

2022

# InnovativaLab



Alumno: Franco Adrian Balich

Docentes: Jorge Omar Scali y


Pablo Alfredo Vilaboa

Materia: Seminario de aplicación  
profesional

Carrera: Ingeniería en sistemas


Año: 5to

Turno: Noche


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de Tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa	
	Fecha 30/06/2022			
Alumno: Franco Adrian Balich				
Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab				

## Índice


<b>1. Descripción general del negocio .....</b>	<b>8</b>
1.1 Descripción básica del negocio .....	8
1.2 Situación actual del negocio.....	8
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.....	9
1.5.1 Marco temporal .....	9
1.5.2 Alcances.....	9
Alcance del mercado .....	10
Alcance geográfico.....	11
Alcance del servicio .....	11
1.5.3 Competencias únicas .....	12
1.5.4 Misión .....	12
1.5.5 Visión .....	12
1.6 Identificar oportunidad de negocio.....	12
1.7 Propuesta de valor para el cliente .....	12
<b>2. Análisis estratégico .....</b>	<b>12</b>
2.1 Análisis de contexto .....	13
2.1.1 Descripción de la Industria.....	13
2.1.2 Factores económicos.....	14
2.1.3 Factores políticos .....	14
2.1.4 Factores tecnológicos.....	16
2.1.4.1 Avances tecnológicos .....	17
2.1.5 Factores sociales .....	17
2.1.6 Atractivo de la industria .....	18
2.1.7 Oportunidades y amenazas .....	19
Oportunidades .....	19
Amenazas .....	19
2.2 Análisis de la competencia .....	19
2.2.1 Principales competidores .....	19

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


2.2.1.1	Competidor 1: TribuMaker .....	19
2.2.1.2	Competidor 2: Bots .....	19
2.2.1.3	Competidor 3 CoderHouse .....	20
2.2.2	Análisis de Cadena de Valor: InnovativaLab .....	20
2.2.2.1	Cadena de Valor de TribuMaker .....	22
2.2.2.2	Cadena de Valor de Bots .....	23
2.2.2.3	Cadena de Valor de CoderHouse .....	24
2.2.3	Comparar Cadenas de Valor .....	26
2.2.3.1	Comparación Cadena de Valor TribuMaker .....	26
2.2.3.2	Comparación Cadena de Valor Bots .....	26
2.2.3.3	Comparación Cadena de Valor CoderHouse .....	27
2.2.4	Fortalezas y debilidades .....	27
2.5	Fortaleza del negocio .....	28
3.	Análisis FODA .....	28
3.1	Cuadro FODA .....	28
3.2	Análisis del FODA .....	29
	Fortalezas .....	29
	Debilidades .....	29
	Oportunidades .....	30
	Amenazas .....	30
4.	Segmentación de Mercado .....	31
4.1	Criterios de Segmentación .....	31
	Rentabilidad .....	31
	Mensurabilidad .....	31
	Accesibilidad .....	31
4.2	Variables de segmentación .....	32
	Geográfica .....	32
	Demográfica .....	33
	Psicográficas .....	34
	Por beneficios .....	35
	Tasa de uso .....	35

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


4.3	Mercado meta .....	35
5.	Estrategia .....	37
5.1	Matriz Atractivo de la Industria / Fortalezas del Negocio.....	37
5.2	Programas generales de acción .....	38
5.2.1	Estrategia de Administración .....	39
5.2.2	Estrategia de Servicio.....	40
5.2.3	Estrategia de Tecnología .....	41
5.2.4	Estrategia de Marketing .....	42
5.2.5	Estrategia Comercial.....	43
5.2.6	Matriz que vincula Análisis Estratégico con los programas Estratégicos	44
5.3	Programas específicos de acción .....	45
5.3.1	Programa específico de Administración .....	45
5.3.2	Programa específico de Servicio .....	49
5.3.3	Programa específico de Tecnología .....	52
5.3.4	Programa específico de Marketing .....	54
5.3.5	Programa específico de Comercial.....	57
6.	Plan de Marketing.....	59
6.1	Estrategia de servicio .....	59
6.1.1	Descripción general de servicio .....	59
6.1.2	Servicio .....	59
6.1.2.1	Tipo de servicio.....	60
6.1.3	Líneas y Mezclas del servicio.....	62
6.1.4	Ciclo de vida.....	64
6.1.5	Marca.....	66
6.1.5.1	Descripción general de la Marca.....	66
6.1.5.2	Imagotipo .....	67
6.1.5.3	Registración de la Marca .....	67
6.1.5.4	Registración de la Marca electrónica .....	68
	Página web .....	68
	Instagram .....	69
	Página de LinkedIn .....	69

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA				
	Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro		
Negocio: InnovativaLab					

<b>Página de Facebook</b> .....	69
<b>Cuenta de Gmail</b> .....	70
<b>Cuenta de Twitter</b> .....	70
<b>Cuenta de TikTok</b> .....	70
<b>6.1.5.5 Garantías</b> .....	70
<b>6.2 Estrategia de precios</b> .....	71
<b>6.2.1 Análisis de precios</b> .....	71
<b>6.2.2 Análisis de costos</b> .....	71
<b>6.2.2.1 Costos fijos</b> .....	71
<b>6.2.2.2 Costos variables</b> .....	71
<b>6.2.3 Análisis precio competencia</b> .....	72
<b>6.2.4 Análisis sensibilidad del cliente</b> .....	73
<b>6.2.4.1 Efectos sensibilidad al precio</b> .....	73
<b>6.2.4.1.1 Efecto precio de referencia</b> .....	73
<b>6.2.4.1.2 Efecto de calidad-precio</b> .....	73
<b>6.2.4.1.3 Efecto de beneficio final</b> .....	73
<b>6.2.5 Estrategia de precio</b> .....	73
<b>6.2.5.1 Asignación de precios orientada a la maximización de las utilidades</b> ..	74
<b>6.2.6 Lista de precios</b> .....	74
<b>6.3 Estrategia de promoción</b> .....	75
<b>6.3.1 Mix de promoción</b> .....	75
<b>6.3.1.1 Publicidad</b> .....	76
<b>6.3.1.1.1 Publicidad Online</b> .....	76
<b>6.3.1.2 Promoción de ventas</b> .....	77
<b>6.3.1.2.1 Descuentos Iniciales</b> .....	77
<b>6.3.1.3 RR PP</b> .....	77
<b>6.3.1.4 A.I.D.A.</b> .....	77
<b>6.4 Estrategia de distribución</b> .....	78
<b>6.4.1 Canales</b> .....	78
<b>6.4.2 Función de canales</b> .....	78
<b>6.4.3 Cuarto canal</b> .....	78

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


6.4.4	Logística .....	78
7.	Organización requerida .....	79
7.1	Estructura .....	79
7.1.1	Organigrama.....	79
7.2	Proceso de toma de decisiones .....	81
7.3	Tratamiento de conflictos .....	84
7.4	Análisis de puestos.....	85
7.4.1	Gerencia General.....	85
7.4.2	Gerencia Administrativa.....	85
7.4.3	Gerencia de Servicio.....	90
7.4.4	Gerencia de Comunicaciones .....	94
7.4.5	Gerencia IT .....	101
Anexo	.....	106

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## Ficha de Seguimiento y Revisión


- Cambios de autor**

Fecha	Autor	Versión	Referencia de los cambios
28/04/2022	Franco Adrian Balich	1.0	Se creo el trabajo y se hicieron los puntos 1, 2 y 3.
19/05/2022	Franco Adrian Balich	1.1	Corrección de errores del primer avance: 1.1 Revisar redacción Hablar de negocio y no de proyecto. 1.5 Revisar alcance de Servicios! 2.1 Revisión de análisis de factores. Rehacer Oportunidades y amenazas. 2.2 Cadena de valor de servicios!!
26/05/2022	Franco Adrian Balich	2.0	Se agregaron los puntos 4 y 5.
03/06/2022	Franco Adrian Balich	2.1	Se agregaron los ítems 6 y 7.
09/06/2022	Franco Adrian Balich	2.2	Corrección de errores del segundo avance: 4.1 los criterios de segmentación se aplican al Mercado. 4.2 Analizar las variables a través de sus descriptores (ej.: Demográfica: sexo, edad, nivel de ingresos, nivel de educación, ciclo de vida, etc.) Ampliar análisis del Mercado Meta 5. Estrategia de Marketing abarca la estrategia de Producto/servicio, Precios, Promoción, Distribución) Estrategias genéricas de Administración: las tareas tienen que estar relacionadas a los temas de administración pertinentes (ver circuitos administrativos) Todas las tareas de los programas específicos deben estar ordenadas jerárquicamente, y numeradas. Esto va a permitir relacionar de manera correcta las tareas con los puestos. ¿Producción o Servicios? En Tecnología: agregar Telecomunicaciones y Seguridad informática.
21/06/2022	Franco Adrian Balich	2.3	Se corrigieron los errores del avance anterior.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

23/06/2022	Franco Adrian Balich	3.0	Se agregaron los puntos 6 y 7.
30/06/2022	Franco Adrian Balich	3.1	Se corrigieron algunos detalles de los puntos 6 y 7.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## Trabajo práctico - Seminario profesional

### 1. Descripción general del negocio

#### 1.1 Descripción básica del negocio

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

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

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

#### 1.2 Situación actual del negocio


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

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

#### 1.3 ¿Qué hace único al negocio?

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

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

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

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

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

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


#### 1.5 Estrategia: Definir misión y visión

##### 1.5.1 Marco temporal

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

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

##### 1.5.2 Alcances

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


### Alcance del mercado

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

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

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

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### Alcance geográfico

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

<b>Alcance geográfico</b>	--	-	E	+	++
Argentina					✓
México				✓	
Colombia				✓	
Perú			✓		
Bolivia	✓				
Chile	✓				
Venezuela		✓			

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


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

### Alcance del servicio

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

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

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

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

### 1.5.3 Competencias únicas

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

### 1.5.4 Misión

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

### 1.5.5 Visión

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

## 1.6 Identificar oportunidad de negocio


Actualmente el mercado de los cursos online está en gran crecimiento, como es válido por estudios como el realizado por la consultora MarketsandResearch, en donde se comprobó que en 2020 el mercado educativo a distancia abarcaba 8077.2 millones de dólares y para 2023 se estima que llegue a 28250 millones de dólares, y en otro que indica que una gran cantidad de estudiantes a distancia se encuentran en América Latina, que según Claudio Rama Vitale, especialista en gestión y políticas de educación superior de América Latina, existen 2,7 millones de estudiantes a distancia en el continente. (*Anexo 10 y 3*).

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

## 1.7 Propuesta de valor para el cliente

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

## 2. Análisis estratégico

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## 2.1 Análisis de contexto

### 2.1.1 Descripción de la Industria

El negocio apunta al mercado de los cursos online y específicamente al público que segmentamos por diferentes medios, como por el marketing de contenidos en las comunidades de nuestras redes sociales o público con intereses afines a nuestros cursos. Todo esto debido a que el mercado de los cursos online está en un estado de gran crecimiento según el análisis de la consultora MarketsandResearch, la cual informó que en 2020 el mercado educativo a distancia abarcaba 8077.2 millones de dólares y para 2026 estima que llegue a 28250 millones de dólares y sumado a que la pandemia hizo que la educación se digitalice de forma obligatoria con el apoyo de los gobiernos del mundo.


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

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

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

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

(Anexo 4)

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

### 2.1.2 Factores económicos

#### Impuestos

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

#### Tipo de cambio

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

#### Posibilidad de vender en el exterior

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


#### Inflación

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

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

### 2.1.3 Factores políticos

#### Elecciones

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

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

### Regulaciones


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

### Inclusión digital

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

	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
<b>Factores políticos</b>					
Elecciones					
Regulaciones					
Inclusión digital					



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

#### 2.1.4 Factores tecnológicos

##### Análisis tecnológico

##### Cambios en redes sociales.

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

##### Caída de servidores

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


##### Cambio de políticas de marketing

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

##### Nivel requerido para iniciar

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

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

#### 2.1.4.1 Avances tecnológicos

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

	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
<b>Factores de avances tecnológicos</b>					
Avances tecnológicos					

#### 2.1.5 Factores sociales

##### Aceptación

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

##### Contaminación


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

##### Piratería

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

##### Colaboraciones con influencers

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


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
<b>Factores sociales</b>					
Aceptación					
Contaminación					
Piratería					
Colaboraciones con influencers					

#### 2.1.6 Atractivo de la industria

	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
<b>Análisis de factores general</b>					
Económicos					
Políticos					
Tecnológicos					
Avances tecnológicos					
Sociales					

	ATRACTIVO ESCASO	ATRACTIVO MEDIO	ATRACTIVO ELEVADO
<b>Evaluación general de la industria</b>			
<b>Evaluación general</b>			

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

### 2.1.7 Oportunidades y amenazas

#### Oportunidades

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

#### Amenazas

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

## 2.2 Análisis de la competencia

### 2.2.1 Principales competidores

#### 2.2.1.1 Competidor 1: TribuMaker



# TRIBU MAKER


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

Página web: <https://tribumaker.com/>

#### 2.2.1.2 Competidor 2: Bots



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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

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

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

### 2.2.1.3 Competidor 3 CoderHouse




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

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

### 2.2.2 Análisis de Cadena de Valor: InnovativaLab


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



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### Cadena de valor propia


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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

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

#### 2.2.2.1 Cadena de Valor de TribuMaker

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


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

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

#### 2.2.2.2 Cadena de Valor de Bots

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




	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


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

### 2.2.2.3 Cadena de Valor de CoderHouse

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


### 2.2.3 Comparar Cadenas de Valor

#### 2.2.3.1 Comparación Cadena de Valor TribuMaker

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

#### 2.2.3.2 Comparación Cadena de Valor Bots

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### 2.2.3.3 Comparación Cadena de Valor CoderHouse

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


### 2.2.4 Fortalezas y debilidades

#### Fortalezas

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

#### Debilidades

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


## 2.5 Fortaleza del negocio

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

## 3. Análisis FODA

### 3.1 Cuadro FODA

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


### 3.2 Análisis del FODA

#### Fortalezas

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

#### Debilidades

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


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### Oportunidades

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

### Amenazas

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## 4. Segmentación de Mercado

### 4.1 Criterios de Segmentación

#### Rentabilidad

Actualmente el mercado de los cursos online es uno de los negocios con mayor crecimiento según algunos expertos en este tema, debido a que luego de los acontecimientos causados por el Covid-19, el e-learning creció de forma explosiva debido a que mas personas se embarcaron en este tipo de educación, ya sea por iniciativa propia o por obligación, la gran mayoría de la población conoció sus beneficios y aceleró el crecimiento del mismo resultando que las estimaciones de crecimiento para los próximos años de dicho mercado crezcan un aproximado de un 282.5% pasando de una estimación para 2025 de 10 mil millones de dólares a un para 2026 de 28250 millones de dólares. (Anexo 7, 10 y 11)

Viendo el crecimiento de un 282.5% del mercado y que la gran mayoría de la población vivió lo que es aprender online, hoy en día el mercado de los cursos online es uno de los más rentables debido a su bajo costo de inicio y la facilidad que existe de llegar a miles de personas con los cursos ofrecidos debido a las plataformas de e-learning existentes y redes sociales.

#### Mensurabilidad

El mercado de los cursos online es fácilmente medible para generar estadísticas al manejarse de una forma totalmente digital y debido a que la una mayoría de cursos online que hoy se encuentran en circulación se encuentran en plataformas de e-learning que indican de los precios de los cursos y la cantidad de alumnos que acceden a ellos.


