



Universidad Abierta Interamericana

Franco Fazzito

Seminario de aplicación profesional

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

Índice

1 Descripción general del negocio	6
1.1 Descripción básica del negocio	6
1.2 Situación actual del negocio.....	7
1.3 ¿Qué hace único al negocio?	8
1.4 Describa los factores claves que usted considera harán exitoso al negocio.....	9
1.5 Estrategia: Definir misión y visión	10
1.5.1 Marco temporal	10
1.5.2 Alcances.....	11
1.5.3 Competencias únicas.....	15
1.5.4 Desafíos	16
1.5.5 Misión.....	17
1.5.5 Visión	17
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.....	21
2.1.3 Factores políticos	24
2.1.4 Factores tecnológicos.....	26
2.1.5 Factores sociales	28
2.1.6 Atractivo de la industria	29
2.1.7 Oportunidades y amenazas.....	30
2.2 Análisis de la competencia	31
2.2.1 Principales competidores	31
2.2.2 Análisis de Cadena de Valor Propia	33
2.2.3 Comparar Cadenas de Valor.....	37

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

2.3 Fortaleza del negocio	40
3. Análisis FODA	41
3.1 Cuadro FODA.....	41
Fortalezas	41
Debilidades	41
Oportunidades	41
Amenazas	41
3.2 Análisis del FODA	42
3.2.1 Fortalezas:	42
3.2.1 Debilidades:.....	42
3.2.1 Oportunidades:	43
3.2.1 Amenazas:	43
4 Segmentación de mercado	44
4.1 Criterios de segmentación	44
4.1.1 Rentabilidad	44
4.1.2 Mensurabilidad	44
4.1.3 Capacidad de respuesta	44
4.2 Variables de segmentación (negocios).....	45
4.2.1 Macro segmentación.....	45
4.2.2 Microsegmentación.....	47
4.3 Mercado meta.....	49
5 Estrategia	50
5.1 Matriz Atractivo de la Industria / Fortalezas del Negocio.....	50
5.1.1 Atractivo de la industria	50
5.1.2 Fortaleza del negocio	50
5.2 Programas generales de acción	52
5.2.1 Estrategia de administración.....	53
5.2.2 Estrategia de Produccion.....	54
5.2.3 Estrategia de Tecnología	55

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

5.2.4 Estrategia de Marketing	56
5.2.5 Estrategia comercial	57
5.3 Programas específicos de acción	58
5.3.1 Programa específico de administración	58
5.3.2 Programa específico de Produccion	62
5.3.3 Programa específico de Tecnología.....	67
5.3.4 Programa específico de Marketing	70
5.3.5 Programa específico de Comercial.....	73
Anexos.....	75

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

Ficha de Seguimiento y Revisión

- Cambios de autor**

Fecha	Autor	Versión	Referencia de los cambios
22/04/2022	Franco Fazzito	1.0	Punto 1
22/04/2022	Franco Fazzito	1.1	Punto 2 y refinamiento de los puntos 1.3 hasta el 1.5
25/04/2022	Franco Fazzito	1.2	Punto 3 y refinamiento de los puntos 2 hasta el 2.1.6
26/04/2022	Franco Fazzito	1.3	Refinamiento general del documento y corrección en errores de redacción para los puntos 1, 2 y 3
27/04/2022	Franco Fazzito	1.4	Correcciones sobre ortografía y ajustes look and feel del documento en general
28/04/2022	Franco Fazzito	1.5	Revisión general previo a envío del primer avance
19/05/2022	Franco Fazzito	1.6	Correcciones primer avance
21/05/2022	Franco Fazzito	1.7	Punto 4 y borrador del punto 5
22/05/2022	Franco Fazzito	1.8	Punto 5 y refinamiento del punto 4
23/05/2022	Franco Fazzito	1.9.0	Refinamiento del punto 5 y agregación de anexos
24/05/2022	Franco Fazzito	1.9.1	Correcciones sobre ortografía y ajustes de look and feel del documento en general
25/05/2022	Franco Fazzito	2.0	Revisión general del documento

- Revisiones**

Auditor	Versión Aprobada	Responsabilidad/Rol	Fecha

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

1 Descripción general del negocio

1.1 Descripción básica del negocio

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

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

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

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

1.2 Situación actual del negocio

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

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

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

Actualmente la empresa se encuentra ubicada en capital federal, brindando sus primeros servicios a través una solución Mobile a unos 6 locales de venta para poder tomar su retroalimentación y de esta forma poder expandirlo en un hacia el resto del país.

