

Universidad Abierta Interamericana

Facultad de Tecnología Informática

Ingeniería en Sistemas Informáticos



SAP – Carpeta Negocio – Entrega Final

Materia: SAP



Profesor: Jorge Scali

Alumno: Nicolás Tobio



Sede: Centro

Curso: 5° “J” Turno Noche



Año: 2020

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



1 Descripción general del negocio	8
1.1 Descripción básica del negocio	8
1.2 Situación actual del negocio	9
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
1.5.1.1 Alcance del mercado	12
1.5.1.2 Alcance del servicio	12
1.5.1.3 Alcance geográfico	14
1.5.3 Competencias únicas	16
1.5.4 Desafíos	17
1.5.5 Misión	18
1.5.6 Visión	18
1.6 Identificar oportunidad/necesidad del Mercado	18
1.7 Propuesta de valor para el cliente	19
2. Análisis estratégico	20
2.1 Análisis de contexto	20
2.1.1 Descripción de la Industria	20
2.1.2 Factores económicos	20
2.1.2.1 Tipo de cambio	20
2.1.2.2 Inflación	23
2.1.2.3 PBI	24
2.1.3 Factores políticos	27
2.1.3.1 Gobierno Nacional	27
2.1.3.2 Ministerio de Modernización	30
2.1.3.3 Ministerio de Turismo	30
2.1.4 Factores tecnológicos	31

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



2.1.4.1 Acceso a la información	32
2.1.4.2 Plataforma Web	33
2.1.4.1 Descripción de escenario - meta	33
2.1.5 Atractivo de la industria	34
2.1.6 Oportunidades y amenazas	34
2.2 Análisis de la competencia	36
2.2.1 Principales competidores	36
2.2.1.1 Competidor 1: Budget	36
2.2.1.2 Competidor 2: Hertz	37
2.2.2 Análisis de Cadena de Valor Propia	38
2.2.2.1 Cadena de Valor de Competidor 1: Budget	39
2.2.2.2 Cadena de Valor de Competidor 2: Hertz	40
2.2.3 Comparar Cadenas de Valor	41
2.2.3.1 Comparación Cadena de Valor de Car Connect vs Budget	41
3. Análisis FODA	48
3.1 Cuadro FODA	48
Fortalezas	48
Debilidades	48
Oportunidades	48
Amenazas	48
3.2 Análisis del FODA	49
3.2.1 Fortalezas	49
3.2.2 Debilidades	50
3.2.3 Oportunidades	50
3.2.4 Amenazas	50
3.3 Estrategias según el análisis FODA	50
3.3.1 Estrategias FO	50
3.3.2 Estrategias FA	51
3.3.3 Estrategias DO	51

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



3.3.4 Estrategias DA	51
4. Segmentación de Mercado	52
4.1 Criterios de Segmentación	52
4.1.1 Rentabilidad	52
4.1.2 Identificación y mensurabilidad	52
4.1.3 Accesibilidad	52
4.1.4 Capacidad de Respuesta	53
4.2 Variables de segmentación (consumidores)	53
4.2.1 Segmento Conductores o Viajeros	54
4.2.2 Segmento Propietarios	56
4.2.3 Tamaño de mercado disponible	59
4.3 Mercado meta	61
5. Estrategia	63
5.1 Matriz Atractivo de la Industria / Fortalezas del Negocio	63
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	66
5.2.4 Estrategia de Marketing	67
5.2.5 Estrategia Comercial	68
5.2.6 Matrix FODA – Programas generales de acción	69
5.3 Programas específicos de acción	72
5.3.1 Programa específico de Administración	72
5.3.2 Programa específico de acción de Comercialización	77
5.3.3 Programa específico de Tecnología	81
5.3.4 Programa específico de Marketing	86
6. Plan de Marketing	90
6.1 Estrategia de servicio	90
6.1.1 Descripción general de servicio	90

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.1.2 Términos y condiciones del servicio	90
6.1.2.1 Definiciones	91
6.1.2.2 Registro	93
6.1.2.3 ¿Cómo funciona Car Connect?	94
6.1.2.4 Seguros	99
6.1.2.5 Evaluación de Usuarios	102
6.1.2.6 Prohibiciones y Responsabilidades de los Usuarios	102
6.1.2.7 Responsabilidades y Garantías de Car Connect	105
6.1.2.8 Derechos de Autor, Propiedad Intelectual y Derecho de imagen	106
6.1.2.9 Ley Aplicable	107
6.1.3 Características del servicio	107
6.1.4 Calidad del servicio	109
6.1.5 Líneas de servicios	110
6.1.6 Ciclo de vida	111
6.1.7 Marca	114
6.1.7.1 Descripción general de la Marca	114
6.1.7.2 Logotipo	114
6.1.7.3 Registración de la Marca	116
6.2 Estrategia de Precios	117
6.2.1 Análisis de precios	117
6.2.1.1 Costos fijos	117
6.2.1.2 Costos variables	118
6.2.1.3 Conclusión de costos	119
6.2.2 Análisis precio competencia	119
6.2.3 Análisis sensibilidad del cliente	119
6.2.3.1 Efecto de los sustitutos percibidos	120
6.2.3.2 Efecto del valor de carácter único de un servicio	120
6.2.3.3 El efecto del costo de cambio	120
6.2.3.4 El efecto de la comparación difícil	120

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.2.3.5 El efecto precio-calidad	120
6.2.3.6 El efecto del gasto	121
6.2.3.7 El efecto del beneficio final	121
6.2.3.8 El efecto del costo compartido	121
6.2.3.9 El efecto de equidad	121
6.2.4 Estrategia de precio	121
6.2.5 Lista de precios	122
6.3 Estrategia de promoción	123
6.3.1 Mix de promoción	123
6.3.1.1 Publicidad	123
6.3.1.1.1 Publicidad Offline	123
6.3.1.1.2 Publicidad Online	124
6.3.1.2 Promoción de ventas	130
6.3.1.3 Descuentos Iniciales	131
6.4 Estrategia de Distribución	134
6.4.2.1 Funciones de transacción	135
6.4.2.2 Funciones de logística	135
6.4.2.3 Funciones de facilitación	135
6.4.3 Cuarto canal	135
6.4.4 Logística	135
7. Organización requerida	136
7.1. Estructura	136
7.1.1 Organigrama	136
7.2 Proceso de toma de decisiones	137
7.3 Cultura Organizacional	137
7.4 Tratamiento de conflictos	139
7.5 Análisis de puestos	140
7.5.1 Gerencia General	140
7.5.2 Gerencia de Administración	141

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

7.5.3 Gerencia de Marketing	148
7.5.4 Gerencia de Tecnología	150



Ficha de Seguimiento y Revisión

- Cambios de autor**

Fecha	Autor	Versión	Referencia de los cambios
14/09/2020	Nicolás Tobio	1.0	Desarrollo del trabajo hasta el punto 3 para la primera entrega.

- Revisiones**

Auditor	Versión Aprobada	Responsabilidad/Rol	Fecha

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL NEGOCIO

1.1 Descripción básica del negocio

En nuestra empresa, Car Connect, brindaremos el servicio de alquiler temporario de vehículos sin chofer entre particulares, y está basado en el concepto de “economía colaborativa”, donde cada usuario será productor y consumidor ofreciendo un bien que posee y no utiliza y que, al mismo tiempo, otra persona necesita. Por lo tanto, la empresa facilita la conexión entre dueños de autos que tengan la necesidad de ingresos adicionales y que además estén dispuestos a rentar sus vehículos (propietarios) y, por el otro lado, a personas, en su mayoría viajeros, que busquen alquilar un vehículo a bajo costo que les permita tener un ahorro significativo en sus viajes o en los planes deseados, con trámites simplificados y que brinde menor tiempo de entrega del vehículo en comparación de solicitar alquiler con una empresa tradicional.

Para cumplimentar con este ambicioso proyecto, somos los encargados de proveer a los usuarios de una plataforma web que funciona como comunidad virtual, donde éstos pueden registrarse, subir fotos de su vehículo, su ubicación y el precio de alquiler que desee y bajo las condiciones que plantee.

La reserva y el pago por el alquiler se realizan con los medios de pago electrónicos disponibles actualmente (Mercadopago, TodoPago). Se cobrará una comisión por cada operación realizada.

Cada vehículo está asegurado contra todo riesgo por una empresa aseguradora durante el período de alquiler de un vehículo ofreciendo además 1 servicio de remolque por cada póliza.

Hoy en día están apareciendo nuevos modelos de negocio que se diferencian del resto; ya que, a diferencia de los negocios tradicionales, estos solo actúan como agentes intermediarios y actúan como facilitadores, según la necesidad de las personas o empresas. Estos nuevos negocios se caracterizan por no poseer tantos activos y no enfocarse en tener buenos proveedores para poder tener el mejor servicio o producto para los clientes, sino que más bien buscan tener una gran cartera de clientes interesados y los proveedores llegarán por sí mismos.

En Argentina, según la estadística del Ministerio de Turismo (2019), cada año se realizan 4.5 millones de viajes internos, la tercera parte de este sector de la población son millennials, los cuales, a diferencia de otras generaciones, analizan distintos criterios para elegir su destino, valoran la autenticidad, las cosas nuevas y únicas, y la tecnología.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

1.2 Situación actual del negocio

Car Connect es una empresa joven, que se encuentra actualmente en una etapa de análisis, donde las actividades actuales están relacionadas con la creación de un plan de negocios, que permitirá ingresar como nuevos participantes en el mercado del transporte privado. Además este plan será muy importante para tener un marco de trabajo, que posibilite crear valor para el mercado, minimizando las probabilidades de fracaso.

En la actualidad se ha detectado que los principales clientes serán, por un lado, dueños de autos que tengan la necesidad de ingresos adicionales y que además estén dispuestos a rentar sus vehículos (propietarios) y, por el otro lado, a personas, en su mayoría viajeros, que busquen alquilar un vehículo a bajo costo que les permita tener un ahorro significativo en sus viajes o en los planes deseados.

Las empresas de alquiler de vehículos presentan ciertas limitaciones y condiciones que con esta idea de negocio se buscan superar. Mientras que las empresas del tipo “rent-a-car” tienen precios poco accesibles y un mínimo de días requeridos para alquilar, con esta nueva idea los consumidores pueden acceder al alquiler de un vehículo a un precio más accesible, y por sobre todo pudiendo ubicar un vehículo en cualquier momento del día, por el tiempo necesario (desde horas hasta días) y cerca de la ubicación real en la que se encuentre.



Por otra parte, el beneficio tangible que tendrán los propietarios de vehículos que podrán alquilarlos cuando no lo estén utilizando es algo que hoy en día no existe en una agencia rent a car, ya que los autos que se dan en alquiler son solo para ese uso.

El análisis de la situación actual del negocio de estas empresas resulta clave para realizar un análisis propio, si se considera que el modelo de ingresos más importante planteado, está basado en el cobro de transacciones que los clientes realicen a través de la plataforma. De esta manera se considera como un aspecto clave, conocer cómo se encuentra en la actualidad el mercado de servicios de alquiler de autos, en el cual ingresa nuestra empresa.

1.3 ¿Qué hace único al negocio?

El negocio viene a cambiar la lógica de alquiler de vehículos, democratizando el mismo y cambiando el paradigma existente al momento. Esto se lleva adelante desarrollando una solución para un mercado que no podía satisfacer sus necesidades mediante las empresas existentes. Esto se debe a que existen personas que no pueden acceder a un vehículo propio y que con esta idea se posibilita el acceso a un vehículo temporal para disponer del mismo como lo desee por un tiempo corto, a un menor costo con respecto a empresas rentadoras tradicionales y sin tener que pagar los gastos de mantenimiento del automóvil.

Las empresas de alquiler de vehículos presentan ciertas limitaciones y condiciones que con esta idea de negocio se buscan superar. Mientras que las empresas del tipo “rent-a-car” tienen precios poco accesibles y

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

un mínimo de días requeridos para alquilar, con esta nueva idea los consumidores pueden acceder al alquiler de un vehículo a un precio más accesible, y por sobre todo pudiendo ubicar un vehículo en cualquier momento del día, por el tiempo necesario (desde horas hasta días) y cerca de la ubicación real en la que se encuentre.

Por otra parte, el beneficio tangible que tendrán los propietarios de vehículos que podrán alquilarlos cuando no lo estén utilizando es algo que hoy en día no existe en una agencia rent a car, ya que los autos que se dan en alquiler son solo para ese uso.

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

Algunos de los factores principales que harán exitoso este proyecto son:

Servicio orientado a 2 mercados diferentes: Por un lado se posibilita la obtención de una renta a los propietarios de vehículos en aquellos días que no planean utilizar el mismo, lo cual sería la inserción de un nuevo negocio en un mercado que aún no está explotado. Por otra parte, los demandantes de este tipo de servicio estarán obteniendo el mismo a un precio menor de lo habitual, por el tiempo que desee y en las cercanías de cierta ubicación.

Portabilidad: Al ser una plataforma web está podrá ser consultada desde cualquier lugar en cualquier momento, obteniendo cotizaciones en tiempo real y la posibilidad de realizar una reserva en cualquier momento y lugar.



Usabilidad del producto: La facilidad de navegación, obtención de presupuestos y de reservación permitirá que usuarios con los conocimientos mínimos de computación puedan utilizar el sistema y obtener la información que desea a los pocos minutos de haber empezado a usar el sistema.

Escalabilidad del producto: el concepto de escalabilidad está totalmente contemplado en este negocio. Se posibilitará que otros sistemas puedan hacer uso de la función de cotización para dar dicha información a sus usuarios, comparen con servicios de alquiler de vehículos y de esta forma el negocio sea conocido por mas personas.

Velocidad de respuesta: Las cotizaciones y las reservas se realizarán en el momento con la última información de las calificaciones de los usuarios y las nuevas publicaciones.

Estrategias comerciales: Se realizarán vínculos y alianzas con distintas empresas desarrolladoras de sitios web para que ofrezca nuestro servicio a sus clientes.

Tecnología utilizada: El uso de las últimas tecnologías y estándares, harán que el sistema funcione a la perfección y sea compatible para todos los usuarios.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Disponibilidad: Las rentadoras tradicionales tienen un servicio limitado en muchos lugares, dado que no ofrecen su servicio a lo largo y ancho del país. En cambio, esta propuesta posibilitará que haya disponibilidad de vehículos en cualquier parte del país.

Precio de venta competitivo: El costo de alquiler de vehículos es extremadamente costoso, lo cual viene a solucionar este negocio, dado que el precio será seleccionado por los oferentes. Este será un punto importante para el éxito del proyecto.

Sistema de calificaciones: Cuando uno solicita un alquiler en una rentadora tradicional, no tiene referencias ni de la empresa ni del vehículo a rentar. En cambio, esta propuesta será validada mediante los usuarios que hayan participado del proceso de alquiler, ya sea, el oferente o el demandante.

Estructura empresarial: flexible y adaptable a las condiciones del mercado a través de métodos de trabajo dinámicos (Scrum / Agile).

1.5 Estrategia: Definir misión y visión



1.5.1 Marco temporal

Se ha elegido un marco temporal de tres años para desarrollar nuestro plan de negocio, siendo la cantidad de tiempo típica sobre la cual se basan la mayoría de los análisis estratégicos en industrias sin características extraordinarias y además, por que el nivel de inversión requerido para comenzar es relativamente bajo, lo que posibilita obtener un retorno sobre dicha inversión en este corto periodo de tiempo.

No se considera conveniente planificar más allá de esta barrera, dada la naturaleza más dinámica de la industria del software en comparación a las demás.

Asimismo, Argentina no goza históricamente de la estabilidad económica de la que pueden hacer gala algunos países del primer mundo y hay una mayor chance de que ocurran alteraciones que modifiquen nuestro contexto. Por lo cual, los próximos 3 años se llevarán adelante bajo la conducción del mismo poder ejecutivo, lo que posibilitará que los cambios bruscos en materia económica sean menor, sobre todo teniendo en cuenta el acuerdo entre el gobierno nacional y los tenedores de deuda extranjera para los próximos 4 años.

Finalmente, la crisis mundial a partir de la pandemia supuso un freno para la economía mundial, afectando indirectamente el sector turístico. Aun así, y ya habiendo salido muchos países de la crisis que esto provocó en un principio debido al desconocimiento de la enfermedad, este un factor más a considerar.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Esto se combina con el hecho de que todo el sector de los servicios informáticos, entre los que se encuentra la industria del software, es considerablemente más nuevo y joven que el resto de las industrias, por lo que existen menos normativas, leyes y reglas que se aplican al sector; que aportan muchas veces un cierto marco de mayor estabilidad.

No obstante, se plantearán diferentes escenarios macroeconómicos más adelante en el desarrollo, de modo de captar estos posibles cambios.

1.5.2 Alcances

1.5.1.1 Alcance del mercado



El mercado al que apunta la empresa es a las personas con vehículo propio que quieran obtener un beneficio económico cuando no lo está utilizándolo y de esta manera minimizar los altos gastos de mantenimiento que poseen los vehículos en nuestro país, como así también personas sin vehículo que se encuentren ante la necesidad de contar con movilidad propia por un período corto de tiempo y que actualmente utilizan otros tipos de servicio para cubrir esta necesidad, ya sea taxis, remis o alquiler de vehículos mediante las rentadoras tradicionales.

Alcance de Mercado	--	-	E	+	++
Persona física con vehículo propio.					
Persona física sin vehículo.					
Persona jurídica sin vehículo propio.					

1.5.1.2 Alcance del servicio

Utilizando nuestros servicios, los clientes podrán gestionar sus publicaciones y sus reservas de manera rápida y segura.

El cliente podrá dar de baja, crear o modificar sus publicaciones, podrá gestionar la duración de cada una de ellas, en caso de que corresponda podrá elegir qué día/s aumentar la exposición de la misma. y por último tendrá que aceptar los alquileres recibidos por parte de un tercero.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

El cliente podrá adquirir reportes personalizados, los cuales serán desarrollados por nuestra empresa, y serán exclusivos para cada uno de nuestros clientes, bajo demanda.

Los servicios que brindaremos se dividen en 3 categorías:

Servicio básico:

- Gestión de publicaciones de diferentes tipos de vehículos, ya sea, auto, camioneta, camioneta de carga, etc.
- Precio recomendado para cada categoría de vehículos.
- Reservas de vehículos publicados.
- Gestión de calificación para ambos tipos de clientes



Servicio medio:

- Gestión de publicaciones de diferentes tipos de vehículos, ya sea, auto, camioneta, camioneta de carga, etc.
- Precio recomendado para cada categoría de vehículos.
- Reservas de vehículos publicados.
- Gestión de calificación para ambos tipos de clientes
- Envío de reportes de alquileres realizados.
- Mantenimiento y aumento de exposición de publicaciones por sobre el servicio básico.

Servicio premium:

- Gestión de publicaciones de diferentes tipos de vehículos, ya sea, auto, camioneta, camioneta de carga, etc.
- Precio recomendado para cada categoría de vehículos.
- Reservas de vehículos publicados.
- Gestión de calificación para ambos tipos de clientes
- Envío de reportes de alquileres realizados.
- Mantenimiento y aumento de exposición de publicaciones por sobre el servicio básico.
- Sistema de trackeo del vehículo.

Alcance de Servicios	--	-	E	+	++
Gestión de publicaciones.					
Mantenimiento de exposición.					
Reportes Bajo demanda.					
Precio recomendado.					



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Reservas de vehículos.					
Gestión de calificaciones.					
Trackeo del vehículo.					

1.5.1.3 Alcance geográfico



La Capital Federal es un espacio de apenas 202 kilómetros cuadrados en el que viven casi 3,2 millones de personas y que cuenta con un parque automotor que supera el 1,3 millón de vehículos. Dado esto, estimo que al menos un 30% de los propietarios estarían dispuestos a alquilar sus vehículos para solventar los gastos de estos ya que normalmente durante la semana el automóvil se encuentra sin uso porque los dueños se movilizan en transporte público hacia sus trabajos. Por lo tanto, este sería el momento de mayor oferta por parte de los propietarios y también de demanda, ya que son los días donde los locales comerciales se encuentran abiertos y se necesitarían vehículos por ejemplo para entrega de mercadería, realizar compras personales o simplemente tener un tiempo de recreación personal contexto actual de la Pandemia, nos podríamos posicionar como una solución a varios inconvenientes que se presentan. Por un lado, hay muchos vehículos inmovilizados dada la imposibilidad para circular y por otro lado hay una demanda creciente de movilidad propia para evitar el transporte público para aquellas personas que pertenecen a una categoría de denominada esencial o que no cuentan con vehículo, normalmente se movilizan a hacer las compras mediante transporte público y que en estas condiciones preferirían alquilar un transporte por un periodo corto y así evitar el contacto con otras personas.

Para justificar el área de cobertura se tiene en cuenta que el parque automotor del país cuenta con 13.950.048 vehículos al 31 de diciembre pasado. De esos casi 14 millones de vehículos, el 80% se encuentran en la zona central del país. Sólo la provincia de Buenos Aires concentra el 37,71% del parque (5.539.351 vehículos). El podio lo completan CABA, con el 11,05% (1.556.511) y Córdoba, con el 9,60% (casi 1,4 millón). Por lo cual, realizar una primera etapa con una cobertura en CABA y en Buenos Aires concentraría casi al 50% del parque automotor.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

PROVINCIA	AUTOMÓVILES	LIVIANOS	TRANSPORTE DE CARGA	TRANSPORTE DE PASAJEROS	TOTAL GENERAL
Province	Cars	Light Vehicles	Trucks	Buses	Total
BUENOS AIRES	4.364.536	922.557	221.125	31.133	5.539.351
CAPITAL FEDERAL	1.229.081	243.397	71.425	12.608	1.556.511
SANTA FE	880.921	215.804	66.642	4.652	1.168.019
CÓRDOBA	1.019.207	261.188	66.873	5.391	1.352.659
MENDOZA	521.516	149.093	35.311	3.710	709.630
ENTRE RÍOS	337.239	98.353	25.446	2.443	463.481

Geográfico	--	-	E	+	++
Ciudad Autónoma de Buenos Aires					
Buenos Aires					
Córdoba					
Santa Fe					
Mendoza					
Entre Rios					
Resto del pais					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

1.5.3 Competencias únicas

- Plataforma inteligente, fácil de usar, y expandible. Compatible con múltiples plataformas.
- Precios competitivos, acaparemos un mercado que hoy en día es dejado de lado por las grandes empresas o tradicionales
- Capacidad de escalabilidad a futuro.
- El nivel de inversión requerido es relativamente bajo en comparación con otros emprendimientos.
- La empresa brinda seguridad a sus clientes mediante manejo de los datos personales de las personas, un sistema de calificación para los clientes y para los vehículos se ofrece un sistema de trackeo del mismo para brindar mayor confort a los clientes que ofrecen su bien.

Competencias Únicas	--	-	E	+	++
Plataforma sencilla, para múltiples canales					
Precios competitivos					
Nivel de Inversión Bajo					
Producto escalable					
Seguridad					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

1.5.4 Desafíos

Desafíos a partir de los cambios en el alcance del servicio

Aumentar la cantidad de clientes que utilizan el servicio, en un principio captar fuertemente clientes que estén dispuestos a ofrecer sus vehículos, los cuales serán el motor del negocio.

Brindar un producto con bajo margen de error, de funcionamiento estable.

Incorporar canales (convenios)

Desafíos a partir de los cambios en el alcance del mercado

Priorizar que la mayoría de los clientes sean personas físicas de clase media.

Realizar campañas para focalizarnos también en clientes de mayor poder adquisitivo pero que utilicen el servicio a modo de prueba del vehículo.

Desafíos a partir de los cambios en el alcance geográfico



Posicionarnos como el principal proveedor en Buenos Aires.

Mantener el posicionamiento para una futura expansión regional.

Desafíos a partir de los cambios en las competencias únicas

Desarrollar una buena imagen de empresa y ser el proveedor de preferencia de los clientes a nivel del área metropolitana de Buenos Aires.

Ganar experiencia en el mercado y posicionarnos como uno de los principales proveedores de servicios en el rubro.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Desafíos	--	-	E	+	++
A partir de los cambios en el alcance del servicio					
A partir de los cambios en el alcance del mercado					
A partir de los cambios en el alcance geográfico					
A partir de los cambios en las competencias únicas					

1.5.5 Misión

Car Connect busca adaptarse continuamente al contexto que la rodea por lo que, a través de una estructura colaborativa dinámica, evoluciona en sus servicios día a día brindando nuevas soluciones y facilitando mejores servicios, logrando altos niveles de confiabilidad, performance y seguridad.



- Permitimos que nuestros clientes logren alcanzar sus objetivos, tanto en el factor económico como en el factor social.
- Ofrecer un servicio único en el mercado y de alta calidad a las personas, para asegurarles el confort a la hora de utilizar el servicio y la mayor seguridad y facilidad al momento de concretar un alquiler.

1.5.6 Visión

Ser el principal proveedor del servicio del país en alquiler de vehículos entre particulares, siendo reconocidos como una marca confiable y segura, promoviendo el trato y desarrollando confianza entre particulares de distintos puntos del país.

1.6 Identificar oportunidad/necesidad del Mercado

Actualmente, los servicios que nuestro emprendimiento ofrece son acaparados por grandes empresas apuntando a personas, con un poder adquisitivo alto, que están en el AMBA de manera transitoria, por ejemplo, por turismo, al cual le cobran altos costos por el servicio y se encuentran estratégicamente

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

colocadas en las inmediaciones de los aeropuertos, estaciones de trenes y grandes estaciones de autobuses pero sin obviar las ciudades como opción para eventos y traslados de ejecutivos.



Diferentes informes y estadísticas muestran el crecimiento del sector de alquiler de vehículos a lo largo del tiempo, demostrando que gran parte de la industria crece día a día en los sectores más acomodados y dejando de lado a una parte de la sociedad, la cual no poseen un capital tan grande como para adquirir este tipo de servicios, pero si los necesitarían para cubrir diversas actividades.

Es por eso que nos encontramos frente a la oportunidad de cambiar esta realidad y ganar así buenos clientes, y lograr su fidelización.

1.7 Propuesta de valor para el cliente

La propuesta de valor que propone la empresa es brindar una solución para personas que no pueden acceder a un vehículo propio y que con esta idea se le posibilita el acceso a un vehículo temporal para disponer del mismo como lo deseen y además se le brinda un beneficio tangible para los propietarios de los vehículos que podrán alquilarlos cuando no lo estén utilizando.

El negocio se compone de 2 partes, una parte oferente de su vehículo, quien será el encargado de aceptar o rechazar las propuestas de alquileres que le lleguen, utilizando como información para la toma de decisión los datos que el sistema le brinde acerca del demandante, los cuales estarán conformados por los datos particulares de la persona y el historial del uso de la plataforma con un puntaje asociado; Por el otro lado, serán los demandantes de vehículos, quienes realicen diversas ofertas sobre los autos publicados y quedaran sujeto a la aprobación de la contraparte para concretar el alquiler.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

2.1 Análisis de contexto

2.1.1 Descripción de la Industria

Los indicadores detallados sigüientemente reflejaran directamente de una manera positiva o negativa a nuestro negocio.

Los datos revelados en esta sección corresponden a investigación obtenida de Internet y del INDEC, quedando por fuera de este análisis el juicio de valor corroborando la veracidad de los mismos.



2.1.2 Factores económicos

2.1.2.1 Tipo de cambio

La volatilidad en el tipo de cambio se presenta como un riesgo para la incorporación de nuevas tecnologías. El Gobierno actual no difunde estimaciones para el tipo de cambio real multilateral para 2020, con el dólar en un precio promedio de \$74.83 por unidad. Luego del acelerado aumento del tipo de cambio nominal que ocurrió entre julio y agosto de 2019, el tipo de cambio real multilateral llegó a niveles récord para la última década, reconoció el Gobierno en su proyecto de Ley de Presupuesto 2020. "Proyectamos una reversión de esta tendencia en la medida que se anclen nuevamente las expectativas de inflación", señaló la administración de Mauricio Macri en la iniciativa antes del cambio de gobierno. El proyecto indica que el dólar rondará los 67,10 pesos en 2020 manteniendo las fuertes restricciones sobre el mismo, lo que provoca el desdoblamiento del tipo de cambio. Hoy en día, luego de los cambios introducidos por el nuevo gobierno en materia de tipo de cambio, con un fuerte control sobre el mismo, y sumado a esto, los efectos provocados por la pandemia, vemos que ese proyectado estuvo muy lejos de la actualidad.

Con una nueva gran venta para mantener el ritmo de desplazamiento bajo control el Banco Central (BCRA) cerró hoy la 12ª semana consecutiva contabilizando una pérdida neta de reservas.

Los datos oficiales muestran que ese drenaje, que recomenzó a fin de junio, fue aumentando sostenidamente con el correr de las semanas hasta llegar a los US\$2450 millones, según los datos oficiales que llegan hasta el

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

martes 8 de septiembre, y superar los US\$ 2600 millones, si se consideran las jornadas aún no reflejadas en esa estadística, coinciden los operadores.

La plaza cambiaria no se calmó siquiera con el cierre exitoso de los canjes de deuda, pese a que generan un alivio muy considerable en los compromisos de pago del país por varios años. Lo dejó a la vista la rueda de hoy, en la que se operaron US\$312 millones (el mayor volumen desde fines de junio) y en la que el BCRA debió aportar un tercio de lo negociado, porque la oferta privada no alcanza para abastecer los pedidos de compra que atraviesan el duro filtro oficial, aunque buscó estimularla, permitiendo el mayor deslizamiento semanal del tipo de cambio oficial (+0,63%) desde la segunda semana de julio.

En sus últimas exposiciones públicas, el presidente del BCRA, Miguel Pesce, sostuvo que consideraba el nivel de reservas con que cuenta la entidad suficiente "para administrar el mercado cambiario, como lo venimos haciendo hasta ahora". Pero también reconoció que para eso se necesitaría ir consiguiendo "una mejora en las expectativas", que no se verifica.



Eso mantiene a las reservas bajo presión y el mercado cambiario, pese a todas las limitaciones y restricciones impuestas a la demanda de particulares o empresas, opera con un desequilibrio insostenible. "Está lanzada como una carrera para llegar a los dólares de la que participan ahorristas y empresas para pagar importaciones o cancelar deuda", explican en el mercado.

De allí el generalizado temor a que una crisis de reservas propicie un salto devaluatorio del peso como el registrado bajo circunstancias parecidas en enero del 2014, cuando, tras años de actualizarse a un ritmo del 0,12% diario, el dólar pasó de \$6,80 a \$8 (+17,5%) en apenas tres ruedas dejando un importante legado inflacionario.