Además, en dichas plataformas existen blogs con estudios que realizaron sobre las ventas de cursos online, unos ejemplos son Hotmart, LinkedIn Learn y Udemy. Y al igual que esas empresas existen consultoras que realizan estudios periódicos a este mercado de gran crecimiento como MarketsandResearch (Anexo 10) la cual indica que para 2026 el mercado de los cursos online crecerá hasta llegar a los 28250 millones de dólares desde los 8077,2 millones de dólares registrados en 2020.

#### Accesibilidad

En el mercado de los cursos online los servicios ofrecidos son algo sumamente fácil debido a que principalmente se requiere acceso a internet, y actualmente el 80% de los jóvenes en 104 países tienen acceso a internet según la ONU (Anexo 12).

En segundo lugar, para que los alumnos puedan aprender se requiere que puedan leer, escribir y poder escuchar. Estudiando los últimos análisis que hizo el INDEC sobre personas con dificultades o limitaciones permanentes en la Argentina podemos observar que alrededor del 7.2% de la población tiene algún tipo de discapacidad (Anexo 13) y de ese porcentaje el 59.5% tiene alguna discapacidad visual (Alrededor del 4.28% de la población total), 8.3% alguna discapacidad auditiva (Alrededor del 0.6% de la población total) y un 8.4% tiene alguna discapacidad cognitiva (Alrededor del 0.6% de la población total) resultando que un 5,48% de la población tiene algún tipo de dificultad que le impida acceder a educación virtual.(Anexo 14)



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

Superponiendo ambos datos analizados podemos concluir que alrededor del 75,6% de la población es capaz de acceder a los cursos. Que sumado a que alrededor del 19.8% de la población argentina tiene 15 a 29 años según el gobierno (Anexo 15) siendo ese segmento específico del mercado de educación online con objetivo a capacitarse en materias relacionadas con la tecnología un 14.96% de la población.

## 4.2 Variables de segmentación

### Geográfica

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

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

Con dicha información que fue resultado del marketing de contenidos que venimos realizando por redes sociales, podemos comprobar cierto nivel de interés en diferentes personas en dichos países de aprender sobre tecnología, por lo que aprovecharemos esa información para trabajar la marca y solidificar nuestra marca en las principales ciudades de los países en donde tenemos un mayor público (Argentina, México, Colombia y Perú)


### Región

Principales ciudades de Argentina, México, Colombia y Perú

- Ciudad de Buenos Aires.
- Ciudad de México.
- Bogotá.
- Lima.

### Tamaño

- Ciudad de Buenos Aires: 2,890 habitantes
- Ciudad de México: 8,855 millones
- Bogotá: 7,181 millones
- Lima: 9,5 millones de habitantes

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### Densidad poblacional

- Ciudad de Buenos Aires: 14.450,8 hab/Km<sup>2</sup>
- Ciudad de México: 5.962 hab/Km<sup>2</sup>
- Bogotá: 4.045 hab/Km<sup>2</sup>
- Lima: 3,555 hab/Km<sup>2</sup>


### Demográfica

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

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

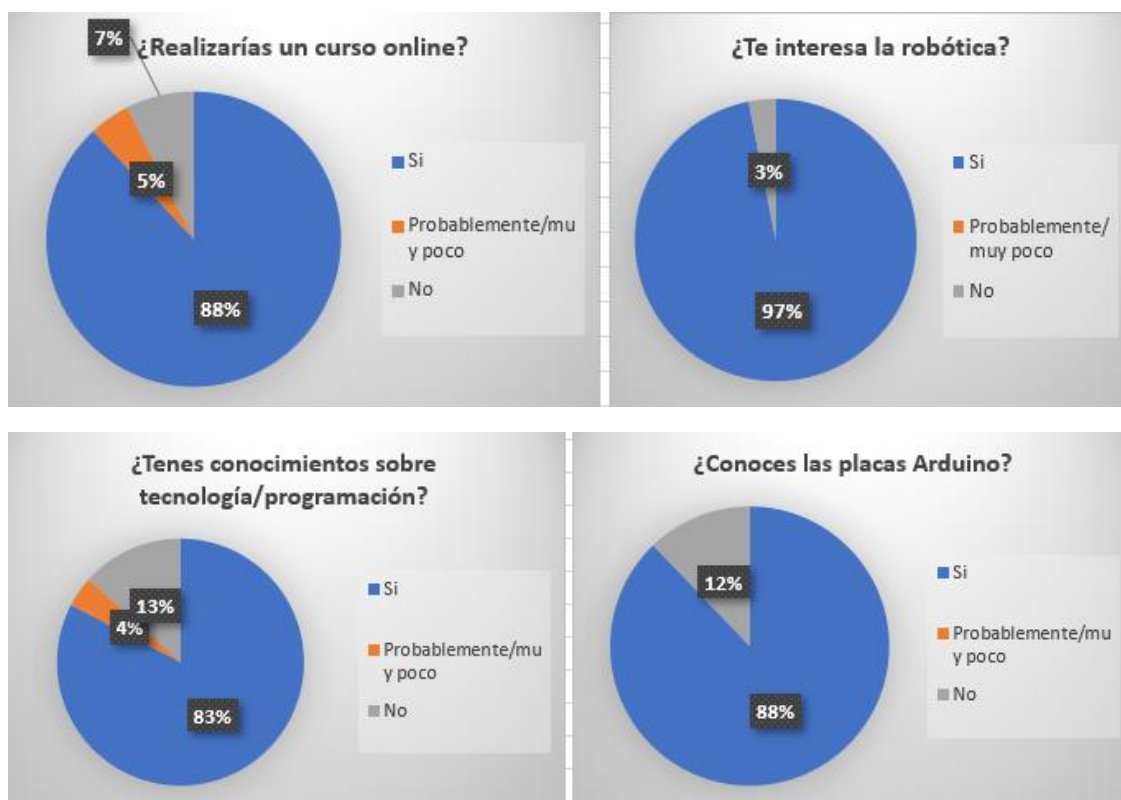
Además, podemos superponer esa información con la provista en el resultado de la encuesta realizada por el INDEC a jóvenes (Anexo 6) en donde se revela que la mayoría de los estudiantes que terminaron la secundaria o universitarios que recién están comenzando su carrera tienen entre 20 y 29 años, también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

- **Edad:** Adultos jóvenes y adultos (18 a 34 años).
- **Sexo:** Hombres o Mujeres
- **Ingresos:** Entre \$20.000 a \$68.000 ARS o equivalente en dólares mensuales.
- **Etnia:** Latinoamericanos de habla hispana.
- **Educación:** Secundario o Universitaria
- **Ciclo de vida familiar:** Solteros jóvenes, Casados jóvenes sin hijos, Casados jóvenes con hijos o Jóvenes divorciados sin hijos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA				
	Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro		
Negocio: InnovativaLab					

### Psicográficas


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



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

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

- **Personalidad:** Persistente, responsable, motivado, disciplinado, confiado, independiente, activo y adaptable.
- **Motivos:** Interés personal o capacitarse con fines profesionales.
- **Estilo de vida:** Sedentario y Autodidacta.

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

### Por beneficios

Beneficios buscados:

- Educación de calidad.
- Capacitarse para tener mejores sueldos
- Flexibilidad de horarios.
- Clases dinámicas.
- Aprendizaje colaborativo.
- Autonomía.
- Asesoría de expertos

### Tasa de uso

Usuario previo, usuarios potenciales y usuarios considerables.


### 4.3 Mercado meta

Sabiendo que al seleccionar un mercado meta, identificamos el grupo o los diferentes grupos de individuos que pertenecen a dicho mercado, información que es de vital importancia para poder desarrollar un producto o servicio, es necesario que realizamos dicho proceso para nuestro negocio.

Por lo que luego de realizar los análisis previos podemos concluir que los clientes del mercado meta al cual el negocio se va a dirigir debe tener las siguientes características:

Mercado meta	
<b>Edad</b>	Adultos jóvenes y adultos (18 a 34 años).
<b>Sexo</b>	Hombres o Mujeres
<b>Ingresos</b>	Entre \$20.000 a \$68.000 ARS o equivalente en dólares mensuales.
<b>Etnia</b>	Latinoamericanos de habla hispana.
<b>Educación</b>	Secundario o Universitaria
<b>Ciclo de vida familiar</b>	Solteros jóvenes, Casados jóvenes sin hijos, Casados jóvenes con hijos o Jóvenes divorciados sin hijos
<b>Zona geográfica</b>	Ciudad de Buenos Aires, Ciudad de México, Bogotá y Lima.
<b>Personalidad</b>	Persistente, responsable, motivado, disciplinado, confiado, independiente, activo y adaptable.
<b>Motivos</b>	Interés personal o capacitarse con fines profesionales.
<b>Estilo de vida</b>	Sedentario y Autodidacta
<b>Beneficios buscados</b>	Educación de calidad, Capacitarse para tener mejores sueldos, Flexibilidad de horarios, Clases dinámicas, Aprendizaje colaborativo, Autonomía y Asesoría de expertos

Además sabiendo que alrededor del 14.96% de la población tienen la edad, género, etnia, educación, ciclo de vida familiar, son capaces de acceder a los servicios que ofrecemos y como nos vamos a orientar a la Ciudad de Buenos Aires, Ciudad de México, Bogotá y Lima que

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

juntas tienen una población de 28,426 millones de personas, en una primera instancia sabemos que alrededor de 4,252 millones de personas que pueden acceder a los cursos que ofrecemos, pero dicho número aún no es algo que nos represente debido a que de esa población no a todos les interesa estudiar temas relacionados con la tecnología.

Para generar un aproximado que se acerque más a lo que estamos buscando nos conviene evaluar a cuantos jóvenes les interesa programa, para ello vamos a usar la estadística de cuanto de la población mundial sabe programar, que según la firma Evans Data Corporation, es el 1% de la población mundial (Anexo 16) y con ese dato asumimos que el 1% de la población le interesa la programación, por lo que nos quedaría que de los 4,252 millones de potenciales clientes, bajaríamos a **42520 potenciales clientes para cada uno de los cursos que brindaremos**.

#### *Análisis dividido por curso*

Brindaremos en una primera instancia dos servicios de capacitación a 50 dólares cada uno, uno será sobre Arduino y otro sobre Python. Por lo que de los potenciales clientes que teníamos anteriormente tenemos que identificar a cuantos les interesa la robótica con Arduino y cuantos Python. Para ello vamos a usar un estudio que realizó Future Processing (Anexo 17) sobre los intereses de los desarrolladores de software en donde un 53% está interesado en la robótica, automatización o inteligencia artificial y un 27% tiene planes de aprender a programar en Python.

Haciendo que podamos concluir que podemos tener


- 11480 potenciales clientes en el curso de Python.
- 22535 potenciales clientes en el curso de Arduino.

Pero ambos casos serían los más favorables, así que para obtener un valor más fiable vamos a realizar la media de cada uno con el valor de ventas de los cursos más vendidos en plataformas de e-learning, que en este caso será Udemy, dándonos que los cursos más vendidos tienen:

- Python con 20556 alumnos.
- Arduino con 2588 alumnos.

Y realizando la media con lo que obtuvimos nos da

- 16018 potenciales clientes en el curso de Python.
- 12561 potenciales clientes en el curso de Arduino.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## 5. Estrategia


### 5.1 Matriz Atractivo de la Industria / Fortalezas del Negocio

#### Atractivo de la Industria

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

#### Fortaleza del Negocio

	FORTALEZA BAJA	FORTALEZA MEDIA	FORTALEZA ALTA
Fortaleza del negocio			
Evaluación general			

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

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


Atractivo Industria				
Fortaleza del Negocio		Alta	Media	Baja
	Alta			
	Media			
	Baja			

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

## 5.2 Programas generales de acción

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


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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### 5.2.1 Estrategia de Administración


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



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


### 5.2.2 Estrategia de Servicio

Estrategia de servicio	
<b>Descripción</b>	<p>En esta estrategia se formularán y trabajarán las actividades necesarias para poder llevar a cabo el servicio que provee el negocio y realizar su soporte correspondiente.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa específico de acción de prestación.</li> <li>• Programa específico de acción de soporte.</li> <li>• Programa específico de acción de desarrollo.</li> </ul>
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de Operaciones
<b>Indicadores claves para el control de gestión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Índice de precisión presupuestaria: Costo de creación de material multimedia/Costo planeado de creación de material multimedia.</li> <li>• Índice de precisión al planificar: Tiempo de creación/Tiempo planeado de creación.</li> <li>• Índice de cumplimiento de publicación de cursos: Cursos publicados/Cursos planificados.</li> <li>• Índice de correcta solución de problemas: Problemas solucionados/Problemas totales.</li> <li>• Índice de actividad de usuarios: Cantidad de usuarios registrados/cantidad de visitas en la plataforma.</li> <li>• Índice de retardo de carga: Tiempo de carga de la plataforma/tiempo ideal de carga de una página web.</li> </ul>
<b>Fecha de Inicio y Fin</b>	Inicio: Julio 2022 – Fin: Julio 2025

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


### 5.2.3 Estrategia de Tecnología

Estrategia de tecnología	
<b>Descripción</b>	<p>En esta estrategia se formularán y trabajarán las actividades necesarias para un correcto soporte tecnológico de para la organización y la plataforma en donde se proveerá el servicio.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa específico de acción de telecomunicaciones.</li> <li>• Programa específico de acción de seguridad informática.</li> </ul>
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de IT (Tecnología de la información)
<b>Indicadores claves para el control de gestión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Índice de actividad de usuarios: Cantidad de usuarios registrados/cantidad de visitas en la plataforma.</li> <li>• Índice de problemas en deploys: Problemas en el momento de realizar un deploy/ Cantidad de problemas promedio al realizar deploys en la empresa.</li> <li>• Índice de retardo de carga: Tiempo de carga de la plataforma/tiempo ideal de carga de una página web.</li> <li>• Índice de uso real: Cantidad de usuarios en la plataforma/Cantidad planificada de usuarios máximos en la plataforma.</li> <li>• Índice de vulnerabilidades detectadas: Cantidad de vulnerabilidades/Un mes.</li> </ul>
<b>Fecha de Inicio y Fin</b>	Inicio: Julio 2022 – Fin: Julio 2025

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


#### 5.2.4 Estrategia de Marketing

Estrategia de marketing	
<b>Descripción</b>	<p>En esta estrategia se formularán y trabajarán las actividades necesarias para realizar las diferentes estrategias de marketing que necesita el negocio para posicionarse en el mercado, poder llegar a los clientes y concretar ventas más fácilmente.</p> <p>Dentro de esta estrategia se trabajarán los siguientes programas específicos de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa específico de acción de servicio.</li> <li>• Programa específico de acción de precio.</li> <li>• Programa específico de acción de promoción.</li> <li>• Programa específico de acción de distribución.</li> </ul>
<b>Directivo responsable</b>	Gerente de marketing
<b>Indicadores claves para el control de gestión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Índice de precisión de ventas: Ventas mensuales/Ventas objetivo.</li> <li>• Índice de precisión de alcance: Alcance/Alcance esperado.</li> <li>• Índice de interés de usuarios: Clics en links/Vistas del anuncio.</li> <li>• Índice de retorno de la inversión: Inversión/Ingreso generado.</li> <li>• Índice de planificaciones realizadas: Cantidad de planificaciones realizadas/En el último mes.</li> </ul>
<b>Fecha de Inicio y Fin</b>	Inicio: Julio 2022 – Fin: Julio 2025

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


### 5.2.5 Estrategia Comercial

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### 5.2.6 Matriz que vincula Análisis Estratégico con los programas Estratégicos