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

1.3 ¿Qué hace único al negocio?

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

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

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

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

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

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

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

1.5 Estrategia: Definir misión y visión

1.5.1 Marco temporal

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

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

1.5.2 Alcances

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

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

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

1.5.2.1 Alcance del mercado

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

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

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

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

1.5.2.2 Alcance del producto/servicio

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

- **Inicial:** orientado a locales de venta pequeños.
- **Normal:** orientado a locales de venta medianos.
- **Premium:** orientado a los locales de venta más grandes.

Los cuales dividen sus funcionalidades de la siguiente forma:

Inicial	Normal	Premium
Creador de presupuesto.	Creador de presupuesto.	Creador de presupuesto.
Asistente de armado.	Asistente de armado.	Asistente de armado.
Asistente de entrega.	Asistente de entrega.	Asistente de entrega.
Gestión de stock.	Gestión de stock.	Gestión de stock.
máximos de conexiones concurrentes: 10.	máximos de conexiones concurrentes: 20.	máximos de conexiones concurrentes: 35.
	Facturación y entrega de documentos.	Facturación y entrega de documentos.
	Gestión de proveedores.	Gestión de proveedores.
		Reporting.
		Soporte especializado.

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

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

1.5.2.3 Alcance geográfico

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

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

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

1.5.3 Competencias únicas

1.5.3.1 Tecnologías

1.5.3.1.1 Utilización de servicios cloud

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

1.5.3.1.1 Utilización de nuevas y últimas tecnologías

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

1.5.3.2 Comercialización

1.5.3.2.1 Plan de suscripción con un servicio innovador

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

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

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

1.5.4 Desafíos

1.5.4.1 Aumentar nuestra cuota de mercado.

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

1.5.4.2 Lograr el posicionamiento de nuestros servicios ante el cliente.

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

1.5.4.3 Mejorar la experiencia de los clientes del servicio.

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

1.5.4.4 Mantener costos competitivos.

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

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

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

1.5.5 Misión

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

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

1.5.5 Visión

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

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

1.6 Identificar oportunidad/necesidad del Mercado

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

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

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

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

1.7 Propuesta de valor para el cliente

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

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

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

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

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

2. Análisis estratégico

2.1 Análisis de contexto

2.1.1 Descripción de la Industria

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

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

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

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

2.1.2 Factores económicos

2.1.2.1 Tipo de cambio

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

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

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

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

2.1.2.2 Inflación

En los últimos años, el promedio de la inflación fue superior al 30% anual, cuando en ese período la suba de precios en los países emergentes y en desarrollo fue en promedio de un poco más del 5%. Es decir, que la economía argentina experimentó un ritmo de crecimiento de precios a una velocidad 6 veces superior al resto del mundo. El año pasado fue aún peor con el 42,02% durante 2020 comparado a los 50,9% durante 2021 y recientemente en marzo de este año teniendo uno de los meses con mayor inflación en los últimos años que fue de unos 6.7%.

Sin lugar a duda es un factor muy importante a la hora de proyectar cualquier empresa. Por este motivo este punto se convierte en un limitante importante, cuando pensamos y proyectamos expandir operaciones, o intentar llegar a más clientes ya que debemos contar con una excelente administración económica, acompañada de una muy buena política de inversión para evitar que la inflación propia de la Argentina, no nos liquide todo el capital que obtendremos como ganancia, dado que vale mencionar que estos ingresos serán en pesos argentinos y no en dólares.

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

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

2.1.2.3 PBI

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

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

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

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

Factores Económicos				
	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO
Tipo de cambio			X	
Inflación			X	
Producto Bruto Interno (PBI)		X		

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

2.1.3 Factores políticos

2.1.3.1 Ley de economía del conocimiento

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

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

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

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

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

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

2.1.3.2 Ley de emprendedores

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

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

Algunos de los beneficios de esta ley son:

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

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

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

2.1.4 Factores tecnológicos

2.1.4.1 Avances tecnológicos

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.1.5 Factores sociales

2.1.5.1 Implicaciones sociales del aislamiento social

La cuarentena que se realizó en Argentina durante el 2020 tuvo un gran impacto a nivel sociocultural y cambiando la rutina junto con trabajo y estudio de todos los argentinos, tuvo impactos tanto a nivel social como psicológico sobre toda la población, durante este tiempo se empezó a extender el uso y normalización de la tecnología para todos los aspectos cotidianos de la vida y es por ello que muchas personas vieron la necesidad de acercarse a esta para poder sentirse cercano tanto con sus familiares y amigos, marcando un antes y un después en la adopción de la tecnología.