La sostenida pérdida de reservas hizo que el Gobierno evalúe -hace poco más de un mes- la continuidad del cupo de compra de US\$200 por mes permitido a las personas, como blanqueó en un contacto periodístico el propio presidente Alberto Fernández. Esa posibilidad, propuesta por el BCRA y avalada por los economistas que rodean al jefe de Gabinete, Santiago Cafiero, fue bloqueada por el ministro de Economía, Martín Guzmán, por el impacto que tendría sobre el valor de la divisa en el mercado paralelo y las expectativas devaluatorias e inflacionarias.

Pero la evolución que el mercado mostró de allí en más hace coincidir a los analistas: el desequilibrio es tal que el BCRA no podrá aguantarlo mucho más, por mucha voluntad que sus autoridades tengan, sabiendo que el costo que cualquier salto del dólar tiene para la economía y lo que significaría dada la magnitud de la crisis actual.

"Es una dinámica insostenible, teniendo en cuenta que el nivel de reservas netas perforó los US\$7000 millones", apunta el economista Amílcar Collante, del Centro de Estudios del Sur (CeSur).

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

"Las cifras son contundentes: muestran que la discusión actual entre desdoblamiento o intervención en el mercado mediante bonos ya empieza a atrasar. Ninguno de los dos esquemas es sostenible: el primero es desprolijo y lleva riesgos de que el dólar no encuentre techo, y el segundo no garantiza éxito y tiene límites en el consumo de ventas de títulos públicos", advierte también el economista Guido Lorenzo de la consultora LCG.

"Todo parece indicar que la economía en algún momento deberá operar con un tipo de cambio real más alto, el tema es que eso debería ser administrado y no se ve por dónde", advierte. El economista plantea además que las actuales expectativas de devaluación "no van a ceder, dado que las señales que recibimos los agentes no ayudan a alivianar esto", en referencia a los números que trascendieron del Presupuesto 2021 o al festival de gastos que validó el Senado para tratar de asegurar la aprobación de la reforma judicial.



"Está muy claro que la dinámica del mercado es insostenible y hace prever que el Gobierno deberá tomar alguna decisión pronto. El gran interrogante es qué va a hacer" coincide su colega Hernán Hirsch, de la consultora AMF.

Collante cree algo similar. "Por cómo se dieron los controles de cambio en el kirchnerismo, veo poco probable el desdoblamiento y más probable que endurezcan más el cepo (ya está muy restringida la operatoria) y aceleren la tasa de depreciación subiendo a la vez la tasa de interés", explica. "Pero son medidas de corto plazo -añade-. Para enderezar todo necesita un arreglo rápido con el FMI y mostrar al mercado un programa monetario y fiscal creíble"

El analista financiero Salvador Di Stéfano cree que, descartada la posibilidad de que se fortalezcan las reservas porque no hay ingreso de dólares, el Gobierno intentará seguir administrando el stock que tiene en busca de ganar tiempo. "Venderá el BCRA bonos contra pesos para bajar la brecha y contra dólares también para hacerse de liquidez o intentarán algo, porque los canales de ingreso de dólares están bloqueados: no hay inversión extranjera, ni aporte por llegada de turistas, ni repatriación de capitales por parte de los argentinos, y en el campo queda menos soja y menos maíz para vender que el año pasado. Pero eso implica tener pisadas las importaciones y tendrá un costo en términos de actividad", apunta.

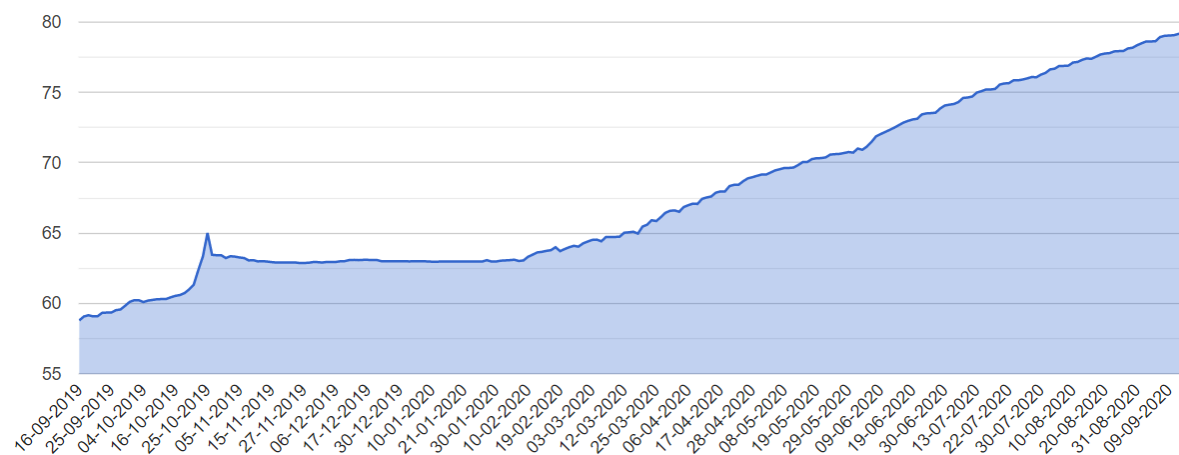
En tanto Roberto Drimer, de la consultora VatNet, sostiene que la única manera que el BCRA tiene de equilibrar el mercado es "recomprando reservas de manera recurrente, pero para eso necesitarías un estímulo importante a los exportadores o un acuerdo que contenga ese compromiso, ya que en estas condiciones no se puede seguir mucho más, y es mejor evitar un ajuste por las malas". Acota que "el esquema cambiario solo era sostenible con una brecha similar a la que define el impuesto PAIS" y que se tornó inconsistente "cuando ese equilibrio saltó por los aires".

En el mercado creen que la estrategia de ganar tiempo en espera de un shock de confianza a la que parece apostar el ministro Guzmán obligará al BCRA a buscar dólares para enfrentar la dramática caída que estas ventas significaron para su posición líquida. En ese sentido, se especula que la entidad buscará gestionar un crédito poniendo en garantía una parte de la cartera invertida en oro que tiene el exterior (Londres y

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Basilea), porque resultaría un financiamiento más barato que el 7% que el cobraría el Banco de China por convertir los yuanes del swap en dólares. Pero, la entidad dijo al respecto que esa posibilidad ni siquiera está en estudio.

Evolución del dólar Oficial en el último año





2.1.2.2 Inflación

La inflación incide sobre los flujos de efectivo de un proyecto y sobre la tasa de descuento requerida por las empresas, así la inflación distorsiona las decisiones en la elaboración del presupuesto de capital.

La inflación puede afectar en mayor o menor intensidad a los flujos de efectivo, dependiendo de la naturaleza de éstos. Así la inflación podría afectar más a los precios de venta, o bien a los costos. Por lo general, los empresarios combaten la inflación tratando de disminuir los costos y manteniendo precios competitivos, pero no se puede hacer nada cuando la inflación se generaliza por sobre toda la economía, y en consecuencia sus flujos de caja podrían ser, en términos reales, cada vez menores, por la pérdida del poder de compra del dinero.

El gobierno actual prometió una baja en la tasa de inflación a medida que pasa el tiempo, si esto se sostiene, será beneficioso para nuestro presupuesto, ya que si los costos bajan, y se presupuesta un proyecto en un ambiente de costos altos, esto beneficiara monetariamente a nuestro emprendimiento. Tomando en cuenta estos datos, se estima que para dentro de 4 años la inflación será del 4%, por lo tanto se podrían presupuestar proyectos de largo plazo utilizando estos valores.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Por otro lado, la inflación va a ser un factor que afecte directamente por sobre los salarios de nuestros empleados, haciendo que nuestro margen de costos en ciertos casos no pueda ser pronosticado.

2.1.2.3 PBI

Con un Producto Interno Bruto (PIB) de aproximadamente US\$450 billones, Argentina es una de las economías más grandes de América Latina.

Argentina tiene abundantes recursos naturales en energía y agricultura. En su territorio de 2,8 millones de kilómetros cuadrados, el país tiene tierras agrícolas extraordinariamente fértiles, cuenta con importantes reservas de gas y litio, y tiene un enorme potencial en energías renovables. Argentina es un país líder en producción de alimentos, con industrias de gran escala en los sectores de agricultura y ganadería vacuna. Asimismo, Argentina tiene grandes oportunidades en algunos subsectores de manufacturas y en el sector de servicios innovadores de alta tecnología.

Argentina tiene una larga historia de inestabilidad política y económica —con grandes fluctuaciones de crecimiento cada año—. En 2019, el país tuvo un crecimiento del PIB negativo de 2,2% (en comparación con 2,5% en 2018). Se prevé que la economía de Argentina, la segunda mayor de Sudamérica, se contraiga por tercer año consecutivo en 2020. Argentina ha debido afrontar una nueva crisis económica, gatillada por un déficit y una deuda crecientes, y la inestabilidad política con alternancias entre gobierno de derecha e izquierda. Sin embargo, la causa profunda fue un déficit presupuestario que los inversores dudaron en financiar a medida que el antiguo presidente Mauricio Macri perdía credibilidad. No obstante, el nuevo presidente electo Alberto Fernández se comprometió a reactivar la economía, aunque debe hacer frente a demandas de partidos de extrema izquierda de su coalición, que solicitan un mayor gasto social, mientras que los inversores desean que se dé prioridad a la negociación de las deudas. Existe una preocupación general en el mercado argentino de que Fernández vaya contra la postura pro-mercado de Macri. Además, según las previsiones actualizadas del FMI del 14 de abril de 2020, debido al brote de COVID-19, se prevé que el crecimiento del PIB caiga a -5,7% en 2020, y que repunte a 4,4% en 2021, sujeto a la recuperación económica global posterior a la pandemia.

Desde 1950, Argentina ha pasado 33% del tiempo en recesión —el segundo porcentaje más elevado en el mundo, detrás de la República Democrática del Congo, según el Banco Mundial—. La inflación supera 50%, y el peso se encamina a tener los peores resultados entre los mercados emergentes por cuarto año consecutivo. Según el FMI, la tasa de inflación aumentó de 34,3% en 2018 a 53,5% en 2019. La relación de la deuda al PIB casi se duplicó durante el mandato de Macri, llegando a 93% —el nivel más alto desde 2004—, y existe una gran incertidumbre con respecto a la capacidad de Argentina para pagar la deuda. No obstante, según previsiones del FMI, la deuda debiera bajar en 2020 y 2021, a 80,8% y 76,4% respectivamente. Aun así, las

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

previsiones económicas han sido inciertas en Argentina por años. El balance general del gobierno en Argentina representó -2,3% del PIB en 2019, y se prevé que sea de -0,7% en 2020 y -1,2% en 2021. En 2019, se produjo una caída de las importaciones debido a la depreciación monetaria y la baja demanda interna. Sin embargo, la recuperación de la actividad agrícola y un entorno macroeconómico más estable marcado por algunas mejoras de la inflación debieran permitir que se logren resultados económicos relativamente mejores. Las exportaciones debieran registrar un mejor crecimiento, impulsadas por bienes primarios (gracias a buenas cosechas) y mejores exportaciones de manufacturas a Brasil. La caída de las importaciones, como consecuencia de la depreciación monetaria y la baja demanda interna, y la recuperación de las exportaciones agrícolas, contribuirán a reducir el desbalance en la cuenta corriente. El presidente electo Fernández solo ha señalado líneas vagas de su política económica, pero se puede afirmar que se centrará en renegociar la deuda, controlar la inflación y reactivar el crecimiento estimulando el consumo interno.


Sin embargo, la volatilidad histórica del crecimiento económico y la acumulación de obstáculos institucionales han impedido el desarrollo del país. La pobreza urbana en Argentina sigue siendo elevada y alcanza el 35,5% de la población, mientras que la pobreza infantil (niños menores de 14 años) sube al 52,3%.


Para hacer frente a esta situación, se ha priorizado el gasto social a través de diversos programas, entre los que se destaca la Asignación Universal por Hijo, un programa de transferencias que alcanza a aproximadamente 4 millones de niños y adolescentes hasta 18 años, el 9,3% de la población del país.

Las turbulencias financieras del 2018 impactaron en el país e implicaron la revisión del plan económico y la necesidad de contar con un programa con el Fondo Monetario Internacional (FMI). El mismo comenzó en 2018, por unos US\$57.000 millones, con el objetivo principal de estabilizar las cuentas públicas para alcanzar un equilibrio fiscal primario a fines de 2019. Sin embargo, una nueva ronda de volatilidad macroeconómica desatada en el mes de agosto de 2019 puso en suspenso este programa, y el país ha iniciado un proceso de renegociación de su deuda con acreedores privados.

La situación económica presenta equilibrios precarios. El peso argentino ha perdido 68% de su valor desde abril de 2018. La inflación anual es superior al 50% y luego de una caída de 2,5% del PIB en 2018, la economía se contrajo un 2,2% adicional en 2019.

En 2019, la tasa de desempleo en Argentina fue de 9,8%, y el FMI prevé que esta tendencia se vea ligeramente afectada por el impacto económico negativo de la pandemia de COVID-19. Actualmente, se estima que la tasa aumente a 10,9% en 2020, y que permanezca estable en 10,1% en 2021. El gobierno argentino ha tenido dificultades para luchar contra los altos niveles de pobreza y desempleo, y se calcula que cerca de la mitad de la fuerza laboral trabaja en el sector informal. La situación social del país se caracteriza por tensiones constantes entre el gobierno y los movimientos sindicales en torno a las reformas anunciadas. Además, el país está dividido entre autoridades centrales y descentralizadas, que se afrontan en torno a la distribución de los ingresos federales. Casi un tercio de la población en Argentina vive bajo la línea de pobreza. La red de

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: Car Connect				



infraestructura requiere una mayor inversión, ya que no existe siempre un acceso a la electricidad y el agua en zonas rurales.

Indicadores de crecimiento	2017	2018	2019 (e)	2020 (e)	2021 (e)
PIB (miles de millones de USD)	642,93e	519,49e	445,47	443,25	481,84
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	2,7e	-2,5e	-3,1	-1,3	1,4
PIB per cápita (USD)	14.588e	11.658e	9.888	9.731	10.462
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-7,0	-4,4e	-2,3	-0,7	-1,2
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	57,1	86,1e	93,3	80,8	76,4
Tasa de inflación (%)	25,7	34,3e	54,4	51,0	32,3
Tasa de paro (% de la población activa)	8,4e	9,2e	10,6	10,1	10,1
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-31,60	-27,48e	-5,36	1,13	-0,12
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-4,9	-5,3e	-1,2	0,3	-0,0

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, Ultimos datos disponibles



Nota 1: e) Datos estimados

Nota 2: Los siguientes indicadores fueron actualizados por el FMI en abril de 2020: PIB (crecimiento anual en %, precio constante), Tasa de inflación (%), Tasa de paro (% de la población activa), Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB); el resto de los indicadores se actualizaron por última vez en octubre de 2019.

Por lo cual, el contexto económico actual del país es de gran incertidumbre, lo que provoca que por un lado las personas puedan considerar esto como una gran oportunidad paliativa o de negocio constante.

Tabla Evaluación descriptores de factores Económicos:

	Muy Poco Atractivo	Poco Atractivo	Neutro	Atractivo	Muy Atractivo
Tipo de Cambio					
Inflación					
PBI					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

2.1.3 Factores políticos



2.1.3.1 Gobierno Nacional

En octubre de 2019, Alberto Fernández fue electo presidente de Argentina (con 48,24% de los votos), mientras que Mauricio Macri —que fue presidente entre 2015 y 2019 y que se presentaba para una reelección— perdió con 40,28% de los votos. Las elecciones estuvieron dominadas por las preocupaciones por la situación económica del país. Fernández nombró vicepresidenta a Cristina Kirchner, expresidenta de Argentina (2007-2015), cuya presencia debió ayudarlo a ganar la elección presidencial. Esta votación tiene grandes consecuencias. Argentina, segunda mayor economía de América Latina, estuvo sumida en una recesión por gran parte del año pasado. Fernández deberá internar atraer nuevas inversiones, afrontando al mismo tiempo el problema de la deuda, así como la inflación, la pobreza y la corrupción.

En las elecciones generales de 2019, un tercio del Senado y la mitad de la Cámara Baja también fueron renovados. El Frente de Todos (coalición que apoyó a Fernández) obtuvo 45,5% de los votos para la Cámara de Diputados, mientras que el partido de Macri (Juntos por el Cambio) obtuvo 40,1%. En cuanto al Senado, el Frente de Todos obtuvo la mayoría de los escaños (50%), mientras que Juntos por el Cambio obtuvo la segunda votación, con 38,8% de los escaños.

El actual gobierno ha tenido problemas con el sector agrícola-ganadero, luego de los primeros meses de asumir la administración, por el aumento de retenciones a la exportación. Las movilizaciones de este sector no fueron incentivadas por la cúpula del sector agroganadero en búsqueda de consensos y soluciones a los problemas de país. A su vez, dos procesos simultáneos tendieron a minimizar los conflictos sectoriales en el actual gobierno: por un lado, la pandemia del COVID-19 que tendió a congelar o demorar distintas discusiones, y, asimismo, la negociación de la deuda externa argentina con los acreedores, que también propició la unificación del sector empresarial y sindical argentino en búsqueda de brindar mayor sustento y legitimidad a la propuesta argentina. Además, la relación del gobierno actual con los sindicatos es de bastante cercanía, teniendo en cuenta que la mayoría de los sindicatos, lo mismo que el gobierno, son de pensamiento peronista. Debido a esto, muchos sindicalistas han integrado las listas del actual oficialismo o han ocupado un puesto a nivel local, provincial o nacional una vez asumido el gobierno. Por su parte, los movimientos sociales ocupan hoy puestos en distintos sectores del gabinete, haciendo que el diálogo y la negociación con el presidente sea constante.

Por otro lado, con la presentación de la Ley de Solidaridad, el presidente Alberto Fernández incluyó la suspensión de la fórmula previsional del macrismo con la intención de presentar una nueva fórmula de movilidad en junio 2020 para que ésta sea votada por el Congreso Nacional. La pandemia de COVID19 cambió abruptamente la agenda gubernamental a mediados de marzo (una vez definido el aumento de las jubilaciones por decreto para el primer trimestre) y postergó, en los hechos, la definición de la fórmula en

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

2020. En este marco, se anunció por decreto el nuevo aumento para junio, de 6,12%, en este caso sin segmentación por nivel de haber y con igual aplicación para todas las jubilaciones y pensiones, a diferencia del aumento impuesto por decreto durante el mes de marzo.

Cabe remarcar que, basándonos en el Índice de Percepción de la Corrupción 2019, confeccionado por la ONG Transparencia Internacional, Argentina se encuentra en la media global en términos de percepción de la corrupción en una escala que analiza a más de 180 países. En este punto debemos mencionar que la actual vicepresidente de la nación, quien fue presidenta durante 2 mandatos consecutivos, 2007-2011 y 2011-2015, se encuentra procesada en numerosas causas judiciales, tres de las cuales corresponden a temas de corrupción cometidos durante sus mandatos presidenciales y las cuales se pueden posicionar dentro del podio de mayores hechos de corrupción. En este sentido, varios medios de comunicación y miembros de la oposición sostienen la idea de que el oficialismo busca activamente la búsqueda de la impunidad de los pasados casos de corrupción, y basándose en los ejemplos de liberación de varios presos con causas judiciales firmes durante los primeros meses de gobierno como por ejemplo el exvicepresidente Amado Boudou.



Las actuales políticas de respuesta tomadas ante la crisis por el Gobierno argentino y por otras naciones con las que mantiene vínculos comerciales tuvieron como consecuencia el actual freno de gran parte de las actividades profesionales. Esto ocasionó una fuerte caída comercial, que afecta a todas las cadenas de valor de la producción. Esas medidas, junto con la incertidumbre sobre el fin de esta crisis, impactarán fuertemente sobre la economía nacional.

En el margen de su escaso espacio fiscal, el Gobierno busca poner en marcha políticas para mitigar el impacto socioeconómico de la crisis. Cuando pueda ser superada, mucho habrá cambiado en Argentina y el país será diferente al que recibió la pandemia. Se estima que la crisis provocada por la pandemia de la COVID-19 tendrá un fuerte impacto en el mercado de trabajo de Argentina, que ya acusaba una situación de gran debilidad antes de esta emergencia sanitaria.

Una evaluación reciente de la OIT indica que la crisis económica provocada por la pandemia de la COVID-19 tendría efectos de gran alcance sobre los mercados de trabajo mundiales. De acuerdo con los diferentes escenarios sobre las consecuencias de la COVID-19 en el crecimiento del PIB mundial, las estimaciones de la OIT indican un aumento del desempleo mundial de entre 5,3 millones y 24,7 millones de personas (OIT, 2020).

Además, se prevé que la disminución de la actividad económica y la consecuente caída del empleo conlleven importantes pérdidas de ingresos para los trabajadores, especialmente para aquellos que se encuentran cerca o por debajo del umbral de la pobreza. Esta consecuencia daría lugar a un notable aumento de la pobreza laboral. De este modo, se calcula que entre 8,8 y 35 millones de personas más estarán en situación de pobreza laboral en todo el mundo, frente a la estimación original que preveía una disminución de 14 millones para 2020.

Cambios en el código de comercio podrían afectar la actividad por parte de los particulares que alquilan sus propios vehículos. Un impacto como el que sucedió en 2016 con el impuesto a los alquileres inmobiliarios

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

podría llegar a afectar la actividad. Actualmente no hay ninguna regulación impositiva que mencione este otro tipo de actividad.



El Gobierno, por su parte, tiene en tratamiento distintos proyectos de ley para beneficio del desarrollo de Pymes.

Medidas ejecutivas:

1. Ampliar fuertemente la línea de inversión productiva que autoriza el Banco Central al sistema financiero, pasando de un cupo del 14% de los activos de los bancos a un 16%, esto implica tener un stock de 137.000 millones de pesos de créditos para las PyMEs a una tasa del 22%, disponible a partir del 1° de junio. Además, el BICE creará la línea "Primer Crédito PyME" para todas las PyMEs que nunca accedieron al financiamiento. La línea de inclusión financiera es para micro y pequeñas empresas y supone un monto disponible de casi 7000 millones de pesos.
2. A partir del 1° de junio, las PyMEs liquidarán el IVA cada 90 días. Esto permitirá tener una capital de trabajo disponible de 5000 millones de pesos cuya liquidación será en forma trimestral.
3. Ahora el 70% de las PyMEs recibirá en forma automática un certificado de no retención del IVA. Para el resto habrá requisitos más flexibles que los actuales.
4. Se elevan los umbrales de retención de IVA y ganancias que no se actualizaban desde el año 2000.
5. Ahora, las PyMEs tendrán un plazo de 365 días para liquidación de divisas de exportación. Esta medida impactará directamente en las PyMEs agroexportadoras y en las economías regionales.

Proyecto de ley de promoción de las Pymes:

1. Dedución del 8% de la inversión de las PyMEs sobre el impuesto a las ganancias. Con un tope del 2% de las ventas.
2. Devolución del IVA de estas inversiones bajo la forma de crédito fiscal.
3. Eliminar la ganancia mínima presunta para PyMEs.
4. Permitir a las PyMEs la compensación del impuesto a los créditos y débitos con el impuesto a las Ganancias. Lo que paguen del impuesto a los créditos y débitos van a poder descontarlo del impuesto a las ganancias.
5. Desarrollo de financiamiento a través de obligaciones negociables, profundidad de mercado de capitales, sociedad de garantía recíprocas, bonificación de tasas, medidas apuntadas a ampliar el horizonte del pequeño y mediano empresario.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

2.3.1.2 Ministerio de Modernización



El ministerio de modernización de la nación es un nuevo beneficio para las empresas orientadas a la explotación de datos. Esto se debe a que su principal objetivo se enfoca en impulsar la modernización tecnológica en todo el país, incorporando Nuevas Tecnologías, capacitación de empleados públicos y el desarrollo de mejores servicios públicos. Dentro de sus actividades, hay un amplio catálogo de proyectos orientados a servir información censal a todo aquel que desee consumirla para realizar análisis estadísticos y explotación de la información. Es un gran beneficio para las empresas que utilizan esta información, ya que posibilita obtener información en tiempo real, y de una fuente confiable.

Estas políticas facilitan nuestro análisis del Mercado, obteniendo información fiable del desarrollo económico/político de la industria en la región.

Fuente: <http://www.argentina.gob.ar/modernizacion>

2.3.1.3 Ministerio de Turismo

Motivo del viaje	Salida de turistas	Estadía promedio	Gasto diario promedio
	Miles	Noches	US\$
I trimestre	246,8	10,1	49,7
Vacaciones / ocio	145,8	8,6	69,8
Visita a familiares o amigos	84,8	11,9	22,7
Negocios y Otros	16,2	14,4	58,6
II trimestre	82,6	9,1	54,6
Vacaciones / ocio	36,2	6,8	87,7
Visita a familiares o amigos	30,7	10,0	25,4
Negocios y Otros	15,7	12,8	58,7
III trimestre	86,5	6,9	79,2
Vacaciones / ocio	48,5	6,1	110,2
Visita a familiares o amigos	26,9	8,5	33,5
Negocios y Otros	11,1	6,5	97,7
IV trimestre	132,5	6,2	67,9
Vacaciones / ocio	69,6	4,2	119,5
Visita a familiares o amigos	47,3	8,4	27,0
Negocios y Otros	15,6	8,0	77,8

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Podemos observar bajo informes del ministerio de turismo, que el mayor porcentaje de visitas en Argentina son dadas para Vacaciones u Ocio, por lo que nuestro foco de atención debería basarse en sectores a los que el turista promedio pueda acceder, para acaparar la mayor cantidad de transacciones del mercado

	Muy Poco Atractivo	Poco Atractivo	Neutro	Atractivo	Muy Atractivo
Gobierno Nacional					
Ministerio de Modernización					
Ministerio de Turismo					

2.1.4 Factores tecnológicos

La mejora constante del internet ha llevado a una nueva versión denominada WEB 3.0 donde se permite la interacción de usuarios de diversos lugares, mediante el uso de plataformas más personalizadas y al uso de buscadores inteligentes en base a necesidades específicas que establezca el usuario.



Es claro que para un buen uso de esta tecnología WEB 3.0 se necesita una mejor cobertura de señal 4G ya que necesita una velocidad de internet más elevada.

La conexión mediante el uso de distintos dispositivos (Computadoras, Tablet, Smartphone, Relojes y otros) hace que sea usado en cualquier parte del mundo.

En el país existe un gran crecimiento del e-commerce y su nueva tendencia como el m-commerce (Mobile Commerce), que consiste en la compra y venta de bienes y/o servicios mediante el uso de móvil (Celular o Tablet).

Según una encuesta realizada por Deloitte, que abarcó a 53 mil personas en todo el mundo, el 61% de los usuarios mira su móvil dentro de los 5 minutos después de despertarse y el 88% lo hace dentro de la primera media hora. Concluyendo que el 96% afirma chequearlo antes de que se cumpla una hora desde que abrieron los ojos.

La tecnología cambió nuestra forma de vivir, de comunicarnos, de consumir, entre muchas otras cosas, y le dio un nuevo poder al consumidor móvil: tener todo al alcance de un clic. Las empresas tuvieron que adaptarse

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

para satisfacer las necesidades de sus usuarios y se está logrando con mucho éxito. Hoy, según la CACE, en la primera mitad del año, se realizaron 50% de las compras mediante un dispositivo móvil y, durante el Cyber Monday, este número creció a 67%.

A medida que el móvil aumenta su participación en el ámbito social, el comercio electrónico significa comercio móvil. Es decir, las aplicaciones dedicadas, los sistemas de pago integrados y la logística hacen que la compra sea cada vez más fluida, tanto en espacios físicos como virtuales.

Según un estudio conjunto entre la consultora Ipsos y PayPal, el 34% de las transacciones comerciales online se hacen mediante un teléfono celular. Este impactante porcentaje es todavía mayor en países como Japón y Corea, en los que ya supera el 50% de las operaciones totales.

De acuerdo al mismo estudio, entre 2013 y 2016 el mcommerce (o comercio electrónico móvil) crecerá a un ritmo del 42% anual, superando ampliamente el crecimiento del comercio electrónico tradicional (o “pc-commerce”), que será del 14%.

En Argentina se estima que las operaciones online mediante smartphones son del 11%. Nada mal, teniendo en cuenta que todavía falta infraestructura en cuanto a la conectividad y el desarrollo de plataformas específicas. Aún así, este panorama alienta cada vez más a las empresas, ya que 1 de cada 3 está invirtiendo en tecnología y aplicaciones para aprovechar las ventas a través de celulares.

Significa la buena tendencia y alternativa para los nuevos tipos de negocio que operen bajo el uso de estos dispositivos.

2.1.4.1 Acceso a la información

Gracias a internet, contamos con acceso a grandes volúmenes de información, que facilitan la tarea de extracción y carga de datos para la generación de análisis y reportes, capaces de simplificar la visión de nuestros clientes y realizar proyecciones acertadas.

Otro factor relevante dentro del acceso a la información es el camino en cuanto a nivel político que se está tomando, el nuevo gobierno está alineado con ser un “gobierno transparente”, lo que facilita el acceso a información oficial, y brinda un apoyo a las empresas que brinden una innovación tecnológica en los diferentes mercados.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali		
	Alumno: Nicolás Tobio				
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: Car Connect					

2.1.4.2 Plataforma Web

Nuestros servicios estarán centralizados en una única herramienta web, con cursos on-line, servicios interactivos, y una interfaz amigable y fácil de usar, lo que garantizará que nuestros clientes puedan utilizarla con poco conocimiento de tecnología, y será capaz de ser utilizada desde cualquier dispositivo, por lo que no será necesario disponer de una PC para su uso.

Tabla Evaluación descriptores de factores Tecnológicos:

	Muy Poco Atractivo	Poco Atractivo	Neutro	Atractivo	Muy Atractivo
Acceso a Información					
Plataforma Web					

2.1.4.1 Descripción de escenario - meta

En esta sección se resumirá la evaluación de los factores de contexto, en cada uno de los cuadros de evaluación. Dado el contexto actual de nuestro país, en un nuevo gobierno con diferentes políticas, no podemos prever muy bien las situaciones a futuro, por lo cual son estimaciones calculadas en base a una proyección ficticia de la situación actual. Con respecto a los factores Económicos, se puede estimar un ambiente estable para todo tipo de emprendimientos, suponiendo una estabilización perdurable a lo largo del tiempo en cuanto al tipo de cambio y la inflación. Los factores tecnológicos son los más atractivos, debido a la disponibilidad de información e innovación en el sector. En cuanto a los factores políticos, gracias a las políticas llevadas adelante por el gobierno anterior, autodenominado “gobierno abierto”, las cuales aún continúan vigentes, podemos proyectar una gran colaboración de las entidades gubernamentales para proveer información de calidad y confiable.