		Programas generales de acción				
		Administración	Servicio	Tecnología	Marketing	Comercial
<b>F</b>	Comunidad exclusiva.				•	
	Herramientas gratuitas.		•			
	Comunidad existente.				•	
	Encuentros sincrónicos para consultar dudas.		•			
	Utilización de campañas de marketing				•	
<b>O</b>	Colaboración con influencers.				•	
	Cooperación con el gobierno para proyectos de inclusión digital o capacitación.					•
	Asociación con empresas para capacitar a su personal.					•
	Trabajo con escuelas para dar talleres de robótica.					•
<b>D</b>	Pequeño tamaño de organización.	•				
	Poco capital manejado.	•				
	Poco personal.	•				
	Baja cantidad de cursos.		•			
	Falta de una plataforma de cursos propia.		•			
	Falta de contactos estratégicos.				•	
<b>A</b>	Piratería de los cursos.			•		
	Regulaciones por parte del gobierno.	•				
	Aumento de impuestos.	•				
	Variación del tipo de cambio.	•				


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### 5.3 Programas específicos de acción

#### 5.3.1 Programa específico de Administración


Administración
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Control interno.</li> <li>2. Compras y cuentas a pagar.</li> <li>3. Pagos.</li> <li>4. Ventas y cuentas a cobrar.</li> <li>5. Cobranzas.</li> <li>6. Recursos humanos.</li> </ol>

Programa Específico de Control Interno	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con el control interno de la empresa con el fin de evitar errores y fraudes. Permitiendo ganar una mayor seguridad y confiabilidad en las operaciones del negocio.
<b>Tareas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Formalizar un ambiente de control.</li> <li>2) Evitar zonas disputadas.</li> <li>3) Formalizar operaciones por escrito.</li> <li>4) Autorizar operaciones.</li> <li>5) Analizar riesgos.</li> <li>6) Separar funciones.</li> <li>7) Revalorizar función de archivo.</li> <li>8) Realizar registraciones claras, adecuadas y al día.</li> <li>9) Custodiar formularios sin utilizar.</li> <li>10) Rotar de forma interna el personal afectado a áreas sensibles.</li> <li>11) Evitar rotación interna acelerada de personal.</li> <li>12) Crear mecanismos o canales para reclamos de clientes.</li> <li>13) Mantener la existencia de determinadas funciones: operativas, de control y de asesoramiento.</li> <li>14) Realizar un control numérico de formularios.</li> <li>15) Realizar un control de correlatividad numérico - cronológica.</li> <li>16) Preenumerar los formularios utilizados</li> </ol>
<b>Responsable</b>	Gerente administrativo
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de ventas (Tarea 1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 y 16) Analista de datos de ventas (Tarea 2, 5, 14 y 15)
<b>Indicadores</b>	Índice de precisión presupuestaria: Presupuesto gastado/presupuesto planeado. Índice de ganancias: Ingresos/Egresos. Índice de importancia de gasto de personal: Sueldos/Egresos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Programa Específico de Compras y Cuentas a pagar	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con la compra de los recursos que necesarios para la creación de los servicios digitales que realizamos y mantener el correcto funcionamiento de la empresa.
<b>Tareas</b>	1) Detección de la necesidad de compra. 2) Selección de proveedor. 3) Adjudicación de la compra. 4) Planificación de la recepción. 5) Gestión de control. 6) Gestión de almacenamiento.
<b>Responsable</b>	Gerente administrativo
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de compras (Tarea 1, 2, 3, 4, 5 y 6)
<b>Indicadores</b>	Índice de precisión presupuestaria: Presupuesto gastado/presupuesto planeado. Índice de ganancias: Ingresos/Egresos.


Programa Especifico de Pagos	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con la cancelación de obligaciones contraídas por la empresa con el objetivo de compras, de servicios recibidos, de sueldos y jornales de personal.
<b>Tareas</b>	1) Determinación de la fecha de vencimiento de la factura y emisión de la orden de pago 2) Emisión de cheques. 3) Distribución de la documentación. 4) Registración del pago.
<b>Responsable</b>	Gerente administrativo.
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de pagos (Tarea 1 y 3) Contador (Tarea 2 y 4)
<b>Indicadores</b>	Índice de precisión presupuestaria: Presupuesto gastado/presupuesto planeado.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


Programa Específico de Ventas y cuentas a cobrar	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con la transferencia a otra persona de los servicios provistos por la empresa a cambio de un precio pactado, generalmente en dinero o a través de una promesa de pago futuro.
<b>Tareas</b>	1) Realización de venta 2) Aprobación de la venta. 3) Aprobación de los créditos. 4) Facturación de la venta. 5) Cobranza de la venta. 6) Registración de las operaciones efectuadas.
<b>Responsable</b>	Gerente administrativo
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de ventas. (Tarea 1, 2 y 3) Contador. (Tarea 4, 5, y 6)
<b>Indicadores</b>	Índice de concertación de ventas: Ventas reales/Ventas planeadas. Índice de costo real de adquisición de clientes: Costo de adquisición de clientes/Costo planeado de adquisición de clientes.

Programa Específico de Cobranzas	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con los pagos a servicios de terceros o empleados de la empresa y la formación de un correcto ambiente de control para dichas tareas.
<b>Tareas</b>	1) Aprobación y otorgamiento de créditos. 2) Facturación 3) Registraciones contables. 4) Apertura de correspondencia 5) Manejo de fondos. 6) Control y registración de la cobranza.
<b>Responsable</b>	Gerente administrativo
<b>Equipo de Trabajo</b>	Contador (Tarea 1, 2, 3, 4, 5 y 6)
<b>Indicadores</b>	Índice de precisión presupuestaria: Presupuesto gastado/presupuesto planeado.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


Programa Específico de Recursos Humanos	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con la contratación de nuevo personal para la empresa y las relaciones entre el personal interno de la empresa.
<b>Tareas</b>	1) Gestión administrativa de personal. 2) Generación de campañas de reclutamiento. 3) Supervisión de relaciones laborales. 4) Reclutamiento. 5) Documentación de nuevos empleados. 6) Entrevistar a nuevo personal. 7) Formación de personal.
<b>Responsable</b>	Gerente de servicios administrativos
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de recursos humanos (Tarea 1, 2, 3 y 4) Entrevistador (Tarea 4, 5 y 6) Formador (Tarea 7)
<b>Indicadores</b>	Índice de importancia de gasto de personal: Sueldos/Egresos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


### 5.3.2 Programa específico de Servicio

Servicio
1. Prestación
2. Soporte
3. Desarrollo


Programa Específico de prestación	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con la ejecución de los servicios que estamos ofreciendo.
<b>Tareas</b>	1) Planificar futuros lanzamientos. 2) Planificación de cursos. 3) Planificar estrategias de suministro de cursos. 4) Supervisión de cursos. 5) Encuentros sincrónicos. 6) Publicación de cursos. 7) Grabar contenido. 8) Edición de video. 9) Diseño gráfico. 10) Presentar material multimedia. 11) Elegir colores, tipografías y maquetados.
<b>Responsable</b>	Gerente de servicio
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de gestión de contenido. (Tarea 1, 2 y 3) Supervisor de cursos (Tarea 4 y 5) Profesor (Tarea 5, 6 y 7) Film-maker (Tarea 7) Editor de videos. (Tarea 8 y 9) Diseñador gráfico. (Tarea 10 y 11) Content manager (Tarea 10)
<b>Indicadores</b>	Índice de precisión presupuestaria: Costo de creación de material multimedia/Costo planeado de creación de material multimedia.  Índice de precisión al planificar: Tiemplo de creación/Tiempo planeado de creación.  Índice de cumplimiento de publicación de cursos: Cursos publicados/Cursos planificados.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Programa Específico de soporte	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con el soporte y atención al cliente ante cualquier inquietud que posean los clientes luego de comprar el producto.
<b>Tareas</b>	1) Planificación de estrategias de atención al cliente. 2) Supervisión de quejas. 3) Supervisión de resolución de problemas. 4) Mantenimiento de medios de contacto con el cliente. 5) Atención al cliente. 6) Soporte técnico a clientes.
<b>Responsable</b>	Gerente de Servicio
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de atención al cliente y soporte. (Tarea 1, 2 y 3) Personal de atención al cliente (Tarea 4 y 5) Personal de soporte (Tarea 6)
<b>Indicadores</b>	Índice de correcta solución de problemas: Problemas solucionados/Problemas totales.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


Programa Específico de desarrollo	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con el desarrollo de la plataforma web, herramientas de uso gratuito, material que utilizaremos en los mismos.
<b>Tareas</b>	1) Planificación de uso de la plataforma. 2) Planificación de desarrollo de nuevas herramientas. 3) Selección de dominio. 4) Documentación de nuevas herramientas. 5) Desarrollar nuevas herramientas. 6) Maquetado de páginas web. 7) Creación de la plataforma. 8) Subir desarrollos al servidor. 9) Testeo de nuevas herramientas. 10) Mantenimiento de la plataforma.
<b>Responsable</b>	Gerente de servicios.
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de desarrollo. (Tarea 1 y 2) Desarrollador frontend. (Tarea 4, 5, 7 y 10) Desarrollador backend. (Tarea 4, 5, 7 y 10) DevOps. (Tarea 3, 8 y 10) Experto en SEO (Tarea, 7) Diseñador gráfico. (Tarea 6) Tester. (Tarea 9)
<b>Indicadores</b>	Índice de cumplimiento: Cantidad de herramientas desarrolladas/ Cantidad de herramientas planificadas. Índice de actividad de usuarios: Cantidad de usuarios registrados/cantidad de visitas en la plataforma. Índice de retardo de carga: Tiempo de carga de la plataforma/tiempo ideal de carga de una página web

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


### 5.3.3 Programa específico de Tecnología

Tecnología
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Telecomunicaciones</li> <li>2. Seguridad informática</li> </ol>

Programa Específico de Telecomunicaciones	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con el soporte de las telecomunicaciones de la empresa, necesarias para la prestación de los servicios.
<b>Tareas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Análisis de requerimientos de telecomunicaciones.</li> <li>2) Supervisión de puestas a producción.</li> <li>3) Selección de servidores.</li> <li>4) Puesta en marcha luego de una caída.</li> <li>5) Mantenimiento de servidores.</li> <li>6) Instalación de hardware.</li> </ol>
<b>Responsable</b>	Gerente de IT
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de telecomunicaciones. (Tarea 1 y 2) Desarrollador backend. (Tarea 3, 5 y 6) DevOps. (Tarea 4)
<b>Indicadores</b>	Índice de retardo de carga: Tiempo de carga de la plataforma/tiempo ideal de carga de una página web. Índice de problemas en deploys: Problemas en el momento de realizar un deploy/ Cantidad de problemas promedio al realizar deploys en la empresa.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


Programa Específico de Seguridad Informática	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con la seguridad informática de la empresa, tanto de los clientes como del personal relacionado.
<b>Tareas</b>	1) Planificar estrategias de seguridad informática. 2) Buscar vulnerabilidades de forma activa. 3) Solucionar vulnerabilidades. 4) Mandar a producción soluciones de forma inmediata.
<b>Responsable</b>	Gerente de IT
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de desarrollo de software. (Tarea 1 y 2) Desarrollador backend. (Tarea 3) Desarrollador frontend. (Tarea 3) DevOps. (Tarea 3 y 4) Hacker ético. (Tarea 2)
<b>Indicadores</b>	Índice de uso real: Cantidad de usuarios en la plataforma/Cantidad planificada de usuarios máximos en la plataforma.  Índice de actividad de usuarios: Cantidad de usuarios registrados/cantidad de visitas en la plataforma  Índice de vulnerabilidades detectadas: Cantidad de vulnerabilidades/Un mes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

#### 5.3.4 Programa específico de Marketing


Marketing
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicio</li> <li>2. Precio</li> <li>3. Promoción</li> <li>4. Distribución</li> </ol>

Programa Específico de Servicio	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con la estrategia necesaria para poder realizar el servicio que se comercializara.
<b>Tareas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Especificación del servicio a ofrecer.</li> <li>2) Planificación de las líneas y mezclas de servicio.</li> <li>3) Planificación de la mejor estrategia a realizar según el mercado de nuestro servicio.</li> <li>4) Declaración del tipo de servicio a ofrecer.</li> <li>5) Planificación de estrategia de marcas.</li> <li>6) Planificación de garantías.</li> <li>7) Registración de marcas y marcas electrónicas.</li> </ol>
<b>Responsable</b>	Gerencia general.
<b>Equipo de Trabajo</b>	Gerente de servicio. (Tarea 1, 2, 3, 4 y 6) Gerente de comunicaciones. (Tarea 2, 4 y 5) Jefe de marketing. (Tarea 7)
<b>Indicadores</b>	Índice de retorno de la inversión: Inversión/Ingreso generado


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Programa Específico de Precio	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con el establecimiento de las estrategias relacionadas con el precio del servicio para que provea la mayor ganancia posible sin perder competitividad en el mercado.
<b>Tareas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Planificación de estrategia de precios.</li> <li>2) Análisis de precios para generar el servicio.</li> <li>3) Análisis de costos para generar el servicio.</li> <li>4) Análisis de precios de la competencia.</li> <li>5) Analizar sensibilidad del cliente al precio.</li> <li>6) Listar precios de los servicios.</li> </ol>
<b>Responsable</b>	Gerente de servicio
<b>Equipo de Trabajo</b>	Gerente de comunicaciones. (Tarea 1) Analista de investigación de mercado. (Tarea 2, 3, 4, 5 y 6)
<b>Indicadores</b>	Índice de precisión de ventas: Ventas mensuales/Ventas objetivo. Índice de retorno de la inversión: Inversión/Ingreso generado.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


Programa Específico de Promoción	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con la promoción del servicio, generando así publicidad y promociones de ventas para incrementar el cierre de ventas.
<b>Tareas</b>	1) Especificación de la estrategia de promoción. 2) Planificación de publicidad a utilizar. 3) Planificación de estrategias de cierre de venta. 4) Gestión de redes sociales. 5) Gestión de comunidad exclusiva. 6) Gestión de comunidad en redes. 7) Búsqueda de nuevos contactos. 8) Búsqueda de colaboraciones. 9) Publicación de anuncios. 10) Planificación de contenido. 11) Generación de promociones 12) Creación de campañas de marketing.
<b>Responsable</b>	Gerente de comunicaciones
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de marketing (Tarea 1, 7 y 11) Administrador de anuncios. (Tarea 2, 3, 9, 10 y 11) Community manager (Tarea 4, 5, 6, 8 y 10) Experto en Facebook Ads (Tarea 9 y 12) Experto en Google Ads (Tarea 9 y 12) Content manager (Tarea 4,5,6 y 10)
<b>Indicadores</b>	Índice de planificaciones realizadas: Cantidad de planificaciones realizadas/En el último mes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Programa Específico de Distribución	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con la estrategia en donde se definen los canales por donde el cliente puede acceder a los servicios.
<b>Tareas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Elección de canales de contacto con clientes.</li> <li>2) Elección de redes sociales a usar.</li> <li>3) Gestión de campañas de marketing.</li> <li>4) Configuración de Facebook Ads.</li> <li>5) Configuración de Pixel de Facebook Ads.</li> <li>6) Configuración de Google Ads.</li> <li>7) Configuración de Google Analytics.</li> <li>8) Publicar en redes sociales.</li> <li>9) Publicar anuncios en el sitio web.</li> </ol>
<b>Responsable</b>	Gerente de comunicaciones.
<b>Equipo de Trabajo</b>	<p>Jefe de marketing. (Tarea 1, 2 y 3)</p> <p>Community manager. (Tarea 2, 8 y 9)</p> <p>Experto en Facebook Ads. (Tarea 3, 4 y 5)</p> <p>Experto en Google Ads. (Tarea 3, 6 y 7)</p>
<b>Indicadores</b>	<p>Índice de precisión de alcance: Alcance/Alcance esperado.</p> <p>Índice de interés de usuarios: Clics en links/Vistas del anuncio.</p>


### 5.3.5 Programa específico de Comercial

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Programa Específico de Ventas	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con el proceso de venta de los servicios digitales que ofrecemos a los clientes.
<b>Tareas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Análisis de facturación de ventas</li> <li>2) Establecer términos y condiciones de compra.</li> <li>3) Búsqueda activa de cooperaciones y nuevas oportunidades.</li> <li>4) Mejorar atención al cliente.</li> <li>5) Realizar seguimiento de clientes en el proceso de compra.</li> <li>6) Manejo de relaciones de compra.</li> <li>7) Realizar atención al cliente.</li> <li>8) Realizar soporte técnico al cliente durante la venta.</li> </ol>
<b>Responsable</b>	Gerente de servicio.
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de ventas de servicios. (Tarea 1, 2 y 3) Personal de atención al cliente. (Tarea 4, 5, 6 y 7) Personal de atención de soporte. (Tarea 8)
<b>Indicadores</b>	Índice de arrepentimiento: Número de devoluciones/Numero de ventas

Programa Específico de postventa	
<b>Descripción</b>	Se realizan las tareas relacionadas con las actividades postventa del servicio que ofrecemos.
<b>Tareas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Generar política de garantías.</li> <li>2) Buscar formas de incentivar al cliente a comprar más servicios.</li> <li>3) Registrar sugerencias de clientes.</li> <li>4) Seguimiento de clientes.</li> <li>5) Suministrar acceso a contenido postventa.</li> <li>6) Realizar atención al cliente.</li> <li>7) Realizar soporte técnico al cliente en postventa.</li> </ol>
<b>Responsable</b>	Gerente de servicio.
<b>Equipo de Trabajo</b>	Jefe de ventas de servicios. (Tarea 1 y 2) Personal de atención al cliente. (Tarea 3, 4, 5 y 6) Personal de atención de soporte. (Tarea 3 y 7)
<b>Indicadores</b>	Índice de arrepentimiento: Número de devoluciones/Numero de ventas. Índice de presencialidad: Número de alumnos en sesiones sincrónicas/número de venta de cursos.