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

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

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

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

2.1.6 Atractivo de la industria

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

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

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

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

2.1.7 Oportunidades y amenazas

2.1.7.1 Oportunidades

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

2.1.7.2 Amenazas

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

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

2.2 Análisis de la competencia

2.2.1 Principales competidores

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

2.2.1.1 Competidor 1 Zeus gestión



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

Entre sus principales servicios, tienen las funcionalidades de:

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

Escalas de precio por sucursal, control de stock y ventas

Datos de la Empresa:

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

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

2.2.1.1 Competidor 2 Flexxus



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

Entre sus principales servicios, tienen las funcionalidades de:

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

Datos de la Empresa:

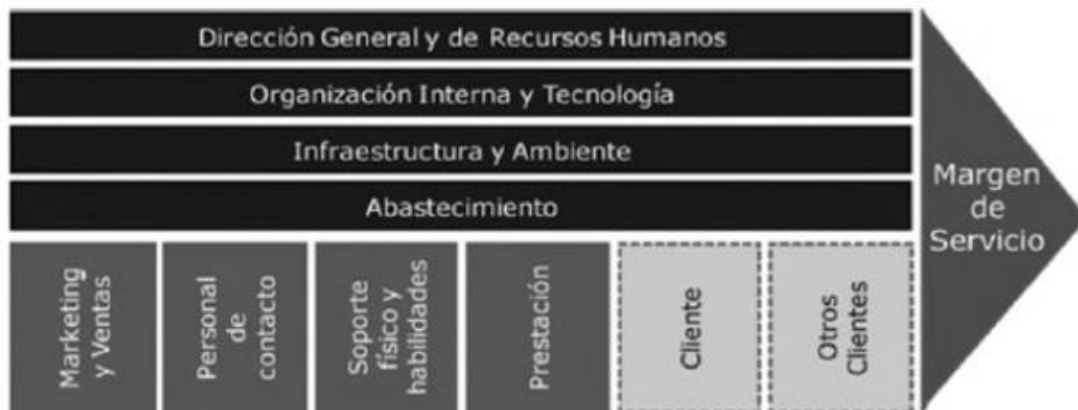
- País: Argentina.
- Sitio web: <https://www.flexxus.com.ar/software-de-gestion-para-venta-de-insumos-informaticos-y-tecnologicos/>
- Redes Sociales: <https://www.instagram.com/flexxuserp/?hl=en>
- Teléfono: +54 011 5352 5500
- Dirección: Humberto 1º 843, X5000 Córdoba.

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

2.2.2 Análisis de Cadena de Valor Propia

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

Para nuestra empresa utilizaremos una cadena de servicios.



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

2.2.2.1 Análisis de Cadena de Valor Propia - FSolutions

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

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

2.2.2.2 Cadena de Valor de competidor 1 - Zeus gestión

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

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

2.2.2.2 Cadena de Valor de competidor 2 - Flexxus

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

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

2.2.3 Comparar Cadenas de Valor

2.2.3.1 Comparación Cadena de Valor Competidor 1 – Zeus gestión

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

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

2.2.3.2 Comparación Cadena de Valor Competidor 2 - Flexxus

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

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

2.2.4 Fortalezas y debilidades

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

2.2.4.1 Fortalezas:

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

2.2.4.2 Debilidades:

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

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

2.3 Fortaleza del negocio

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

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

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

3. Análisis FODA

3.1 Cuadro FODA

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

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

3.2 Análisis del FODA

3.2.1 Fortalezas:

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

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

3.2.1 Debilidades:

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

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

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

3.2.1 Oportunidades:

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

3.2.1 Amenazas:

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

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

4 Segmentación de mercado

4.1 Criterios de segmentación

4.1.1 Rentabilidad

El objetivo de FSolutions es poder abarcar a las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la venta de hardware con el fin de poder potenciar sus procesos internos.

Esta es un área que se encuentra en crecimiento debido al gran aumento de demanda que se vio durante y post pandemia, por lo que su rentabilidad es alta.