Tabla de Evaluación promedio de los factores de contexto:

	Muy Poco Atractivo	Poco Atractivo	Neutro	Atractivo	Muy Atractivo
Factores Económicos					
Factores Políticos					
Factores Tecnológicos					



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Tabla de evaluación general de los factores de contexto:

	Atractivo Escaso	Atractivo Medio	Atractivo Elevado
Evaluación			

2.1.5 Atractivo de la industria

Con el modelo de análisis de la competencia de las cinco fuerzas de Porter, se analizará el nivel de la competencia dentro de la industria, con el fin de poder desarrollar estrategias de negocio con la información obtenida.



Tanto el análisis del macroentorno como el análisis del microentorno realizado mediante el modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter, indican que la industria de alquiler de autos es atractiva y revelan la existencia de una oportunidad de negocio para un modelo disruptivo. A continuación, se realizará un estudio de mercado para determinar la demanda e identificar al público objetivo. Se iniciará con la recopilación de información y, posteriormente, se realizará la validación de mercado. Con los resultados se podrá identificar la existencia de demanda insatisfecha y los atributos clave de la oferta que los públicos, viajeros y propietarios, requerirán.

	Atractivo Escaso	Atractivo Medio	Atractivo Elevado
Evaluación general			

2.1.6 Oportunidades y amenazas

Oportunidades



1. Reducción de la tasa de interés.
2. Desarrollo de la tecnología web 3.0. Redes sociales permiten llegar a mas público y reduce costos de publicidad.
3. Suscripción de más TLC que favorecen el desarrollo de la industria automotriz.
4. Promoción de emprendimiento y apoyo a la creación de startups.
5. Crecimiento de usuarios de smartphones y de internet.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6. Crecimiento de confianza y uso del e-commerce.
7. Precio de combustibles congelados.
8. Mercado de alquiler de vehículos que ha crecido un 20% interanual.
9. Altos costos de mantenimiento de los vehículos particulares, lo cual conlleva a que la gente no busque poseer uno para reducir sus gastos.
10. Transporte público únicamente para trabajadores esenciales durante la pandemia.
11. Mercado amplio y creciente.
12. Contacto constante con clientes para mejorar el servicio.

Amenazas

1. Caída del PBI.
2. Caída de turismo a causa del COVID-19.
3. Decrecimiento de la industria automotriz.
4. Poder adquisitivo en baja para los clientes debido a la alta inflación y grandes devaluaciones.
5. Robos/Siniestros.
6. Incertidumbre política.
7. Falta de legislación que regule el rubro.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

2.2 Análisis de la competencia

2.2.1 Principales competidores

2.2.1.1 Competidor 1: Budget



Descripción: Arrendador de vehículos de manera tradicional.



Logo:

Datos de la Empresa:

- País: Los Angeles, EEUU.
- Sitio web: <https://www.budget.com.ar/spa/home>
- Redes Sociales: <https://www.facebook.com/Budget/>
<https://www.instagram.com/budgetargentina/>
<https://twitter.com/BudgetArgentina>
<https://www.youtube.com/channel/UCmnHwydoNII-pR6QCklOQgg/>
<https://www.linkedin.com/company/avis-budget-group/careers/>
- Teléfono: 0810 999 2834
- Dirección: Cerrito 1535 La Recova Mostrador Budget, C1010 Buenos Aires

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

2.2.1.2 Competidor 2: Hertz



Descripción: Con más de 30 años en el mercado, son líderes en alquiler de autos. Miles de personas en Argentina y turistas de todo el mundo los eligen diariamente para disfrutar sus viajes en la comodidad y confort de sus vehículos.

Hertz

Logo: 



Datos de la Empresa:

- País: Florida, EEUU.
- Sitio web: <https://www.hertz.com.ar/>
- Redes Sociales: <https://www.facebook.com/HertzArg/>
<https://twitter.com/hertzargentina>
https://www.instagram.com/hertz_argentina/
- Teléfono: 0810-222-HERTZ(4378)
- Dirección: Paraguay 1138, C1057 AAR, Buenos Aires

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



2.2.2 Análisis de Cadena de Valor Propia

Dirección general y recursos humanos - Abogados a la innovación. - Staff pequeño. - Mucha preocupación por dead-lines y calidad de servicio.					
Organización interna y Tecnología - Capacitaciones en nuevas tecnologías, innovaciones. - Abogados a usar tecnologías de punta, modernas y eficientes. - Personal capacitado y graduado.					
Infraestructura y ambiente - Estructura dinámica. - Equipos de trabajos divididos en células y trabajando mediante metodologías ágiles.					
Abastecimiento - Servicio de calidad, útil y ágil.					
Marketing y ventas	Personal de contacto	Soporte físico y habilidades	Prestación	Cliente	Otros clientes
Fuerte campaña para posicionar la marca en la mente de público. Contratación vía web. El cliente podrá visualizar todo tipo de características en el sitio web de la empresa, ya sea información propia o de las contrapartes.	Actualización y resolución de incidentes. Soporte on-line Mesa de ayuda Libro de sugerencias y reclamos. Actualización y distribución automática de reportes.	Venta de Servicios eficientes y de alta calidad, desarrollado por un equipo de personas que se encuentran en continua capacitación para brindar una mejor solución.	Alquiler de vehículos, en un ámbito controlado, entre partes y brindando la seguridad y confianza para las mismas.	Apuntado a los segmentos detallados en el punto 4 del documento actual.	Control en el trato entre los clientes para mitigar inconvenientes de todo tipo, por ejemplo, legales, brindar seguridad y mantener el negocio en orden.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

2.2.2.1 Cadena de Valor de Competidor 1: Budget

Dirección general y recursos humanos					
<ul style="list-style-type: none"> - Abogados a brindar servicios amplios. - Mucha preocupación por generar muchos clientes. - Staff amplio. - Personal con mucha rotación. 					
Organización interna y Tecnología					
<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo integral de la solución tecnológica que se le ofrece al cliente. - Fortalecimiento de las capacidades de comercialización y soporte a través de la tecnología. 					
Infraestructura y ambiente					
<ul style="list-style-type: none"> - Estructura estable. - área de sistemas inexistente, se posee un sistema de tercero. 					
Abastecimiento					
<ul style="list-style-type: none"> - Múltiples tipos de mercado. - Servicios obtenidos de proveedores. 					
Marketing y ventas	Personal de contacto	Soporte físico y habilidades	Prestación	Cliente	Otros clientes
<ul style="list-style-type: none"> - Diversos canales de contratación - Comercialización en varios países del mundo. - Venta telefónica y a través de sitios web propios y de terceros como agencias de turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Soporte telefónico las 24 horas. - Mesa de ayuda - Libro de sugerencias y reclamos. - Actualización y distribución automática de reportes 	<ul style="list-style-type: none"> - Locales comerciales en todos los países donde tiene presencia, principalmente en los aeropuertos. - Servicios de sistemas tercerizados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se enfoca en abarcar todo tipo de industrias de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> - Apuntado a clientes que cuenten con tarjeta de crédito para hacer un bloqueo de seguridad en la misma. - Clases sociales que pertenecen a la punta de la Pirámide 	Sin información

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

2.2.2.2 Cadena de Valor de Competidor 2: Hertz

Dirección general y recursos humanos					
<ul style="list-style-type: none"> - Políticas de capacitación - Staff amplio. - Personal con mucha rotación. 					
Organización interna y Tecnología					
<ul style="list-style-type: none"> - Abogados a usar tecnologías de punta, modernas y eficientes. - Varios tipos de soluciones para una misma industria. 					
Infraestructura y ambiente					
<ul style="list-style-type: none"> - Estructura estable. 					
Abastecimiento					
<ul style="list-style-type: none"> - Sin información. 					
Marketing y ventas	Personal de contacto	Soporte físico y habilidades	Prestación	Cliente	Otros clientes
<ul style="list-style-type: none"> - Diversos canales de contratación - Comercialización en varios países del mundo. - Venta telefónica y a través de sitios web propios y de terceros como agencias de turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Soporte telefónico las 24 horas. - Mesa de ayuda - Libro de sugerencias y reclamos. - Actualización y distribución automática de reportes 	<ul style="list-style-type: none"> - Locales comerciales en todos los países donde tiene presencia, principalmente en los aeropuertos. - Servicios de sistemas tercerizados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se enfoca en abarcar todo tipo de industrias de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> - Apuntado a clientes que cuenten con tarjeta de crédito para hacer un bloqueo de seguridad en la misma. - Clases sociales que pertenecen a la punta de la Pirámide 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin información

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

2.2.3 Comparar Cadenas de Valor



2.2.3.1 Comparación Cadena de Valor de Car Connect vs Budget

Evaluación competitiva de la infraestructura gerencial

	--	-	E	+	++
Estructura de organización					
Experiencia en el mercado					
Cultura Empresarial					
Sistema de control de gestión					
Sistema de comunicación e información					
Imagen Empresarial					

Evaluación competitiva de la gestión de recursos humanos

	--	-	E	+	++
Selección del personal					
Evaluaciones de desempeños					
Capacitaciones					
Relaciones interpersonales laborales					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali		
	Alumno: Nicolás Tobio				
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	Sede: Centro	
					
Negocio: Car Connect					

Evaluación competitiva de la tecnología


	--	-	E	+	++
Selección de tecnología					
Inversión en I&D					
Innovaciones en servicios					


Evaluación competitiva de adquisiciones

	--	-	E	+	++
Selección de proveedores					
Calidad de las maquinarias y equipos.					

Evaluación competitiva de las operaciones

	--	-	E	+	++
Soluciones a medida					
Almacenamiento					
Capacidad					
Cantidad de servicios brindados					
Calidad de los servicios					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: Car Connect				





Evaluación competitiva de comercialización y ventas

	--	-	E	+	++
Liderazgo					
Alianzas estratégicas					
Alcance de comercialización					
Estrategia de precios					
Publicidad					
Soporte post-venta					

Resumen de la evaluación competitiva

	--	-	E	+	++
Infraestructura gerencial					
Gestión de recursos humanos					
Tecnología					
Adquisiciones					
Operaciones					
Comercialización y ventas					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



2.2.3.2 Comparación Cadena de Valor de Car Connect vs Hertz

Evaluación competitiva de la infraestructura gerencial



	--	-	E	+	++
Estructura de organización					
Experiencia en el mercado					
Cultura Empresarial					
Sistema de control de gestión					
Sistema de comunicación e información					
Imagen Empresarial					

Evaluación competitiva de la gestión de recursos humanos

	--	-	E	+	++
Selección del personal					
Evaluaciones de desempeños					
Capacitaciones					
Relaciones interpersonales laborales					

Evaluación competitiva de la tecnología

	--	-	E	+	++
Selección de tecnología					
Inversión en I&D					
Innovaciones en servicios					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali		
	Alumno: Nicolás Tobio				
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: Car Connect					

Evaluación competitiva de adquisiciones



	--	-	E	+	++
Selección de proveedores					
Calidad de las maquinarias y equipos.					

Evaluación competitiva de las operaciones

	--	-	E	+	++
Soluciones a medida					
Almacenamiento					
Capacidad					
Cantidad de servicios brindados					
Calidad de los servicios					

Evaluación competitiva de comercialización y ventas

	--	-	E	+	++
Liderazgo					
Alianzas estratégicas					
Alcance de comercialización					
Estrategia de precios					
Publicidad					
Soporte post-venta					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Resumen de la evaluación competitiva



	--	-	E	+	++
Infraestructura gerencial					
Gestión de recursos humanos					
Tecnología					
Adquisiciones					
Operaciones					
Comercialización y ventas					

2.2.4 Fortalezas y debilidades

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

Fortalezas:

1. Idea Innovadora en el mercado argentino.
2. Alto poder de negociación.
3. Variedad de vehículos.
4. Alianzas estratégicas potenciadoras del servicio.
5. Plataforma amigable.
6. Medidas de seguridad para usuarios.
7. Accesibilidad al servicio.
8. Precios competitivos.
9. Canal de distribución propio.
10. Bajo costo de implementación.
11. Atención a diferentes segmentos.
12. Bajo capital económico de inversión.
13. Trato directo con el cliente.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Debilidades:

1. Ser parte de un mercado altamente competitivo.
2. No contamos con cartera de clientes.
3. Empresa con poca experiencia en el sector automotriz.
4. Recursos económicos limitados.
5. Poco conocimiento de economía colaborativa.
6. Idea de negocio posiblemente copiable.
7. Poca infraestructura de recursos humanos.

2.5 Fortaleza del negocio

	Muy poco atractivo	Poco atractivo	Neutro	Atractivo	Muy atractivo
Evaluación General					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

3. ANÁLISIS FODA

3.1 Cuadro FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> Idea Innovadora en el mercado argentino. Alto poder de negociación. Variedad de vehículos. Alianzas estratégicas potenciadoras del servicio. Plataforma amigable. Medidas de seguridad para usuarios y servicio. Accesibilidad al servicio. Precios competitivos. Canal de distribución propio. Bajo costo de implementación. Atención a diferentes segmentos. Bajo capital económico de inversión. Trato directo con el cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Ser parte de un mercado altamente competitivo. No contamos con cartera de clientes. Empresa con poca experiencia en el sector automotriz. Recursos económicos limitados. Poco conocimiento de economía colaborativa. Idea de negocio posiblemente copiable. Poca infraestructura de recursos humanos.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Reducción de la tasa de interés. Desarrollo de la tecnología web 3.0. Redes sociales permiten llegar a más público y reduce costos de publicidad. Suscripción de más TLC que favorecen el desarrollo de la industria automotriz. 	<ul style="list-style-type: none"> Caída del PBI. Caída de turismo a causa del COVID-19. Decrecimiento de la industria automotriz. Poder adquisitivo en baja para los clientes debido a la alta inflación y grandes devaluaciones. Robos/Siniestros.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



<ul style="list-style-type: none"> ● Promoción de emprendimiento y apoyo a la creación de startups. ● Crecimiento de usuarios de smartphones y de internet. ● Crecimiento de confianza y uso del e-commerce. ● Precio de combustibles congelados. ● Mercado de alquiler de vehículos que ha crecido un 20% interanual. ● Altos costos de mantenimiento de los vehículos particulares, lo cual conlleva a que la gente no busque poseer uno para reducir sus gastos. ● Transporte público únicamente para trabajadores esenciales durante la pandemia. ● Mercado amplio y creciente. ● Contacto constante con clientes para mejorar el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Incertidumbre política. ● Falta de legislación que regule el rubro.
--	--

3.2 Análisis del FODA

3.2.1 Fortalezas

El arribo al mercado de alquiler de vehículos, pero con la variedad de que sea entre particulares, hace que nuestro fuerte sea distintivo y único. La propuesta del trato persona a persona y el acuerdo de precios entre ellos logra una reducción en los costos operativos y administrativos de las transacciones, haciendo que sea más rápido y sencillo para las contrapartes.

Nuestras fortalezas se enfocan en contar con un staff de empleados altamente capacitados para enfrentar los requisitos del mercado, adaptados a trabajar en un ambiente dinámico, son capaces de generar productos y servicios de alta calidad, trabajando con las últimas tecnologías disponibles en el mercado.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Nuestra estrategia se basa en hacernos conocidos lentamente, en la zona del AMBA donde se concentra la mayor densidad poblacional y la mayor densidad de vehículos. Creemos que nuestra gran ventaja es brindar un servicio innovador y de precios atractivos que brinde la posibilidad de crecer y tener un impacto regional en el corto plazo.

3.2.2 Debilidades

La falta de experiencia en el servicio por parte del público hace que sea un gran desafío generar confianza en el uso de esta nueva forma de alquilar vehículos. Por ello es que ante el arribo de un nuevo cliente deberemos comprender qué es lo que habría que mejorar para acercarnos al nivel de confianza esperado.

3.2.3 Oportunidades

Las oportunidades propiciadas por las políticas gubernamentales de apoyo a las PyMEs hacen que podamos contar con distintas herramientas para dar a conocer el producto con el aporte económico para publicidad y marketing. La poca competencia hace que esta sea una gran oportunidad para obtener un rápido crecimiento y reconocimiento en el mercado.



3.2.4 Amenazas

La inestabilidad económica del país puede llegar a repercutir en los planes a mediano plazo del negocio en el caso de surgir nuevas normas legislativas que eleven el costo del negocio. El arribo de un competidor con experiencia internacional nos haría tener que tomar nuevas medidas de innovación para diferenciarnos y lograr mantener la presencia en el mercado. Se conoce que al principio seremos poco aceptados en el mercado debido a que nuestros principales competidores son empresas con prestigio internacional, sin embargo, estas empresas no están especializadas en atender al público al que nos enfocamos.

3.3 Estrategias según el análisis FODA

3.3.1 Estrategias FO

1. Enfocarnos en el turismo interno por viajeros nacionales con el fin de especializarnos y lograr una mayor eficiencia del modelo de negocio, aprovechando el crecimiento de propietarios de autos. (Estrategia de enfoque)
2. Resaltar diferencias competitivas frente a nuestra competencia, mediante la web y redes sociales, aprovechando el crecimiento de usuarios de smartphones y de internet. (Estrategia de diferenciación)
3. Dar a conocer nuestro servicio y beneficios a través del uso de la web y las redes sociales, para captar clientes que ya confían en el comercio electrónico.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

4. A través de la plataforma captaremos una amplia gama de vehículos para así poder brindar a los clientes variedad, según sus preferencias. Aprovechando los TLC y la importación de mas variedad de autos.
5. Consolidar el modelo de negocio con el aporte del Estado y empresas privadas que brindan apoyo al emprendimiento y startups y de esta manera conseguir financiamiento a menores tasas de interés.

3.3.2 Estrategias FA



1. Desarrollar lealtad en el cliente, usando nuestro poder de negociación, normas, condiciones indemnizaciones y garantías, para cuidar y reducir riesgos de daños entre usuarios y acuerdos fuera de la plataforma.
2. Proteger la participación de mercado con alianzas estratégicas, canal de distribución propio, garantías y distribución a nivel provincial frente a potenciales competidores.
3. Reducir impacto en las fluctuaciones del mercado (commodities) por medio de la variedad de vehículos que ofrecemos.

3.3.3 Estrategias D0

1. Aprovechar el desarrollo de la web y redes sociales, así como el crecimiento del uso de smartphones e internet, para aumentar cantidad de clientes, dar a conocer el modelo de negocio y posicionar la marca.
2. Aprovechar fuentes de financiamiento, reducción de la tasa de interés y apoyo a las startups en el país, para desempeñarnos mejor en el mercado y obtener recursos.

3.3.4 Estrategias DA

1. Posicionar a la marca de forma rápida.
2. Lograr fidelizar a los clientes brindando un servicio seguro y el programa de referidos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

4.1 Criterios de Segmentación

4.1.1 Rentabilidad

Al segmentar por criterios de rentabilidad, logramos identificar a aquellos clientes que son generadores de gran rentabilidad para nuestro emprendimiento; Es importante conocer el nivel de rentabilidad de los clientes a los que apuntamos a la hora de realizar las estrategias de segmentación. En nuestro caso, segmentaremos por clientes que dispongan de un vehículo propio y que estén dispuestos a ponerlo en alquiler para obtener una renta, y a clientes que, por diversos motivos, ya sea económicos o elección personal, no cuenten con un auto y deseen alquilar uno para satisfacer sus necesidades temporales por diversos motivos.

4.1.2 Identificación y mensurabilidad



Debido al gran desarrollo del turismo en nuestro país y los estudios realizados por cámaras y consultoras, los segmentos resultan identificables y mensurables

Hoy en día, con lo económico que es vacacionar dentro del país frente a viajar fuera del mismo por las restricciones al tipo de cambio antes mencionado y por la fuerte caída del poder adquisitivo de los sueldos, y los altos costos que manejan la competencia, las compañías aéreas y de transporte terrestre para viajar por el país, nuestro emprendimiento se ve impulsado, haciendo preferible adquirir nuestros servicios a desembolsar una suma mayor por un servicio de prestaciones similares.

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.

Tener presencia en redes sociales e Internet a través de estrategias de Marketing On-Line nos dará una gran ventaja en cuanto a accesibilidad geográfica. Al tratarse de una plataforma on-line, no es necesario realizar una visita presencial con los potenciales clientes, mediante videoconferencias y demostraciones on-line se puede representar toda la fiabilidad de nuestros servicios.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

4.1.4 Capacidad de Respuesta

El segmento al cual apuntamos se ve atraído por unos costos menores frente a otros servicios similares, contando con gran disponibilidad de vehículos en las zonas de cobertura y contando siempre con algún vehículo cerca de donde uno se encuentra, lo cual nos brindara una gran capacidad de respuesta en cuanto a nuestros precios y servicios.

4.2 Variables de segmentación (consumidores)

Mediante la segmentación del mercado, se busca obtener como resultado un correcto control del desarrollo de las estrategias elaboradas y, a su vez, poder determinar el mercado objetivo al cual estará dirigido inicialmente el negocio.



Para hacer más específico el mercado objetivo al cual está dirigido Car Connect, serán consideradas para cada segmento, las siguientes variables:

- Segmentación de Viajeros:

- Variables Geográficas: Personas residentes y no residentes en el país que se encuentren por las zonas de cobertura, en un principio en el AMBA, dado que es el territorio que hay una mayor densidad poblacional y a su vez, una mayor densidad del parque automotor.
- Variables Demográficas: Personas de ambos sexos, de entre 24 y 64 años, aunque sin restricciones para personas de más edad, que posean un vehículo propio o no, que desean adquirir el mismo por un tiempo limitado y se encuentren entre las clases sociales: Clase baja superior, clase media y clase media alta.
- Variables Psicográficas: Estilo de vida, personas que gusten viajar, que manejan el uso de internet y que requieran un vehículo por un tiempo acotado para una finalidad en específico.

- Segmentación de Propietarios:

- Variables Geográficas: Personas residentes, en un principio en el AMBA, dado que es el territorio que hay una mayor densidad poblacional y a su vez, una mayor densidad del parque automotor.
- Variables Demográficas: Personas de ambos sexos, de entre 24 y 64 años, aunque sin restricciones para personas de más edad, que posean un vehículo propio y se encuentren entre las clases sociales: Clase baja superior, clase media y clase media alta.
- Variables Psicográficas: Estilo de vida, personas que posean un vehículo propio, quieran o necesiten alquilar el mismo para obtener un ingreso adicional y que hagan uso de internet.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



4.2.1 Segmento Conductores o Viajeros

De acuerdo con la medición económica del turismo realizado por el Ministerio de Turismo, el total de residentes en el país que realizan viajes dentro de Argentina es de 10.8 millones de personas al año. Esta cifra se divide en 2,8 millones de personas cuya razón para viajar dentro del país es la de realizar exclusivamente actividades turísticas y 8 millones de personas cuya motivación no fue exclusivamente el de viajar por motivos de turismo.

TURISTAS INTERNOS, SEGÚN MOTIVO DEL VIAJE (PARTICIPACIÓN PORCENTUAL)			
Motivo del viaje	Total	Sexo	
		Masculino	Femenino
Total	100,0	100,0	100,0
Vacaciones, recreación y ocio	25,2	24,2	26,5
Visitas a familiares y amigos	50,0	48,8	51,8
Educación y entrenamiento	2,7	3,0	2,2
Salud y atención médica	7,6	7,8	7,4
Religión / peregrinaciones	2,2	2,2	2,2
Compras	4,1	4,0	3,9
Negocios y motivos profesionales (seminarios y conferencias)	6,3	8,1	4,1
Otros	1,9	1,9	1,9

Fuente: Ministerio nacional de turismo. Encuesta nacional de viajes de los residentes.

Así mismo, según el mismo estudio, del total de viajes por el país realizados por turistas internos, el 67.6% fue realizado por personas entre los 24 – 64 años, el cual es el rango de edad al que apuntamos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



TURISTAS INTERNOS, SEGÚN RANGO DE EDAD (PARTICIPACIÓN PORCENTUAL)			
Rango de edad	Total	Sexo	
		Masculino	Femenino
Total	100,0	100,0	100,0
Menor de 18 años	12,5	11,1	14,0
De 18 a 24 años	11,0	9,9	12,1
De 25 a 34 años	18,5	17,0	20,1
De 35 a 44 años	21,3	23,5	19,0
De 45 a 54 años	17,0	17,5	16,3
De 55 a 64 años	10,8	11,1	10,6
De 65 a más años	8,9	9,9	7,9

Fuente: Ministerio nacional de turismo. Encuesta nacional de viajes de los residentes.

Por otro lado, contamos con la información que nos provee el INDEC acerca de las clases sociales en el país y como están distribuidas en porcentaje de población.



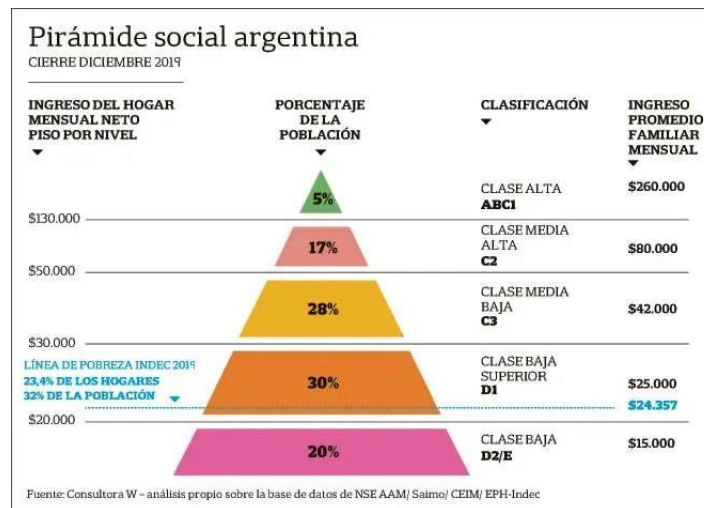
Con esta información obtenemos que las clases sociales a las que apunta nuestro negocio representa al 75% de la población argentina y que, combinado con los datos obtenidos de los turistas, se define que el tamaño del mercado sería el 67.6% de 7 millones, siendo así la cantidad estimada de 7.300.800 de viajeros.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática				
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali		
	Alumno: Nicolás Tobio				
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: Car Connect					

4.2.2 Segmento Propietarios

Según datos proporcionados por el Ministerio de Transporte, y ADEFA, el parque automotor del país reporta un total de 14.084.326 unidades, al finalizar el año 2019.

Según el INDEC, el 17% de la población es del nivel socioeconómico de clase media alta, 28% corresponde al nivel socioeconómico de clase media baja y el 30% al nivel socioeconómico de clase baja superior. De los cuales, el 43.5%, 12.3% y 14.6% tienen auto, respectivamente.



Tenencia de auto por niveles socioeconómicos 2019:

	Total	Alta	Media-Alta	Media	Media-Baja	Baja-Sup.	Baja	Baja-Inf.
Servicio doméstico	5.2%	74.6%	14.8%	1.9%	2.6%	0.9%	.5%	.1%
Auto	14.9%	85.2%	43.5%	12.3%	14.6%	8.8%	4.1%	1.4%
Computadora	45.7%	95.5%	88.1%	62.9%	71.8%	49.0%	23.9%	5.8%
Lavadora	38.3%	96.1%	86.7%	52.2%	63.6%	34.6%	13.5%	2.9%
Refrigeradora	66.5%	98.6%	96.6%	86.4%	90.4%	80.3%	55.1%	19.0%
Horno microondas	28.6%	89.2%	73.6%	35.9%	46.3%	19.5%	7.4%	1.5%
Radio	49.0%	49.9%	48.0%	45.6%	45.8%	45.3%	50.0%	54.2%
TV a color	91.7%	99.2%	98.7%	97.8%	98.5%	96.8%	91.9%	73.6%
TV Blanco negro	4.3%	1.1%	1.6%	3.0%	2.5%	3.6%	4.8%	8.9%
Equipo de sonido	43.9%	76.6%	67.3%	53.0%	57.1%	46.5%	33.6%	19.2%
DVD	54.0%	72.7%	68.6%	59.1%	60.6%	56.7%	49.0%	37.4%
Video grabadora	1.3%	5.2%	3.1%	1.5%	1.9%	.9%	.5%	.2%
Plancha	73.9%	96.8%	94.4%	87.4%	90.9%	82.1%	68.3%	38.1%
Licuada	76.8%	97.3%	95.9%	89.6%	91.6%	86.4%	71.1%	43.8%
Cocina a gas	92.7%	90.2%	96.2%	96.7%	97.2%	95.8%	93.2%	82.3%
Maquina de coser	12.0%	14.6%	19.2%	14.6%	15.7%	12.9%	9.3%	5.1%
Bicicleta	21.8%	37.0%	28.3%	23.5%	24.7%	21.6%	18.5%	16.2%
Motocicleta	9.0%	4.0%	8.2%	10.1%	9.9%	10.4%	9.4%	7.8%
Mototaxi	5.9%	0.2%	1.0%	4.8%	3.7%	6.6%	8.6%	8.4%



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	Sede: Centro
Negocio: Car Connect				



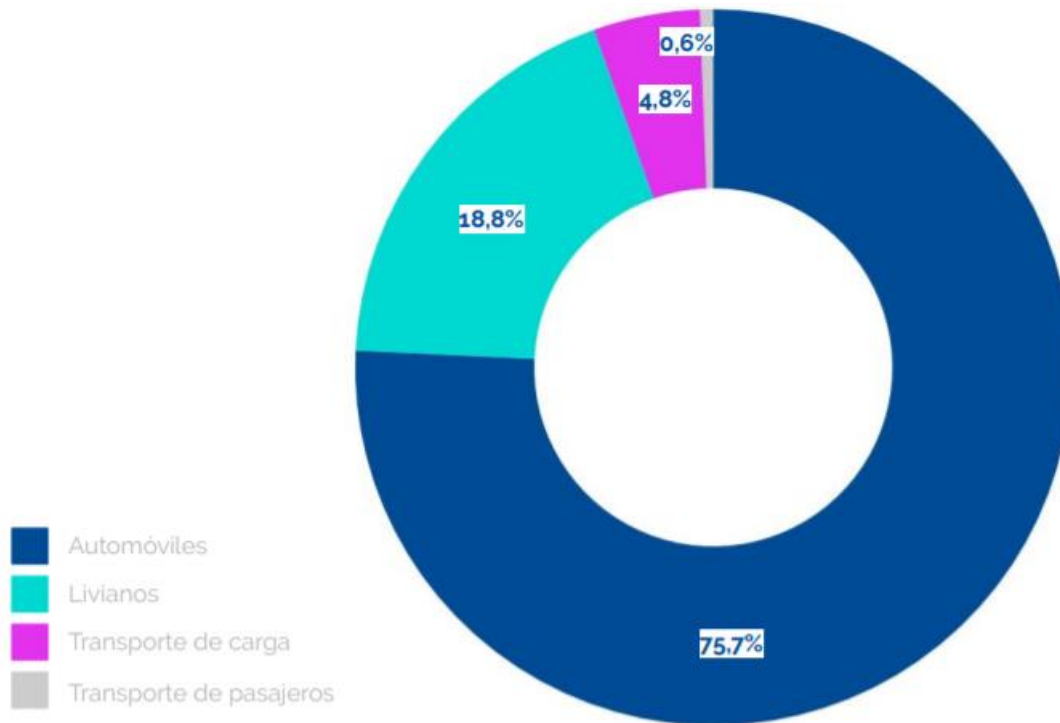


Parque Automotor en Argentina por provincia año 2019.