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

## 6. Plan de Marketing

### 6.1 Estrategia de servicio

#### 6.1.1 Descripción general de servicio

Los servicios que ofrecemos en InnovativaLab, son los de capacitación online sobre temas relacionados con la robótica y programación. Más específicamente ofrecemos **cursos online** que las personas interesadas pueden comprar desde un sitio web y al comprarlo acceden a una **comunidad exclusiva** de estudiantes en donde compartimos información relacionada con los cursos, ellos pueden aprender de forma colaborativa y consultarse dudas.

Además, también ofrecemos otro servicio el cual además de contener todo lo antes mencionado se le suma la posibilidad de realizar **encuentros virtuales sincrónicos**, por medio de Zoom, en donde los estudiantes pueden hablar con los expertos que realizaron los cursos y consultar todas las dudas que crean necesarias durante un mes luego de realizar la compra, como así poder entablar un mejor vínculo con otros estudiantes.

**Curso de Arduino:** Curso online + Comunidad exclusiva.

**Curso de Arduino Plus:** Curso online + Comunidad exclusiva + Encuentros virtuales sincrónicos.


**Curso de Python:** Curso online + Comunidad exclusiva.

**Curso de Python Plus:** Curso online + Comunidad exclusiva + Encuentros virtuales sincrónicos.

#### 6.1.2 Servicio

Los servicios que ofreceremos estarán orientados nuestro público meta, el cual se puede resumir en jóvenes de latinoamericanos con interés en aprender sobre robótica y programación, pero con mayor detalle podemos decir que los clientes a los que vamos a dirigir deben tener las siguientes características:

Mercado meta	
<b>Edad</b>	Adultos jóvenes y adultos (18 a 34 años).
<b>Sexo</b>	Hombres o Mujeres
<b>Ingresos</b>	Entre \$20.000 a \$68.000 ARS o equivalente en dólares mensuales.
<b>Etnia</b>	Latinoamericanos de habla hispana.
<b>Educación</b>	Secundario o Universitaria
<b>Ciclo de vida familiar</b>	Solteros jóvenes, Casados jóvenes sin hijos, Casados jóvenes con hijos o Jóvenes divorciados sin hijos
<b>Zona geográfica</b>	Ciudad de Buenos Aires, Ciudad de México, Bogotá y Lima.
<b>Personalidad</b>	Persistente, responsable, motivado, disciplinado, confiado, independiente, activo y adaptable.
<b>Motivos</b>	Interés personal o capacitarse con fines profesionales.
<b>Estilo de vida</b>	Sedentario y Autodidacta

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

<b>Beneficios buscados</b>	Educación de calidad, Capacitarse para tener mejores sueldos, Flexibilidad de horarios, Clases dinámicas, Aprendizaje colaborativo, Autonomía y Asesoría de expertos
----------------------------	--

Siendo aproximadamente 42520 potenciales clientes para cada uno de los cursos que brindaremos.

Los servicios de educación online que vamos a ofrecer se caracterizan como servicios al cumplir las siguientes características básicas de un servicio:


- Son **intangibles** debido a que son totalmente digital.
- Son **inseparables** debido a que no pueden acceder a ellos sin acceder a la plataforma.
- Son **heterogéneos** ya que todos los cursos que brindaremos serán de las mismas características para todos.
- Son **percederos**, debido a que algunas características de los cursos, como las asesorías, serán solo por un periodo de tiempo.

Además, nuestros servicios serán de calidad porque trabajaremos principalmente los siguientes factores de los mismos:

- **Confiability:** Nos aseguraremos que demostrar que somos expertos en la temática y en ser capaces de solucionar las dudas que nos planteen.
- **Sensibilidad:** Orbitaremos al cliente ante cualquier inconveniente y nos encargaremos de detectar las necesidades y prioridades que tengan al acceder a nuestros servicios.
- **Seguridad:** Nos encargaremos que los cursos sean algo al que tengan acceso con seguridad y no haya problemas con el servicio que incomode a los clientes.
- **Empatía:** En todo momento estaremos en contacto con los clientes y ante cualquier inconveniente actuaremos con empatía con ellos para no se generen incomodidades y poder solucionar sus problemas.
- **Tangibilidad:** Si bien los servicios no son tangibles, nos dedicaremos a que los resultados de aprendizaje si lo sean, que los alumnos sientan que aprendieron algo y puedan producir proyectos tangibles.

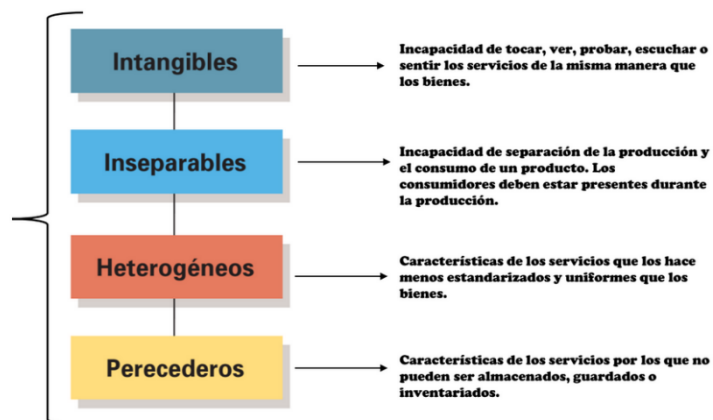
#### 6.1.2.1 Tipo de servicio

El servicio que ofrecemos está muy relacionado con la **“Industria de servicios”** que engloba a todas las organizaciones que producen un bien intangible, y al dedicarnos al e-learning, nuestros cursos y capacitaciones son intangibles para los clientes, pero ellos son capaces de aprender y acceder a ellos por medio de nuestra web. Cumpliendo así una de las características básicas de los servicios la intangibilidad y de la misma forma se cumplen todas las características de servicios las cuales son:


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## Servicios

### Características de los servicios



Al ser inseparables de la plataforma para acceder a los mismos, ser heterogéneos ya que todos los cursos que brindaremos serán de las mismas características para todos y ser perecederos, debido a que algunas características de los cursos, como las asesorías, serán solo por un periodo de tiempo.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### 6.1.3 Líneas y Mezclas del servicio

Líneas	Amplitud de Servicios	
	Cursos de robótica	Cursos de programación
Profundidad de servicios	Curso Arduino	Curso Python
	Curso Arduino Plus	Curso Python Plus


*Mezcla de servicios*

Las líneas y mezclas del servicio se dividirán en dos categorías principales, los **cursos de robótica** orientados específicamente a capacitaciones que les sirvan a los alumnos a obtener habilidades que les permitan hacer robots y los **cursos de programación** los cuales se orientarán a que los alumnos obtengan habilidades de programación necesarias para embarcarse en el mercado laboral actual y hacer proyectos que demuestren sus habilidades.

Luego los cursos se dividirán según el valor agregado que le aporte al cliente generando así los siguientes servicios:


<b>Curso de Arduino</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Curso online.</li> <li>• Comunidad exclusiva.</li> </ul>
<b>Curso de Arduino Plus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Curso online.</li> <li>• Comunidad exclusiva.</li> <li>• Encuentros virtuales sincrónicos.</li> </ul>
<b>Curso de Python</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Curso online.</li> <li>• Comunidad exclusiva.</li> </ul>
<b>Curso de Python Plus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Curso online.</li> <li>• Comunidad exclusiva.</li> <li>• Encuentros virtuales sincrónicos.</li> </ul>

- **Curso de Arduino:** Será servicio de capacitación que tendrá un **curso online** asincrónico de introducción de Arduino en donde se aprenderá todo lo necesario para que un alumno sin conocimientos previos del tema pueda realizar su primer robot con Arduino. Además, se le brindará **acceso a una comunidad exclusiva** del negocio en donde podrá consultar cualquier duda que tengan sobre los temas vistos a los expertos y aprender de forma colaborativa con otros alumnos.

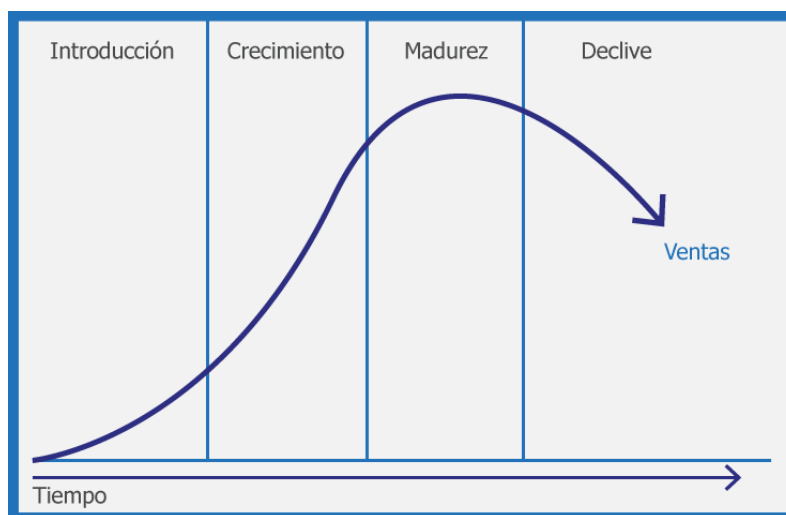
	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

- **Curso de Arduino Plus:** Tendrá las mismas características que el “Curso de Arduino”, siendo estas el **curso online** y el **acceso a la comunidad exclusiva**, pero con el valor agregado que durante un mes posterior a la compra podrá realizar cualquier consulta que tenga a los expertos en reuniones sincrónicas por Zoom.
- **Curso de Python:** Sera servicio de capacitación que tendrá un curso online asincrónico de introducción a la programación en Python en donde se aprenderá todo lo necesario para que un alumno sin conocimientos previos del tema pueda realizar sus primeros proyectos con Python que les sirva como experiencia para agregar en un portafolio de desarrollador de software. Además, se le brindara acceso a una comunidad exclusiva del negocio en donde podrá consultar cualquier duda que tengan sobre los temas vistos a los expertos y aprender de forma colaborativa con otros alumnos.
- **Curso de Python Plus:** Tendrá las mismas características que el “Curso de Python”, siendo estas el **curso online** y el **acceso a la comunidad exclusiva**, pero con el valor agregado que durante un mes posterior a la compra podrá realizar cualquier consulta que tenga a los expertos en reuniones sincrónicas por Zoom.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


#### 6.1.4 Ciclo de vida

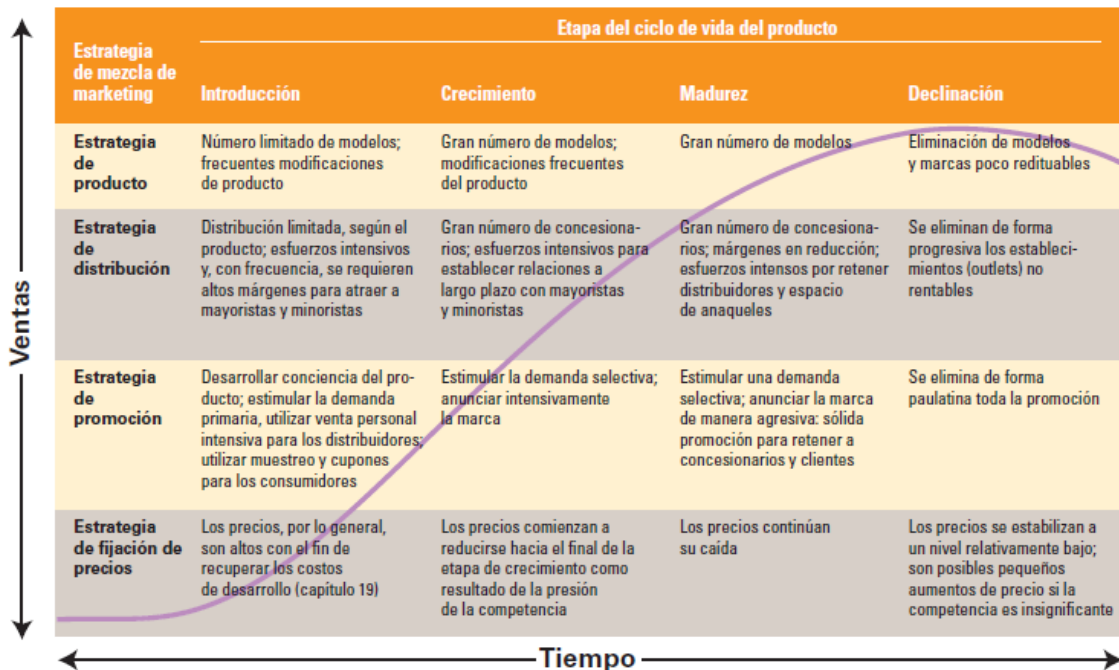


*Ciclo de Vida del servicio*


Al ser nuestro servicio del mercado de los cursos online, al identificar dicho mercado podemos ver que actualmente se encuentra en la **fase de crecimiento**, debido a que luego de la pandemia se popularizó en gran medida la tendencia que había a la educación online y hoy en día en redes sociales y en internet se pueden encontrar una gran variedad de cursos online y de autoempleados que venden sus propios cursos online y que aun hoy en día está en un crecimiento constante y a bastante tiempo de llegar a su etapa de madurez debido a que la gran mayoría de autoempleados le falta el respaldo de una marca, un equipo o una correcta estrategia de marketing para alcanzar públicos mayores y en caso de no ser auto empleado utilizan plataformas de educación online masivas, como lo es Udemy, las cuales le quitan control sobre los precios, canales de venta y cierto porcentaje de las ganancias.