4.1.2 Mensurabilidad

El mercado al que apuntamos esta constituido por empresas de pequeño y mediano tamaño por lo que es fácilmente identificable. Así mismo, se puede observar que tiene una demanda en crecimiento, por lo que podemos concluir que además de ser rentable a partir de la cantidad de clientes, es también medible a nivel de demanda de servicio.

4.1.3 Capacidad de respuesta

Teniendo en cuenta el segmento objetivo al que apuntamos con nuestra oferta de sus servicios y la calidad del servicio que buscamos ofrecer. Contaremos con un departamento de soporte ante dudas y errores de nuestros servicios, buscando de esta forma la mayor capacidad de respuesta posible, para que los clientes tengan una experiencia realmente positiva.

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

4.2 Variables de segmentación (negocios)

4.2.1 Macro segmentación

4.2.1.1 Segmentación geográfica

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

4.2.1.2 Tipo y tamaño de negocio

El tipo de negocio al que apuntamos son los pequeños, medianos y grandes locales de venta de hardware.

Entendemos como pequeños a aquellos locales con hasta 10 empleados y que llevan dentro del mercado menos de 2 años de actividad.

Llamamos medianas, a aquellos locales con hasta 20 empleados y que llevan dentro del mercado al menos 3 años de actividad.

Identificamos como grandes a aquellos locales con hasta 35 empleados y que llevan dentro del mercado al menos 5 años de actividad.

Dentro de ese grupo de locales evaluamos ciertas características fundamentales para que la adopción de nuestro servicio sea necesaria y sumamente exitosa:

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

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

4.2.1.2.1 *Tamaño del mercado:*

Actualmente nos encontramos en un mercado en pleno crecimiento donde hay cada vez más demanda de computadoras a medida, todo esto se dio gracias a los efectos de la pandemia que dio lugar a un aumento considerable del trabajo remoto y de la cantidad de jugadores que utilizan estas computadoras como medio de entretenimiento o para deportes electrónicos.

Por el lado del trabajo remoto tenemos una inversión en hardware que impulsó las ventas durante el 2020 generando un aumento interanual de más del 13%.

Hablando del gaming a escala mundial, el año pasado el segmento de componentes y computadoras gamers generó ventas por US\$ 18.510 millones, de acuerdo con datos del portal de estadística alemán Statista (anexo 1).

En el mercado local del gaming, vemos como el aumento de la demanda generó gran escasez sumado a que los fabricantes están a un límite operativo para poder sacar más productos, resultando en fluctuación importantes en los precios, así como de su disponibilidad.

Es dentro de este contexto donde cada vez más locales de venta salen al mercado para poder suplir con esta demanda, el cual viene registrando un aumento del 57,6% con respecto al primer trimestre del 2020 según cifras del INDEC, de esta forma se alcanzó la cifra de 59.247 millones de pesos en ventas totales de computadoras y accesorios informáticos solamente en el primer trimestre del 2021 (anexo 2).

Dentro del mismo informe se especifica que el área geográfica con mayor concentración del crecimiento de esta demanda fue ciudad de buenos aires con un aumento del 128,5% con respecto al trimestre anterior y registrando ventas de 13.607 millones de pesos (anexo 2).

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

4.2.1.3 Uso del servicio

Nuestros clientes utilizarán nuestros servicios dentro del local de venta de forma interna, es decir va a ser usado por sus empleados para poder llevar a cabo todas las tareas relacionadas a la venta de computadoras.

De esta forma vemos como nuestros servicios apoyan de manera directa e interna a los principales procesos de negocio de nuestros clientes a la hora de efectuar una venta para un consumidor que se acercó al local.

4.2.2 Microsegmentación

4.2.2.1 Criterios de compra

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

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

- Excelente relación precio/calidad.
- Posibilidad de tener un soporte personalizado.
- Capacidad de poder potenciar los procesos internos de su negocio.
- Entrega de prueba gratuita de 1 mes.
- Variedad de oferta en base al tamaño del local.
- Precio de servicio en pesos.

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

4.2.2.2 Estrategia de compra

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

Nosotros nos comunicamos con nuestros potenciales clientes previo una investigación de mercado o bien estos potenciales clientes se comunican con nosotros para pedir el servicio, luego de ello nos enfocamos en ofrecer nuestro servicio detallando todas las características fundamentales que brindamos para mejorar la calidad de sus procesos internos basado en las necesidades del cliente y el tamaño de su local.