PROVINCIA	AUTOMÓVILES	LIVIANOS	TRANSPORTE DE CARGA	TRANSPORTE DE PASAJEROS	TOTAL GENERAL
Province	Cars	Light Vehicles	Trucks	Buses	Total
BUENOS AIRES	4.354.536	922.557	221.125	31.133	5.539.351
CAPITAL FEDERAL	1.229.081	243.397	71.425	12.608	1.556.511
SANTA FE	880.921	215.804	66.642	4.652	1.168.019
CÓRDOBA	1.019.207	261.188	66.873	5.391	1.352.659
MENDOZA	521.516	149.093	35.311	3.710	709.630
ENTRE RÍOS	337.239	98.353	25.446	2.443	463.481
CORRIENTES	163.316	54.033	18.179	1.553	237.081
MISIONES	169.093	55.042	17.703	1.986	243.824
TUCUMAN	223.362	57.920	17.548	1.411	300.241
CHUBUT	178.879	67.211	14.703	2.239	263.032
CHACO	131.109	50.544	14.714	968	197.335
NEUQUÉN	175.069	67.213	14.037	2.551	258.870
SALTA	164.859	55.451	13.618	1.475	235.403
JUJUY	95.804	35.726	11.527	1.940	144.997
RÍO NEGRO	192.630	61.904	11.724	2.192	268.450
SAN JUAN	151.589	41.385	10.087	1.045	204.106
SANTIAGO DEL ESTERO	94.983	33.943	9.151	923	139.000
LA PAMPA	102.875	39.041	8.314	815	151.045
SANTA CRUZ	112.931	36.256	7.969	1.799	158.955
SAN LUIS	119.408	32.721	6.957	697	159.783
FORMOSA	55.170	20.717	4.605	548	81.040
CATAMARCA	69.997	20.191	4.144	555	94.887
LA RIOJA	61.262	16.586	3.884	612	82.344
TIERRA DEL FUEGO	53.392	16.120	3.530	1.240	74.282
TOTAL GENERAL	10.668.228	2.852.396	679.216	84.486	14.084.326

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Distribución de los vehículos en Argentina según su segmento:



Por último, según la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares, desarrollada por la secretaria de turismo en 2019, Casi tres cuartas partes de los turistas utilizaron un automóvil como medio de transporte (73,7%), mientras que uno de cada cinco (20,2%) viajó en ómnibus y el 3,9% lo hizo en avión (este grupo de turistas muestra el mayor gasto diario y la mayor estadía promedio); respecto a lo observado en igual trimestre del año anteriores verifica un aumento del uso de automóvil, en detrimento de los viajes en ómnibus.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Gráfico 6. Turistas internos. Distribución según tipo de transporte.

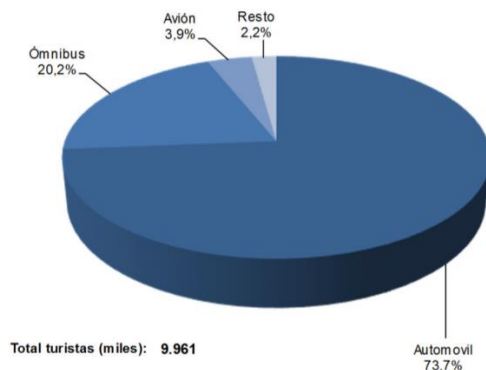
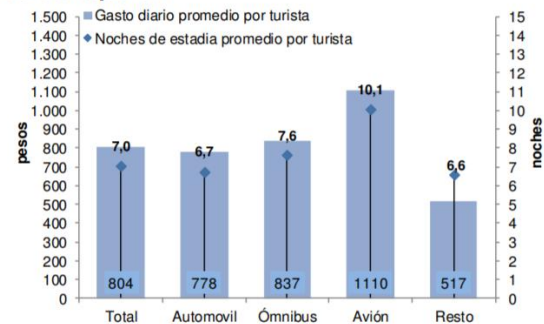


Gráfico 7. Turistas internos. Estadía promedio y gasto diario promedio por turista según tipo de transporte.



Por lo cual, en base a la información obtenida, se define que el tamaño de mercado es de aproximadamente 5.551.017 personas que pueden registrar sus vehículos en la plataforma.

Tamaño de mercado segmento propietarios:



	NIVEL SOCIOECONOMICO					TOTAL POBLACION
	ALTA	MEDIA ALTA	MEDIA	BAJA SUPERIOR	BAJA INFERIOR	
% Población		16,3	34	28,9		44.560.000
Población		7.263.280	15.150.400	12.877.840		
% Tenencia de autos		43,5	12,3	4,1		
Cantidad de propietarios		3.159.527	1.863.499	527.991		5.551.017

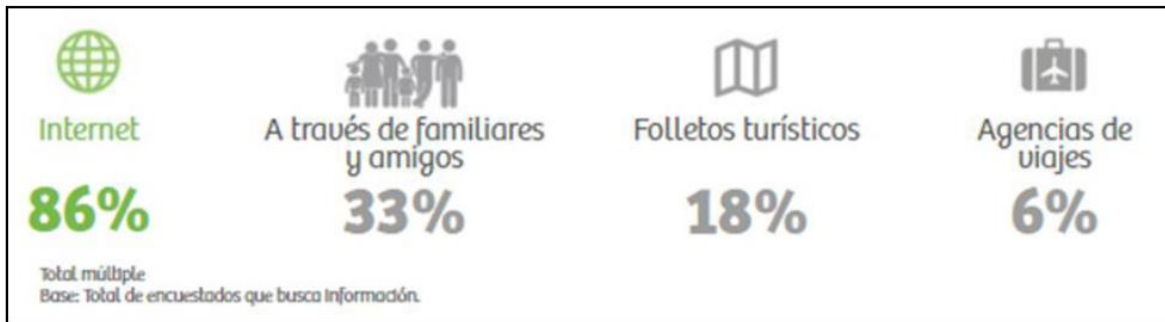
Fuente: Elaboración propia

4.2.3 Tamaño de mercado disponible

Debido a que el modelo de negocio es a través de una plataforma, a la cual se podrá acceder por medio del Internet, es importante saber qué porcentaje de la población cuentan con acceso a Internet.

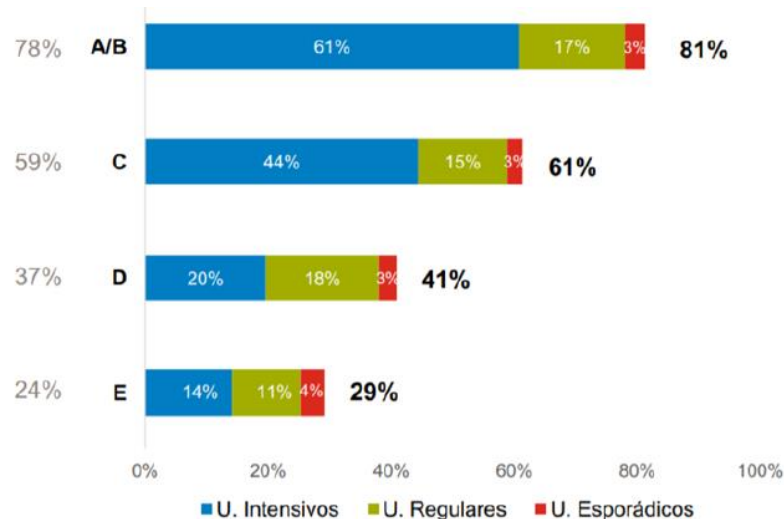
Según un estudio realizado en el país, Internet es la principal fuente de información turística, siendo Google el más consultado, seguido de www.despegar.com y www.almundo.com.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				





Con la información obtenida, se calculó el tamaño de mercado disponible por uso de Internet para fines de búsqueda turística (alojamiento, paquetes turísticos, servicios, costo de transporte al destino, etc), con una cantidad de 6.278.688 personas a las que se podrá llegar por medio del Internet para el segmento de viajeros

Por otra parte, se muestra a continuación información sobre el uso del Internet según nivel socioeconómico del año 2019:



Con la información obtenida, se calculó el tamaño de mercado disponible por nivel socioeconómico, con una cantidad de 2.1238.577 personas a las que se podrá llegar por medio de Internet.

	NIVEL SOCIOECONÓMICO				
	A	B	C	D	E
Tamaño de Mercado		1,715,197	1,031,812	292,347	
% penetración Internet		81	61	41	
Tamaño de Mercado Disponible		1,389,310	629,405	119,862	
					2,138,577

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

4.3 Mercado meta

Tamaño de mercado operativo (target):



Según el ministerio de turismo, en el 2019 el transporte más utilizado por los turistas para acceder a los diferentes destinos nacionales fue el terrestre en un 94.9%, dentro del cual el 1.4% fue por medio del alquiler de autos.

Transporte utilizado de Turistas internos:

TURISTAS INTERNOS, SEGÚN TRANSPORTE UTILIZADO (PARTICIPACIÓN PORCENTUAL)		
Transporte utilizado	Ida	Retorno
Total	100,0	100,0
Aéreo	4,2	4,2
Terrestre	94,9	94,9
Transporte interprovincial	90,0	90,0
Vehículo propio del hogar	3,1	3,1
Vehículo alquilado	1,4	1,4
Ferroviano	0,1	0,1
Otro	0,3	0,3
Marítimo	-	-
Fluvial	0,9	0,9

Con la información obtenida, se calculó el tamaño de mercado target por cantidad de turistas nacionales que alquilan auto, con una cantidad de 87,902 personas para el segmento de viajeros, sin contar con los turistas extranjeros que actualmente no hay debido a la pandemia que estamos viviendo.

Debido a inexistente información estadística sobre alquiler de autos de manera colaborativa para fines turísticos o de uso urbano, que sería el mercado objetivo al que se podría atender por los medios y canales de los que se disponen para adquirir usuarios (propietarios), se tendrá que realizar una hipótesis de cuota accesible del mercado disponible, en base al porcentaje de alcance que estima Facebook para los anuncios

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



dirigidos al público objetivo. Esta estimación es de 42.5% para el segmento de propietarios, obteniendo un tamaño de mercado operativo de una población de 908,895 para el segmento de propietarios.

Conclusión:

Según los análisis realizados podemos determinar que la estrategia de Mercado Concentrado es la indicada para nuestro plan de acción. Nos basamos en esta decisión ya que fijaremos nuestro accionar en clientes de clase media, donde encontramos un nicho de mercado específico para dirigir las actividades de marketing.

La estrategia de mercado meta concentrado nos proporciona las siguientes ventajas y desventajas:

Mercado – Meta	Ventajas	Desventajas
Concentrado	<ul style="list-style-type: none"> - Satisfacción de un segmento definido en forma estricta - Recursos concentrados. - Fuerte posicionamiento. - Mejor competencia contra grandes empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Segmentos chicos o muy cambiantes. - Los grandes competidores pueden vender mejor al Segmento del nicho.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

5. ESTRATEGIA

5.1 Matriz Atractivo de la Industria / Fortalezas del Negocio

Previo a la definición de los programas de acción, se informará la matriz que define el atractivo de la industria y las fortalezas del negocio, para determinar si el proyecto ofrece una oportunidad de inversión atractiva para los interesados



Atractivo de la Industria

	Bajo	Medio	Alto
Evaluación General			

Fortaleza del Negocio

	Baja	Media	Alta
Evaluación General			

A partir del análisis realizado anteriormente podemos ubicar a la empresa en la matriz Atractivo de la Industria-Fortaleza del Negocio de la siguiente manera:

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Atractivo Industria				
F o r t a l e z a d e l N e g o c i o		Alta	Media	Baja
	A l t a	<ul style="list-style-type: none"> ● Crecimiento de Predominio ● Maximizar la inversión 	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificar segmentos de crecimiento ● Invertir fuertemente ● Mantener la posición en otras partes 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mantener la posición general ● Buscar flujo de fondos ● Invertir a nivel de mantenimiento
	M e d i a	<ul style="list-style-type: none"> ● Evaluar potencial para el liderazgo a través de la segmentación ● Identificar debilidades ● Fortalecerse 	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificar los segmentos de crecimientos ● Especializarse ● Invertir en forma selectiva 	<ul style="list-style-type: none"> ● Eliminar líneas ● Minimizar la inversión ● Posicionarse para reestructuración
	B a j a	<ul style="list-style-type: none"> ● Especializarse ● Buscar nichos ● Considerar adquisiciones 	<ul style="list-style-type: none"> ● Especializarse ● Buscar nichos ● Considerar la salida 	<ul style="list-style-type: none"> ● Confiar en la calidad estadista del líder ● Atacar a los generadores de efectivo de los competidores ● Salida y Abandono oportuno

5.2 Programas generales de acción

En Car Connect generamos un plan de acción separando las actividades a realizar para lograr el éxito de nuestro proyecto de manera clara y ordenada.

Las tareas detalladas a continuación se llevarán a cabo una vez que el proyecto sea puesto en marcha, realizando el seguimiento y cumplimiento de las mismas, por posibles desvíos o cambios de enfoque en un futuro.

Un requisito clave para una formulación efectiva de una estrategia de negocios es la coherencia entre los programas de acción estratégica y los resultados de los análisis previos, desafíos de los cambios en la misión,

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

oportunidades y amenazas que surgen del examen del medio y los puntos fuertes y las debilidades que son el resultado de la evaluación interna.



A continuación, se listan los programas generales de acción:

- Estrategia de Administración.
- Estrategia de Tecnología.
- Estrategia de Marketing.
- Estrategia comercial.

A continuación, se detallan los programas generales de acción:

5.2.1 Estrategia de Administración

Programa General de Administración	
Descripción	<p>Diseñar un ambiente de trabajo armonioso, con el objetivo de lograr en forma eficiente las metas seleccionadas en cuanto a Recursos Humanos, lo que implica que de alguna manera se utilicen todos los recursos disponibles para el logro de los objetivos de la organización con un adecuado control de las operaciones y optimizando los recursos.</p> <p>Este programa posee el manejo de los circuitos de tesorería, pagos a propietarios, cobros, compras, recursos humanos y contable.</p> <p>Encargar a un estudio contable la liquidación de haberes e impuestos, balances y libros contables, en conjunto con el personal administrativo de la empresa.</p>
Directivo responsable	Gerente de Administración
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rentabilidad: Total de costos / Total de ingresos. ➤ Liquidez: Pasivo Corriente / Activo Corriente. ➤ Productividad: Cantidad de horas trabajadas / Cantidad de horas estimadas
Fecha de Inicio y Fin	2020 - 2023



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

5.2.2 Estrategia de Servicio

Programa General de Servicios	
Descripción	Abarca la gestión de análisis, desarrollo e innovación del servicio.
Directivo responsable	Gerente de Sistemas
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • % de propuestas implementadas: Cantidad de propuestas implementadas / Cantidad de propuestas totales. • Tiempo de entrega: Tiempo real de entrega promedio / tiempo de entrega promedio estimado • % de servicios brindados satisfactoriamente: Servicios brindados satisfactoriamente / Servicios totales
Fecha de Inicio y Fin	2020 - 2023



5.2.3 Estrategia de Tecnología

Programa General de Tecnología	
Descripción	Este programa abarcará el desarrollo de una solución tecnológica para la comercialización web de nuestros servicios y para mejorar la atención al cliente y la administración general de software, hardware, telecomunicaciones, mantenimiento y seguridad.
Directivo responsable	Gerente de Sistemas
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Avance del desarrollo sobre lo estipulado. • Grado de aceptación de usuarios contra lo proyectado. • Cantidad de fallas tecnológicas detectadas. • % de mejoras propuestas implementada: Cantidad de mejoras implementadas / Cantidad de mejoras propuestas. • Calidad, eficiencia, respuesta del software.
Fecha de Inicio y Fin	2020 - 2023

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



5.2.4 Estrategia de Marketing

Programa General de Marketing	
Descripción	<p>Crear estrategias específicas para el crecimiento en la participación en el mercado.</p> <p>Realizar actividades de publicidad y marketing con el objetivo de consolidar en el mercado el nombre del producto y alcanzar un mejor posicionamiento.</p> <p>El producto no cuenta con una limitación geográfica pero nuestros clientes si, con lo cual se busca expandir el negocio de nuestros clientes al máximo, de manera que el servicio cuente cada vez con mayor cantidad de usuarios asociados y de esta manera, convertirse en una referencia del rubro.</p> <p>Se realizarán campañas de Fidelización para que los clientes nos elijan primero, antes que a los competidores.</p>
Directivo responsable	Gerente de Marketing
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de reconocimiento de la empresa contra sus competidores en el mercado. • Nivel de satisfacción y aceptación de los clientes. • Cantidad de visitas al sitio web de la compañía. • Cantidad de Clientes frecuentes. • Cantidad de clientes nuevos • Encuestas de satisfacción. • Evolución cantidad de nuevos clientes: Nuevos clientes período corriente / Nuevos clientes período anterior • Efectividad de publicidad: Venta por publicidad / costo por publicidad • Eficiencia: Clientes al finalizar el programa / Clientes antes de iniciar el programa
Fecha de Inicio y Fin	2020 - 2023

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



5.2.5 Estrategia Comercial

Programa General Comercial	
Descripción	Tendrán como principal objetivo realizar un análisis sistemático y constante del enfoque de nuestra empresa, teniendo en cuenta que Car Connect adopta un enfoque orientado a clientes, la estrategia será basada en las necesidades detectadas y las respuestas que brinden nuestros clientes.
Directivo responsable	Gerente de Administración
Indicadores claves para el control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de servicios prestados / Cantidad de servicios proyectados. • Penetración en el mercado: Cantidad de clientes activos / Cantidad de clientes potenciales. • Objetivos de servicios vendidos: Monto facturado / Monto estimado. • Cuota del Mercado: Ventas totales / Ventas del sector.
Fecha de Inicio y Fin	2020 - 2023

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



5.2.6 Matrix FODA – Programas generales de acción

	Comercialización	Administración	Tecnología	Marketing	Servicios
Fortalezas					
Servicio Innovador					
Alto poder de negociación					
Variedad de vehículos					
Alianzas estratégicas potenciadoras del servicio.					
Bajo nivel de inversión					
Bajo costo de implementación.					
Plataforma amigable.					
Medidas de seguridad para usuarios y servicio.					
Accesibilidad al servicio.					
Precios competitivos.					
Canal de distribución propio					
Atención a diferentes segmentos					
Trato directo con el cliente.					
Precios Atractivos					
Oportunidades					
Mercado amplio y creciente					
Contacto constante con clientes para mejoras de servicio					



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Reducción de la tasa de interés.					
Desarrollo de la tecnología web 3.0. Redes sociales permiten llegar a más público y reduce costos de publicidad.					
Suscripción de más TLC que favorecen el desarrollo de la industria automotriz.					
Promoción de emprendimiento y apoyo a la creación de startups.					
Crecimiento de usuarios de smartphones y de internet.					
Crecimiento de confianza y uso del e-commerce.					
Precio de combustibles congelados.					
Mercado de alquiler de vehículos que ha crecido un 20% interanual.					
Altos costos de mantenimiento de los vehículos particulares, lo cual conlleva a que la gente no busque poseer uno para reducir sus gastos.					
Transporte público únicamente para trabajadores esenciales durante la pandemia.					
Debilidades					
No contamos con cartera de clientes					
Empresa con poca experiencia en el sector automotriz					
Ser parte de un mercado altamente competitivo.					
Recursos económicos limitados.					
Poco conocimiento de economía colaborativa.					
Idea de negocio posiblemente copiable.					
Poca infraestructura de recursos humanos.					
Amenazas					

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Caída del PBI.				
Caída de turismo a causa del COVID-19.				
Decrecimiento de la industria automotriz.				
Poder adquisitivo en baja para los clientes debido a la alta inflación y grandes devaluaciones.				
Robos/Siniestros.				
Incertidumbre política.				
Falta de legislación que regule el rubro.				
Desafíos a partir de los cambios en el alcance del servicio				
Aumentar la cantidad de clientes que utilizan el servicio.				
Brindar un producto con bajo margen de error, de funcionamiento estable.				
Desafíos a partir de los cambios en el alcance del mercado				
Priorizar que los propietarios deseen ofrecer su vehículo.				
Focalizarnos en obtener mayor cantidad de clientes a través de fidelización.				
Desafíos a partir de los cambios en el alcance geográfico				
Posicionarnos como el principal proveedor en Argentina.				
Mantener el posicionamiento para una futura expansión internacional.				
Desafíos a partir de los cambios en las competencias únicas				
Desarrollar una buena imagen de empresa y ser el proveedor de preferencia de los clientes a nivel regional.				

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Ganar experiencia en el mercado y posicionarnos como uno de los principales proveedores de servicios en el rubro.

--	--	--	--	--

5.3 Programas específicos de acción



5.3.1 Programa específico de Administración

Programa General de Administración



- **Gestión Contable.**
- **Gestión de Recursos Humanos.**
- **Gestión de Compras.**
- **Gestión de Pagos.**
- **Gestión de Cobros.**

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Gestión Contable	
Descripción	Comprende la registración de todos los movimientos que generen cambios cuantitativos o cualitativos del patrimonio, Generación de informes, balance de cuentas, reportes mensuales.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Balance general. • Liquidación de impuestos. • Liquidación de Ingresos Brutos. • Actualización y gestión de los libros de contabilidad general de la organización. • Registro de bienes adquiridos • Pago de Impuestos • Registro de alquileres • Reportes al cierre del periodo contable
Responsable	Jefe de Administración
Equipo de Trabajo	Jefe de Administración y Estudio Contable
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 - 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Índices de Liquidez • Activo corriente / Pasivo Corriente. • Índices de Endeudamiento • Pasivo total / activo total • Índices de Rentabilidad • Resultado neto / activo total • Resultado neto / patrimonio.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Gestión de Recursos Humanos	
Descripción	Este plan tiene como objetivo llevar el control administrativo de los recursos humanos
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Control de ausentismo. • Altas y bajas en AFIP. • Legajos. • Denuncias de ART. • Liquidación de sueldos. • Certificados de servicios y remuneraciones. • Seleccionar personal. • Entrenamiento y capacitación. • Motivación y sentido de pertenencia a la empresa.
Responsable	Gerente de Administración
Equipo de Trabajo	Gerente de administración y departamento de Recursos Humanos
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Indicador Accidente= Nro. de accidentes informados/Nro. de accidentes totales. • Indicador Ausencia= Días de ausencia/ Días laborales totales.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Gestión de Compras	
Descripción	Programa basado en las tareas relacionadas con la administración de las actividades y tareas de compras y abastecimiento de la organización.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de compra • Búsqueda y selección de proveedores. • Solicitud de cotizaciones • Análisis de las propuestas • Negociación con los proveedores. • Decisión de compra. • Realizar y documentar órdenes de compra. • Seguimiento de órdenes de compra • Control de facturación • Registro contable
Responsable	Jefe de Administración
Equipo de Trabajo	Jefe de compras (autorizaciones, control), asistente de compras (1 empleado)
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de precios de diferentes proveedores. • Variación de precios: Precio actual – Precio anterior • Tiempo de entrega promedio por proveedor. • Calidad de los Pedidos Generados: Productos Generados sin Problemas / Total de pedidos generados

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Gestión de pagos	
Descripción	Los Pagos comprenden las obligaciones pendientes de las compras efectuadas, los servicios contratados, pago de personal, pagos a propietarios de vehículos, etc.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de clientes. • Realizar y documentar los presupuestos. • Formulación de pedidos. • Análisis de cuentas corrientes de clientes. • Aprobación de pedidos. • Facturación de la organización. • Generación de legajos. • Registración contable. • Gestión de servicios otorgados.
Responsable	Jefe de Administración
Equipo de Trabajo	Gerente administrativo, Equipo de ventas (1 empleado), jefe de ventas y atención al cliente (1 empleado), empleados administrativos (1 empleado).
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de Ventas satisfactorias. • Clientes activos sobre cantidad total de clientes. • Índice de endeudamiento: Pasivo total / Activo total. • Volumen de pagos mensuales: Total de pagos anuales / 12

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Gestión de cobros	
Descripción	Programa relacionado con la gestión de cobros de servicios ofrecidos a los clientes activos de la compañía.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar y documentar cobranzas. • Detección de situación de cobro. • Determinación de posibles descuentos aplicables. • Implementación de descuentos particulares. • Registro contable.
Responsable	Tesorería (sub-área cobranza)
Equipo de Trabajo	Gerente Administrativo, Personal administrativo (1 empleado), Tesorería (sub-área cobranza 1 empleado)
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Total de Mora contra Total a Cobrar. • Cantidad de cobros mensuales: Cobros anuales / 12 • Cantidad de descuentos otorgados sobre el total de operaciones: Cantidad descuentos / operaciones totales

5.3.2 Programa específico de acción de Comercialización



Programa General de Comercialización
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación técnica. • Control de vehículos ofertados. • Soporte.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Capacitación Técnica	
Descripción	Consiste en la capacitación técnica de los especialistas y líderes de los equipos, y así como también la organización de viajes al exterior para evaluar nuevos equipos y tecnologías.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Detección de necesidades de capacitación. • Planificación de viajes de acuerdo al presupuesto disponible. • Planificación de asistencia a cursos.
Responsable	Gerente de Administración.
Equipo de Trabajo	Recursos Humanos.
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Informes sobre evaluación de desempeño. • Informes y documentación presentada después de cada capacitación/viaje

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Control de vehículos ofertados	
Descripción	Abarca la generación de informes sobre las cantidades, tipo, cualidades, condiciones y estados generales.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de Relaciones con los clientes. • Relevamiento de disponibles. • Relevamiento de necesidades. • Generación de informes
Responsable	Gerente de Administración
Equipo de Trabajo	Gerente de Administración y 1 ayudante.
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Informe mensual de autos publicados. • Informe de necesidades de vehículos. • Informe de cantidad y tipos de búsquedas.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Programa específico de Soporte	
Descripción	Programa dedicado a seguimiento de necesidades y opiniones de nuestros clientes luego de haber adquirido nuestro servicio.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de una política de garantías. • Comunicación con los clientes para corroborar el grado de conformidad. • Sugerencias de los clientes. • Control de resultados • Realización de encuestas de satisfacción • Control de estadísticas de satisfacción
Responsable	Gerente de Administración
Equipo de Trabajo	Gerente de Administración y equipo de Recursos Humanos.
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • % de satisfacción de clients: Clientes satisfechos / Clientes totales. • Informes de satisfacción del servicio: Operaciones satisfactorias / Operaciones totales.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



5.3.3 Programa específico de Tecnología

Programa General de Tecnología
<ul style="list-style-type: none"> • Hardware y software. • Telecomunicaciones. • Seguridad informática. • Aplicación Web. • Renovación y mantenimiento de infraestructura tecnológica.



Hardware y software	
Descripción	Tareas relacionadas con la adquisición y gestión del Hardware y Software necesario para desarrollar los servicios que se ofrecerán a los clientes de la compañía, gestión de licencias y control de las mismas.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de adquisición de equipos. • Configuración de los equipos. • Mantenimiento de equipos. • Adquisición de software de desarrollo. • Gestión y adquisición de licencias de software.
Responsable	Jefe de Tecnología.
Equipo de Trabajo	Jefe de Tecnología y Responsable de IT
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento del comportamiento del hardware utilizado. • Tiempo de respuesta esperado / tiempo de respuesta real. • Disponibilidad operativa del software esperada / disponibilidad real. • Errores reportados esperados / errores reportados reales. • Fecha actual contra vencimiento de licencias.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Telecomunicaciones	
Descripción	Contempla las actividades relacionadas con las comunicaciones realizadas en el negocio.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de proveedor de telecomunicaciones. • Testeos frecuentes de capacidad y respuesta. • Asegurar la contingencia a través de la contratación de un servicio especializado. • Configuración de equipos para lograr alto porcentaje de disponibilidad.
Responsable	Gerente de Sistemas.
Equipo de Trabajo	Gerente de Sistemas, Responsable de Redes y Seguridad
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de errores de comunicación: Errores / total • Consumo de red diario: Consumo mensual / Hrs días mes. • % de disponibilidad: Disponibilidad / Tiempo total.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Seguridad Informática	
Descripción	Tareas relacionadas con el control de seguridad de Hardware y Software para el desarrollo de las actividades laborales dentro de la compañía, abarca desde supervisión de usuarios y perfiles, hasta gestión de accesos y análisis de incidentes.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de políticas de seguridad. • Firewall, controles DDoS, Proxy Web. • Adquisición de Software de seguridad (Antivirus, AntiSpyware). • Configuraciones de seguridad de las redes de comunicación.
Responsable	Gerente de Sistemas.
Equipo de Trabajo	Gerente de Sistemas y Responsable de Redes y Seguridad.
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de intentos de accesos fallidos sobre el total de accesos. • Asegurar la calidad, la seguridad y la facilidad de acceso a nuestro servicio.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Aplicación Web	
Descripción	Tareas que implican el mantenimiento una aplicación web que será el producto mediante el cual nuestros clientes utilizaran el servicio de la empresa.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Relevamiento y análisis de los requerimientos. • Determinación de alcance. • Mantenimiento y soporte de la aplicación. • Pruebas unitarias y pruebas beta. • Implementación y puesta a producción de la aplicación. • Mantenimiento.
Responsable	Gerente de Sistemas
Equipo de Trabajo	Jefe de Tecnología, Desarrollador, Analista funcional
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Avance del Sistema: Tiempo esperado / Tiempo real • Tiempos de Respuesta real de la aplicación sobre el estipulado. • Informes de avance del desarrollo de la aplicación. • Tasa de errores de la aplicación. • KPI sobre diferentes módulos de la aplicación.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Renovación y mantenimiento de infraestructura tecnológica.	
Descripción	Comprende la adquisición y reposición de hardware y software necesario para realizar las actividades diarias.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de necesidades. • Evaluación de proveedores. • Adquisición de equipos. • Mantenimiento de equipos. • Mantenimiento de software.
Responsable	Gerente de Sistemas
Equipo de Trabajo	Analista de Sistemas, Desarrollador, Gerente de sistemas
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Variación precio compras anteriores: Última compra – Compra anterior • Tiempo de entrega promedio de proveedor: Sumatoria de tiempos / entregas totales

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



5.3.4 Programa específico de Marketing

Programa General de Marketing

- Estrategia de Promoción
- Estrategia de Precio
- Estrategia de Distribución.
- Estrategia de Servicio.