Por dicho motivo si analizamos las distintas estrategias de mezcla de marketing que se pueden realizar dependiendo del ciclo de vida de un mercado que se pueden ver el siguiente cuadro:

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA				
	Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
Año: 2022	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	Sede: Centro		
Negocio: InnovativaLab					



En esta etapa principalmente haremos un **esfuerzo en la estrategia de promoción** con el fin de poder anunciar intensivamente la marca y poder ser reconocidos en el mercado de los cursos online y en segundo lugar trabajaremos la estrategia de servicio al realizar modificaciones frecuentes a nuestros servicios para mejorar nuestra calidad según las opiniones y retroalimentación de nuestros clientes.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


### 6.1.5 Marca

#### 6.1.5.1 Descripción general de la Marca

Luego de analizar el negocio lo más óptimo a trabajar para la empresa sería trabajar la **marca como marca del fabricante** y específicamente como **familia de marcas** en donde vamos a posicionar la marca de forma tal de que cada curso está respaldado por la marca del negocio, InnovativaLab, permitiendo que los potenciales clientes y clientes tengan una imagen al ver la marca de los cursos de que son de confianza, claros y realmente van a aprender lo que se menciona.

En cuestión de marca usaremos un **imagerotipo** en donde tendremos la imagen de la marca y un pequeño texto con el nombre del negocio, el cual al tener las palabras **“Innovativa”** de innovación y **“Lab”** de laboratorios buscamos que se nos identifique al educar sobre temas innovadores y que se pueda aprender de forma colaborativa de temas complejos como se podría realizar en un laboratorio de investigación.

Por otro lado, la paleta de colores azul representa el modernismo, el desarrollo tecnológico, la libertad y verdad que tratamos de inculcar a la hora de aprender, y la lámpara blanca con la idea de representar la creación de nuevas ideas haciéndolo así **muy fácil de identificar** al ser **distintivo**, tener una **connotación positiva** y **describir algunas características de los servicios** que ofrecemos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA				
	Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
Año: 2022	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	Sede: Centro		
Negocio: InnovativaLab					

### 6.1.5.2 Imagotipo

Como se menciona anteriormente en el negocio implementaremos un imagotipo que es la combinación de una imagen y un texto, los cuales dependiendo de donde se muestre los podemos utilizar por separado.


El logo que poseemos es el siguiente:




### 6.1.5.3 Registración de la Marca

El registro de la marca es algo de vital importancia para un negocio de hoy en día, debido a que solo haciendo esto podemos asegurar que el nombre y logo que usemos para nuestro negocio nos pertenece y que nadie es dueño del mismo nombre, lo cual podría generar inconvenientes legales si se llega a usar un nombre de una marca de terceros para generar ingresos.

Actualmente ya tenemos la marca registrada en el INPI (Instituto Nacional de la propiedad Industrial) en Argentina, por lo que tenemos la propiedad del nombre y logo de la empresa asegurados.

 <span>MARCAS</span> <span>PATENTES</span> <span>MODELOS</span> <span>INF. TECNOLÓGICA</span> <span>TR. DE TECNOLOGÍA</span> <span>INSTRUCTIVOS</span>							
Resultado de Marcas <span>Volver Arriba</span>							
Búsqueda avanzada de marcas							
NRO ACTA	TITULARES ASIGNADOS	FECHA INGRESO	CLASE	DENOMINACION	TIPO DE MARCA	NRO RESOLUCION	ESTADO
3787206	20411645003 BALICH, FRANCO ADRIAN 50.00% - 20209464617 BALICH, NESTOR ADRIAN 50.00%	21/03/2019	41	INNOVATVALAB	Mista	3053162	C
Mostrando 1 a 1 de 1 filas							

Captura obtenida de la consulta de la base de datos del INPI

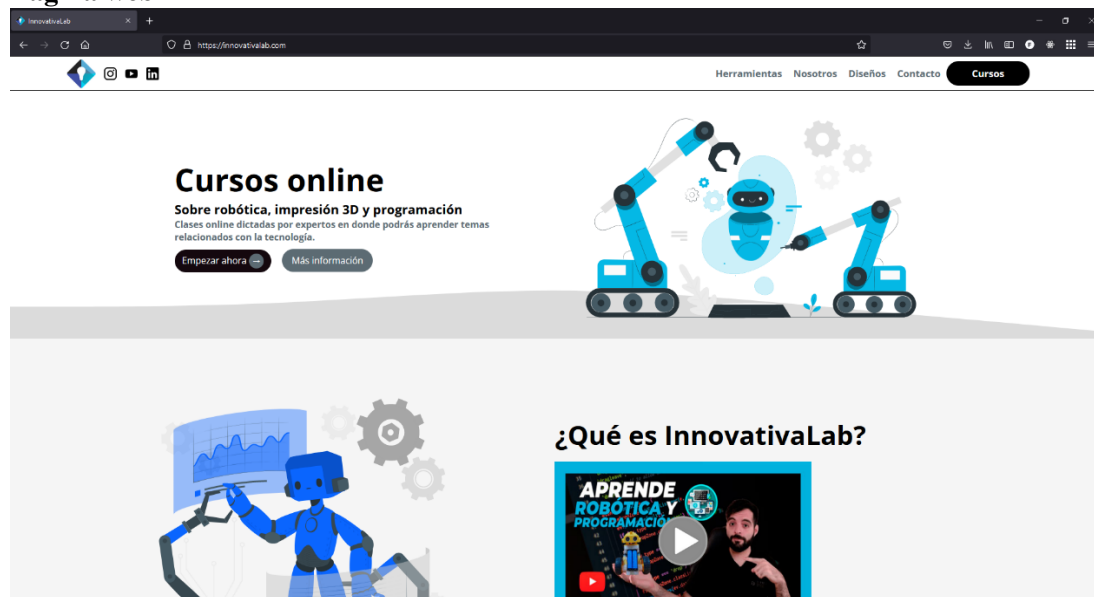
	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

#### 6.1.5.4 Registración de la Marca electrónica


Al igual que la marca comercial, la marca electrónica es fundamental tenerla asegurada para el negocio debido a la gran creciente popularidad de las redes sociales, si una empresa no tiene participación activa en las mismas, se pierde una gran cantidad de oportunidades que nuevos clientes potenciales conozcan al negocio y de poder realizar campañas de marketing digital que pueden llegar a miles de personas con bajas inversiones de capital.

En el caso de nuestro negocio, ya tenemos registrada nuestra marca electrónica y actualmente ya tenemos las principales redes sociales registradas, cuenta de correo de Gmail y el dominio de páginas web .com y .ar.

#### Página web



Actualmente el dominio de páginas web .com y .ar ya los tenemos registrado y lo estamos utilizando para nuestra primera página web prototipo la cual esta almacenada en un servidor propio.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## Instagram



La principal red social que tenemos y estamos trabajando activamente con una estrategia de marketing de contenidos es Instagram en donde ya tenemos una comunidad de 1912 personas.

## Página de LinkedIn




Luego tenemos una página de empresa creada para asegurar que el nombre de la página sea el mismo de nuestra empresa y nadie pueda adquirirlo sin nuestro conocimiento.

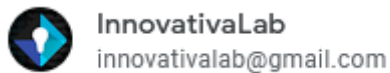
## Página de Facebook



También tenemos una página de Facebook creada principalmente para hacer campañas de marketing de Facebook Ads en donde enviamos público a la cuenta de Instagram.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA				
	Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
Año: 2022	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	Sede: Centro		
Negocio: InnovativaLab					

### Cuenta de Gmail



Tenemos la cuenta de gmail de InnovativaLab para utilizar mientras tanto generamos el mail corporativo con el dominio web que tenemos.

### Cuenta de Twitter



También tenemos la cuenta de twitter del negocio la cual estuvimos trabajando por un periodo de tiempo.


### Cuenta de TikTok



Por último, tenemos la cuenta de TikTok del negocio debido al crecimiento exponencial que se puede tener en dicha red sin invertir capital, pero actualmente no la estamos usando, sino que solo reservamos el nombre.

#### 6.1.5.5 Garantías

Todos nuestros servicios tendrán una garantía de 30 días y en caso de que nuestros servicios no cumplan con las expectativas de nuestros clientes le vamos a devolver todo su dinero.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA				
	Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro		
Negocio: InnovativaLab					

## 6.2 Estrategia de precios

### 6.2.1 Análisis de precios

Lo más importante para el negocio es que el egreso de capital sea igual o inferior al ingreso de capital haciendo que las ganancias sean iguales o mayores a cero, pero nunca se debe ir a pérdidas. Por lo que es fundamental realizar un análisis de precios en donde evaluemos los costos fijos y variables, y realicemos un análisis con los precios de la competencia para evaluar si nuestros servicios van a ser más o menos accesibles para nuestro cliente objetivo y poder evaluar si el negocio va a ser rentable viendo a cuanta gente podríamos proveer nuestro servicio y la ganancia esperada que tendríamos.

### 6.2.2 Análisis de costos

#### 6.2.2.1 Costos fijos

Los costos fijos de una empresa son los costos que se repiten periódicamente y no dependen del incremento o decremento de la creación de nuevos servicios realizados por la empresa.

<b>Costos Fijos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pagos a proveedores de servicio de hosting.</li> <li>• Inversión en marketing digital.</li> <li>• Pago de patentes, marcas y licencias.</li> <li>• Sueldos de personal.</li> </ul>
---------------------	---

Viendo el cuadro se puede observar que en el negocio tenemos como costos fijos el pago a proveedores de servicio de hosting los cuales son fundamentales pagar de forma mensual o anual para tener un lugar en donde almacenar el material de los cursos, las herramientas gratuitas y el sitio web. Luego tenemos la inversión en marketing digital que vamos a realizar con nuestro personal de forma mensual al igual al pago de patentes, marcas y licencias de los diferentes programas que usamos, dominios e impuestos, y por último los sueldos del personal de la empresa que también debe ser pagado de forma mensual.


#### 6.2.2.2 Costos variables

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

<b>Costos Variables</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pagos de servicios tercerizados.</li> <li>• Reparación de computadoras.</li> <li>• Compra de computadoras.</li> </ul>
-------------------------	--

Al observar el cuadro podemos ver que los costos variables son el pago de servicios tercerizados como la edición de video, diseño gráfico o las asesorías legales y técnicas, la reparación y compra de computadoras que puede suceder de forma variable dependiendo de los inconvenientes que tengan nuestros empleados y si surge la necesidad de contratar más empleados debido a un aumento de ventas, es necesario saber que tienen una computadora que les permita trabajar de forma eficiente.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


### 6.2.3 Análisis precio competencia

Servicio	TribuMaker	Bots	CoderHouse
<b>Cursos online asincrónicos de robótica</b>			
Curso de electrónica desde cero y Arduino Uno	\$15400	-	-
Curso + robot	-	\$30520	-
<b>Cursos online asincrónicos de programación con encuentros</b>			
Python	-	-	\$16560

En el mercado de los cursos online al estar en crecimiento no existe ningún tipo de estándar de contenido de los cursos por lo que cada creador de cursos puede elegir que temas dictar o que elementos agregar en su curso lo que dificulta en gran medida hacer una comparación exacta de los precios de la competencia, por lo que en este análisis elegimos los servicios o suma de conjunto de servicios que más se asemejen a los cursos que vamos a dictar, pero aun con algunas ligeras diferencias.

Por ejemplo:

- En **TribuMakers**, el contenido de los cursos introductorios a Arduino, están divididos en 3 cursos que al sumarlos para que cumplan las mismas características que ofreceríamos con nuestros servicios en cuestiones de contenido y duración de los cursos, saldrían \$15400.
- En **Bots**, el contenido del curso online también es el mismo, pero sus servicios tienen incluido un kit de robótica físico que nosotros no ofrecemos, sino que ofrecemos un kit digital de un robot en donde los alumnos pueden descargar las piezas y hacer sus propios robots, por lo que nuestros servicios serían mas baratos al no tener un producto físico.
- En **CoderHouse**, casualmente es el curso que tiene el mayor parecido con lo que vamos a ofrecer en el curso de programación con Python Plus.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## 6.2.4 Análisis sensibilidad del cliente

### 6.2.4.1 Efectos sensibilidad al precio

En el mercado de los cursos online es tan grande y como actualmente está en crecimiento, no llego a un punto donde los clientes puedan establecer un precio promedio de los mismos, además como en cada curso varia la cantidad de contenido de los mismos es muy difícil establecer un precio de referencia, por lo que ese efecto no influye a este tipo de mercado como si lo hacen los efectos de calidad-precio y el de beneficio final.

#### 6.2.4.1.1 Efecto precio de referencia

Como mencionamos anteriormente, en el mercado de los cursos online el efecto de precio de referencia no tiene influencia debido a que no se puede establecer un valor de referencia debido a que el mercado mismo se encuentra en crecimiento y no todos los cursos ofrecen lo mismo.

#### 6.2.4.1.2 Efecto de calidad-precio


Luego de un análisis de la competencia comprobamos que en este mercado la calidad de los cursos y el contenido que tiene afecta en gran medida si el cliente piensa si un curso es caro o si es barato para todo lo que ofrece. Por lo que vamos a realizar una mejora continua de la calidad de nuestros servicios para que la relación calidad-precio vaya mejorando con el pasar del tiempo y poder diferenciarnos de la competencia por medio de la calidad.

#### 6.2.4.1.3 Efecto de beneficio final

Debido a que una gran parte de las personas que compran cursos online los buscan para aprender nuevas habilidades con las que poder encontrar mejores trabajos y así mejores sueldos nuestro objetivo siempre va a ser generar un beneficio a los clientes con cada cosa que aprender el cual puedan usar para mejorar su curriculum vitae o portafolio de proyectos.

## 6.2.5 Estrategia de precio

Dado que nuestra estrategia se basa en ir mejorando la calidad de nuestros servicios vamos a implementar una estrategia neutra en donde vamos a utilizar un precio que sea similar a el promedio de nuestra competencia y en base a ese precio ir mejorando nuestra competitividad por medio del marketing y la calidad.


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

#### 6.2.5.1 Asignación de precios orientada a la maximización de las utilidades

Debido a lo antes mencionado sobre que nos vamos a establecer un precio similar al de nuestra competencia e ir mejorando la calidad, primero vamos a lanzar el servicio mínimo viable con el cual vamos a realizar una maximización de las utilidades al reducir los costos lo mayor posible e incrementar los ingresos con los cuales vamos a mejorar la calidad de los servicios en base a la retroalimentación de nuestros clientes.

#### 6.2.6 Lista de precios

Servicios	Precio
Curso de Arduino	\$12300
Curso de Arduino Plus	\$17450
Curso de Python	\$13450
Curso de Python Plus	\$17700

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### 6.3 Estrategia de promoción


#### 6.3.1 Mix de promoción

La estrategia de promoción que usaremos para los servicios que ofreceremos estará orientada a nuestro público meta, el cual se puede resumir en jóvenes de latinoamericanos con interés en aprender sobre robótica y programación, pero con mayor detalle podemos decir que los clientes a los que vamos a dirigir deben tener las siguientes características:

Mercado meta	
<b>Edad</b>	Adultos jóvenes y adultos (18 a 34 años).
<b>Sexo</b>	Hombres o Mujeres
<b>Ingresos</b>	Entre \$20.000 a \$68.000 ARS o equivalente en dólares mensuales.
<b>Etnia</b>	Latinoamericanos de habla hispana.
<b>Educación</b>	Secundario o Universitaria
<b>Ciclo de vida familiar</b>	Solteros jóvenes, Casados jóvenes sin hijos, Casados jóvenes con hijos o Jóvenes divorciados sin hijos
<b>Zona geográfica</b>	Ciudad de Buenos Aires, Ciudad de México, Bogotá y Lima.
<b>Personalidad</b>	Persistente, responsable, motivado, disciplinado, confiado, independiente, activo y adaptable.
<b>Motivos</b>	Interés personal o capacitarse con fines profesionales.
<b>Estilo de vida</b>	Sedentario y Autodidacta
<b>Beneficios buscados</b>	Educación de calidad, Capacitarse para tener mejores sueldos, Flexibilidad de horarios, Clases dinámicas, Aprendizaje colaborativo, Autonomía y Asesoría de expertos

Siendo aproximadamente 42520 potenciales clientes para cada uno de los cursos que brindaremos.