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

4.2.2.3 Importancia de la compra

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

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

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

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

4.2.2.4 Características personales

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

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

4.3 Mercado meta

Nuestro mercado esta compuesto por locales pequeños, medianos y grandes de venta de hardware, siendo su principal industria la industria del comercio.

Su tamaño varia desde 10 personas para los locales más pequeños hasta más de 100 personas para los locales más grandes. Además, su mayor concentración se encuentra dentro de Ciudad Autónoma de Buenos Aires debido a que es la zona de mayor demanda de hardware.

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

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

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

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

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

5 estrategia


5.1 Matriz Atractivo de la Industria / Fortalezas del Negocio

5.1.1 Atractivo de la industria

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

5.1.2 Fortaleza del negocio

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

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

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

Atractivo Industria				
Fortalezas del negocio		Alta	Media	Baja
	Alta			
	Media			
	Baja			

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

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

5.2 Programas generales de acción

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

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

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

5.2.1 Estrategia de administración

Programa General de Administración

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

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

5.2.2 Estrategia de Producción

Programa General de Producción

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

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

5.2.3 Estrategia de Tecnología

Programa General de Tecnología

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

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

5.2.4 Estrategia de Marketing

Programa General de Marketing

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

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

5.2.5 Estrategia comercial

Programa General Comercial

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

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

5.3 Programas específicos de acción

5.3.1 Programa específico de administración

<i>Administración</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Administración de ventas. 2. Administración de compras. 3. Pagos y cobranzas. 4. Gestión contable y recursos humanos.

Programa Específico de Administración de ventas

Descripción	Comprende el conjunto de operaciones realizadas para lograr que nuestros clientes utilicen nuestros servicios.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprobación y contratación de la venta. 2. Trato del cliente mediante diferentes canales. 3. Fidelización de clientes. 4. Análisis de las pruebas gratuitas entregadas. 5. Definir tipo de suscripción.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Administración
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Analista de ventas. • Empleado administrativo.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Indicador Cantidad de ventas = $\frac{\text{Días por mes}}{\text{Total de contrataciones}}$ • Indicador Cantidad de rechazos = $\frac{\text{Cantidad de pruebas distribuidas}}{\text{Cantidad de rechazos luego de la prueba}}$ • Costo de adquisición de cliente = $\frac{\text{Costo total de proceso de venta del mes}}{\text{cantidad de clientes que contrataron}}$

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

Programa Específico de Compras

Descripción	Comprende todas las tareas para la adquisición de servicios y recursos que la empresa necesita para operar.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adquisición y suministro de recursos. 2. Generación de presupuestos. 3. Elaboración de órdenes de compra. 4. Contacto y negociación con proveedores.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de administración.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Empleado administrativo.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto anual = presupuesto anual definido / presupuesto anual utilizado. • Costo de recursos total = sumatoria del costo de recursos.

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

Programa Específico de Pagos y cobranzas

Descripción	Comprende todas las operaciones realizadas para el pago de salarios y el pago de los servicios necesarios.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registro de cobranzas a los clientes. 2. Control de situación de cobro. 3. Contacto y negociación con proveedores de pago. 4. Administrar cobros de los clientes.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Administración .
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Empleado administrativo.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto anual = presupuesto anual definido / presupuesto anual utilizado. • Facturación = facturación realizada / facturación emitida.

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

Programa Específico de Gestión Contable y de Recursos Humanos

Descripción	Comprende las tareas realizadas para mantener una buena relación laboral con los miembros de la compañía, sumado al pago de los empleados.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar personal. 2. Control de ausentismo. 3. Legajos. 4. Gestión de registro y baja en AFIP. 5. Gestión de accidentes laborales y ART. 6. Recepción de los libros contables. 7. Informes generales de las ganancias y pérdidas de la empresa.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Administración.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Empleado administrativo. • Reclutador.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Indicador Accidente laboral = número de accidentes informados / número de accidentes totales. • Indicador Ausentismo = Días de ausencia / Días laborales totales. • Indicador de rendimiento = Días trabajados / Cantidad de tareas realizadas.

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

5.3.2 Programa específico de Produccion

<i>Servicio</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de la plataforma. 2. Mantenimiento y diseño de nuevas funcionalidades. 3. Testing. 4. Despliegue.