Estrategia de Promoción

Descripción	Programa sobre el cual se llevarán a cabo las tareas de promoción y publicidades de nuestra compañía con el fin obtener un alto grado de difusión y así atraer nuevos clientes y un mayor número de reservaciones.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y desarrollo de la política de publicidad. • Definición de promoción de ventas. • Definición de beneficios para los propietarios. • Estrategias de Marketing. • Marketing Digital. • Estudiar el mercado para determinar la mejor forma de captar nuevos clientes. • Detección de canales convenientes para la promoción • Realización de descuentos.
Responsable	Responsable de marketing.
Equipo de Trabajo	Responsable de marketing
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes atraídos por la publicidad/Clientes totales. • Clientes atraídos por publicidad esperados / Clientes atraídos por publicidad reales. • Cantidad de nuevos vehículos ofrecidos en la plataforma. • Cantidad de nuevas reservaciones / costo de campaña publicitaria.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Estrategia de Precio

Descripción	Abarcará la generación de estrategias referidas a las políticas de precios, evaluación de competidores, y proyección de precios. Se pretende realizar una política de precios bajos para la captación de clientes y en base a los cálculos de costos de la empresa.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la estructura de costos continuamente. • Realizar análisis de los precios de la competencia para adaptar periódicamente nuestra estrategia. • Estudio del objetivo para los precios. • Evaluación de precios de posibles sustitutos. • Evaluación de precios respecto a la calidad de servicio. • Programas de precios por tipo de cliente, tipo de producto. • Programa de promociones. • Establecimiento de precios. • Establecimiento de control y proyección de precios.
Responsable	Gerente de Marketing
Equipo de Trabajo	Equipo de marketing(1 empleado), gerente de marketing
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Comparación de precios contra precios del mercado. • Aceptación de precios propuestos contra la aceptación real. • Indicador de promoción: Clientes captados / Clientes esperados.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

	<ul style="list-style-type: none"> • Comparación de evolución de precios: Precio período actual – Precio período previo. • Comparación de costos: Costos período actual – Costos período previo. • Retorno sobre la inversión: Utilidades netas después de impuestos / Activos Totales.
--	--

Estrategia de Distribución	
Descripción	Abarcará la generación de estrategias referidas al circuito de distribución de los servicios ofrecidos para los consumidores.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de canales de distribución • Detección de costos • Investigación de beneficios • Generación de informes de experiencias de distribución • Estudio de efectividad y conveniencia de la ubicación de puntos de reservaciones.
Responsable	Responsable de marketing
Equipo de Trabajo	Equipo de marketing (1 empleado), Gerente de marketing
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de usuarios por canal. • Conformidad y satisfacción del cliente. • Cantidad de clientes atraídos por canal de venta. • Costo por canal: Costo por canal / Costo total canales.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Estrategia de Servicio	
Descripción	Nuestros servicios se venderán en líneas y además de forma unitaria para aquellas personas que desean un vehículo por un tiempo limitado y para aquellas personas que deseen obtener una renta a partir de un bien posee y que se encuentra ocioso. Las líneas de servicios permitirán a los clientes relacionar fácilmente nuestros servicios con sus necesidades.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Explotar las necesidades de los clientes en donde nuestros servicios satisfagan mejor sus necesidades. • Crear un canal de distribución apropiado para llegar al cliente. • Generar nuevos servicios acorde a las necesidades de los nuevos clientes intentando brindarles oportunidad de un servicio integral, también entregando un producto final. • Desarrollo de políticas de postventa y control de fidelidad • Implementación de planes de acción para la mejora de los servicios ofrecidos
Responsable	Gerente de marketing
Equipo de Trabajo	Equipo de marketing(1 empleado), gerente de marketing.
Fecha de Inicio y Fecha de Fin	2020 – 2023
Procedimiento para controlar el cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Indicador Cliente=Nro. de clientes actuales/Nro. de clientes anteriores. • Indicador promoción=Nro. de clientes captados/Nro. clientes esperados. • Indicador de servicios: Servicios realizados / Servicios proyectados

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6. PLAN DE MARKETING

6.1 Estrategia de servicio

6.1.1 Descripción general de servicio

El servicio que intentamos insertar en el mercado está orientado a la gestión de reservas y alquileres de vehículos entre particulares. El servicio que brindaremos será gratuito por un tiempo determinado para los propietarios de los vehículos para así fomentar que los mismos publiquen los mismos. Este será un factor clave que permitirá obtener un gran volumen de automotores, en diferentes partes del territorio donde ofreceremos el servicio y consiguiendo diferentes segmentos de vehículos que sean del interés de las personas consumidores del servicio. Debido a esto, se cobrará el servicio a los demandantes de vehículos de terceros, a partir de una comisión del total de alquiler.

¿Cómo funciona?



PUBLICACIÓN

El propietario publica su auto para alquilar, decide el precio y la disponibilidad. Sube datos personales y fotos del auto.



RESERVA

El usuario reserva y paga el auto online. El propietario confirma la solicitud y el usuario recibe la dirección e instrucciones de retiro.



ENTREGA

Se entregan las llaves y se verifica la ficha de alquiler. El propietario comprueba el permiso de conducir y ambos verifican el estado del vehículo.





DEVOLUCIÓN

El usuario entrega el auto y el propietario verifica el estado de devolución del vehículo. Finalmente, las partes se califican mutuamente.

6.1.2 Términos y condiciones del servicio

El presente documento, denominado “Términos y Condiciones”, representa las condiciones aplicables al uso de la plataforma Car Connect y al servicio que presta ARGENTINA CAR CONNECT SAS. (ambos en adelante llamados “Car Connect” o la “Plataforma” indistintamente). El uso de la plataforma Car Connect y de los servicios prestados por la misma dependen exclusivamente de la previa aceptación de este documento.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

¿Qué es Car Connect?

Car Connect es una plataforma que tiene como objetivo conectar Propietarios de Vehículos que deseen alquilar su auto temporalmente con Usuarios que busquen un Vehículo para alquilar. La Transacción será realizada por medio de la plataforma web Car Connect, que será responsable solamente de la aproximación de los Propietarios con los Conductores de los Vehículos.

6.1.2.1 Definiciones

Propietario: es la persona física que registra su Vehículo en Car Connect y lo dispone para el Alquiler y utilización de terceros.

Conductor: es la persona física que utiliza la plataforma Car Connect para alquilar un Vehículo.

Vehículo: es el Vehículo registrado en la plataforma Car Connect por el Propietario.

Período de Alquiler: es el tiempo que contempla la Reserva aceptada por el Propietario. Este Período no podrá superar los treinta (30) días corridos.

Reserva del Vehículo: Es el acto mediante el cual el Conductor selecciona un vehículo por un período de tiempo determinado, y el Propietario acepta esa solicitud.

Ficha de Alquiler: check list que permite que el Propietario y el Conductor indiquen el estado en que se encuentra el Vehículo al momento de la entrega y de la devolución, los cargos extras que correspondan, y que determina el Plazo de Responsabilidad mediante el cual, el Conductor se hará cargo de las posibles multas por infracciones de tránsito y del pago de los seguros correspondientes.



Transacción: Operación realizada entre el Propietario y el Conductor a través de la plataforma Car Connect mediante el pago de los montos previamente acordados incluyendo los impuestos pertinentes y seguros.

Valor de la Transacción: Valor total pagado por el Conductor o valor de la Reserva efectuada por el Conductor al Propietario.

Tasa de servicio: es el importe (comisión) que Car Connect percibe por servicios de intermediación, más los impuestos correspondientes. Car Connect sólo emitirá comprobante fiscal por este importe.

Multa de atraso: es la penalidad cobrada por el Propietario si el Conductor se atrasa en la entrega del Vehículo. Por cada hora de retraso se cobrará la doceava parte del valor diario de alquiler del vehículo a la fecha de la contratación del alquiler. La tolerancia máxima es de 1 hora adicional al horario pactado entre las partes para la restitución del vehículo.

Multa de cancelación: es la penalidad cobrada al Conductor por cancelar la Reserva una vez concretada con menos de cuarenta y ocho (48) horas de antelación. Si el Conductor cancela hasta cuatro (4) horas después

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

del pago de la misma no tendrá cargo. Si supera el Período de cuatro (4) horas y está en un Período superior a cuarenta y ocho (48) horas antes del comienzo del Período de Alquiler no tendrá cargo y se le reembolsará la totalidad del monto al Conductor con excepción de la Tasa por Servicio e impuestos sobre esta. Si cancela entre las cuarenta y ocho (48) horas y veinticuatro (24) horas antes de comenzar el Período de Alquiler, se le reembolsará el 50% de los primeros siete (7) días de Alquiler, y si es que el Período de Alquiler excede los siete (7) días se le devolverá el 100% de los días restantes. Al Propietario se lo compensará con el 50% de los primeros siete (7) días de Alquiler esperados. En todos los casos se debe abonar la Tasa por Servicio, la cual no será reembolsable por cancelación de ninguna de las partes. La imposibilidad de realizar la transacción motivada por inconvenientes en los medios de pago utilizados por el conductor (ej. Tarjeta de Crédito por falta de fondos, falta de autorización, etc.) es considerada como Cancelación y le es aplicable el régimen aquí dispuesto.

Multa de combustible: si el Conductor no devuelve el Vehículo con el nivel de combustible acordado con el Propietario, se le aplicará la siguiente penalidad: un cargo fijo de 35 USD (Treinta y cinco Dólares Estadounidenses) o su equivalente en pesos según cotización oficial tipo vendedor del Banco de la Nación Argentina a la fecha de la finalización del período de alquiler contratado.

Multa por exceso de kilometraje: Es la penalidad que se cobra al Conductor cuando excede el kilometraje máximo por día establecido por el Propietario. El monto de la penalidad se corresponde a 2 veces el valor diario del alquiler dividido la cantidad de kilómetros diarios autorizados a realizar multiplicado por la cantidad de kilómetros excedidos.



Tasa de limpieza: es la Tasa que exige el Propietario en concepto de limpieza del Vehículo que equivale a USD 10 (diez dólares estadounidenses) o su equivalente en pesos según cotización oficial tipo vendedor del Banco de la Nación Argentina a la fecha de la finalización del período de alquiler contratado.

Usuario o Cliente: Propietarios y Conductores que utilicen la plataforma de Car Connect.

Seguro: es el seguro contratado a través de Car Connect para la cobertura del Vehículo y daños producidos a terceros durante el Período de Alquiler, cuyo tomador y beneficiario será el Propietario.

Límite Máximo de Indemnización: es el valor máximo a cubrir por el seguro según cada concepto descripto en la sección “Seguro” de este documento.

Monto de Garantía: valor establecido por Car Connect que será inmovilizado de la Tarjeta de Crédito del Conductor y será ejecutado en caso de que éste incumpla con las obligaciones a su cargo establecidas en estos Términos y Condiciones, en caso de aplicación de Multas por incumplimientos, Multas vehiculares, siniestro total o parcial para cubrir el monto de franquicia, o monto del arreglo en el caso de seguros sin franquicia.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Territorio: Se refiere al territorio de la República Argentina. No podrá realizarse transacción alguna por medio de Car Connect que implique que el Vehículo salga de las fronteras de la República Argentina. Car Connect no ofrece seguro alguno que cubra viajes internacionales con los Vehículos.



6.1.2.2 Registro

6.1.2.2.1. Propietario: Se podrán registrar como Propietarios en la plataforma de Car Connect personas físicas mayores a 18 años.

6.1.2.2.2. Conductor: Se podrán registrar como Conductores personas físicas mayores a 21 años, con carnet de conducir de 1 año de antigüedad al menos y que no estén impedidos de realizar esta Transacción en términos de la ley vigente en la República Argentina. En el caso de Conductor extranjero deberá contar con Licencia Internacional para conducir vigente y realizar una declaración bajo juramento de que la misma es auténtica y subsiste vigente durante todo el Período de Alquiler.

6.1.2.2.3. Requisitos mínimos para la registración del Vehículo: Cualquier Vehículo que se desee registrar en Car Connect deberá cumplir necesariamente con las indicaciones que se detallan a continuación:

- Que el Vehículo sea Clase B según la clasificación del Ministerio de Transporte: Automóviles, utilitarios y camionetas de hasta tres mil quinientos kilogramos (3.500 kg.) de peso total.
- Que tenga al día todas las obligaciones fiscales y administrativas.
- Que sea un modelo no más antiguo que diez (10) años al momento del Alquiler.
- Kilometraje inferior a 150.000 km.
- Tener al día un seguro de cobertura permanente y sin registro de siniestro en la póliza vigente.
- Encontrarse en buen estado de conservación y mantenimiento, con realización de todos los "Service" indicados por el fabricante para cada modelo;
- Mantener los Neumáticos dentro de los rangos de vida útil indicadas por el fabricante;
- Ser entregado en buen estado de aseo
- Contar con Cédula Única vigente (si se encuentra vencida se puede renovar en el Registro de la Propiedad Automotor)
- En las jurisdicciones en las que corresponda, tener al día las Inspecciones y/o Verificaciones vehiculares, como así también cualquier otra documentación necesaria para circular libremente.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.1.2.2.4. Información

Tanto el Propietario como el Conductor acuerdan brindar:

Informaciones verdaderas, exactas, actuales y completas cuando realicen el registro en Car Connect.

Conservar y actualizar dicha información de forma de mantener las características antes mencionadas en el punto anterior.

Ser responsable por cualquier información falsa, incorrecta, desactualizada o incompleta brindada a Car Connect. En caso de que Car Connect tenga suficientes razones para sospechar de la veracidad de la información, tendrá derecho a suspender o cancelar inmediatamente el acceso a dicho Usuario sin que eso le genere al Usuario derecho a indemnización. En el caso de que realice declaraciones falsas, será responsable ante la plataforma y los usuarios afectados por dicha inexactitud.

Toda la información brindada a Car Connect, o entre los Usuarios se realiza bajo declaración jurada, aceptando el usuario que todo dato personal introducido por el mismo en la plataforma tiene ese carácter, siendo responsables legalmente por su adulteración y/o falsedad.

Car Connect obliga a utilizar la información de registro de los Usuarios respetando la Política de Privacidad.



6.1.2.2.5. Prohibición: Está prohibido que el Usuario ceda, venda, alquile o transfiera su registro. Tampoco se permitirá la utilización de más de un perfil de Usuario y la creación de nuevos perfiles de Usuario cuyos registros originales hayan sido cancelados por violar los Términos y Condiciones. Cualquier violación a esta obligación habilita a Car Connect a eliminar inmediatamente el registro de su plataforma.

6.1.2.3 ¿Cómo funciona Car Connect?

6.1.2.3.1. Registro: Todos los Usuarios deberán registrarse en la Plataforma Car Connect para realizar una Transacción según el instructivo de pasos que se publica en la ventana correspondiente a Registro.

Luego de registrarse, el Propietario publica su Vehículo en Car Connect con fotografías e informando número de Patente, Marca, Modelo, Chasis, Motor, Año, Tipo de combustible, Kilometraje, Opcionales, Localización, Disponibilidad de días y Formas de contacto (email y número de celular). El Propietario tendrá la opción de editar este anuncio en el que podrá modificar la información ya cargada sobre ese Vehículo excepto el modelo del auto. Si desea cambiar el modelo del auto deberá anular la publicación y comenzar una nueva.

6.1.2.3.2. Búsqueda: El Conductor puede buscar el auto según sus preferencias estando registrado o no. Para realizar una Solicitud de Reserva debe crear un perfil de Usuario previamente completando los datos solicitados, siendo posible además vincular un perfil de red social para brindar más confiabilidad al Propietario

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

del Vehículo. Las instrucciones para completar el perfil de Usuario se encontrarán en la ventana correspondiente a la creación de Usuario.

6.1.2.3.3. Reserva: Al solicitar la Reserva de un Vehículo, el Conductor deberá describir en breves líneas el objetivo de su Alquiler (necesidad de uso, distancia aproximada que va a recorrer, etc.), incluyendo una presentación al propietario, y enviar su solicitud. A su vez se le solicitará que ingrese una tarjeta de crédito.

Una vez validada la tarjeta de crédito del Conductor, el Propietario recibirá una solicitud y tendrá cuarenta y ocho (48) horas para aprobar o rechazar la solicitud del Conductor según los datos del solicitante, proporcionados por la empresa. Vencido ese período, se considerará rechazada la solicitud del Conductor.

Si el Conductor y Propietario desean contactarse entre sí para evacuar dudas con respecto al Alquiler o Vehículo, podrán comunicarse a través del servicio de mensajería de la plataforma Car Connect.



6.1.2.3.4. Transacción: Si el Propietario acepta la solicitud de Reserva, la operación es concretada al debitarse el monto correspondiente de la tarjeta de crédito, que incluye el Valor de Transacción, Tasa de Servicio (más impuestos) prima del Seguro contratado, congelando el Monto de Garantía.

6.1.2.3.5. Cancelación de Alquiler: El Conductor y el Propietario pueden cancelar en cualquier momento un Alquiler Reservado en la Plataforma. Esta cancelación debe ser efectuada en el apartado “Tus Alquileres” del Conductor o Propietario.

Si el Conductor cancela hasta cuatro (4) horas después del pago de la misma no tendrá cargo. Si supera el Período de cuatro (4) horas y está en un Período superior a cuarenta y ocho (48) horas antes del comienzo del Período de Alquiler no tendrá cargo y se le reembolsará la totalidad del monto al Conductor con excepción de la Tasa por Servicio e impuestos sobre esta. Si cancela entre las cuarenta y ocho (48) horas y veinticuatro (24) horas antes de comenzar el Período de Alquiler, se le reembolsará el 50% de los primeros siete (7) días de Alquiler, y si es que el Período de Alquiler excede los siete (7) días se le devolverá el 100% de los días restantes. Al Propietario se lo compensará con el 50% de los primeros siete (7) días de Alquiler esperados. En ningún caso se reembolsará la Tasa por Servicio y los impuestos sobre la misma. La imposibilidad de completar la Transacción por causas vinculadas a los medios de pago elegidos por el Conductor se asimila a la cancelación voluntaria de este, siendo su responsabilidad verificar la correcta operatoria de los mismos.

Si la cancelación del Alquiler es generada por el Propietario, se le devolverá el importe total correspondiente a Valor de la Transacción al Conductor. Car Connect se Reserva el derecho de excluir al Propietario de la Plataforma especialmente si esta cancelación ha causado algún perjuicio al Conductor. La Tasa de Servicio correspondiente a ese Alquiler será debitada de futuros alquileres en la cuenta del Propietario del Vehículo.

6.1.2.3.6. Pago del Alquiler: Car Connect cobra la totalidad del Alquiler cuando se valida la Reserva (acuerdo entre Propietario y Conductor). El Conductor deberá abonar el Alquiler con un medio de pago con su nombre y apellido a través del gestor de pagos elegido por Car Connect. El gestor de pagos tiene sus propios términos

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

y condiciones los que deberán ser aceptados por el Conductor para realizar la operatoria propuesta en esta plataforma. Car Connect no es responsable por problemas generados por el gestor de pagos.

Al finalizar el Alquiler, se liquidarán los excedentes si los hubiere (kilometraje máximo superado, Tasa de limpieza si es necesario, multas, etc.) y el Monto de Garantía si fuera necesario al Conductor, y luego de 72 hs. hábiles se transferirá al Propietario el monto correspondiente al alquiler y la totalidad de los excedentes. Los excedentes y el Monto de Garantía serán debitados de forma directa del mismo medio de pago suministrado por el Conductor.

6.1.2.3.7. Retiro de Vehículo y Entrega de Llaves: El Propietario acordará con el Conductor el lugar de entrega. En el momento de entregar las llaves las partes deberán firmar la Ficha de Alquiler y Contrato de Alquiler, bajado de la plataforma en el que se verifican los datos personales tanto del Conductor como el Propietario y se verifica el estado del Vehículo, combustible, kilometraje, limpieza, etc. Asimismo, el Propietario deberá tomar las fotos al Vehículo indicadas en nuestro instructivo de Alquiler a fin de que la Aseguradora corrobore el estado del mismo en esa instancia.

Si el Conductor se niega a firmar la Ficha de Alquiler y Contrato de Alquiler, el Propietario puede negarse a entregar las llaves del Vehículo. Esto significa un rechazo de la Transacción sin un fundamento sólido por lo tanto no le será reembolsado el importe ya abonado en concepto de Alquiler, por los primeros siete (7) días, el que será atribuido al Propietario en concepto de clausula penal.

6.1.2.3.8. Devolución del Vehículo: Una vez finalizado el Período de Alquiler, el Conductor devolverá el Vehículo a la hora y lugar acordado previamente con el Propietario. En caso de demoras en la entrega, se le aplicará la Multa de Atraso (tolerancia 1 hora). La no devolución en tiempo y forma, es decir la retención fuera de contrato del Vehículo, es considerada delito por la Ley Penal Argentina, específicamente regulado en el art. 173 inc. 2 del Código Penal Argentino, y el Conductor que falte a la obligación de devolver el Vehículo podrá ser denunciado por ese delito con las graves consecuencias personales que acarrea. A los efectos de proteger los derechos de terceras personas, y del Propietario del Vehículo, la demora en la devolución por sobre la tolerancia permitida implican la renovación del Seguro contratado por el plazo de cinco (5) días, de forma automática y sin posibilidad de restitución de diferencias de ningún tipo. Dentro de las siguientes cuarenta y ocho (48) horas de producido el incumplimiento en la devolución del Vehículo, el Propietario deberá realizar la denuncia correspondiente ante autoridades policiales o judiciales, previo agotamiento de las medidas razonables para contactarse con el Conductor (se considera medidas razonables el intento de comunicación a los medios, e mails, teléfonos y teléfonos de referencia provistos por los Usuarios).

Si el Conductor desea postergar el momento de entrega del Vehículo, deberá comunicarse con un tiempo previo razonable con el Propietario y solicitar una extensión del plazo de Alquiler. La aceptación de este pedido queda sujeta a disponibilidad. El Propietario, por su parte deberá comunicarse con Car Connect a info@CarConnect.com y/o a los teléfonos de contacto que figuran en el sitio web www.CarConnect.com.ar

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



para que se realicen las gestiones necesarias en cuanto a vigencia del Seguro y cobranza del tiempo adicional de Alquiler.

En el momento de la devolución del Vehículo, ambas partes deben firmar nuevamente la Ficha de Alquiler, siendo responsabilidad del Propietario la verificación del kilometraje, nivel de combustible, estado e higiene del Vehículo, indicando si es necesario aplicar una Tasa adicional, y registrar cualquier daño en el Vehículo.

La Ficha de Alquiler será enviada por el Propietario a Car Connect, siempre que sea necesario tomar alguna acción sobre ella (aplicación de Multas o daños en el Vehículo).

La Tasa de Limpieza será aplicada en caso de que el Vehículo sea devuelto en condiciones de higiene adversas: suciedad externa con polvo, tierra, arena, o interna con restos de embalajes, manchas en los asientos, restos de cigarrillos, etc.

En el caso de existir cualquier clase de daño sobre el vehículo, como por ejemplo abolladuras, rayones, perforaciones, daños en el interior de vehículo, u otro daño no cubierto por el seguro (o cuyo monto sea inferior al valor de franquicia), o en el caso de existir incumplimientos a la obligaciones de entrega del vehículo limpio, con la correcta cantidad de combustible o dentro del kilometraje contratado, las partes deberán tomar fotografías del vehículo en las que se observe el supuesto daño, el estado de higiene, el kilometraje o el nivel de combustible y remitirlas a Car Connect. Ambas partes deben tomar la misma fotografía desde ángulos similares y enviarlas por su cuenta y en forma separada a Car Connect para su evaluación. Esta evaluación será realizada constatando las fotografías y ficha de alquiler enviadas anteriormente por los Usuarios no extendiéndose a ninguna inspección física del vehículo ni constataciones de otro tipo. En el caso de daños al vehículo, el Propietario deberá dentro de las 72 horas posteriores, enviar a Car Connect dos tasaciones de talleres reconocidos, habilitados y con firma del responsable del mismo, en fotografía o documento escaneado legible. Si así no lo hiciera, la imposibilidad de conocer el monto del eventual arreglo dará por caído el reclamo y liberado el Conductor. De existir divergencias entre el Conductor y el Propietario respecto del monto del arreglo, el primero de ellos podrá reclamar judicialmente el reembolso de lo percibido en exceso directamente al Propietario, Car Connect solo cumple con la obligación de cobrar los fondos de la tarjeta de crédito del Conductor y girarlos al Propietario sin cobrar comisión ni retener para sí importe alguno, por lo que ninguna responsabilidad tiene sobre una eventual diferencia de costos. La constatación objetiva de los daños o los incumplimientos habilita al cobro de las Multas o montos de reparación, Car Connect no es un tribunal arbitral y solo aplicará las sanciones en caso de constatación ostensible de la incidencia planteada en base al material aportado por los Usuarios. Los Usuarios serán responsables de la fidelidad, completitud y suficiencia del material enviado, es decir fotografías, correcta consignación de datos de estado del vehículo, llenado de Ficha de Alquiler, etc. Quien envíe material probatorio insuficiente, defectuoso, ilegible, o que por la situación que fuera impida la correcta apreciación del mismo, será responsable del resultado de la constatación. La falta de envío de material probatorio o documentos antes mencionados, o su envío defectuoso, implicará la resolución de la incidencia en base al material correctamente enviado por el otro Usuario. Todas las acciones judiciales o administrativas de recupero no podrán ser iniciadas contra Car Connect, cuya única intervención es de

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

intermediación. La falta de cumplimiento de cualquiera de las condiciones de reclamo por parte del Propietario hará caer la incidencia sin posibilidad de reeditarla.



En el caso de que el auto sea secuestrado por una autoridad competente, el Conductor deberá informar inmediatamente al Propietario y a Car Connect. Se considera como devolución de Vehículo y completada la Transacción del Alquiler cuando el Propietario tenga la posesión física el Vehículo. En caso de accidente o incendio que involucre al Vehículo, Car Connect sólo considerará como devolución del Vehículo y finalización del Alquiler cuando el Propietario tenga la posesión física del bien. En caso de robo del Vehículo, Car Connect solo reconocerá por finalizado el Alquiler a la fecha y hora de la denuncia realizada, independientemente de la fecha y hora de ocurrencia del hecho.

El hecho de no devolver el Vehículo en el Período establecido, significa automáticamente que se está incurriendo en una retención indebida (con tolerancia de 1 hora). Debido a eso, el Conductor será sujeto de sanciones penales y civiles, acarreando con todos los gastos judiciales y extrajudiciales en los que incurra el Propietario para el efectivo reintegro del Vehículo.

Si luego de la Devolución del Vehículo el Propietario recibe notificaciones de infracciones o multas de tránsito, deberá comunicarse con Car Connect y seguir el procedimiento indicado en estos Términos y Condiciones. No podrá solicitarse a Car Connect el servicio de pago de multas, la asistencia en gestiones administrativas con autoridades de contralor municipal, provincial o nacional, o la aplicación de alguna decisión judicial resultado de una controversia entre dos usuarios.

6.1.2.3.9. Procedimiento en caso de incautación del Vehículo por parte de la Autoridad de Tránsito Al solicitar la Reserva de un Vehículo a través de la plataforma, el Conductor asume la responsabilidad de respetar las leyes y las reglas de tránsito al conducir el Vehículo. De este modo, en caso de que el Vehículo sea incautado por la grúa debido a alguna infracción cometida por el Conductor (por ejemplo, mal estacionamiento), además de asumir los costos de las multas en sí, el Conductor también deberá abonar todos los gastos para la devolución del Vehículo, que serán debitados de su tarjeta de crédito, debiendo comunicar inmediatamente lo ocurrido a Car Connect así como también acompañar al Propietario en todos los trámites para la devolución del Vehículo. En todos los casos el Conductor debe dar aviso inmediato al Propietario.

6.1.2.3.10. Procedimiento en caso de notificación de infracción de tránsito: Al solicitar la Reserva de un Vehículo a través de Car Connect, el Conductor asume la responsabilidad de cumplir con los costos de eventuales multas de tránsito aplicadas durante el Período de Alquiler, que podrán ser debitadas en su tarjeta de crédito. En caso de que alguna notificación de infracción de tránsito sea físicamente recibida por el Conductor durante el uso del Vehículo, el Conductor se compromete a informar tal situación al Propietario de forma inmediata, a fin de que el valor de la multa pueda ser cobrada al Conductor. El Conductor puede abonar voluntariamente la multa y acreditar dicho pago en forma documental, liberándose de la posterior retención solo en la medida que demuestre el pago completo y cancelatorio de la multa o infracción de tránsito. Si el Propietario recibe posteriormente alguna notificación de infracción de tránsito referente al Período de uso

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

del Vehículo por el Conductor, el Propietario deberá comunicar a Car Connect para que se proceda al intento de cobro de la multa al Conductor y en caso de que se haga efectivo el cobro, transferir el monto al Propietario. No podrá solicitarse a Car Connect el servicio de pago de multas, la asistencia en gestiones administrativas con autoridades de contralor municipal, provincial o nacional, o la aplicación de alguna decisión judicial resultado de una controversia entre dos usuarios.



6.1.2.3.11. En caso de que el Vehículo tenga un desperfecto mecánico durante el Período de Alquiler, el Conductor deberá informar a Car Connect, al Propietario y a la Aseguradora tan pronto como sea posible para que se proceda al traslado del Vehículo con el servicio de grúa, en caso de que éste se encuentre inmovilizado. Por su parte, Car Connect brindará soporte en la búsqueda de otro vehículo que se adecúe a las necesidades del Conductor, y le reembolsará el monto abonado correspondiente al Alquiler de los días pendientes desde la ocurrencia del desperfecto mecánico hasta el final del período del alquiler.