Además, nuestros clientes potenciales al ser jóvenes vamos a orientar nuestras estrategias de promoción a las redes sociales y a lo digital debido a que actualmente los jóvenes pasan la mayor parte de su tiempo en las redes sociales o en internet.


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### 6.3.1.1 Publicidad

#### 6.3.1.1.1 Publicidad Online

Este tipo de publicidad se realiza por medio de internet aplicando diferentes estrategias por medio de redes sociales o internet. En nuestro caso haremos uso de varios métodos de publicidad online que son los siguientes:

- **SEO:** El SEO o posicionamiento en buscadores hoy en día es de vital importancia, debido a que toda persona que tenga acceso a internet una de las primeras cosas que va a hacer en ese momento es buscar en su buscador de confianza, ya sea Google, Yahoo!, Bing, etc, lo que necesita y en el caso que la página web del negocio este bien posicionada de forma tal que cuando alguien busque algo relacionado con las palabras claves “Curso online”, “robótica” o “Arduino” salga como una de las primeras opciones nuestra página tendremos un mayor alcance a personas interesadas que pueden convertirse en potenciales clientes.
- **Marketing de contenidos en redes sociales:** Hoy en día es fundamental tener una identidad en redes sociales y una forma en que muchas empresas lo están haciendo es subiendo contenido, ya sea imágenes, videos, reels, blog, etc, sobre temas relacionados con los servicios que ofrecen así generando una comunidad de personas que al interesarle las publicaciones realizadas se suman a la comunidad y en el momento de vender podemos darle acceso a landing pages en donde completen su información para que les enviemos un descuento o alguna otra información que se quiera promocionar y así generar una base de datos para un futuro mail marketing.  
En nuestro caso trabajemos marketing de contenidos en Instagram, Twitter, LinkedIn y TikTok.
- **Campañas de marketing por Facebook Ads:** En nuestro caso realizaremos campañas de marketing por Facebook Ads orientadas a Instagram en donde ya realizamos marketing de contenidos para nuestra comunidad. De igual forma cuando se realice un lanzamiento, estos tendrán su propia campaña de marketing por Facebook Ads en donde solicitaremos la información de contacto para enviarle un mail y así sumarlo a una base de datos nuestra para un futuro mail marketing.
- **Mail marketing:** El mail marketing también es muy importante ya que nos permite generar una base de datos de personas que están interesadas en nuestros servicios y podemos enviarles mail con promociones, información de interés y eventos que realicemos para que puedan acceder a los mismos de una forma más fácil y para la empresa así poder tener más clientes.
- **Webinars:** Usaremos webinars sobre temas introductorios para explicar temas de forma gratuita y al finalizar les recomendaremos los cursos ofreciéndoles un descuento exclusivo.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### 6.3.1.2 Promoción de ventas

#### 6.3.1.2.1 Descuentos Iniciales

Para posicionarnos en una primera instancia realizaremos las siguientes estrategias de descuento:

- Descuento de 35% por lanzamiento inicial.
- Acceso gratuito a las primeras 3 clases del curso.
- Primer curso del alumno con 20% de descuento.


#### 6.3.1.3 RR PP

Las relaciones públicas son fundamentales para el negocio debido a que se necesita tener una imagen profesional de una academia online que ofrece cursos de calidad en cualquier medio de comunicación, ya sea por redes sociales o por medios tradicionales.

A futuro se planea que la gerencia del negocio pueda realizar conferencias en el ámbito académico con el objetivo de posicionarnos académicamente como una empresa educativa profesional.

#### 6.3.1.4 A.I.D.A.

	Atención	Interés	Deseo	Acción
Publicidad	Mail marketing Marketing de contenidos Marketing por Facebook Ads y Google Ads.	Sitio web. Publicaciones en redes sociales.		
Relaciones publicas	Participación en stands y dando charlas en congresos.	Participación de conferencias.	Webinars introductorios al tema con anuncio de los cursos.	
Promoción de ventas				Ventas generadas por descuentos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## 6.4 Estrategia de distribución

### 6.4.1 Canales

En el caso de nuestra empresa al trabajar servicios digitales que son muy fácil de llevar a nuestros potenciales clientes, trabajaremos el “Canal directo” de distribución porque nosotros somos los creadores del servicio y se lo alcanzamos de forma directa a los consumidores de los mismos.



**Productor:** El productor sería nuestro negocio en donde creamos el servicio que vamos a suministrar de forma directa a nuestro cliente.

**Consumidor:** Serían nuestros clientes directos, los cuales acceden a nuestros servicios por nuestra plataforma.

### 6.4.2 Función de canales

En el caso de la empresa la función que tendrá el canal será una:

#### Función de transacción


- En donde lo que haremos es conectar a los clientes potenciales, comunicarnos con ellos, promover nuestros servicios y concretar las ventas de forma directa.

### 6.4.3 Cuarto canal

Este será nuestro principal canal de contacto con nuestros clientes potenciales el cual se basará en la comunicación por medio de las redes sociales, email y anuncios de Facebook Ads en Instagram.

### 6.4.4 Logística

Al trabajar con servicios digitales toda la logística que necesitamos para hacer la correcta prestación de nuestros servicios se hace por medio de nuestro sitio web, en donde los alumnos pueden acceder al contenido de los cursos.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## 7. Organización requerida


### 7.1 Estructura

#### 7.1.1 Organigrama


La organización de la empresa estará conformada de la siguiente manera:

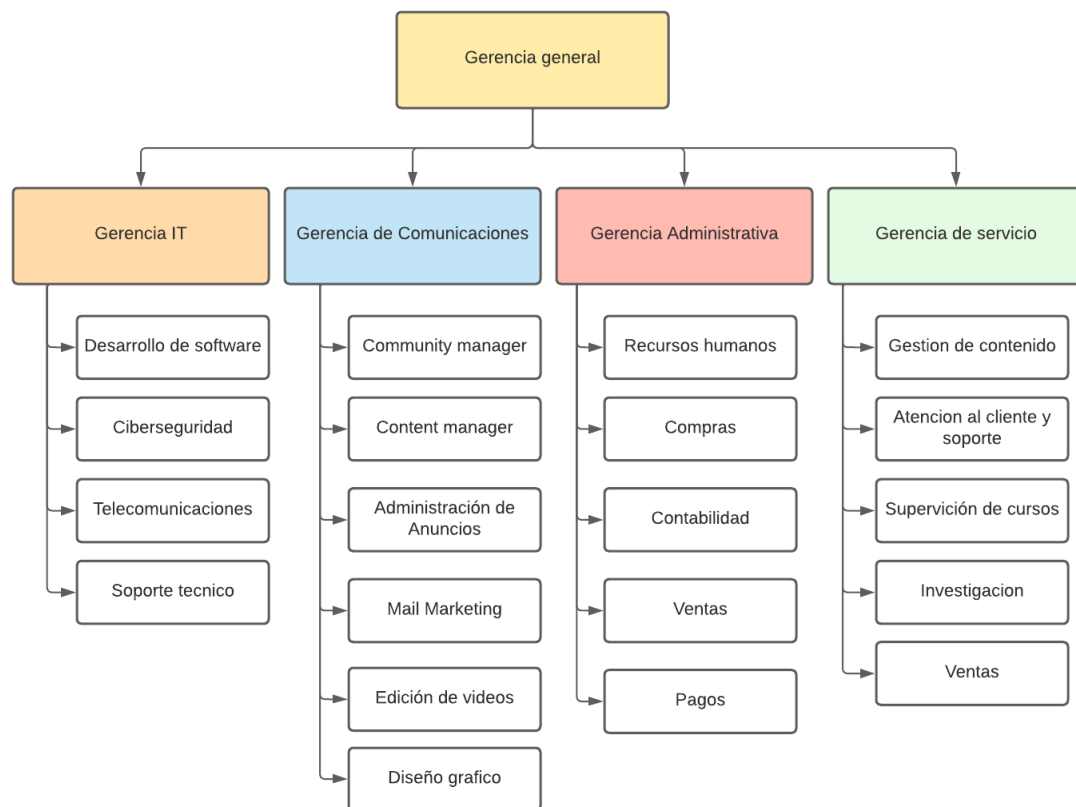
- **Gerencia general:** Es el puesto de mayor importancia en la empresa que esta a cargo de buscar nuevas oportunidades para la empresa y encaminar a la misma para cumplir su visión.
- **Gerencia IT:** Es el puesto de mayor importancia en el departamento de tecnología informática de la empresa encargado de supervisar a todos los jefes de los diferentes sectores de este departamento.
  - Desarrollo de software: Engloba al equipo de desarrollo de software que se subdivide en personas encargadas del desarrollo frontend, backend, DevOps, hackers éticos, programadores senior, programadores jr, entre otros.
  - Ciberseguridad: Engloba al equipo encargado de la seguridad informática de la empresa, de la plataforma y de la seguridad de los datos de nuestros clientes.
  - Telecomunicaciones: Es el equipo encargado de mantener un correcto funcionamiento de las telecomunicaciones de la empresa y sus servidores.
  - Soporte Técnico: Engloba al equipo encargado de mantener el hardware de la empresa.
- **Gerencia de Comunicaciones:** Es el puesto de mayor importancia en el departamento de comunicaciones de la empresa encargado de supervisar a todos los jefes de los diferentes sectores de este departamento.
  - Community manager: Es el equipo encargado de mantener las redes sociales de la empresa.
  - Content manager: Es el personal encargado de generar contenido para el marketing de contenidos que se hace en redes sociales y en cualquier otro sitio que sea necesario.
  - Administración de Anuncios: Es el personal encargado de llevar a cabo las campañas de marketing que se requieran para promocionar los servicios que ofrece la empresa.
  - Mail marketing: Es el equipo encargado de enviar mail a los potenciales clientes que se tengan en la base de datos de mails de la empresa.
  - Edición de videos: Es el personal encargado de realizar las tareas de edición de videos.
  - Diseño gráfico: Son el grupo de personas de la empresa encargadas de realizar las tareas de diseño gráfico.
- **Gerencia Administrativa:** Es el puesto de mayor importancia en el departamento administrativo de la empresa, encargado de supervisar a todos los jefes de los diferentes sectores de este departamento.
  - Recursos humanos: Es el personal encargado de la supervisión, selección, formación, empleo y retención de personal en la organización.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

- Compras: El equipo encargado de realizar las compras que se requieren en el negocio.
- Contabilidad: Es el equipo que se encarga de realizar la contaduría de la empresa para cumplir todo según las normativas vigentes y evitar algún fraude.
- Ventas: El equipo encargado de realizar la parte administrativa de las ventas del negocio.
- Pagos: Es el personal que se dedica a realizar los pagos que la empresa tiene que hacer en tiempo y forma.
- **Gerencia de Servicios:** Es el puesto de mayor importancia en el departamento de servicios de la empresa encargado de supervisar a todos los jefes de los diferentes sectores de este departamento.
  - Gestión de contenido: Es el equipo encargado de la gestión del contenido de los cursos que ofreceremos a nuestros clientes.
  - Atención al cliente y soporte: Es el personal encargado de a la atención al cliente y el soporte técnico que pueden solicitar nuestros clientes ante cualquier inconveniente.
  - Supervisión de cursos: Es el personal encargado de realizar la supervisión de los cursos a publicar y determinar si los mismos van a ser publicados. Además, se encargan de supervisar los encuentros sincrónicos de los cursos Plus.
  - Investigación: Es el personal encargado de realizar una constante investigación de mercado de la competencia e indicar a la administración si la competencia hizo alguna estrategia que nos quite competitividad.
  - Ventas: Es el personal encargado de realizar las ventas y estar en contacto con el cliente durante este proceso si sucede algún inconveniente.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA			
	Facultad de Tecnología Informática			
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa	
	Alumno: Franco Adrian Balich			
Año: 2022	Comisión: 5º A	Turno: Noche	Sede: Centro	Fecha 30/06/2022
Negocio: InnovativaLab				



## 7.2 Proceso de toma de decisiones

En toda organización es fundamental establecer una cultura y ética organizacional la cual todas las personas que la conformen deberán seguir para poder cumplir el objetivo de la empresa y tener un buen ambiente de trabajo por eso a continuación se puede ver el código de ética que vamos a implementar en la empresa dividido en diferentes categorías.

## Código de Ética y cultura organizacional

### Social

- Mejorar el acceso a la educación sobre tecnología y favorecer la interacción propiciando el aprendizaje colaborativo.


### Económica

- Impulsar la creación de proyectos automatizados con el fin de ser comercializados, conseguir habilidades que puedan conseguir mejores ofertas laborales e incentivar el emprendedurismo en los estudiantes.

### Ambiental

### InnovativaLab

Franco Adrian Balich

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

- Concientizar sobre las formas de realizar proyectos, relacionados con la impresión 3D y la robótica, que hagan gestión y uso eficiente de materiales.

### Reputacional

- Empresa comprometida con la educación de calidad, el impulso tecnológico y la realización de proyectos de triple impacto.

### Principios y valores

- Respeto, inclusión, honestidad, responsabilidad y la transparencia.

### Comportamiento de los empleados

- La forma de proceder de los empleados siempre deberá reflejar el respeto, la inclusión, la honestidad y la transparencia. Además, no se va a tolerar cualquier acto que este en contra de dichos valores.

### Relaciones entre los empleados

- Los valores que deberían tener los empleados son respeto, inclusión, honestidad, responsabilidad y transparencia.


### Actuaciones externas

- La actitud de los empleados con agentes externos debe proceder de exactamente con los mismos códigos morales que dentro de la organización.

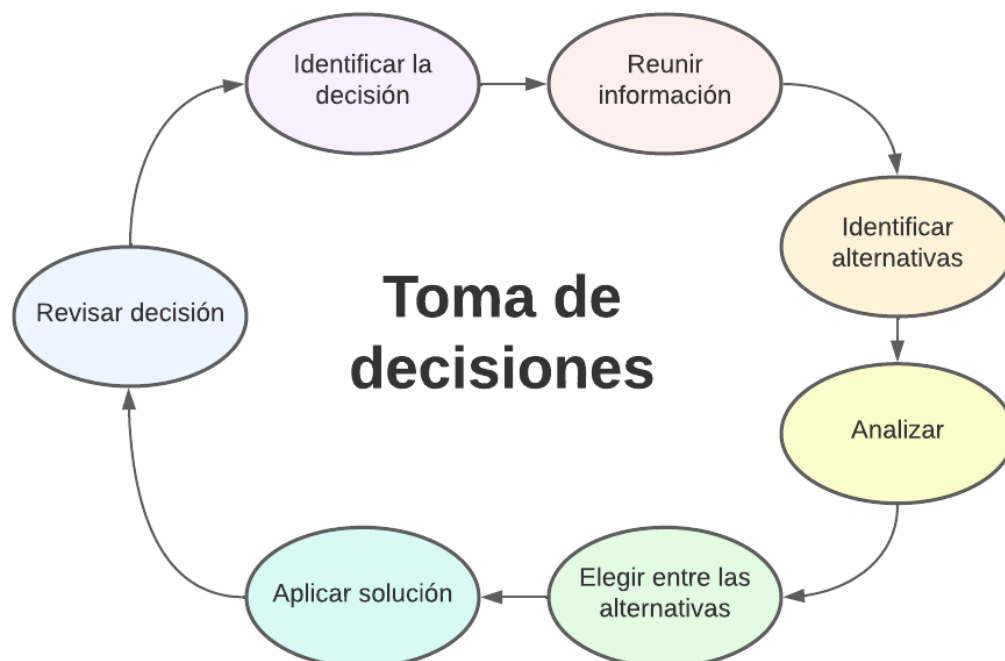
Una vez planteada la cultura y ética que va a seguir la organización hay que saber qué tipo de liderazgo se va a usar en la organización y para ello elegimos un tipo de **liderazgo democrático** en donde el líder promueve la participación de todo el equipo fomentado el dialogo y haciendo que los trabajadores se sientan parte de la empresa mejorando su compromiso con la misma.