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

Programa Específico de Desarrollo de la plataforma

Descripción	<p>Comprende la investigación de las tecnologías propuestas previamente y diseño de diferentes tipos de prototipos para verificar como estas aplican puntualmente a necesidades del cliente.</p> <p>Además, comprende la aprobación de prototipos e implementación de en producción de las nuevas features de la plataforma.</p>
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Armado de prototipos. 2. Despliegue a producción. 3. Monitorización de las aplicaciones desplegadas a producción. 4. Análisis de datos generados por las nuevas features desplegadas.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de tecnología
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollador Arquitecto de software
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Despliegues exitosos = cantidad de despliegues a producción/despliegues llevados a la versión previa por errores. • Efectividad en selección de tecnologías= cantidad de prototipos realizadas/implementaciones finales de estas prototipos en despliegues concretos.

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

Programa Específico de Mantenimiento y diseño de nuevas funcionalidades

Descripción	Comprende la realización de mantenimiento de las features previamente implementadas y solucionar cualquier error detectado en producción. A su vez, también comprende las investigaciones y lectura de métricas de las features que ya se encuentran en producción y en base a estas se diseñan nuevas features incrementales o totalmente desde cero.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantenimiento de código ya existente. 2. Lectura de métricas de features ya desplegadas. 3. Análisis de métricas y posterior generación de reportes y gráficos. 4. Investigación de nuevas features que sirvan para extender a las existentes o desarrollar desde cero.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de tecnología.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollador. • Arquitecto de software.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de Reporting con métricas = cantidad de métricas recolectadas en producción / cantidad de nuevos reportes generados. • Tasa de errores solucionados = Cantidad de errores detectados en producción / cantidad de errores solucionados. • Retrabajo de error = cantidad de errores solucionados en producción / cantidad de veces que estas soluciones genera otros errores.

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

Programa Específico de Testing

Descripción	Comprende el uso de pruebas automatizadas y manuales de todas las nuevas features desarrolladas en cada uno de los ambientes con el objetivo de detectar errores de forma temprana.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Testing de cada uno de los releases generados en cada ambiente. 2. Testing de todos los releases llevados a producción. 3. Confección de pruebas automatizadas y casos de prueba. 4. Apoyo en producción del servicio para hacer pruebas unitarias del proyecto.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de tecnología.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • QA Tester manual. • QA Tester automatizado.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Test efectivo = cantidad de prueba realizado / cantidad de errores detectados. • Ratio error corregido = cantidad de errores detectados en producción / cantidad de errores solucionados en producción. • Cobertura de test = cantidad de líneas de código de la aplicación / cantidad de líneas de código alcanzada por tests unitarios.

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

Programa Específico de Despliegue

Descripción	Comprende todas las tareas para poder armar releases a todos los ambientes necesarios para el desarrollo de la plataforma y posterior salida a producción. A su vez, comprende las tareas de monitorización y respuesta de ambientes productivos.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño y ocupación de los diferentes entornos. 2. Armado de arquitectura planteada por el equipo de desarrollo según el proveedor utilizado. 3. Despliegue de aplicación a producción. 4. Monitoreo de ambientes productivos. 5. Reaccionar ante error en producción.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de tecnología.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollador.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia de resolución de errores = cantidad de errores reportados en el entorno productivo / tiempo de resolución del error. • Detección temprana de errores = Tiempo de detección de errores en producción / errores en producción.

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

5.3.3 Programa específico de Tecnología

<i>Tecnología</i>
1 - Hardware 2 - Software 3 - Telecomunicaciones

Programa Específico de Hardware

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

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

Programa Específico de Software

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

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

Programa Específico de Telecomunicaciones

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

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

5.3.4 Programa específico de Marketing

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

Programa Específico de Servicio

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

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

Programa Específico de Precio

Descripción	Comprende las tareas de generación de estrategias para la definición de la política de precios y el análisis de su implementación.
Tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de costos. 2. Establecer precios para los distintos planes. 3. Análisis y programas de precios. 4. Control y proyección de precios 5. Análisis de precio de competidores.
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Marketing.
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de producto. • Empleado de marketing.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de clientes = número de clientes actuales / número de clientes periodo anterior. • Ventadas = Ventas realizadas / ventas proyectadas. • Promoción = número clientes captados/ número clientes esperados.

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

Programa Específico de Promoción

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

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

5.3.5 Programa específico de Comercial

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

Programa Específico de Venta

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

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

Programa Específico de Postventa

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

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

Anexos

1. <https://www.cronista.com/infotechnology/gadgets/computadoras-gamer-en-argentina-armar-una-cuesta-861-000-y-hay-escasez/>
2. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/electro_05_21E5F32DB71D.pdf