6.1.2.3.12 Facturación: Para todos los casos de alquileres de vehículos en los que Car Connect actúe como intermediario entre el Conductor y el Propietario, será éste último quien deba emitir factura por el monto total que efectivamente perciba por dicho alquiler, dinero que será girado por Car Connect a través del sistema de gestión de cobros, quien actuó por cuenta y orden de terceros en la recepción de la cobranza del total del monto de la operación. Tal como lo establece la normativa fiscal vigente en la República Argentina, el comprador o usuario del servicio debe exigir factura o ticket al vendedor como comprobante de la operación. Car Connect sólo actúa en carácter de intermediario, recibiendo el pago de la operación por cuenta del Propietario y remitiendo los fondos correspondientes luego de percibir el importe correspondiente por su gestión de intermediación, los importes correspondientes al seguro contratado, gastos de la plataforma de pagos e impuesto al valor agregado. El Conductor y titular del alquiler, recibirá de Car Connect la factura correspondiente a los importes por su gestión debiendo proveer a Car Connect sus datos fiscales y condición ante el impuesto al valor agregado y las constancias correspondientes.

6.1.2.3.13. Límites Territoriales: Las transacciones a realizarse a través de Car Connect, solo podrán ser realizadas para alquileres dentro del Territorio de la República Argentina. Las Partes no pueden disponer que el vehículo abandone el territorio dentro del periodo de alquiler. Si así lo hicieren, Car Connect y las empresas asociadas no se responsabilizan por dicha transacción. Dentro del Territorio, las partes pueden acordar limitar al mismo a una extensión menor, como por ejemplo una o más provincias, pero no extenderlo.

6.1.2.4 Seguros

6.1.2.4.1. Obligatoriedad: Todos los Vehículos alquilados a través de la plataforma de Car Connect cuentan con la cobertura de una compañía aseguradora legalmente habilitada a tales fines (en adelante llamada la "Aseguradora") durante el Período de Alquiler, garantizando la tranquilidad a los Usuarios. Las condiciones de la póliza de la aseguradora son las siguientes:

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.1.2.4.1.1 POLIZA RIO URUGUAY SEGUROS:

Para vehículos con 10 años de antigüedad o menos

Riesgos Cubiertos:

- Responsabilidad Civil limitada (Resolución S.S.N. Nº 39.927) Lesiones y/o Muerte de Terceras Personas Transportadas y No Transportadas y Daños a Cosas de Terceros No Transportados: \$ 6.000.000, por acontecimiento.
- Incluye Seguro Obligatorio Artículo 68 de la Ley Nº 24.449 (Resolución S.S.N. Nº 36.100)
- Pérdida Total y Parcial por Daños/Pérdida Total y Parcial por Incendio/Pérdida Total y Parcial por Robo o Hurto.
- Daños parciales con franquicia fija de \$ 15.000 (pesos quince mil). Incendio parcial sin franquicia. Robo ó Hurto parcial sin franquicia.
- Daños parciales a consecuencia de Granizo límite máximo de reparación hasta la suma asegurada, sin franquicia; cubriendo un acontecimiento por vigencia de póliza.

El Asegurador indemnizará al Asegurado sin aplicación de franquicias los Daños Parciales que sufra el vehículo objeto del seguro dentro de los límites indicados en la presente cláusula y que consistan en:



- Rotura de cristales laterales del vehículo por cualquier causa, reposición a nuevo sin franquicia cubriendo un acontecimiento por vigencia de póliza
- Rotura del parabrisas del vehículo por cualquier causa, reposición a nuevo sin franquicia cubriendo un acontecimiento por vigencia de póliza.
- Rotura de luneta del vehículo por cualquier causa, reposición a nuevo sin franquicia cubriendo un acontecimiento por vigencia de póliza.
- Rotura de cerradura por hechos de robo o tentativas de robo hasta la suma de \$ 6.500. (pesos seis mil quinientos); cubriendo un acontecimiento por vigencia de póliza.

Las sumas estipuladas en la presente Póliza se incrementarán automáticamente hasta un 20%, en la medida que ello resulte necesario para alcanzar, al momento del siniestro, el valor a riesgo existente.

- Daños Parciales por Acc. al Amparo del Robo Total hasta el 10 % de la suma asegurada declarada en póliza, efectivo solo ante la verificación del siniestro de Robo o Hurto Total.

Servicio de Auxilio Mecánico (Máximo 1 por vigencia de Póliza)

- Mecánica ligera y cambio de neumáticos (radio urbano)
- Auxilio Mecánico y Remolque en ruta hasta 250 Km. libres
- Asistencia médica en caso de accidente. Límite \$300,00
- Extracción de vehículo

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

- Depósito o custodia del vehículo reparado o recuperado
- Transporte o repatriación sanitaria en caso de lesiones por accidente del vehículo desde el lugar de ocurrencia
- Estancia y desplazamiento de los beneficiarios por robo y por inmovilización del vehículo por avería o accidente

Advertencia al asegurado: Conste que si el vehículo asegurado presenta daños a la fecha de celebración de este contrato, hasta tanto el Asegurado no repare –a su cargo- el automóvil y el Asegurador manifieste su conformidad por escrito, No existirá responsabilidad de éste último sobre las partes afectadas

Advertencia al asegurado: Cuando se tratare de pólizas contratadas con tarifa diferencial, en razón del domicilio del asegurado, o la guarda normal del vehículo, éste deberá acreditarlo con documentación fehaciente en el momento de la contratación, o cuando el Asegurador lo requiera, el cual debe figurar en el Frente de Póliza. La falsa declaración o reticencia en dicha declaración produce la nulidad del contrato de acuerdo con lo establecido en el Art. 5º de la Ley de Seguros. Si durante la vigencia del seguro, el Asegurado cambiare de domicilio y/o lugar de la guarda normal habitual trasladándolo a una zona de mayor riesgo (según se detalla a continuación) deberá comunicarlo al Asegurador en forma fehaciente antes de producido el cambio, a los fines de que éste proceda a reajustar el premio. La omisión de esta comunicación, producirá en forma automática la suspensión de la cobertura del casco del vehículo asegurado, hasta que se diere cumplimiento a esta exigencia.

Advertencia al asegurado: La cobertura de casco (Daños, Incendio, Robo o Hurto) del vehículo no se hará efectiva si el vehículo no se encuentra registrado a nombre del asegurado, hasta tanto se acredite la transferencia registral a su favor o se obtenga expresa conformidad del titular del dominio del vehículo asegurado, manifestada ante escribano público, para que perciba la indemnización el asegurado

IMPORTANTE: El texto completo de las condiciones que integran particularmente esta póliza, está disponible al asegurado a través de cualquiera de las agencias de Río Uruguay Seguros o productores. También se encuentra disponible en los sitios web: www.riouruguay.com.ar y www.zonarus.com.ar o desde aplicación RUS Móvil <https://play.google.com/store/apps/details?id=rus.movil>.



Para acceder deberá disponer de las siguientes combinaciones de datos:

DNI/CUIT Asegurado:

Patente:

Modelo/Año:

En caso de accidente, las vías de comunicación para denunciar el siniestro son:

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Atención al Asegurado

Teléfono: 0810-888-7080

Email: atencionalasegurado@riouruguay.com.ar

El Conductor deberá informar el siniestro al Propietario, a Car Connect y a la aseguradora dentro del plazo máximo de 48 hs de ocurrido el mismo. De no cumplir con ese plazo, el vehículo no contará con la cobertura de Rio Uruguay Seguros, debiendo el Conductor acarrear con todos las obligaciones y gastos del accidente.

Nota: Gracias a gestiones de Car Connect, Rio Uruguay Seguros cubrirá el supuesto de retención indebida (falta de devolución con intención de desapoderar del bien al Propietario) en todas las modalidades de seguro



6.1.2.5 Evaluación de Usuarios

6.1.2.5.1. Después de la devolución del Vehículo por parte del Conductor, ambas partes pueden evaluar la experiencia que tuvieron al alquilar a través de la plataforma. Esta evaluación será visualizada en el perfil del Usuario destinatario de la evaluación. Se deben utilizar palabras adecuadas y sin intención de ofender, evitando términos injuriantes, ofensivos o que impliquen cualquier clase de discriminación. Car Connect no hace un control previo de los mensajes enviados, pero tiene la facultad de removerlos en caso de solicitud de alguna de las partes por ofensa o que contradigan estos Términos y Condiciones. En el caso de que se verifique el uso de un lenguaje inapropiado, o expresiones que puedan inferir discriminación de cualquier tipo, Car Connect puede dar de baja al Usuario en cuestión.

6.1.2.5.2. El Propietario se compromete a evaluar al Conductor luego de terminado el Período de Alquiler y viceversa, siempre de forma criteriosa y responsabilizándose por la veracidad de la información que brinde. Car Connect no valida ni filtra el contenido de las evaluaciones

6.1.2.6 Prohibiciones y Responsabilidades de los Usuarios

6.1.2.6.1. Está expresamente prohibido ceder la conducción del Vehículo a un tercero, en cualquier circunstancia, siendo el Conductor el único y exclusivo responsable por cualquier daño del Vehículo, y por las multas eventualmente sufridas durante el Período de Alquiler.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.1.2.6.2. Está prohibido el uso, por parte del Conductor, del Vehículo alquilado en Car Connect como herramienta de trabajo considerando especialmente aplicaciones como Uber, Cabify, Servicios de Turismo Receptivo, excursiones guiadas, transporte de pasajeros, etc. o cualquier otro uso que no sea el transporte personal del mismo Conductor.

6.1.2.6.3. Los Usuarios responderán por todos los actos realizados a través de la plataforma, incluso por los actos que terceros practican en su nombre, ya que es de su entera y exclusiva responsabilidad la adopción de medidas que protejan el secreto de su contraseña y demás datos registrados en la plataforma Car Connect.

6.1.2.6.4. Los Usuarios acuerdan utilizar la Plataforma sólo para los fines permitidos, obligándose además a no violar ninguna ley, reglamentación o costumbre aceptada en Argentina al utilizar la plataforma Car Connect. La utilización del Vehículo para cualquier fin ilícito, tal como transporte de mercancías para reventa, transporte de drogas o armas, entre otros, implicará la inmediata exclusión del registro del Conductor de la plataforma Car Connect, quedando dicho Conductor prohibido de realizar nuevamente una Reserva, además de responder Civil y penalmente por los actos que haya practicado, eximiendo al Propietario y a Car Connect de cualquier responsabilidad derivada de tales actos. Ante cualquier sospecha de utilización para fines ilícitos, Car Connect se reserva la facultad de poner en conocimiento de las autoridades correspondientes toda la información que tenga de los Usuarios en cuestión.

6.1.2.6.5. Está prohibido para Usuarios realizar cualquier tipo de acción comercial o propaganda utilizando Vehículos alquilados en la plataforma.

6.1.2.6.6. Es responsabilidad exclusiva del Propietario el tributo de impuestos devengados como consecuencia de las transacciones realizadas a través de la plataforma de Car Connect.

6.1.2.6.7. El Conductor obliga a resarcir al Propietario todos los daños resultantes de un siniestro con el Vehículo:

En caso de hurto, robo, apropiación o retención indebida del Vehículo: resarcir al Propietario la diferencia entre el valor de mercado del Vehículo y el Límite Máximo de Indemnización del seguro (si hay diferencia), y costos operativos del Propietario.

- En caso de accidente con pérdida total o incendio: resarcir al Propietario la diferencia entre el valor de mercado del Vehículo y el Límite Máximo de Indemnización del seguro (si hay diferencia), costos operativos del Propietario, así como cualquier tipo de indemnización a terceros superior al Límite Máximo de Indemnización del seguro que el Propietario haya sido obligado a pagar, teniendo en cuenta la responsabilidad exclusiva del Conductor por tales indemnizaciones.
- En caso de accidente sin pérdida total: resarcir al Propietario el menor valor entre el valor de recuperación y el valor de la franquicia del Vehículo, costos operativos del Propietario, así como toda y cualquier especie de indemnización a terceros superior al Límite Máximo de Indemnización del

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

seguro que el Propietario ha sido obligado a pagar, teniendo en cuenta la responsabilidad exclusiva del Conductor por tales indemnizaciones.

- En todos los casos indemnizará con la suma de Dólares Estadounidenses Treinta (USD 30) por día de indisponibilidad del Vehículo por parte del propietario, en el caso de indemnizaciones por pérdida total, la suma se computará desde el día de la pérdida hasta el pago de la indemnización por parte de la Aseguradora.
- Cualquier consecuencia dañosa sobre el vehículo que provenga del mal uso del mismo, tanto en su operación conductiva, su faz mecánica e incluso por transitar con el Vehículo por caminos que no presenten razonables condiciones de transitabilidad.

6.1.2.6.8. Perjuicio: se refiere a cualquier gasto, carga o daño sufrido por el Propietario, siempre que estén relacionados con un siniestro. Los daños se componen de: (i) daños al Vehículo; (ii) indemnización a terceros; (iii) gastos; Y (iv) los costos operativos del Propietario.

6.1.2.6.9. Costos operativos del Propietario: se refieren a las cargas soportadas por el Propietario en virtud de siniestros, especialmente los derivados de servicios relacionados, pérdida de valor de mercado del Vehículo, honorarios y otros costos incurridos por el Propietario para el resarcimiento de todos sus daños.

6.10. Para todos los casos de Accidentes en que el Conductor del Vehículo se encuentre bajo los efectos del alcohol o drogas, las consecuencias (gastos, indemnizaciones, daños sobre terceros, etc) de los mismos NO serán cubiertas por la Aseguradora siendo el Conductor el único responsable. En estos casos Car Connect se exime de responder civil, penal y administrativamente ante el Propietario del Vehículo y ante el Conductor.

Te protegemos a vos y a tu vehículo






Tu seguro

Tienes que estar tranquilo. ¡Rio Uruguay cubre todo lo que ocurra durante el alquiler del auto!



Estás protegido

¡Estas bien protegido! Nuestro seguro cubre todos los daños y hasta 6 millones de pesos por responsabilidad civil.



Asistencia 24/7

Ofrecemos asistencia en carretera y transporte del vehículo hasta el taller de reparaciones en caso de avería.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.1.2.7 Responsabilidades y Garantías de Car Connect

6.1.2.7.1. La plataforma Car Connect es una herramienta de facilitación de contacto entre el Propietario y el Conductor. Car Connect no se responsabiliza por ningún daño al Usuario ocasionado por la utilización de la plataforma, incluyendo, pero no limitando, a retrasos en la retirada o devolución del Vehículo, informaciones sobre el estado del Vehículo o precios aplicados. Además, no se responsabiliza por la veracidad de la información proporcionada por los Usuarios en la plataforma Car Connect, ni tampoco por su idoneidad. En el caso de que sea necesario, corresponde al Conductor otorgar la información que considere pertinente antes de decidir la Transacción.

6.1.2.7.2. Car Connect no garantiza que el Conductor encuentre Vehículos para alquilar en los modelos, precios o ubicación deseados. Es responsabilidad exclusiva del Conductor la interpretación de las informaciones disponibles en la plataforma Car Connect y en cualquier perfil de un Propietario, así como de las comunicaciones intercambiadas entre el Conductor y el Propietario. La efectiva Transacción sólo se da a partir del acuerdo directo entre las partes involucradas.



6.1.2.7.3. Car Connect no se responsabiliza por la disponibilidad ininterrumpida del sitio o aplicación, ni tampoco por inconsistencias en el suministro de informaciones relativas a geolocalización (GPS) y mapas, que son producidas por terceros y agregadas a la plataforma para conveniencia del servicio.

6.1.2.7.4. En caso de problemas con la Transacción, Car Connect se compromete sólo a proporcionar la información proporcionada por el Usuario en el momento del registro al Usuario participante de la Transacción que solicite tales datos, quedando la Plataforma exenta de cualquier otra responsabilidad, incluso por eventual inconsistencia de los datos suministrados (que son registrados por el propio Usuario), daños materiales o morales u otros fondos de naturaleza indemnizatoria o reparativa, debiendo los Usuarios dirigir eventuales problemas de esa naturaleza directamente entre sí.

6.1.2.7.5. Car Connect no reconoce ningún tipo de Transacción o negociación ocurrida fuera de la plataforma.

6.1.2.7.6. Los Usuarios reconocen que, debido a cuestiones operativas, la plataforma está sujeta a eventuales problemas de interrupción, fallo técnico e indisponibilidad de funcionamiento temporal, sin que tales cuestiones operativas dan ningún derecho a indemnización en cualquier momento, constituyéndose una cuestión de fuerza mayor, excluyente de responsabilidad.

6.1.2.7.7. Car Connect no efectuará la sustitución del Vehículo en caso de robo, hurto, incendio, colisión, apropiación indebida, incautación por las autoridades competentes, pérdida, hurto o robo de llaves y documentos provocados por un uso inadecuado del Vehículo. Car Connect, a su exclusivo criterio, podrá autorizar que el Conductor solicite otro Vehículo en la plataforma. En ese caso, se considerará una nueva Transacción, implicando una renuncia a cualquier derecho derivado de la Transacción anterior.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.1.2.7.8. Car Connect se reserva el derecho de admisión y permanencia en su plataforma, pudiendo excluir usuarios sin justificación ni preaviso alguno.

6.1.2.8 Derechos de Autor, Propiedad Intelectual y Derecho de imagen

6.1.2.8.1. El uso comercial de la expresión Car Connect como marca, nombre empresarial o nombre de dominio, así como el uso del contenido de las pantallas de Car Connect, de los programas, bases de datos, redes, archivos que permiten la utilización de la herramienta por los Usuarios, son de uso exclusivo de Car Connect y están protegidos por las leyes y tratados internacionales de derechos de autor, marcas, patentes, modelos y diseños industriales.



6.1.2.8.2. Al acceder a la plataforma de Car Connect, el Usuario declara que respetará todos los derechos de propiedad intelectual y los derivados de la protección de marcas registradas, así como todos los derechos referentes a terceros que puedan o estén de algún modo disponibles en el portal. El acceso a la plataforma no confiere al Usuario ningún derecho de uso de los nombres, títulos, palabras, frases, marcas, patentes, obras literarias, artísticas, musicales, imágenes, entre otras, que en ella estén, o estuvieron disponibles.

6.1.2.8.3. La reproducción del contenido expuesto anteriormente está prohibida, salvo previa autorización de Car Connect.

6.1.2.8.4. Car Connect respeta los derechos de propiedad intelectual de todos y se esfuerza para ayudar a proteger sus derechos. Si Car Connect es informado de un acto de violación de propiedad intelectual, puede, más no está obligado, a remover el contenido involucrado.

6.1.2.8.5. Car Connect se Reserva el derecho de bloquear el acceso a cualquier Usuario que viole los derechos de propiedad intelectual de terceros establecidos por la legislación Argentina y por tratados internacionales.

6.1.2.8.6. Para informar al respecto de una violación de derecho de propiedad intelectual, favor contactarse con Car Connect a info@CarConnect.com.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.1.2.9 Ley Aplicable

6.1.2.9.1. Estos Términos y Condiciones fueron creados el 08/01/2018 y son regidos única y exclusivamente por la ley Argentina y tratados internacionales, siendo que cualquier acto judicial derivado de su interpretación o aplicación deberá ser juzgado por el Poder Judicial Argentino.

Modificaciones

Car Connect se reserva el derecho de modificar los Términos y Condiciones en cualquier momento, sin previo aviso, siendo que la simple utilización de la plataforma después de cualquier modificación implica una aceptación de los mismos.

Políticas de privacidad

Para utilizar los Servicios ofrecidos por Car Connect, los usuarios deberán facilitar determinados datos de carácter personal. Su información personal se procesa y almacena en servidores o medios magnéticos seguros y con protección tanto física como tecnológica. Para mayor información sobre la privacidad de los datos personales se pueden consultar nuestras POLITICAS DE PRIVACIDAD en el apartado correspondiente en el sitio web www.CarConnect.com.

6.1.3 Características del servicio



Nuestro producto es un servicio ya que posee las siguientes características que lo distingue de los bienes (productos):

Intangibilidad: Nuestro servicio no es posible tocarlo, verlo, escucharlo o sentirlo, de la misma forma en que se hace con los bienes.

Inseparabilidad: Nuestro servicio permite ser producidos y consumidos al mismo tiempo.

Heterogeneidad: Nuestro servicio es menos estandarizado y uniforme como lo son los bienes.

Carácter perecedero: Nuestro servicio no puede ser almacenado, guardado o inventariado.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

CONDUCTORES

¡Alquilá en Car Connect!

1. Busca un auto

Crea tu cuenta. Selecciona en que localidad deseas alquilar. Introduce la fecha de inicio/fin de alquiler y elige tu vehículo utilizando nuestros filtros.

2. Reservalo

Elige uno o más vehículos y envíales una solicitud de alquiler. Puedes confirmar el alquiler en aquellos que te acepten la solicitud. Utiliza nuestro gestor de pagos para abonar tu reserva.

3. Recibe tu vehículo

Acuerda con el propietario dónde retirar el vehículo. Comprueba el estado del vehículo, la documentación y firma el contrato. Comienza a disfrutar de tu alquiler.

4. Devuelve el vehículo

Una vez finalizado el alquiler, acuerda con el propietario un lugar de devolución y ajusta el precio final de acuerdo a los kilómetros recorridos y el combustible consumido. Firma el contrato de finalización de alquiler.

5. Califica

Es muy importante que al finalizar el alquiler califiques tu experiencia, al propietario y al vehículo. ¡Así ayudarás a miles de conductores!

PROPIETARIOS

¡Gana dinero en Car Connect!

1. Publica tu auto

Inscríbete en andemus.com. Publica tu vehículo: sube tus fotos, describe los beneficios de alquilar tu vehículo, fija un precio, y selecciona los días que estará disponible para ser alquilado.

2. Recibe solicitudes de alquiler

Recibirás solicitudes de alquiler en función de la disponibilidad de tu calendario.

3. Entrega el vehículo

Entrega el vehículo y las llaves al conductor y firma el contrato de alquiler. Sube las fotos requeridas y verifica la documentación del conductor junto a la licencia de conducir válida y vigente.

4. Recupera tu vehículo



Al finalizar el alquiler, comprueba el estado del vehículo, ajusta el precio final de acuerdo a los kilómetros recorridos y al combustible consumido y firma de nuevo el contrato.

5. Califica

Es muy importante que al finalizar el alquiler califiques al conductor. Él también te calificará a ti y a tu vehículo.



6. Recibe tu dinero

Una vez confirmada la transacción, recibirás el pago en tu cuenta bancaria en un plazo no menor a 5 días y no mayor a 20 días.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.1.4 Calidad del servicio



Componente	Objetivo
Confiabilidad	Ofrecer un servicio que cumpla al pie de la letra con el requerimiento del usuario. Brindar un producto ágil capaz de generar datos para la correcta elaboración de reportes y la toma de decisiones.
Sensibilidad	Cumplir en tiempo y forma con Dead-Lines y fechas de implementación.
Seguridad	La calidad de nuestros servicios, el nivel de atención y la capacidad profesional de nuestros empleados brinda seguridad.
Empatía	El servicio debe enfocarse en cada cliente en particular, especializando según se requiera.
Tangibles	El servicio brindado debe ser agradable a la vista del usuario que lo esté utilizando e intuitivo para mejorar la fluidez en su uso, lograremos un gran nivel de aceptación.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.1.5 Líneas de servicios

Nuestra línea de servicios es la siguiente:

PROFUNDIDAD DE LAS LINEAS DE SERVICIO	AMPLITUD DE LA MEZCLA DE SERVICIO			
	Gratuito	Servicio Básico	Servicio Medio	Servicio Premium
Publicaciones limitadas	✓			
Tiempo limitado	✓			
Gestión de publicaciones	✓	✓	✓	✓
Precio recomendado	✓	✓	✓	✓
Reserva de vehículos		✓	✓	✓
Gestión de Calificaciones	✓	✓	✓	✓
Automatización de Reportes			✓	✓
Aumento de exposición			✓	✓
Trackeo del vehículo				✓



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Detalles del servicio:

- Gestión de Cobros: se podrá gestionar los cobros efectuados a los clientes que consuman el sistema, visualizar los estados de cuenta, efectuar cobros y emitir los recibos/facturas correspondientes de dicha gestión.
- Gestión de Reservas: los clientes que consuman nuestros servicios podrán visualizar las reservas efectuadas y recibidas por el mismo. Además, la administración de la empresa podrá emitir gráficos representativos de la información disponible en el sistema, capaces de facilitar la toma de decisiones. A su vez, podrán exportar la información de reservas para controlar la facturación.
- Gestión de Clientes: Se podrá gestionar toda la información correspondiente a los clientes activos en el sistema, se podrá asignar los planes de precios, los datos geográficos, y sus vías de contacto.
- Gestión de Precios: Debido a que cada cliente que reserva como conductor, posee un precio diferente ajustado a sus necesidades, mediante este módulo podrá gestionarse los diferentes precios base recomendados para cada segmento de vehículos, facilitando el control y la gestión de los mismos.
- Gestión de Usuarios: Modulo dedicado a la gestión de usuarios habilitados a utilizar el sistema, capaz de gestionar la creación, la modificación y la baja de los diferentes usuarios.
- Gestión de Seguridad: Utilizado principalmente por el webmaster, para gestionar backup, restore y controlar los permisos para los diferentes perfiles, así como también el control de dígitos verificadores y datos encriptados.

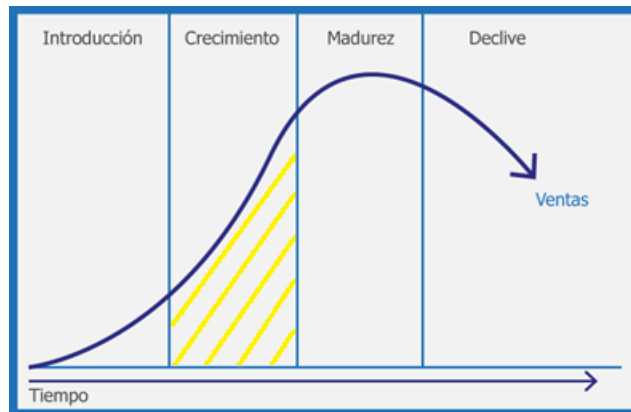
6.1.6 Ciclo de vida

Considerando que nuestro servicio actualmente existe en el mercado bajo otra modalidad, y según los estudios y análisis realizados en el presente documento se puede observar que el turismo nacional ha aumentado considerablemente los años anteriores, y se pronostican excelentes resultados para los próximos gracias a los efectos de devaluación de nuestra moneda nacional y viendo la posibilidad de una inminente

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



vacuna para la pandemia que estamos transitando, podemos determinar que nuestros servicios se encuentran en una “Etapa de Crecimiento”:



Ciclo de Vida de Productos

Ventas	Etapa del ciclo de vida del producto				
	Estrategia de mezcla de marketing	Introducción	Crecimiento	Madurez	Declinación
	Estrategia de producto	Número limitado de modelos; frecuentes modificaciones de producto	Gran número de modelos; modificaciones frecuentes del producto	Gran número de modelos	Eliminación de modelos y marcas poco redituables
	Estrategia de distribución	Distribución limitada, según el producto; esfuerzos intensivos y, con frecuencia, se requieren altos márgenes para atraer a mayoristas y minoristas	Gran número de concesionarios; esfuerzos intensivos para establecer relaciones a largo plazo con mayoristas y minoristas	Gran número de concesionarios; márgenes en reducción; esfuerzos intensos por retener distribuidores y espacio de anaqueles	Se eliminan de forma progresiva los establecimientos (outlets) no rentables
	Estrategia de promoción	Desarrollar conciencia del producto; estimular la demanda primaria, utilizar venta personal intensiva para los distribuidores; utilizar muestreo y cupones para los consumidores	Estimular la demanda selectiva; anunciar intensivamente la marca	Estimular una demanda selectiva; anunciar la marca de manera agresiva: sólida promoción para retener a concesionarios y clientes	Se elimina de forma paulatina toda la promoción
		Estrategia de fijación de precios			
		Los precios, por lo general, son altos con el fin de recuperar los costos de desarrollo (capítulo 19)	Los precios comienzan a reducirse hacia el final de la etapa de crecimiento como resultado de la presión de la competencia	Los precios continúan su caída	Los precios se estabilizan a un nivel relativamente bajo; son posibles pequeños aumentos de precio si la competencia es insignificante
Tiempo					



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Nuestros servicios, si bien son novedosos, 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.

A partir de esta definición se definen las siguientes estrategias de la mezcla de marketing para dicha etapa:

ESTRATEGIA DE MEZCLA DE MARKETING	ETAPA DEL CICLO DE VIDA DEL SERVICIO
	CRECIMIENTO
ESTRATEGIA DE SERVICIO	Numero de servicios elevados.
ESTRATEGIA DE PRECIO	Los precios comienzan a reducirse hacia el final de la etapa de crecimiento como resultado de la presión de la competencia.
ESTRATEGIA DE PROMOCION	Estimular la demanda selectiva; anunciar intensamente la marca.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.1.7 Marca

6.1.7.1 Descripción general de la Marca

EL nombre seleccionado es Car Connect.

Buscamos un nombre que fuera corto, fácil de recordar y que se base en la simpleza de nuestros servicios, en este caso nos orientamos a la frase “Car Connect” del idioma Ingles, que hace referencia a la conexión que se produce entre las partes al momento de concretar un alquiler. De esta manera, logramos obtener las siguientes características:

- Inconfundible.
- Original.
- Posicionable.
- Consistente.
- Sinérgica.
- Describe el uso o parte del producto que brindamos.
- Fácil de pronunciar.
- Fácil de reconocer.
- Memorable, fácil de recordar.



Adicionalmente al nombre, el logotipo también es de suma importancia a la hora de diferenciar y posicionar a la empresa, por tal motivo se realizó el mismo sin dejar de lado lo antes mencionado.

6.1.7.2 Logotipo

El logotipo (vulgarmente conocido como logo) es un elemento gráfico que identifica a una entidad ya sea pública o privada y lo que distingue a una marca

Para que un logotipo resulte congruente y exitoso, una manera de conforme al principio fundamental del diseño donde «menos es más», la simplicidad permite que sea:

1. Legible - hasta el tamaño más pequeño
2. Escalable - a cualquier tamaño requerido
3. Reproducible - sin restricciones materiales
4. Distinguible - tanto en positivo como en negativo
5. Memorable - que impacte y no se olvide

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



El logotipo puede ser el eje afirmador de la propiedad privada a través del hecho de la autoría.