Como en toda organización se van a tener que tomar decisiones así que es fundamental establecer un proceso formal de toma de decisiones y así establecer una serie de pasos a seguir para enfrentar dichas situaciones con la rectitud que debe tener una empresa, en nuestro caso este será dividido en ocho etapas en donde se realizarán diferentes tareas las cuales son:

- **Identificar la decisión:** En primer lugar, hay que identificar la acción que se quiere implementar con claridad y en caso de no poder hacerlo significa que la amplitud de la acción a aplicar es demasiada y hay que replantear.
- **Reunir información:** Luego de haber identificado la decisión es fundamental reunir toda la información pertinente a la acción que queremos realizar y ver si alguien en la empresa realizo algo parecido, que resultados tuvo y por qué.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

- **Identificar alternativas:** Además hay que identificar alternativas a la acción que queremos analizar que generen los mismos resultados que queremos o lo mas parecidos a ellos.
- **Analizar:** Con la información reunida sobre la acción a implementar, los casos similares hechos y alternativas a la acción que queramos hacer sigue el momento de analizar cuál sería la mejor opción a ejecutar.
- **Elegir entre las alternativas:** Luego se procede a tomar la decisión de elegir la mejor opción luego del análisis anterior.
- **Aplicar solución:** Una vez tomada la decisión es el momento de aplicar la acción y realizar un plan para hacer que la misma se vuelva real.
- **Revisar la decisión:** Luego de un periodo de tiempo es necesario evaluar los resultados de la decisión y comprobar si realmente sucedió lo que se deseaba.

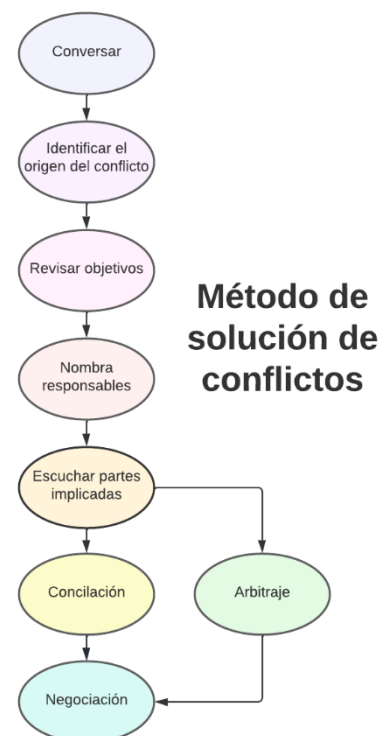



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

### 7.3 Tratamiento de conflictos

El método que se aplicará para la solución de conflictos se dividirá en ocho etapas las cuales son:

- **Conversar:** En primer lugar, hay que conversar con las partes involucradas y obtener toda la información posible.
- **Identificar el origen del conflicto:** Luego con la información obtenida de las partes involucradas hay que identificar de forma clara el origen del conflicto.
- **Revisar objetivos:** Seguido de identificar el origen del conflicto hay que identificar los objetivos que tenían las partes involucradas en el conflicto con respecto al origen del problema.
- **Nombrar responsables:** Se nombra a los responsables del conflicto por nombre y apellido.
- **Escuchar partes implicadas:** Se vuelve a escuchar a las partes implicadas y se les plantea la información obtenida.
- **Conciliación:** Un posible caso siguiente es que se realice una conciliación entre las partes involucradas luego de evaluar más en detalle la información del conflicto y se llegue a una solución por la iniciativa de los involucrados.
- **Arbitraje:** Otro posible caso es que luego de plantear toda la información los involucrados no encuentren una solución al conflicto, por lo que un superior debe encontrar una solución e indicar los pasos a seguir,
- **Negociación:** Una vez obtenido lo que se debe hacer para solucionar el conflicto se realiza una negociación entre las partes involucradas para evitar que alguna quede insatisfecha con la misma y genere más conflictos a futuro.



	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## 7.4 Análisis de puestos

### 7.4.1 Gerencia General


Nombre del puesto	Gerente General	
<b>Descripción:</b>	Es el puesto de mayor importancia en la empresa que está a cargo de buscar nuevas oportunidades para la empresa y encaminar a la misma para cumplir su visión.	
<b>Tareas:</b>	1) Supervisar programa específico de servicio. 2) Supervisar programa específico de precio.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	15 años en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título universitario en administración de empresas.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$250.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/gerente-general-sueldo-SRCH\\_KO0,15.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/gerente-general-sueldo-SRCH_KO0,15.htm)

### 7.4.2 Gerencia Administrativa

Nombre del puesto	Gerencia administrativa	
<b>Descripción:</b>	Es el puesto de mayor importancia en el departamento administrativo de la empresa, encargado de supervisar a todos los jefes de los diferentes sectores de este departamento.	
<b>Tareas:</b>	1) Supervisar programa específico de Control interno. 2) Supervisar programa específico de Compras y cuentas a pagar. 3) Supervisar programa específico de Pagos. 4) Supervisar programa específico de Ventas y cuentas a cobrar. 5) Supervisar programa específico de cobranzas. 6) Supervisar programa específico de recursos humanos.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	10 años en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título universitario en administración de empresas.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$210.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/buenos-aires-gerente-administrativo-sueldo-SRCH\\_IL.0,12\\_IC2242084\\_KO13,35.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/buenos-aires-gerente-administrativo-sueldo-SRCH_IL.0,12_IC2242084_KO13,35.htm)


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA				
	Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro		
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		Jefe de compras
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de realizar las compras que se requieren en el negocio.	
<b>Tareas:</b>	1) Detección de la necesidad de compra. 2) Selección de proveedor. 3) Adjudicación de la compra. 4) Planificación de la recepción. 5) Gestión de control. 6) Gestión de almacenamiento.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios en Gestión de compras.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$204.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/jefe-de-compras-sueldo-SRCH\\_KO0,15.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/jefe-de-compras-sueldo-SRCH_KO0,15.htm)

Nombre del puesto		Jefe de pagos
<b>Descripción:</b>	Es la persona que se dedica a realizar los pagos que la empresa tiene que hacer en tiempo y forma.	
<b>Tareas:</b>	1) Determinación de la fecha de vencimiento de la factura y emisión de la orden de pago 2) Distribución de la documentación.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios sobre Cobranzas y pagos.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$190.000	


Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/jefe-de-credito-y-cobranza-sueldo-SRCH\\_KO0,26.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/jefe-de-credito-y-cobranza-sueldo-SRCH_KO0,26.htm)

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		Jefe de ventas
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de realizar la parte administrativa de las ventas del negocio.	
<b>Tareas:</b>	1) Formalizar un ambiente de control. 2) Formalizar operaciones por escrito. 3) Autorizar operaciones. 4) Separar funciones. 5) Revalorizar función de archivo. 6) Realizar registraciones claras, adecuadas y al día. 7) Custodiar formularios sin utilizar. 8) Rotar de forma interna el personal afectado a áreas sensibles. 9) Evitar rotación interna acelerada de personal. 10) Crear mecanismos o canales para reclamos de clientes. 11) Mantener la existencia de determinadas funciones: operativas, de control y de asesoramiento. 12) Prenumerar los formularios utilizados. 13) Realización de venta 14) Aprobación de la venta. 15) Aprobación de los créditos.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios en gestión de ventas
<b>Remuneración de mercado</b>	\$191.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/jefe-de-ventas-sueldo-SRCH\\_KO0,14.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/jefe-de-ventas-sueldo-SRCH_KO0,14.htm)




	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto	Jefe de recursos humanos	
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de la supervisión, selección, formación, empleo y retención de personal en la organización.	
<b>Tareas:</b>	1) Gestión administrativa de personal. 2) Generación de campañas de reclutamiento. 3) Supervisión de relaciones laborales. 4) Reclutamiento.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años de experiencia en puestos similares
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título universitario de Sistemas de Información de los Recursos Humanos
<b>Remuneración de mercado</b>	\$195.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/jefe-de-recursos-humanos-rrhh-sueldo-SRCH\\_KO0,29.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/jefe-de-recursos-humanos-rrhh-sueldo-SRCH_KO0,29.htm)

Nombre del puesto	Analista de datos de ventas	
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de realizar un análisis de los datos de ventas generados en la empresa y generar informes que le sean de vital importancia a los gerentes.	
<b>Tareas:</b>	1) Evitar zonas disputadas. 2) Analizar riesgos. 3) Realizar un control numérico de formularios. 4) Realizar un control de correlatividad numérico - cronológica.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años en puestos similares
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios sobre mercados financieros
<b>Remuneración de mercado</b>	\$122.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/analista-de-mercado-sueldo-SRCH\\_KO0,19.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/analista-de-mercado-sueldo-SRCH_KO0,19.htm)


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		Contador
<b>Descripción:</b>	Es el que se encarga de realizar la contaduría de la empresa para cumplir todo según las normativas vigentes y evitar algún el fraude.	
<b>Tareas:</b>	1) Emisión de cheques. 2) Registración del pago. 3) Facturación de la venta. 4) Cobranza de la venta. 5) Registración de las operaciones efectuadas. 6) Aprobación y otorgamiento de créditos. 7) Facturación 8) Registraciones contables. 9) Apertura de correspondencia 10) Manejo de fondos. 11) Control y registración de la cobranza.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título universitario de contador público.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$150.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/contador-sueldo-SRCH\\_KO0,8.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/contador-sueldo-SRCH_KO0,8.htm)

Nombre del puesto		Entrevistador
<b>Descripción:</b>	Es el que se encarga de realizar las entrevistas a nuevo personal que quiere trabajar en la empresa.	
<b>Tareas:</b>	1) Reclutamiento. 2) Documentación de nuevos empleados. 3) Entrevistar a nuevo personal.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	3 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios en entrevistador de personal.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$73.500	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/entrevistador-sueldo-SRCH\\_KO0,13.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/entrevistador-sueldo-SRCH_KO0,13.htm)


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		Formador
<b>Descripción:</b>	El encargado de formar a los nuevos empleados de la empresa para que se adapten al entorno y sean capaces de realizar correctamente su trabajo.	
<b>Tareas:</b>	1) Formación de personal.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	3 años en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios de formación y pedagogía
<b>Remuneración de mercado</b>	\$83.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/formador-sueldo-SRCH\\_KO0,8.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/formador-sueldo-SRCH_KO0,8.htm)

#### 7.4.3 Gerencia de Servicio

Nombre del puesto		Gerente de servicio
<b>Descripción:</b>	Es el puesto de mayor importancia en el departamento de servicios de la empresa encargado de supervisar a todos los jefes de los diferentes sectores de este departamento.	
<b>Tareas:</b>	1) Supervisar programa específico de prestación. 2) Supervisar programa específico de soporte. 3) Supervisar programa específico de desarrollo. 4) Supervisar programa específico de ventas. 8) Supervisar programa específico de postventa. 9) Especificación del servicio a ofrecer. 10) Planificación de las líneas y mezclas de servicio. 11) Planificación de la mejor estrategia a realizar según el mercado de nuestro servicio. 12) Declaración del tipo de servicio a ofrecer. 13) Planificación de garantías	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título universitario de diseño de productos.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$260.000	

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/dise%C3%B1ador-de-productos-sueldo-SRCH\\_KO0,22.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/dise%C3%B1ador-de-productos-sueldo-SRCH_KO0,22.htm)

Nombre del puesto		Jefe de gestión de contenido
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de la gestión del contenido de los cursos que ofreceremos a nuestros clientes.	
<b>Tareas:</b>	1) Planificar futuros lanzamientos. 2) Planificación de cursos. 3) Planificar estrategias de suministro de cursos.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios en Community manager
<b>Remuneración de mercado</b>	\$99.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/buenos-aires-community-manager-sueldo-SRCH\\_IL.0,12\\_IM963\\_KO13,30.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/buenos-aires-community-manager-sueldo-SRCH_IL.0,12_IM963_KO13,30.htm)

Nombre del puesto		Jefe de atención al cliente y soporte
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de a la atención al cliente y el soporte técnico que pueden solicitar nuestros clientes ante cualquier inconveniente.	
<b>Tareas:</b>	1) Planificación de estrategias de atención al cliente. 2) Supervisión de quejas. 3) Supervisión de resolución de problemas.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	3 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios sobre atención al cliente.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$183.700	

Datos obtenidos de: <https://ar.talent.com/salary?job=atencion+al+cliente>


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		Jefe de ventas de servicios
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de supervisar las ventas, y los procesos relacionados a las mismas, dentro de la empresa.	
<b>Tareas:</b>	1) Análisis de facturación de ventas 2) Establecer términos y condiciones de compra. 3) Búsqueda activa de cooperaciones y nuevas oportunidades. 4) Generar política de garantías. 5) Buscar formas de incentivar al cliente a comprar más servicios.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios en gestión de ventas.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$191.400	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/jefe-de-ventas-sueldo-SRCH\\_KO0,14.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/jefe-de-ventas-sueldo-SRCH_KO0,14.htm)

Nombre del puesto		Supervisor de cursos
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de realizar la supervisión de los cursos a publicar y determinar si los mismos van a ser publicados. Además, se encargan de supervisar los encuentros sincrónicos de los cursos Plus.	
<b>Tareas:</b>	1) Supervisión de cursos. 2) Encuentros sincrónicos.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	2 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios en pedagogía
<b>Remuneración de mercado</b>	\$107.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/pedagogo-sueldo-SRCH\\_KO0,8.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/pedagogo-sueldo-SRCH_KO0,8.htm)


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto	Profesor	
<b>Descripción:</b>	Es la persona que se encarga de usar sus conocimientos para crear un curso, realizar los temarios, publicar el curso y asistir a reuniones sincrónicas.	
<b>Tareas:</b>	1) Encuentros sincrónicos. 2) Publicación de cursos. 3) Grabar contenido.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	2 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios técnicos y en pedagogía.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$69.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/profesor-universitario-sueldo-SRCH\\_KO0,22.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/profesor-universitario-sueldo-SRCH_KO0,22.htm)

Nombre del puesto	Personal de atención al cliente	
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de realizar la atención al cliente de la empresa.	
<b>Tareas:</b>	1) Mantenimiento de medios de contacto con el cliente. 2) Atención al cliente. 3) Mejorar atención al cliente. 4) Realizar seguimiento de clientes en el proceso de compra. 5) Manejo de relaciones de compra. 6) Realizar atención al cliente. 7) Registrar sugerencias de clientes. 8) Seguimiento de clientes. 9) Suministrar acceso a contenido postventa. 10) Realizar atención al cliente.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	1 año de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Conocimientos sobre atención al cliente.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$40.000	

Datos obtenidos de: <https://ar.talent.com/salary?job=atencion+al+cliente>

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


Nombre del puesto		Personal de soporte
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de realizar el soporte técnico en la empresa.	
<b>Tareas:</b>	1) Soporte técnico a clientes. 2) Realizar soporte técnico al cliente durante la venta. 3) Registrar sugerencias de clientes. 4) Realizar soporte técnico al cliente en postventa.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	1 año de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios sobre sistemas informáticos.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$71.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/soporte-t%C3%A9cnico-sueldo-SRCH\\_KO0,15.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/soporte-t%C3%A9cnico-sueldo-SRCH_KO0,15.htm)

