Edición de video. 3) Diseño grafico 4) Presentar material multimedia 5) Elegir colores, tipografías y maquetados. 6) Asesorar a otros departamentos en cuestiones multimedia. 7) Trabajar con otros departamentos proveyendo material multimedia.
Responsable	Gerente de Operaciones
Equipo de Trabajo	Jefe de gestión multimedia. Film-maker Editor de videos. Diseñador gráfico.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Costo de creación de material multimedia/Costo planeado de creación de material multimedia. • Tiempo de creación/Tiempo planeado de creación

Programa Específico de Distribución	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con la publicación de los servicios digitales que realizamos.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Publicación de material multimedia en: <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales. • En la plataforma de cursos. 2) Compartir diseños con el departamento IT. 3) Compartir anuncios con el departamento de Marketing.
Responsable	Gerente de Operaciones
Equipo de Trabajo	Jefe de gestión multimedia.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos publicados/Cursos planificados


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ª	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

5.3.3 Programa específico de Tecnología

Tecnología
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hardware 2. Software

Programa Específico de Hardware	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con manejo del hardware que requiere la empresa para su funcionamiento, tanto a nivel de Cloud como de problemas técnicos de los empleados.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Soporte técnico 2) Análisis de requerimientos técnicos 3) Mantenimiento 4) Instalación de hardware
Responsable	Gerente de IT
Equipo de Trabajo	Jefe de Hardware Personal de soporte técnico
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Memoria usada del servidor/Memoria total. • Capacidad de procesamiento en uso/Capacidad total de procesamiento.

Programa Específico de Software	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con el desarrollo de software necesario para llevar a cabo los servicios digitales que realizamos, ya sea para los clientes o para la propia organización.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Desarrollo de la plataforma. 2) Desarrollo de la página web. 3) Mantención de servidores. 4) Obtención de licencias. 5) Desarrollo de herramientas educativas 6) Creación de software necesario para la empresa
Responsable	Gerente de IT
Equipo de Trabajo	Jefe de desarrollo de software Programador Senior DevOps Desarrollador frontend Maquetador Desarrollador backend


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ª	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de usuarios registrados/cantidad de visitas en la plataforma. • Cantidad de usuarios en la plataforma/Cantidad planificada de usuarios máximos en la plataforma • Tiempo de descarga de la plataforma/tiempo ideal de carga de una página web
--------------------	--

5.3.4 Programa específico de Marketing


Marketing
<ol style="list-style-type: none"> 1. Producción 2. Precio 3. Promoción

Programa Específico de Producción	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con la creación del material multimedia para la publicación de anuncios que promocionaran los servicios que realizamos.
Tareas	Definición de campaña de marketing Segmentación de público objetivo Desarrollo de estrategia de marca Generación de copywritting Posicionamiento SEO
Responsable	Gerente de marketing
Equipo de Trabajo	Jefe de marketing Experto en SEO Community manager Content manager Experto en Facebook Ads Experto en Google Ads
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios planificados/anuncios creados

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Programa Específico de Precio	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con el establecimiento del precio del servicio que realizamos y que este provea la mayor ganancia posible sin perder competitividad en el mercado.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Establecer precio del producto. 2) Análisis de precio base. 3) Análisis de clientes potenciales. 4) Análisis comparativo con la competencia 5) Generación de informes de beneficios y contras de diferentes precios 6) Generación de estimaciones de ventas.
Responsable	Gerente de marketing
Equipo de Trabajo	Jefe de marketing Analista de mercado
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas mensuales/Ventas objetivo • Inversión/Ingreso generado

Programa Específico de Promoción	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con publicación de anuncios y generación de campañas de marketing
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Publicación de anuncios. 2) Generación de promociones 3) Creación de campañas de marketing. 4) Configuración de Facebook Ads. 5) Configuración de Pixel de Facebook Ads. 6) Configuración de Google Ads. 7) Configuración de Google Analytics. 8) Publicar en redes sociales. 9) Publicar anuncios en el sitio web.
Responsable	Gerente de marketing
Equipo de Trabajo	Jefe de marketing Experto en SEO Community manager Experto en Facebook Ads Experto en Google Ads
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Alcance/Alcance esperado • Clics en links/Vistas del anuncio


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

5.3.5 Programa específico de Comercial

Comercial
<ol style="list-style-type: none"> 1. Venta 2. Postventa

Programa Específico de Ventas	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con el proceso de venta de los servicios digitales que ofrecemos a los clientes.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Mejorar atención al cliente. 2) Elección de métodos de pago. 3) Realizar seguimiento de clientes en el proceso de compra. 4) Establecer términos y condiciones de compra. 5) Manejo de relaciones de compra.
Responsable	Gerente comercial
Equipo de Trabajo	Jefe de contacto a ventas. Personal de atención al cliente.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Numero de devoluciones/Numero de ventas

Programa Específico de postventa	
Descripción	Se realizan las tareas relacionadas con las actividades postventa del servicio que ofrecemos.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Seguimiento de clientes. 2) Generación de reclamos. 3) Buscar formas de incentivar al cliente a comprar más servicios. 4) Generar política de garantías. 5) Registrar sugerencias de clientes. 6) Suministrar acceso a contenido postventa.
Responsable	Gerente comercial
Equipo de Trabajo	Jefe de postventa. Personal de postventa.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Número de alumnos en sesiones sincrónicas/número de venta de cursos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 26/05/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ªA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Anexo

- Anexo 1. Early adopters: Es un cliente temprano de una compañía que le sirve a las empresas para testear su producto o servicio, ya que éstas obtienen una retroalimentación de él por parte del cliente y por su parte el cliente recibe un descuento.
- Anexo 2. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/04/22/opinion/1619083717_793145.html
- Anexo 3. <https://blog.hotmart.com/es/mercado-de-cursos-online/>
- Anexo 4. <https://serviciosweb.afip.gob.ar/genericos/nomencladorActividades/index.aspx>
- Anexo 5. Infoproductos: Productos o servicios totalmente digitales que se pueden comerciar libremente por internet.
- Anexo 6. <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-2-21-131>