Un logotipo se diferencia por:

- La funcionalidad de un logotipo radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se requiere, como, por ejemplo: *Somos una empresa responsable o este producto es de alta calidad*, y para el logro de esto se requiere del uso de colores y formas que contribuyan a que el espectador final le dé esta interpretación.
- Un logotipo, en términos generales, requiere del apropiado uso de la semiótica como herramienta para lograr la adecuada comunicación del mensaje y la interpretación por parte del espectador más cercana a este mensaje. Así por ejemplo un círculo amarillo puede interpretarse de diferentes formas y dársele diferentes significados como *sol, moneda, huevo, queso* u otros, mientras que si se encuentra adyacente a la palabra "banco" ambos elementos, el círculo amarillo y la palabra banco, toman un solo significado: "Institución Bancaria". Es decir, el logotipo, al momento de representar una entidad o grupo de personas, lo más apropiado es que mantenga congruencia semiótica entre lo que se entiende y lo que realmente busca representar.

De esta manera, para referenciar a nuestra marca con un logotipo fácil de recordar y esté relacionado con nuestro nombre, hemos seleccionado y utilizado el siguiente logotipo:



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Como podemos observar el logo está formado por un dibujo, el cual identifica el mercado de nuestro emprendimiento fácilmente con vehículos en alquiler.



6.1.7.3 Registración de la Marca

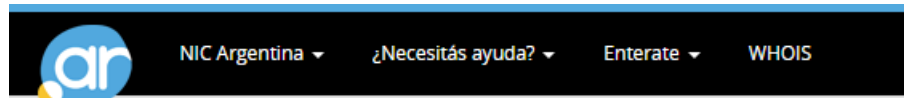
A través de NIC Argentina (www.nic.ar), organización bajo la jurisdicción de la Dirección Nacional de Registro de Dominios de Internet, que tiene la responsabilidad de administrar el dominio de nivel superior .ar, además del registro de nombres de dominio de internet de las personas físicas y jurídicas.



A través de este sitio solicitamos la comprobación de disponibilidad del nombre de la marca para el sitio web que se desarrollará.

Luego de realizar la comprobación podemos afirmar la disponibilidad del nombre del sitio web.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



[Home](#) / [Dominio disponible](#)

Dominio disponible

Disponible

[Carconnect.com.ar](#)

El dominio se encuentra disponible.

6.2 Estrategia de Precios

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



6.2.1 Análisis de precios

Para que nuestro negocio sea rentable y perdurable en el tiempo las ganancias que provienen de la contratación de nuestros servicios deben ser mayores a los costos fijos y variables para la producción de los mismos. Si ignoramos la importancia de la demanda y decidimos el precio de nuestros servicios en mayor grado, sólo sobre la base de los costos, podemos llegar a determinar precios demasiado altos para el mercado objetivo, reduciendo o eliminando así las ventas. Por otra parte, estos también pueden ser demasiado bajos, ocasionando que la empresa obtenga un rendimiento menor que el que debiera. No obstante, los costos deben ser parte de cualquier determinación de precios, así sea sólo como un método secundario bajo el cual los servicios no deben tener un precio a largo plazo.

6.2.1.1 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.

Entre los costos fijos de la organización tendremos en cuenta los siguientes:

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Alquiler de oficina
Luz
Gas
Teléfono
Internet
Agua.
Impuestos.
Gestión contable (Consultora)
Insumos
Sueldos

Costos como los sueldos del personal de la compañía, impuestos que debemos pagar por realizar nuestra actividad, el alquiler de la oficina donde operaremos y los servicios de Internet que deberemos pagar para poder realizar el mantenimiento de nuestro sitio Web, los servicios generales e insumos son costos fijos para nuestro negocio ya que no dependen del volumen de producción de servicios que tengamos.



6.2.1.2 Costos variables

Los costos variables representan los costos asociados al nivel de actividad que exista, si los negocios aumentan los costos variables aumentan, por lo cual son aquellos costos que son directamente proporcionales a la producción.

Entre los costos variables de la organización tendremos en cuenta los siguientes:

Licencias de Software.
Reparación de PC / Hardware.
Capacitaciones del personal
Publicidad.
Promociones o beneficios realizados
WEB Hosting
Servicios Cloud

Costos como las promociones que se desarrollarán, como las capacitaciones del personal y los servicios de hosting, dependerán de la cantidad de servicios que desarrollemos y del impacto de la aplicación en el mercado.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.2.1.3 Conclusión de costos

En una primera aproximación sobre el análisis de los costos, sin tener en cuenta el valor de los mismos, podemos ver que no tenemos una estructura grande de costos que puedan afectar primeramente a nuestro negocio, Dado que estos son los mismos que cualquier negocio debe afrontar.



6.2.2 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 elección de cada cliente en base al tipo de servicio seleccionado.

Servicio	Descripción	Precio Competencia	
		Budget	Hertz
Básico	Reservación auto chico + Seguro básico	\$2585/dia	\$2745/dia
Medio	Reservación auto mediano + Seguro con ciertas restricciones + GPS	\$4100/dia	\$4500/dia
Premium	Reservación auto lujoso + Seguro Full + GPS + Tanque lleno	\$6250/dia	\$6100/dia

6.2.3 Análisis sensibilidad del cliente

La sensibilidad al precio de los clientes es un factor a tener en cuenta a la hora de establecer una estrategia de precios. Por este motivo, para realizar este análisis nos basamos en el análisis del perfil de cliente realizado en el punto 4 y el grado de penetración de la competencia.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Nuestro mercado meta, en relación con el servicio posee una sensibilidad altamente atada al precio, esto se debe a que estamos apuntando a un sector del mercado el cual no dispone o requiere de invertir mucho dinero en soluciones tecnológicas, por ello apuntamos a ofrecer un producto gratuito, por sobre el cual brindaremos servicios, haciendo la propuesta de precios muy atractiva posibilitando una gran cantidad de nuevos clientes.

6.2.3.1 Efecto de los sustitutos percibidos

El efecto de los sustitutos percibidos afirma que los compradores son más sensibles al precio cuando más alto sea el precio del producto con relación a los precios de los sustitutos percibidos por los compradores. Al ser un servicio con productos específicos, no es fácil para nuestros clientes percibir sustitutos adaptables a sus necesidades de mercado debiendo de esta manera adaptarse al precio ofrecido por empresas de este rubro.

6.2.3.2 Efecto del valor de carácter único de un servicio

El efecto del valor de carácter único de un servicio indica que los compradores se muestran menos sensibles al precio de un producto cuanto más valoran cualquier atributo único que lo diferencia de los servicios de la competencia. En nuestro caso, dado que nuestra diferenciación parte de la política de la plena satisfacción del cliente y del ofrecimiento de servicios complementarios para facilitar las operaciones de este, se espera que no sea sensible al valor en este aspecto.

6.2.3.3 El efecto del costo de cambio

Este efecto afirma que los compradores se muestran menos sensibles al precio de un servicio cuanto mayor sea el costo (monetario o no) de cambiar de proveedor. En este sentido, como no poseemos competencia directa en el ofrecimiento de vehículos bajo la metodología de economía colaborativa, nuestros clientes no experimentarían el efecto del costo de cambio en este sentido.

6.2.3.4 El efecto de la comparación difícil

Este efecto afirma que los compradores se muestran menos sensibles al precio de un proveedor conocido o renombrado cuando tienen dificultades para comparar alternativas. Se puede observar que la comparación realizada por nuestros clientes puede ser simple a la hora de verificar los precios de los productos en alquiler. Sin embargo, puede resultar dificultosa a la hora de la comparación del tipo de servicio otorgado por cada proveedor siendo este al que se le debe hacer foco para la diferenciación demostrando en cada oportunidad nuestras cualidades.

6.2.3.5 El efecto precio-calidad

Este efecto afirma que los compradores son menos sensibles al precio de un servicio en la medida en que un precio más alto sugiere una mejor calidad. Al ser los servicios ofrecidos en alquiler similares en prestaciones

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

a las tradicionales empresas de alquiler de vehículos, se estima que este efecto será percibido en el sentido de que al tener un producto similar un precio mayor, el cliente percibirá una calidad mayor en el servicio.

6.2.3.6 El efecto del gasto

Este efecto afirma que los compradores se muestran más sensibles al precio cuando el gasto es más importante, tanto monetariamente como en porcentaje de los ingresos. Al ser un servicio requerido para el ocio del demandante, se espera que no sean sensibles en este sentido. De cualquier manera, es necesario realizar un análisis del mercado meta y así conocer cuánto una persona estará dispuesta a gastar según sus ingresos.

6.2.3.7 El efecto del beneficio final

Este efecto afirma que cuanto más sensibles sean los compradores al coste del beneficio final, más sensibles se mostrarán al precio de los servicios que contribuyen a dicho beneficio. Por otra parte, los clientes son más o menos sensibles si el precio de la compra representa una porción mayor o menor del coste total del beneficio final. En este sentido se observa una sensibilidad considerable debido a que el gasto del cliente en lo que ofrece nuestra empresa representa un costo considerable sobre beneficio total. Sin embargo, se deben considerar los beneficios otorgados a este para su operatoria diaria.

6.2.3.8 El efecto del costo compartido

Este efecto afirma que los compradores son menos sensibles al precio cuando parte del coste es compartido con otros. En este punto se cree que la sensibilidad será baja debido a que puede considerarse que el costo puede ser compartido por todos los ocupantes del vehículo.



6.2.3.9 El efecto de equidad

Este efecto afirma que los compradores son más sensibles al precio de un servicio cuando éste se ubica fuera de la gama de lo que consideran “justo” o “razonable” dado el contexto de compra. La sensibilidad es baja en este sentido al ser el servicio ofrecido similar entre todos los competidores, pero diferente en la metodología.

6.2.4 Estrategia de precio

- Fijación de precios por penetración

En este tipo de fijación, se establecen precios relativamente bajos al resto del mercado para poder lograr una incursión rápida en el mercado masivo.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

- Descremar los precios

Es una fijación de precios mediante la cual una empresa cobra un alto precio de introducción, a menudo atado a una fuerte promoción.



- Fijación de precios por status o neutral

Es una fijación de precios por status o de igualación a la competencia, es decir, fijar un precio idéntico o muy parecido al de la competencia. Esta estrategia es más simple, pero tiene la desventaja que puede ignorar la demanda, el costo o ambas.

Luego de analizar los puntos anteriores y teniendo en cuenta que nuestra empresa es nueva en el mercado, sumado a la calidad y diferenciación de nuestros servicios, elegimos la estrategia de fijación de precios neutral, la cual nos indica salir al mercado igualando los precios de la competencia. Se descartan estrategias alternativas como la de penetración ya que la misma requiere de una gran estructura financiera y es utilizada normalmente por grandes empresas

6.2.5 Lista de precios

Servicio	Descripción	Precio	
		Car Connect	
		Propietario	Conductor
Básico	Reservación auto + Seguro Full	Gratuito primeras 3 reservas, luego 3% del valor diario publicado	10 % del total de la reserva
Medio	Reservación auto + Seguro Full + Mayor exposición + Envío de reportes	5% del valor diario publicado	
Premium	Reservación auto + Seguro Full + Mayor exposición + Envío de reportes + Tracking del vehículo	10% del valor diario publicado	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.3 Estrategia de promoción

En este punto se desarrollan las estrategias del marketing mix a través de los 4 elementos internos básicos que debe contar el negocio: producto, precio, distribución y cim.

6.3.1 Mix de promoción

Se determinó una mezcla de promoción con las siguientes características:



6.3.1.1 Publicidad

Para poder llevar a cabo la estrategia de promoción de los servicios que ofrece nuestra organización se definió utilizar estrategias de publicidad online.

A partir de que nuestro presupuesto que al principio es relativamente bajo, realizamos un estudio de las páginas de internet y revistas destinadas al rubro y actividad de turismo que más gente convocan e invertiremos en ellas:

6.3.1.1.1 Publicidad Offline

Medio	Descripción
	Publicitando es una revista publicitaria que cuenta con más de dos décadas de experiencia en el mercado. Publicitando se reparte todos los meses y cuenta con un tiraje de 20.000 (20 mil) ejemplares mensuales. Esto nos permitirá posicionarnos en el colectivo de la gente.
	El clasificado de Clarín nos permite crear anuncios que se publican en la prensa (periódicos o revistas) y en medios digitales para ofertar nuestros servicios. Este medio nos da la posibilidad de crear un anuncio acerca de nuestra empresa y seleccionar que días se publicarán, obteniendo beneficios al contratar varios días de anuncios. A la fecha, un anuncio de estas características tiene un valor aproximado de \$800 diario.
 Merchandising oficial	Se regalarán pendrives y llaveros que promocionen a nuestra empresa, los cuales serán entregados a nuestros clientes potenciales. Todos estos productos tendrán nuestro logo y medios de contacto con nosotros.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.3.1.1.2 Publicidad Online

La estrategia de comunicación online diseñada para captar clientes por Car Connect se divide en varios canales de comunicación que se utilizaran para llegar a los potenciales clientes. En este caso las vías de comunicación a utilizar serán:

- Internet
 - ✓ Buscadores
 - ✓ Redes sociales
 - ✓ Portales web más importantes
- Televisión
- Radio

Buscadores:



Dentro de las posibilidades que nos ofrece internet para realizar la planificación de nuestra estrategia de comunicación, encontramos la posibilidad de publicitar a través de buscadores realizando sugerencias que se generan por las búsquedas realizadas por los usuarios. Para atraer clientes a la página web de la empresa a través de los buscadores, Car Connect contratara el sistema de Google adwords de google, el cual permite que aparezcan anuncios de nuestra empresa en todas las aplicaciones del grupo Google. Para contratar este sistema, se debe establecer un presupuesto diario máximo. El costo es de 10 centavos de dólar por Click y el costo mínimo diario de la campaña es de 5 dólares (\$ 40 diarios aproximadamente).

Redes sociales:

Las redes sociales son una nueva herramienta que representa un porcentaje importante de las personas que conocerán nuestro servicio a través de la web, en publicidades ofrecidas según sus características demográficas y psicográficas. Las redes sociales elegidas para esto son las siguientes:

- **Facebook**

Facebook Business Manager, una herramienta de gestión destinada a facilitar el trabajo a grandes marcas y agencias. Desde una misma plataforma, el nuevo Facebook Business Manager permite gestionar diversas páginas, grandes cuentas de anuncios, aplicaciones y permisos.


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Esta herramienta ha sido descrita por Facebook como el núcleo desde el que se puede llevar a cabo un mejor control de la organización, a través de la unificación de cuentas de ads, páginas y apps. Lo concentra todo en un mismo lugar, permitiendo un acceso rápido a la información y una gestión eficiente de cada área. Esto permite ahorrar tiempo y esfuerzo a la hora de manejar múltiples páginas en Facebook.

Entre las diferentes ventajas de las que nos podemos aprovechar, se encuentran las siguientes:


- **Control:** mostrar todas las páginas, cuentas de ads y aplicaciones relacionadas con tu negocio (marca o agencia).
- **Gestión de equipo:** permite gestionar los miembros del equipo que tienen acceso a estas áreas.
- **Gestión de agencias:** muestra a cualquier persona o compañía externa que tenga acceso a las diferentes secciones, como por ejemplo agencia de redes sociales, agencia creativa, agencia de medios...
- **Gestión de permisos:** asignar labores (con diferentes niveles de acceso) a miembros del equipo en campañas distintas (creador, analista...)
- **CRM:** permite combinar los IDs de usuarios obtenidos a través de las diferentes apps.
- **Gestión de medios:** permite añadir o eliminar cuentas de ads enlazadas con una compañía, así como aceptar o revocar permisos para acceder a las mismas.
- **Creación de campañas:** acceso directo tanto al Ads Manager como al Power Editor.

El gasto en publicidad en Facebook, Instagram y Audience Network está relacionado con su presupuesto, con el modo en que entregamos el anuncio y con las opciones por las que eliges que se te cobre.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	Sede: Centro
Negocio: Car Connect				

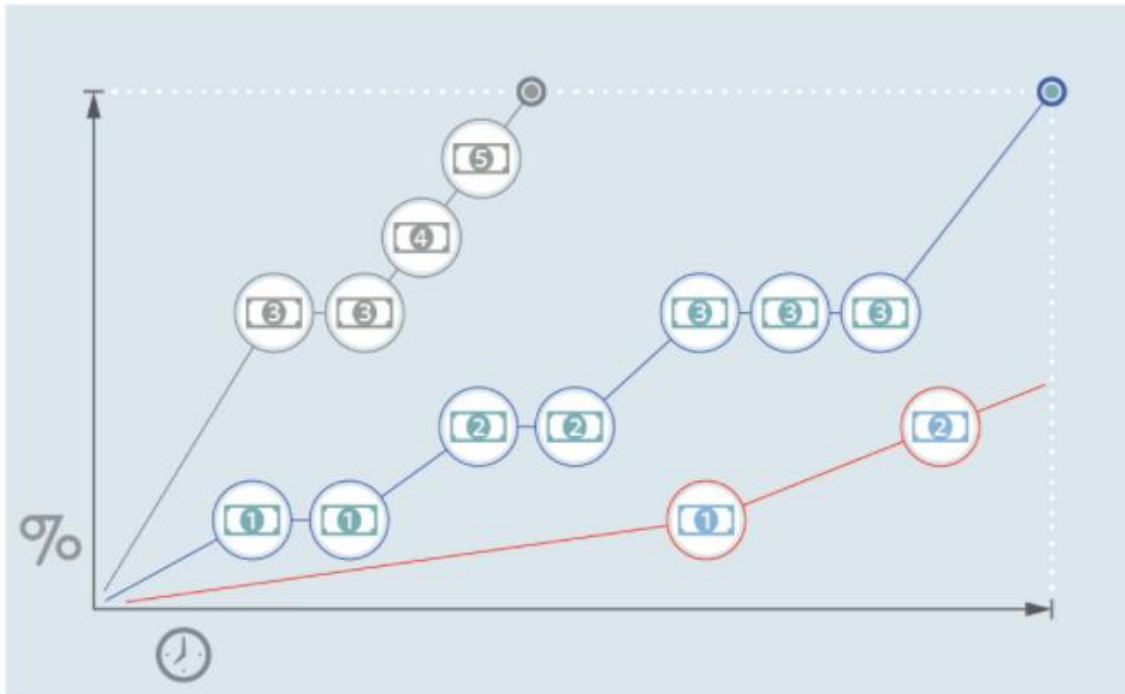
Car Connect

Rent a Car



BEST

PRICE





Cada línea representa un conjunto de anuncios con un presupuesto de \$15 USD.

La línea gris es un ejemplo del gasto arrebatado del presupuesto. (También podría representar la entrega acelerada, que en algunos casos puede ser preferible).

La línea azul ilustra una manera óptima de gastar el presupuesto.

La línea roja ilustra una manera demasiado conservadora de gastar el presupuesto.

En el caso de los conjuntos de anuncios de las líneas gris y azul se gasta todo el presupuesto. Sin embargo, la gris obtiene menos resultados, porque no se redujo la puja y se termina de gastar el presupuesto mucho antes de que finalice el tiempo de ejecución de los conjuntos de anuncios. Esto dio lugar a menos resultados que costaron más. El conjunto de anuncios azul redujo la puja en el momento adecuado (y por ello obtiene resultados más económicos que el conjunto gris) y gasta el presupuesto de manera uniforme, lo que se traduce en más resultados a un menor costo. La línea roja reduce la puja demasiado y no participa en suficientes subastas, Terminó con menos resultados y le sobró presupuesto.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Precios:

En base a lo explicado anteriormente podemos determinar que el precio de publicación es variable, el estimado luego de un ejercicio arroja como resultado que una campaña de 1 mes con un target específico seleccionado podría costar alrededor de U\$S 150.



En un principio seleccionamos la opción de Publicidad Continua que nos brinda Facebook que sigue los principios de costo fijo por cantidad de clics. Esta publicidad tiene un costo de AR\$ 140 mensuales y aparece en la sección de noticias de los dispositivos móviles y web.

- **Linkedin For Business**

Crearemos un portal digital en LinkedIn donde todos nuestros contactos profesionales puedan encontrarnos fácilmente y puedan ver el detalle de nuestros servicios, donde estamos, y los clientes con los que trabajamos.



El procedimiento es muy sencillo y además, gratuito:

Para crear una página de empresa:

1. Haz clic en el icono  Empleos en la parte superior derecha de tu página de inicio de LinkedIn.
2. Haz clic en  Crear una página de empresa.
3. Escribe el nombre de la empresa y selecciona una URL. Todas las URL de páginas de empresa tendrán la siguiente sintaxis: [linkedin.com/company/\[NOMBRE DE TU EMPRESA\]](https://www.linkedin.com/company/[NOMBRE DE TU EMPRESA]).
 - El nombre de tu página de tu empresa no tiene por qué ser exclusivo, pero la URL pública de tu página no puede ser igual que otra ya existente en LinkedIn. Los miembros de LinkedIn y los motores de búsqueda usarán esta URL única para encontrar tu página.
 - A continuación te detallamos los requisitos de las URL de páginas de empresa.
4. Marca la casilla de verificación para confirmar que tienes derecho a representar a la empresa y a crear la página.
5. Haz clic en el botón Crear página.
 - Si no tienes ninguna dirección de correo electrónico confirmada asociada a tu cuenta de LinkedIn, se te pedirá que [añadas una y la verifiques](#).
6. Haz clic en Comenzar en la página de bienvenida para empezar a modificar la página de tu empresa.
 - Un mensaje de error rojo podría aparecer si tienes [problemas al añadir un perfil de empresa](#).

URL de tu página de empresa:

- Debe contener al menos un carácter no numérico.
- Puede incluir letras minúsculas, números, guiones y caracteres Unicode en japonés, coreano o chino (CJK).
- No puede incluir más de un guion seguido (p. ej., «nombre--empresa») ni tampoco guiones al principio ni al final (p. ej., «-nombre-empresa» o «nombre-empresa-»).

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Publicidad en LinkedIn:

Publicidad de creación propia de LinkedIn te permite fijar tu presupuesto para campañas.

Puedes controlar el coste de tu campaña de 2 modos:

Estableciendo presupuestos (el importe máximo total que quieres gastar al día).

Estableciendo pujas (el importe máximo que quieres pagar por cada clic o 1.000 impresiones). Hay 2 opciones de puja:

- Pago por clic (CPC): Especifica la cantidad máxima que estás dispuesto a pagar por clic (ejemplo: 3,00 USD por clic) y establece un presupuesto diario para fijar el importe máximo que estás dispuesto a gastar diariamente.
- Pago por 1.000 impresiones (CPM): especificar un coste determinado por cada 1.000 veces que tu anuncio se muestre, con independencia de cuántos clics reciba. Esta es una buena opción si valoras más el número de veces que se muestra tu anuncio que el número de clics.

Para ambos tipos, el Administrador de campaña te muestra una escala de puja sugerida que representa una estimación de las pujas actuales de otros anunciantes que se dirigen al mismo público.

En general, cuanto más elevada sea tu puja en este rango, más probabilidades tendrás de recibir impresiones y clics.

Coste mínimo para publicidad en el Administrador de campaña:

- presupuesto diario de 10 USD: por campaña.
- presupuesto total de 10 USD: por campaña (una función opcional de contenido patrocinado).
- puja mínima de 2 USD: por CPC o CPM.

Tu campaña no podemos garantizar vaya a gastar tu presupuesto diario cada día. Se te factura por la cantidad de actividad de que tu campaña recibe real.

¿Qué determina con qué frecuencia se muestran tus anuncios?

- Tu puja CPC o CPM.
- Historial de rendimiento de tu campaña (CTR). Una vez que se te agote el crédito, te factura periódicamente por las impresiones / clics del anuncio. Continuarás siendo facturado hasta la fecha de finalización de la campaña o hasta que lo desactives manualmente en.

Portales web:

Los portales web son sitios donde los usuarios suelen dedicar bastante uso del total asignado a la navegación en internet. Por este motivo se consideran como propuestas interesantes para ofrecer nuestros servicios a través del cuarto canal. Los sitios seleccionados son los siguientes:

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

- Anuncios en la página Mi Guía Argentina(<https://miguiaargentina.com.ar/>), eligiendo como por ejemplo la sección: “Transporte en Argentina”. El público será cualquier persona que ingrese a la página directamente o enlazada desde otra página, o el motor de búsqueda de cualquier navegador. El servicio que brinda este sitio es gratuito y tiene una duración de hasta 3 meses con la posibilidad de renovación.
- Anuncios clasificados en el sitio Miles de clasificados (<https://www.milesdeclasificados.com/vehiculos/automoviles>) el cual nos permite publicitar nuestro servicio de manera gratuita y de manera muy sencilla.
- *Sitio Web Propio*: Por este medio se dará a conocer nuestra empresa y los servicios brindados. De la empresa, se mostrará al cliente las razones por las cuales debe confiar en nuestra firma, contando los objetivos que persigue, el staff que la componen y la experiencia con que se cuenta. Respecto a los servicios, se brindará información detallada de los mismos, con imágenes y videos, para lograr que el cliente conozca a fondo los servicios que comercializamos. Por este mismo medio, se ofrecerá promociones y descuentos para captar clientes. Todo esto permite una gran penetración en el mercado a bajo costo. Para llevar a cabo esta estrategia, se utilizará los recursos propios tanto para realizar la página web, como para alojar el sitio, y se contara con el dominio www.carconnect.com.ar



Televisión:

La televisión sin dudas es uno de los canales más interesantes a la hora de ofrecer nuestra campaña publicitaria y de comunicación, así como también representa el medio más caro.

Antes de emitir ninguna decisión apresurada en función de precios podemos realizar el siguiente análisis para considerar este medio:

Posiblemente al ingresar al mercado Car Connect no cuente con los fondos recaudados suficientes para realizar una inversión en publicidad de semejante magnitud como las que es sabido ofrece la televisión. No obstante, consideramos al analizar nuestras estrategias comerciales, que una vez posicionados en el mercado nos concentraremos en aumentar la fidelización de nuestros clientes, buscando consolidar una marca. Posiblemente en este momento del ciclo de vida de nuestra empresa, los presupuestos con los que contemos para las estrategias de comunicación y marketing serán mayores a los obtenidos al ingresar al mercado. Por este motivo consideramos analizar los beneficios obtenidos por realizar publicidad a través de la televisión, como un aspecto clave de nuestra planificación para la estrategia de comunicación.

Teniendo en cuenta la gran cantidad de potenciales clientes que utilizan este medio de entretenimiento al regresar al hogar luego de la jornada laboral consideramos que la inversión necesaria sería correctamente utilizada.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Radio:

Car Connect considera la radio como un canal de comunicación interesante en función de la relación de costo beneficio, teniendo en cuenta que gran cantidad de potenciales clientes pasajeros y/o propietarios, pertenecientes a nuestro mercado objetivo, sintonizan programas de radio que ofrecen espacios publicitarios con costos accesibles.

Conclusión:

Se considera como aspecto clave para la estrategia de comunicación y marketing orientada a clientes el uso de 3 canales principales: internet, televisión y radio. Luego de realizado el correspondiente análisis de costos y beneficios que ofrece cada canal se considera que:

Internet será el medio indicado para crear comunicación y captar clientes en el momento de ingresar al mercado, utilizando buscadores redes sociales y portales de entretenimiento.

Radio: será el canal adecuado para comenzar a posicionarse en el mercado de manera positiva y captar la atención de nuevos clientes en horarios específicos donde nuestros potenciales clientes sintonicen las diferentes frecuencias y en las cuales formen en gran medida la audiencia principal.

Televisión: siendo el medio más caro para presentar nuestras campañas publicitarias, será un canal clave una vez que nuestra empresa se encuentre posicionada en el mercado, y se encuentre en un momento avanzado del ciclo de vida de la organización. La televisión es una herramienta fundamental para comenzar a gestar el proceso de branding.



6.3.1.2 Promoción de ventas

Dado a que somos una empresa en crecimiento, centraremos nuestras promociones de ventas en una estrategia de exposición alta, con plena asistencia en congresos de emprendedores, ferias de tecnología y ciencia:



Sitio Web: www.endeavor.org.ar/

La Experiencia Endeavor es el punto de encuentro del mundo emprendedor en un espacio pensado para el networking, la inspiración y la capacitación. La Experiencia recorre el país ofreciendo charlas

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

con speakers nacionales e internacionales, encuentros con empresas e inversores, paneles con expertos y talleres con diferentes temáticas.



RED PYMES

- Sitio Web: <http://www.redpymes.org.ar/>

La red PyMES se apunta a constituir un espacio de generación y vinculación permanente entre el conocimiento y la práctica concreta, estableciendo un ciclo de retroalimentación que fortalece el desarrollo de las investigaciones, contribuyendo a una mejor comprensión de la dinámica de la tecnología y el cambio estructural e institucional tanto a nivel de la empresa individual como de las redes de firmas y de empresarios y de la economía en su conjunto.



6.3.1.3 Descuentos Iniciales

Brindaremos descuentos tanto a los propietarios como a los demandantes de vehículos. A los propietarios que estén interesados en ofrecer por primera vez su vehículo, le ofrecemos la posibilidad de publicar el mismo y no experimentar comisiones por el uso de la plataforma en las primeras 3 reservas. En cuanto a los conductores, las reservas realizadas durante el primer mes de uso de la plataforma se ofrecerán sin gasto por uso de la misma. De esta forma, abriremos nuestra cartera de clientes, atrayendo a los propietarios y que ofrezcan sus vehículos, los cuales son el motor de nuestro negocio, y lograremos demostrar la calidad de nuestros servicios a ambas partes, posibilitando nuevas oportunidades de negocio.

6.3.1.4 RR PP

Para hacernos visibles en el mercado, y generar buenas relaciones con nuestros clientes, tenemos planeada una agenda de eventos a los cuales sería beneficioso asistir:

CITI CONGRESOS
INTERNACIONALES DE
TURISMO IDIOMÁTICO

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

SEA - Asociación de Centros de Idiomas de la República Argentina, es una entidad sin fines de lucro, fundada en 1993, con el propósito de compartir intereses y problemas comunes de las instituciones de idiomas de todo el país. Actualmente, está integrada por más de 140 centros de enseñanza. En Argentina, es el único foro de encuentro de representantes de centros de idiomas, institutos y universidades, que existe en la Argentina. La Asociación tiene alcance nacional, con regionales distribuidas en Buenos Aires, Córdoba, Cuyo, Patagonia, Norte y Litoral.

SEA organiza el I Congreso Internacional de Turismo Idiomático en colaboración con la Agencia Córdoba Turismo, institución del Gobierno de la Provincia de Córdoba, y con el apoyo del Ministerio de Turismo de la Nación y el Instituto Nacional de Promoción Turística. El Congreso es reconocido por la organización ICCA (International Congress and Convention Association), adoptando así formalmente su carácter internacional.