#### 7.4.4 Gerencia de Comunicaciones

Nombre del puesto		Gerente de Comunicaciones
<b>Descripción:</b>	Es el puesto de mayor importancia en el departamento de comunicaciones de la empresa encargado de supervisar a todos los jefes de los diferentes sectores de este departamento.	
<b>Tareas:</b>	1) Supervisar programa específico de promoción. 2) Supervisar programa específico de distribución. 3) Planificación de las líneas y mezclas de servicio. 4) Declaración del tipo de servicio a ofrecer. 5) Planificación de estrategia de marcas. 6) Planificación de estrategia de precios.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	3 años en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título de Ciencias de la Comunicación
<b>Remuneración de mercado</b>	\$101.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/responsable-de-comunicaci%C3%B3n-sueldo-SRCH\\_KO0,27.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/responsable-de-comunicaci%C3%B3n-sueldo-SRCH_KO0,27.htm)

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


Nombre del puesto		Jefe de marketing
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de supervisar las tareas relacionadas con el marketing y redes sociales de la empresa.	
<b>Tareas:</b>	1) Registración de marcas y marcas electrónicas. 2) Especificación de la estrategia de promoción. 3) Generación de promociones 4) Elección de canales de contacto con clientes. 5) Elección de redes sociales a usar. 6) Gestión de campañas de marketing. 7)	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios sobre marketing
<b>Remuneración de mercado</b>	\$104.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/marketing-sueldo-SRCH\\_KO0,9.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/marketing-sueldo-SRCH_KO0,9.htm)

Nombre del puesto		Analista de investigación de mercado
<b>Descripción:</b>	Es el personal encargado de realizar una constante investigación de mercado de la competencia e indicar a la administración si la competencia hizo alguna estrategia que nos quite competitividad.	
<b>Tareas:</b>	1) Análisis de precios para generar el servicio. 2) Análisis de costos para generar el servicio. 3) Análisis de precios de la competencia. 4) Analizar sensibilidad del cliente al precio. 5) Listar precios de los servicios.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios sobre análisis de mercados.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$122.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/analista-de-mercado-sueldo-SRCH\\_KO0,19.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/analista-de-mercado-sueldo-SRCH_KO0,19.htm)




	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		Experto en Facebook Ads
Descripción:	Es un experto que sabe como utilizar campañas de marketing en Facebook Ads de forma eficiente.	
Tareas:	1) Publicación de anuncios. 2) Creación de campañas de marketing. 3) Gestión de campañas de marketing. 4) Configuración de Facebook Ads. 5) Configuración de Pixel de Facebook Ads.	
Perfil:	Experiencia en el puesto:	3 años de experiencia en puestos similares.
	Conocimientos requeridos	Estudios sobre marketing y anuncios con Facebook Ads.
Remuneración de mercado	\$102.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/especialista-marketing-digital-sueldo-SRCH\\_KO0,30.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/especialista-marketing-digital-sueldo-SRCH_KO0,30.htm)

Nombre del puesto		Experto en Google Ads
Descripción:	Es un experto que sabe como utilizar campañas de marketing en Google Ads de forma eficiente.	
Tareas:	1) Publicación de anuncios. 2) Creación de campañas de marketing. 3) Gestión de campañas de marketing. 4) Configuración de Google Ads. 5) Configuración de Google Analytics. 6)	
Perfil:	Experiencia en el puesto:	3 años de experiencia en puestos similares.
	Conocimientos requeridos	Estudios sobre marketing y anuncios con Google Ads.
Remuneración de mercado	\$102.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/especialista-marketing-digital-sueldo-SRCH\\_KO0,30.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/especialista-marketing-digital-sueldo-SRCH_KO0,30.htm)


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		Administrador de anuncios
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de llevar a cabo las campañas de marketing que se requieran para promocionar los servicios que ofrece la empresa.	
<b>Tareas:</b>	1) Planificación de publicidad a utilizar. 2) Planificación de estrategias de cierre de venta. 3) Publicación de anuncios. 4) Planificación de contenido. 5) Generación de promociones	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios sobre marketing y anuncios con Facebook Ads y Google Ads.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$102.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/especialista-marketing-digital-sueldo-SRCH\\_KO0,30.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/especialista-marketing-digital-sueldo-SRCH_KO0,30.htm)

Nombre del puesto		Community manager
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de mantener las redes sociales de la empresa.	
<b>Tareas:</b>	1) Gestión de redes sociales. 2) Gestión de comunidad exclusiva. 3) Gestión de comunidad en redes. 4) Búsqueda de colaboraciones. 5) Planificación de contenido. 6) Elección de redes sociales a usar. 7) Publicar en redes sociales. 8) Publicar anuncios en el sitio web.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	2 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios en Community manager
<b>Remuneración de mercado</b>	\$60.400	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/buenos-aires-community-manager-sueldo-SRCH\\_IL.0,12\\_IM963\\_KO13,30.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/buenos-aires-community-manager-sueldo-SRCH_IL.0,12_IM963_KO13,30.htm)


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		Film-maker
<b>Descripción:</b>	Es el que se va a encargar de los equipos y tareas relacionadas con la grabación de videos para cursos o anuncios.	
<b>Tareas:</b>	1) Grabar contenido.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	3 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título universitario de creación multimedia.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$90.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/filmmaker-sueldo-SRCH\\_KO0,9.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/filmmaker-sueldo-SRCH_KO0,9.htm)

Nombre del puesto		Editor de videos
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de realizar las tareas de edición de videos para anuncios, cursos o publicaciones.	
<b>Tareas:</b>	1) Edición de video. 2) Diseño gráfico.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	3 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios sobre edición de videos.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$69.700	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/editor-de-video-sueldo-SRCH\\_KO0,15.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/editor-de-video-sueldo-SRCH_KO0,15.htm)


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto	Content manager	
<b>Descripción:</b>	Es el personal encargado de generar contenido para el marketing de contenidos que se hace en redes sociales y en cualquier otro sitio que sea necesario.	
<b>Tareas:</b>	1) Presentar material multimedia. 2) Gestión de redes sociales. 3) Gestión de comunidad exclusiva. 4) Gestión de comunidad en redes. 5) Planificación de contenido.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	3 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título de content manager
<b>Remuneración de mercado</b>	\$100.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/content-manager-sueldo-SRCH\\_KO0,15.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/content-manager-sueldo-SRCH_KO0,15.htm)


Nombre del puesto	Mail marketing	
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de enviar mail a los potenciales clientes que se tengan en la base de datos de mails de la empresa.	
<b>Tareas:</b>	1) Crear campañas de mail marketing. 2) Comprobar estado de la base de datos de mails. 3) Enviar mails a clientes potenciales.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	3 años en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Con conocimientos de mail marketing.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$183.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/email-marketing-specialist-sueldo-SRCH\\_KO0,26.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/email-marketing-specialist-sueldo-SRCH_KO0,26.htm)

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		Diseñador gráfico
<b>Descripción:</b>	Son los servicios de terceros que adquiere la empresa para realizar las tareas de diseño gráfico.	
<b>Tareas:</b>	1) Presentar material multimedia. 2) Elegir colores, tipografías y maquetados.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	3 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Con conocimientos de edición de videos.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$81.900	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/dise%C3%B1ador-gr%C3%A1fico-sueldo-SRCH\\_KO0,17.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/dise%C3%B1ador-gr%C3%A1fico-sueldo-SRCH_KO0,17.htm)

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					


#### 7.4.5 Gerencia IT

Nombre del puesto		Gerente IT
<b>Descripción:</b>	Es el puesto de mayor importancia en el departamento de tecnología informática de la empresa encargado de supervisar a todos los jefes de los diferentes sectores de este departamento	
<b>Tareas:</b>	1) Supervisar programa específico de telecomunicaciones. 2) Supervisar programa específico de Seguridad informática.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	5 años en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título de ingeniero en sistemas.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$257.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/gerente-de-sistemas-sueldo-SRCH\\_KO0,19.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/gerente-de-sistemas-sueldo-SRCH_KO0,19.htm)

Nombre del puesto		Jefe de desarrollo
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de supervisar el desarrollo de software necesario para la empresa.	
<b>Tareas:</b>	1) Planificación de uso de la plataforma. 2) Planificación de desarrollo de nuevas herramientas. 3) Planificar estrategias de seguridad informática. 4) Buscar vulnerabilidades de forma activa.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	3 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título de ingeniero en sistemas.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$170.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/gerente-de-sistemas-sueldo-SRCH\\_KO0,19.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/gerente-de-sistemas-sueldo-SRCH_KO0,19.htm)


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		Jefe de telecomunicaciones
Descripción:	Es el encargado de mantener un correcto funcionamiento de las telecomunicaciones de la empresa y sus servidores.	
Tareas:	1) Análisis de requerimientos de telecomunicaciones. 2) Supervisión de puestas a producción.	
Perfil:	Experiencia en el puesto:	5 años de experiencia en puestos similares.
	Conocimientos requeridos	Título de ingeniero en telecomunicaciones.
Remuneración de mercado	\$41.800	

Datos obtenidos de: <https://ar.talent.com/salary?job=telecomunicaciones>

Nombre del puesto		Desarrollador frontend
Descripción:	Es el encargado de maquetar y realizar las interfaces de usuario que los clientes van a visualizar en la plataforma y en nuestro sitio web.	
Tareas:	1) Documentación de nuevas herramientas. 2) Desarrollar nuevas herramientas. 3) Creación de la plataforma. 5) Mantenimiento de la plataforma. 6) Solucionar vulnerabilidades.	
Perfil:	Experiencia en el puesto:	3 años de experiencia en puestos similares.
	Conocimientos requeridos	Estudios sobre desarrollo frontend.
Remuneración de mercado	\$123.000	


Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/desarrollador-de-front-end-sueldo-SRCH\\_KO0,26.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/desarrollador-de-front-end-sueldo-SRCH_KO0,26.htm)

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		Desarrollador backend	
Descripción:	Es el encargado de desarrollar el software necesario en el lado del servidor de nuestra empresa.		
Tareas:	1) Documentación de nuevas herramientas. 2) Desarrollar nuevas herramientas. 3) Creación de la plataforma. 7) Mantenimiento de la plataforma. 8) Selección de servidores. 9) Mantenimiento de servidores. 7) Instalación de hardware. 8) Solucionar vulnerabilidades.		
Perfil:	Experiencia en el puesto:	3 años de experiencia en puestos similares.	
	Conocimientos requeridos	Título de ingeniero en sistemas.	
Remuneración de mercado	\$150.000		

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/backend-developer-sueldo-SRCH\\_KO0,17.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/backend-developer-sueldo-SRCH_KO0,17.htm)




	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA				
	Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro		
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto		DevOps
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de subir todos los nuevos desarrollos a los servidores para que los clientes puedan acceder.	
<b>Tareas:</b>	1) Selección de dominio. 2) Subir desarrollos al servidor. 3) Mantenimiento de la plataforma. 4) Puesta en marcha luego de una caída. 5) Solucionar vulnerabilidades. 6) Mandar a producción soluciones de forma inmediata	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	3 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título de ingeniero en sistemas y conocimientos sobre DevOps.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$145.000	

Datos obtenidos de: <https://www.iproup.com/empleo/24769-empleo-sueldo-que-son-los-devops-y-cuanto-ganan>

Nombre del puesto		Experto en SEO
<b>Descripción:</b>	Es un experto encargado de realizar estrategias y buenas prácticas de SEO (Posicionamiento en buscadores) para la pagina web o publicaciones.	
<b>Tareas:</b>	1) Creación de la plataforma.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	4 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios sobre SEO.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$134.000	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/especialista-de-seo-sueldo-SRCH\\_KO0,19.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/especialista-de-seo-sueldo-SRCH_KO0,19.htm)


	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

Nombre del puesto	Tester	
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de comprobar que los desarrollos de software de la empresa no posean grandes errores al realizar diferentes tipos de test de software.	
<b>Tareas:</b>	1) Testeo de nuevas herramientas.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	2 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Estudios sobre herramientas de testing de software.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$166.000	

Datos obtenidos de: <https://www.cronista.com/infotechnology/it-business/QA-Testing-este-trabajo-hacen-solo-13-argentinos-y-da-sueldos-de-hasta-US-2-500-20190523-0008.html>

Nombre del puesto	Hacker ético	
<b>Descripción:</b>	Es el encargado de intentar vulnerar la seguridad informática de la empresa con el objetivo de identificar brechas de seguridad que el equipo de desarrollo intente solucionar.	
<b>Tareas:</b>	1) Buscar vulnerabilidades de forma activa.	
<b>Perfil:</b>	<b>Experiencia en el puesto:</b>	10 años de experiencia en puestos similares.
	<b>Conocimientos requeridos</b>	Título de ingeniero en sistemas y conocimientos avanzados de hacking ético.
<b>Remuneración de mercado</b>	\$263.700	

Datos obtenidos de: [https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/pa%C3%ADses-bajos-ethical-hacker-sueldo-SRCH\\_IL.0,12\\_IN178\\_KO13,27.htm](https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/pa%C3%ADses-bajos-ethical-hacker-sueldo-SRCH_IL.0,12_IN178_KO13,27.htm)

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática				
	Materia: Seminario de aplicación profesional		Docentes: Jorge Omar Scali y Pablo Alfredo Vilaboa		Fecha 30/06/2022
	Alumno: Franco Adrian Balich				
	Año: 2022	Comisión: 5°A	Turno: Noche	Sede: Centro	
Negocio: InnovativaLab					

## Anexo

- Anexo 1. Early adopters: Es un cliente temprano de una compañía que le sirve a las empresas para testear su producto o servicio, ya que éstas obtienen una retroalimentación de el por parte del cliente y por su parte el cliente recibe un descuento.
- Anexo 2. [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/04/22/opinion/1619083717\\_793145.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/04/22/opinion/1619083717_793145.html)
- Anexo 3. <https://blog.hotmart.com/es/mercado-de-cursos-online/>
- Anexo 4. <https://serviciosweb.afip.gob.ar/genericos/nomencladorActividades/index.aspx>
- Anexo 5. Infoproductos: Productos o servicios totalmente digitales que se pueden comerciar libremente por internet.
- Anexo 6. <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-2-21-131>
- Anexo 7. <https://es.quora.com/Es-rentable-vender-cursos-online>
- Anexo 8. <https://www.iadb.org/es/mejorandovidias/el-boom-del-aprendizaje-en-linea>
- Anexo 9. <https://www.marketsandresearch.biz/report/170869/global-massive-open-online-course-mooc-platforms-market-2021-by-company-regions-type-and-application-forecast-to-2026>
- Anexo 10. <https://www.marketsandresearch.biz/report/194476/global-online-courses-market-2021-by-company-regions-type-and-application-forecast-to-2026>
- Anexo 11. <https://go.inserver.es/blog/mercado-elearning-crecera-de-2019-a-2025>
- Anexo 12. <https://www.efe.com/efe/america/tecnologia/el-80-por-ciento-de-los-jovenes-en-104-paises-tienen-acceso-a-internet-segun-revelo-la-onu/20000036-3340329>
- Anexo 13. <https://alpi.org.ar/es/estadisticas-sobre-discapacidad/>
- Anexo 14. [https://www.clarin.com/sociedad/indec-sale-relevar-cuantas-personas-discapacidad-argentina\\_0\\_HkIXmgBhz.html](https://www.clarin.com/sociedad/indec-sale-relevar-cuantas-personas-discapacidad-argentina_0_HkIXmgBhz.html)
- Anexo 15. [https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/publicaciones/situacion\\_jovenes\\_caba\\_2019/](https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/publicaciones/situacion_jovenes_caba_2019/)
- Anexo 16. <https://www.infobae.com/educacion/2021/08/04/aprender-a-programar-desde-el-secundario-mucho-mas-que-una-salida-laboral/>
- Anexo 17. <https://www.future-processing.com/blog/how-many-developers-are-there-in-the-world-in-2019/>