FIT América Latina, la reunión de negocios más esperada por el turismo mundial. Este año se desarrollará desde el sábado 12 al martes 15 de diciembre, en la Rural Predio Ferial de Buenos Aires. Los principales protagonistas del sector turístico se reunirán en una nueva y especial edición, ante más de 90 mil visitantes entre profesionales del sector y público calificado.

Un marco de competitividad y crecimiento potencia a la Feria Internacional de Turismo como la mejor oportunidad de expandir sus objetivos de negocios en la industria que más crece globalmente.

Seremos parte, de esta posibilidad de consolidarnos en mercados internacionales y regionales, renovando la oferta y las tendencias del negocio en un contexto original.

Como expositor en FIT, usted podrá:

- Concretar nuevas metas para su empresa.
- Establecer socios estratégicos y proveedores.
- Potenciar servicios y productos.
- Realizar lanzamientos especiales.
- Expandir áreas de negocios.
- Generar nuevas relaciones comerciales.
- Realizar estudios de mercado.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Dentro de estos eventos, nuestras intenciones son de realizar merchandising de nuestra empresa, regalando llaveros y pendrives con nuestro contacto, de esta forma expandiremos nuestros canales de exposición, generaremos nuevos clientes y obtendremos mayor cantidad de visitas en nuestro sitio web.

Por otro lado, 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. Nuestro mercado meta está orientado al sector de turismo.

La empresa generará diferentes eventos, con el fin de mostrar cómo funciona internamente la organización, sus servicios, sus objetivos y misión. Estos eventos serán destinados al sector, por este medio se tratará de efectuar relaciones comerciales más cordiales y duraderas, implementando las mismas a través de desayunos empresariales o almuerzos. El sector de relaciones públicas será el responsable de difundir dichos eventos para lograr difundirlos dentro de los principales medios de comunicación.

6.3.1.5 A.I.D.A.

	Atención	Interés	Deseo	Acción
Publicidad	Publicidad en las páginas web y las revistas, creación de nuestra página y difusión.			Uso de medios WEB y Revistas para publicar. Posicionamiento en motores de búsqueda.
Relaciones Publicas	Demostraciones en vivo, regalo de merchandising.			Asistencia a congresos y ferias internacionales.
Promoción de Ventas	El interés se debe despertar con una oferta. Es importante que el interés se oriente hacia los servicios que se brinda, especialmente en la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes. Una forma frecuente de despertar interés es contando historias de otros clientes satisfechos.			

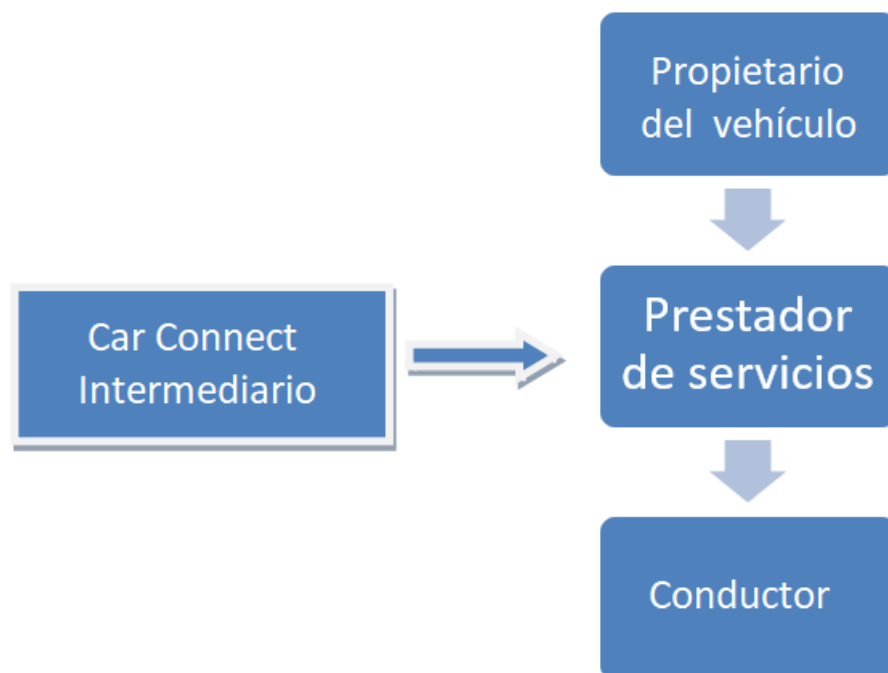
	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



6.4 Estrategia de Distribución

Los canales de marketing facilitan el movimiento físico de los productos de una ubicación a otra, con lo que representan un “lugar” o “distribución” en la mezcla de marketing y abarcan los procesos relacionados con tener el *producto apropiado* en el *lugar preciso* en el *momento oportuno*.

6.4.1 Canales

Al ser una empresa dedicada a la prestación de servicios para personas que requieran un vehículo por un periodo corto de tiempo, nos encontramos en un canal del tipo minorista siendo un intermediario dentro del canal de distribución debido a que nos encontramos entre los clientes que ofrecen sus automotores y el usuario final de este (demandante del servicio de alquiler).



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

6.4.2 Función de canales

6.4.2.1 Funciones de transacción

Debido a que es nuestro cliente quien organiza la contratación del servicio y se encarga de encontrar al cliente final para poder hacer uso del servicio, Car Connect no realiza grandes funciones de transacción en el canal en este aspecto. Su función principal se basa en ser el intermediario entre ambas partes para que lleguen a un acuerdo y ambos puedan beneficiarse del mismo.

6.4.2.2 Funciones de logística

Car Connect no almacena ni distribuye productos ni los vehículos ofertados, motivo por el cual, la logística no se encuentra dentro de las funciones de la empresa.

6.4.2.3 Funciones de facilitación

El vínculo con el cliente será un factor determinante para lograr el éxito. Por brindar un servicio adaptado a las necesidades del cliente, el vínculo que debemos construir de cara a los usuarios debe ser amplio, interesados en las necesidades particulares y abocados a darles soluciones puntuales a sus requerimientos específicos.



6.4.3 Cuarto canal

El advenimiento de la tecnología a las operaciones diarias y la comercialización, trae aparejado una evolución en las características y pretensiones de los consumidores en cuanto a los canales de distribución. La sociedad está en general cada vez más acostumbrada a realizar compras o contratar servicios “en línea”, tanto en productos de consumo como de negocio. Se destacan los “portales” generales donde se pueden encontrar diversos tipos de productos y particulares de negocios.

Car Connect está al tanto de este fenómeno por lo que se encuentra en pleno desarrollo de una herramienta destinada a ofrecer la posibilidad de autogestión por parte de sus clientes meta. Dentro de las ventajas que se perciben para el cliente en este nuevo canal podemos destacar la posibilidad de gestión en el momento deseado, acceso global, visibilidad de características ofrecidas de cada vehículo, disponibilidades, visualización de imágenes del mismo, precios actualizados, descarga de documentación, comodidad, etc. Por otro lado, ofrece una mayor eficiencia interna, expande el mercado y reduce tiempos, costos y personal necesario para la operatoria diaria.

6.4.4 Logística

Debido a que Car Connect, ofrece un servicio a sus clientes, no es posible establecer una estrategia de logística.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

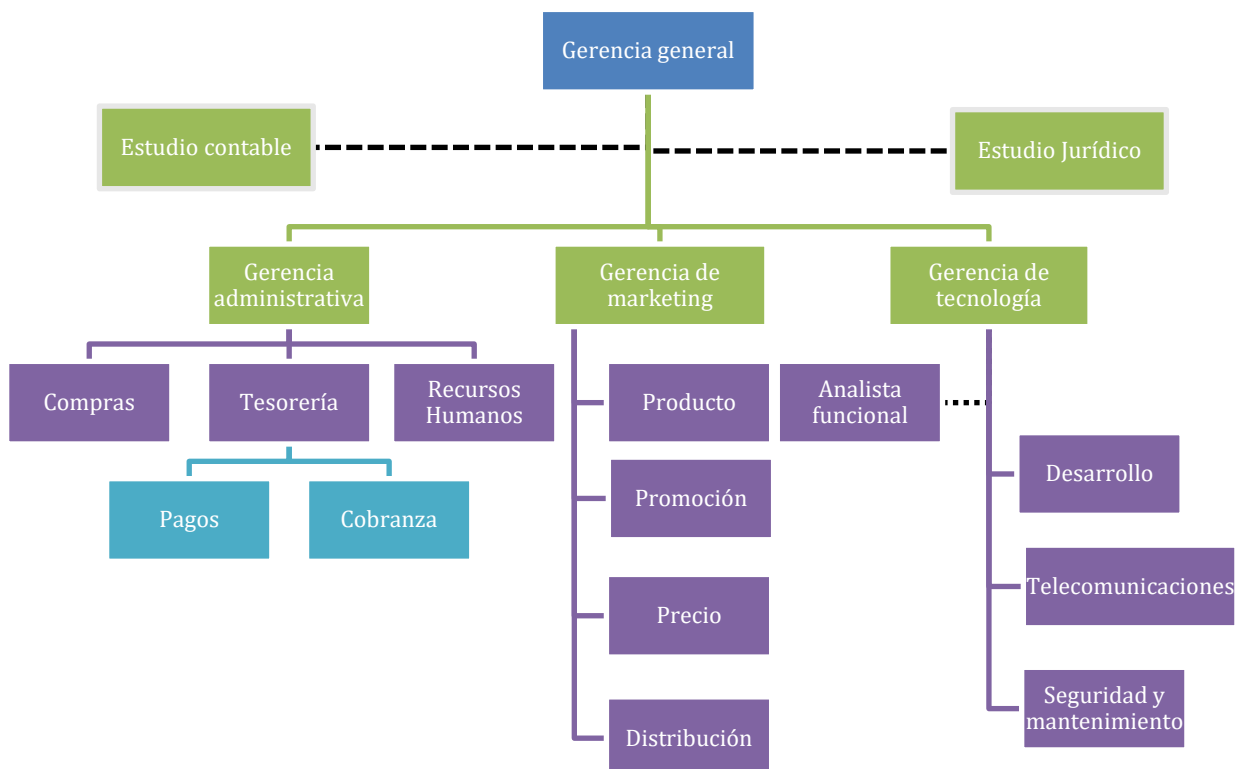
7. ORGANIZACIÓN REQUERIDA

7.1. Estructura

Debido a que es una empresa joven y de pocos niveles jerárquicos, Car Connect posee una estructura funcional para su organización. Al poseer una estructura con poca profundidad, la comunicación es principalmente horizontal, rápida y normalmente sin intermediarios. Este tipo de estructura agrupa tareas y actividades por función de negocios y promueve la especialización de trabajo en los diversos niveles; Esto permite una mejor supervisión técnica, pues cada cargo responde ante expertos en su campo de especialización. Por otro lado, una estructura funcional permite una rápida toma de decisiones; Elemento fundamental para una rápida respuesta a los cambios y a la adaptación a las necesidades del cliente.

7.1.1 Organigrama

El siguiente organigrama representa la estructura:

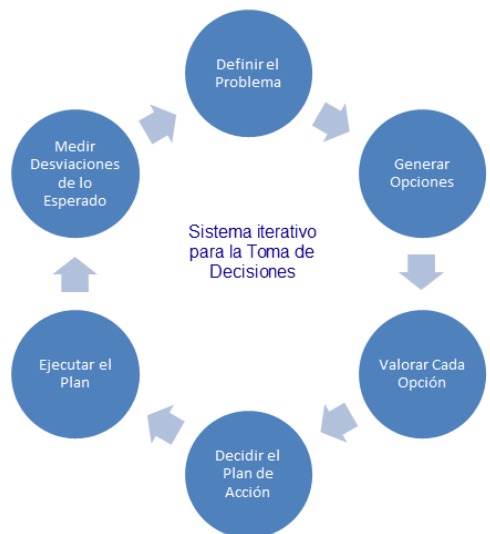


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

7.2 Proceso de toma de decisiones

Se plantea una metodología de toma de decisiones de estilo analítico y participativo. Se espera que las decisiones 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. Ante las decisiones más relevantes se seguirá el proceso de toma de decisiones integrado por las siguientes etapas:

- Identificar y analizar el problema
- Identificar los criterios de decisión y ponderarlos
- Definir la prioridad para atender el problema
- Generar las opciones de solución
- Evaluar las opciones
- Elección de la mejor opción
- Aplicación de la decisión
- Evaluación de los resultados





Este será un proceso cíclico o iterativo ya que luego de la evaluación de los resultados se iniciará nuevamente el proceso si se considera necesario. Las etapas podrán requerir de mayor o menor cantidad de tiempo de acuerdo a la severidad de la decisión a tomar; Así mismo, las personas involucradas intervendrán en las etapas en que se considere que serán necesarias de acuerdo a sus conocimientos. A pesar de plantear una metodología racional en la toma de decisiones, se tendrá una gran confianza en las intuiciones de los estrategas de la compañía.

7.3 Cultura Organizacional

Nuestra diferenciación en el servicio brindado es a gracias a los procesos y principalmente a las personas. Nuestra cultura organizacional se basa en la cultura millennial debido a que esta generación está marcada por un mayor uso y familiaridad con las comunicaciones, los medios de comunicación y las tecnologías digitales, pero sin dejar de ser una organización madura y estable pese a la corta edad de sus operarios.

Nuestra finalidad es la satisfacción del cliente, desarrollar y promover la excelencia de los empleados y mantener una situación financiera estable que nos permita obtener un crecimiento estable a lo largo de los años. Para obtener la satisfacción del cliente mencionada anteriormente, nuestro objetivo está en ofrecerle al mismo una solución integral de movilidad eficiente y segura, totalmente adaptada a su necesidad que



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

optimice y mejore su operación por lo tanto el rendimiento de su inversión e incremente la satisfacción del conductor.

Nos presentamos como un emprendimiento argentino especializado en el alquiler de vehículos a personas o empresas, y nos consideramos una organización ágil, iterando sobre los nuevos procesos de negocio para obtener una constante evolución, brindando una confianza al público y así poder aplicar nuestras estrategias corporativas.

Nuestra política de calidad se basa en:

- Implementar y mejorar continuamente el Sistema de Gestión de Calidad para brindar un servicio de excelencia en la provisión del servicio de Renting, la gestión de flotas de terceros, asegurando un estándar para el cuidado y seguimiento de la flota destinada a los alquileres temporales.
- Investigar, desarrollar e implementar nuevas tecnologías que permitan la evolución del negocio de movilidad corporativa haciendo especial foco en las prácticas que favorezcan el cuidado del medio ambiente, así como la seguridad de nuestros clientes.
- Analizar, medir y mejorar la eficacia de los procesos operativos con el fin de garantizar la competitividad y rentabilidad del negocio.
- Capacitar, motivar y evaluar en forma permanente a cada uno de nuestros colaboradores.
- Determinar y monitorear los requerimientos de cada parte interesada con el objetivo de proporcionar el ámbito adecuado para interactuar eficientemente conforme a valores morales y éticos.
- Respecto a nuestros clientes, establecemos mantener una comunicación transparente tanto con los responsables de flotas, como conductores y midiendo su nivel de satisfacción y estableciendo relaciones de mutuo beneficio, que aseguren una relación en el largo plazo. El cumplimiento con nuestros clientes y la superación de las expectativas de los mismos, constituyen una responsabilidad de toda la organización.
- Promover una cultura organizacional que priorice la planificación, la integración, la calidad de vida y seguridad del personal y el bienestar de las comunidades locales y la preservación del medio ambiente.
- Cumplir las normativas legales e impositivas vigentes.
- Revisar, difundir y garantizar la aplicación de esta Política en toda la organización.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

7.4 Tratamiento de conflictos

ETAPA 1: 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.

ETAPA 2: 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.

ETAPA 3: 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.

ETAPA 4: 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: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

7.5 Análisis de puestos



7.5.1 Gerencia General

Gerente General	
Descripción	La Gerencia General es un cargo que ocupa el director de una empresa lo cual tiene dentro de sus múltiples funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Designar todas las posiciones gerenciales. • Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos. • Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos. • Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente. • Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa. • Planificación, gestión y control de los sistemas de la empresa. • Supervisión del personal a su cargo • Verificar el cumplimiento de los objetivos de la corporación en aquellas áreas que interactúen con el departamento sistemas • Interactuar con los ejecutivos de alto nivel para lograr satisfacer las necesidades de los usuarios • Planeamiento a grandes rasgos de la solución tecnológica. • Reporte a los directivos sobre el progreso en los proyectos del departamento, la utilización de recursos y el desempeño general del equipo • Determinación de políticas y normas de seguridad de la información, así como procedimientos generales de seguridad física y lógica • Dirigir programas de desarrollo profesional y entrenamiento del personal del área de sistemas
Perfil	Sexo: Indistinto
	Edad: 30 - 45
	Nivel de educación: Universitario
	Experiencia laboral: Más de 7 años en posiciones similares
Remuneración de mercado:	\$250.000,00



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

7.5.2 Gerencia de Administración



Gerente de administración	
Descripción	El gerente de administración será el encargado de brindar el apoyo administrativo requerido a la organización. A su vez es el encargado de dirigir y controlar todas las actividades administrativas de la organización
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Es el responsable máximo de las áreas de administración y contabilidad de la empresa. • Implementación de las estrategias definidas en el programa de acción del circuito operativo de la organización. • Supervisa normalmente las funciones de contabilidad, control presupuestario, tesorería, análisis financiero, las auditorías y, en muchos casos, los sistemas de proceso de datos. • Seguimiento de las tareas tercerizadas por el estudio contable. • Reportar y elaborar para la gerencia general, los planes de gestión financiera y presupuestaria. • Negociación con proveedores, para términos de compras, descuentos especiales, formas de pago y créditos. • Negociación con clientes, en temas relacionas con el pago de los servicios.
Perfil	Sexo: Indistinto
	Edad: 30 - 45
	Nivel de educación: Universitario graduado o finalizando carrera de Licenciado en Administración de Empresas o carreras afines a la administración.
	Experiencia laboral: Más de 7 años en posiciones similares
Remuneración de mercado:	\$180.000,00

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Jefe de Compras		
Descripción	Se encargará de solicitar cotizaciones, administrar y gestionar las compras de insumos de la empresa.	
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> Emitir las solicitudes de compra. Búsqueda y selección de proveedores. Emitir las solicitudes de cotizaciones. Análisis de las propuestas. Decisión de compra. Generación de órdenes de compra. Control de facturación. Registro contable de compras 	
Perfil	Sexo:	Indistinto
	Edad:	30 - 50
	Nivel de educación:	Graduado Carrera de grado orientada a la gestión (Administración de empresas, contaduría).
	Experiencia laboral:	Experiencia comprobable de 4 años o más, en empresas en puestos similares
Remuneración de mercado:	\$130.000,00	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Asistente de compras		
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar y evaluar las cotizaciones y presupuestos, presentados por los proveedores. • Velar por el cumplimiento de las características acordadas en los contratos de compras. • Realizar localización de nuevos producto, materiales y fuentes de suministros • Ordenar el pago a los proveedores. • Realizar el control de garantías. • Estudiar las condiciones económicas, financieras y legales de los proveedores. • Evaluar las cotizaciones en divisas extranjeras necesarias para la compra de equipos especializados en el exterior. • Llevar el control del presupuesto y del crédito asignado. • Mantener actualizado el registro de proveedores y las condiciones de venta de cada uno. • Elaborar proyecciones de costos necesarios en la estimación presupuestaria. • Supervisar inventarios de los bienes. • Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas. • Controlar que las áreas de almacenamiento estén bien ubicadas, limpias y ordenadas. 	
Perfil	Sexo:	Indistinto
	Edad:	25 - 40
	Nivel de educación:	Universitario graduado o finalizando carrera de Licenciado en Administración de Empresas o carreras afines a la administración.
	Experiencia laboral:	Más de 2 años en posiciones similares
Remuneración de mercado:	\$75.000,00	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Tesorero		
Descripción	Responsable del manejo y utilización de efectivo y valores, interviniendo en las operaciones de cobros y pagos que realice la compañía.	
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Minimizar costes relacionados con la financiación. • Gestión de crédito comercial. • Coordina el proceso de apertura de cartas de crédito. • Planificación presupuestaria. • Examina, analiza y evalúa el movimiento de ingresos y egresos de la institución. • Dirige, coordina y supervisa los flujos de caja. • Dirigir el proceso de emisión de cheques de acuerdo a las políticas financieras. • Elabora informes periódicos de las actividades realizadas. 	
Perfil	Sexo:	Indistinto
	Edad:	25 - 40
	Nivel de educación:	Licenciado en contaduría pública o administración comercial
	Experiencia laboral:	Más de 3 años en posiciones similares
Remuneración de mercado:	\$130.000,00	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Asistente de Cobranza		
Descripción	Apoyar en las actividades del departamento de tesorería, llevando el control de las cuentas de los clientes, depósitos bancarios y en efectivo así como reporte de saldos.	
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar a cabo los procesos de facturación y atención a clientes. • Elaborar y revisar las reservaciones, así como realizar la cobranza de la misma. • Desarrollar el procedimiento, registros y documentos necesarios. • Implementación de las estrategias de cobranza. • Actualización y mantenimiento de la información necesaria para cobranza. 	
Perfil	Sexo:	Indistinto
	Edad:	25 - 45
	Nivel de educación:	Universitario graduado o finalizando carrera de Licenciado en Administración de Empresas o carreras afines a la administración.
	Experiencia laboral:	Más de 2 años en posiciones similares
Remuneración de mercado:	\$75.000,00	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Asistente de Pagos		
Descripción	Realizar todo tipo de pagos, incluyendo los de caja menor. Elaborar informes sobre el estado de cuentas por cobrar y cuentas por pagar. Elaborar informes de flujo de caja proyectado.	
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar y rendir informes diarios sobre los movimientos financieros de la empresa. • Controlar los saldos y los movimientos de dinero en efectivo. • Controlar los saldos de los bancos. Incluye las conciliaciones bancarias. • Verificar que todos los pagos que se efectúen el área de tesorería estén debidamente soportados y que los documentos de respaldo cumplen con los requerimientos legales y los que exige la compañía. • Verificar que los pagos a los proveedores se hagan en las fechas acordadas. • Controlar el pago de las obligaciones financieras de la empresa, sus intereses y otros cargos financieros. • Realizar todo tipo de pagos, incluyendo los de caja menor. • Analizar y realizar los pagos correspondientes a los clientes. • Elaborar informes sobre el estado de cuentas por pagar. • Elaborar informes de flujo de caja proyectado. 	
Perfil	Sexo:	Indistinto
	Edad:	25 - 45
	Nivel de educación:	Universitario graduado o finalizando carrera de Licenciado en Administración de Empresas o carreras afines a la administración.
	Experiencia laboral:	Más de 2 años en posiciones similares
Remuneración de mercado:	\$75.000,00	



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Recursos Humanos		
Tareas	<ul style="list-style-type: none">• Administración de personal• Reclutamiento y selección de personal• Gestión de la retribución e incentivos• Desarrollo de un buen clima laboral• Evaluación del desempeño de los trabajadores• Formación y desarrollo de personal• Relaciones laborales• Prevención de riesgos laborales• Generar programas de capacitación del personal.• Dar soporte, seguimiento y opiniones de los clientes luego de adquirir los servicios.	
Perfil	Sexo:	Indistinto
	Edad:	25 - 40
	Nivel de educación:	Licenciado en recursos Humanos
	Experiencia laboral:	Al menos 2 años en posiciones similares
Remuneración de mercado:	\$130.000,00	



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

7.5.3 Gerencia de Marketing

Gerente de Marketing	
Descripción	El Responsable de Marketing se encargará llevar a cabo el programa de acción de marketing de la organización. Realizando análisis, planeación, control e implementación de las estrategias de Servicios, Promoción, Precio y Plaza
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del mercado meta apuntado por la organización para comprensión del mismo. • Elaborar las estrategias de marketing que mejor se adapten. • Identificar a los competidores y sus servicios. • Elaboración del material requerido para la publicidad. • Implementación de las estrategias de precio, promoción, publicidad y distribución para las líneas de servicios.
Perfil	Sexo: Indistinto
	Edad: 30 - 45
	Nivel de educación: Universitario graduado o finalizando carrera de Licenciatura en Marketing
	Experiencia laboral: Más de 5 o más años en posiciones similares
Remuneración de mercado:	\$180.000,00



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Asistente de Marketing		
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis y aplicación de mezclas de marketing (asistente) • Estrategia de precios • Estrategia de productos • Estrategia de promoción • Estrategia de distribución 	
Perfil	Sexo:	Indistinto
	Edad:	25 - 45
	Nivel de educación:	Universitario graduado o finalizando carrera de Licenciado en Administración de Empresas o carreras afines a la administración.
	Experiencia laboral:	Al menos 1 año en posiciones similares
Remuneración de mercado:	\$90.000,00	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



7.5.4 Gerencia de Tecnología

Gerente de Tecnología		
Descripción	El gerente de Tecnológica es el encargado de la planificación, control, administración y dirección de todas las actividades relacionadas al área de tecnología informática.	
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar, Controlar, mantener y optimizar la operatividad de la infraestructura de hardware y software informático que permita alcanzar los objetivos determinados. • Determinar los procesos de desarrollo de software y de administración del hardware informático. • Gestionar y seguir el plan de los proyectos del área de tecnología informática. • Reportar avances de los proyectos del área a la gerencia general. • Elaboración de informes de avance de las actividades realizadas. • Supervisar el trabajo del personal. • Supervisar y solicitar presupuesto para la adquisición hardware y software. • Comunicación fluida con las restantes áreas de la organización. 	
Perfil	Sexo:	Indistinto
	Edad:	30 - 45
	Nivel de educación:	Universitario graduado o finalizando carrera de Ingeniería en Sistemas Informáticos o Licenciatura en Sistemas Informáticos
	Experiencia laboral:	Más de 5 años en posiciones similares
Remuneración de mercado:	\$180.000,00	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Desarrollador		
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la solución tecnológica • Pruebas (Testeo) • Implementación • Elaboración de manuales de usuario • Mantenimiento del sistema 	
Perfil	Sexo:	Indistinto
	Edad:	22 - 35
	Nivel de educación:	Programador/Analista de sistemas
	Experiencia laboral:	3 años de experiencia como programador
Remuneración de mercado:	\$120.000,00	



Analista de sistemas		
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de desarrollo de solución tecnológica • Mantener al día las copias de Seguridad y la Seguridad de la Información en la Institución • Control general de sistemas de la compañía • Control de versiones y de software legal • Mantenimiento general de sistemas de la compañía • Administración de las telecomunicaciones • Control de aspectos de seguridad general y de la solución desarrollada • Detección de necesidad de renovación de equipos tecnológicos 	
Perfil	Sexo:	Indistinto
	Edad:	22 - 35
	Nivel de educación:	Analista de sistemas universitario.
	Experiencia laboral:	3 años de experiencia en puesto similar
Remuneración de mercado:	\$120.000,00	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				



Responsable de Infraestructura Tecnológica (IT) Senior		
Descripción	Será el encargado de llevar a cabo las actividades y tareas relacionadas al soporte técnico de la infraestructura informática de la organización incluyendo hardware y software, así como también la configuración de los equipos tales como servidores y routers y el mantenimiento de los mismos.	
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de adquisición de hardware. • Configuración de los equipos. • Mantenimiento de equipos. • Adquisición de software de soporte. • Configuración del software de soporte en las estaciones de trabajo. • Desarrollo de políticas de seguridad. • Implementar métodos de seguridad para el acceso al servicio, como así también de la información que se maneje. • Adquisición de Software de seguridad. • Configuraciones de seguridad de las redes de comunicación. • Configuración de los servidores de la organización. • Obtener las certificaciones requeridas para asegurar la calidad y confiabilidad de nuestro servicio. 	
Perfil	Sexo:	Indistinto.
	Edad:	25 - 35
	Nivel de educación:	Terciario, En curso o Graduado. Carrera: Análisis de Sistemas, Computación, Ing. Informática / Sistemas, Sistemas / Tecnología.
	Experiencia laboral:	Más de 5 años de experiencia.
Remuneración de mercado:	\$120.000,00	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Analista Funcional Senior	
Descripción	Será el encargado de relevar los requerimientos funcionales de la organización para poder analizar y así mantener la aplicación o aplicaciones de la organización, así como también documentar y presentar avances del estado de los desarrollos de software realizados.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Relevar, analizar y documentar las necesidades del negocio. • Diseñar y presentar alternativas de solución. • Implementar procesos de negocios. • Interactuar con el programador, con las áreas de Procesos de las Unidades de Negocio y los usuarios finales. • Brindar soporte a usuarios finales • Realizar pruebas sobre los desarrollos realizados. • Confeccionar informes de gestión y avances.
Perfil	Sexo: Indistinto.
	Edad: 25 - 35
	Nivel de educación: Universitario, En curso o Graduado. Carrera: Análisis de Sistemas, Computación, Ing. Informática / Sistemas, Sistemas / Tecnología.
	Experiencia laboral: Más de 5 años de experiencia.
Remuneración de mercado:	\$120.000

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Desarrollador BI/BA		
Descripción	Será el encargado de desarrollar y mantener los servicios de Business Intelligence y Business Analytics.	
Tareas	<ul style="list-style-type: none">• Interpretar las especificaciones funcionales.• Participar en el diseño técnico de las soluciones a desarrollar.• Investigar nuevas tecnologías y arquitecturas.• Realizar pruebas unitarias y documentar el código de acuerdo al estándar establecido.• Análisis y resolución de incidentes (Mantenimiento)• Desarrollo de soluciones futuras.	
Perfil	Sexo:	Indistinto.
	Edad:	25 - 35
	Nivel de educación:	Universitario, En cursoo Graduado. Carrera: Ing. Informática / Sistemas, Sistemas / Tecnología.
	Experiencia laboral:	Más de 5 años de experiencia.
Remuneración de mercado:	\$120.000,00	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: SAP		Docentes: Jorge Scali	
	Alumno: Nicolás Tobio			
	Año: 2020	Comisión: 5J	Turno: Noche	
Negocio: Car Connect				

Analista de Gestión		
Descripción	Será el encargado de mantener activos o inhabilitar las suscripciones de cada cliente bajo demanda.	
Tareas	<ul style="list-style-type: none">• Interpretar las alertas del sistema.• Participar en lanzamiento de productos.• Cargar nuevas suscripciones, eliminarlas, o modificarlas.	
Perfil	Sexo:	Indistinto.
	Edad:	22 - 30
	Nivel de educación:	Universitario, En curso o Graduado.
	Experiencia laboral:	Más de 2 años de experiencia.
Remuneración de mercado:	\$80.000	

8. Presupuesto Financiero

9. Viabilidad