Evaluación del TP Nº2 Plan de Negocio y Mapa Estratégico

Fecha requerida: / / Fecha entregada: / /

Integrantes:

*Grilla de calificación*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Indicador | M. Bien | Bien | Regular | NOTA conceptual (MB-B-R) |
| Competencia técnica |  |  |  |  |
| Completitud |  |  |  |
| Calidad de presentación |  |  |  |

Indicadores de Evaluación:

1. Competencia técnica: incluye referencia, materiales y conceptos técnicos necesarios, incorpora correctamente la teoría aprendida. Comentario: ........................................................................
2. Completitud: grado de cobertura técnica y de abordaje del TP entregado

Comentario: .............................................................................................................

1. Presentación: apariencia, estructura y claridad de la presentación, gramática, legibilidad, (incluye carátula, objetivo del TP, conclusiones, índice, contenidos solicitados, referencias bibliográficas, citas a las referencias bibliográficas, anexos con *prompt* cuando usan inteligencia artificial generativa, etc.) Comentario: .....................................................................................

|  |
| --- |
| Comentario adicional del Profesor:  Profesor que corrigió el trabajo: |

CONSIGNA TP Nº2 Plan de Negocio y Mapa Estratégico

1. Objetivo:

Conocer los elementos constitutivos de un Plan de Negocios; comprensión global de cómo realizar su despliegue en objetivos y su conceptualización en un Mapa Estratégico

1. Consigna META B:

Plan de Negocios

Tomando la Visión y Misión del negocio del item 1:

1. Definir una estrategia respondiendo las siguientes preguntas
2. ¿Cómo nos vamos a diferenciar de la competencia?
3. ¿De qué manera innovaremos?
4. ¿Cómo nos relacionaremos con nuestros clientes / usuarios/ alcanzados?
5. ¿Cómo nos relacionaremos con nuestros posibles clientes / usuarios/ alcanzados?
6. ¿Cómo nos relacionaremos con nuestros colaboradores?
7. ¿Cómo nos relacionaremos con la comunidad y el medio ambiente?
8. Definir un objetivo “estratégico General” (a largo o mediano plazo) para cada perspectiva (uno para la perspectiva Financiera; uno para la perspectiva Cliente; Procesos; uno para la perspectiva Aprendizaje y uno para la perspectiva Crecimiento)
9. Definir un objetivo “específico” (a corto plazo) para cada perspectiva (Financiera; Cliente; Procesos; Aprendizaje y Crecimiento) que esté asociado al objetivo estratégico general, (por ejemplo si el objetivo financiero general es tener mayor rentabilidad, el objetivo específico puede ser, disminuir los retrabajos en un 10 % para tener menos pérdida y ser más rentables en un valor proporcional. O si el objetivo general es tener alto nivel de conocimientos en tecnologías de punta, el específico puede ser lograr adquirir un conocimiento nuevo por año por empleado)
10. definir cuáles procesos permiten desarrollar los productos y servicios
11. Elegir al menos 3 objetivos específicos y relacionarlos con los procesos definido en el punto anterior. Para ello se recomienda replicar la tabla de la teoría, con los objetivos y cruzarlo con los procesos (ejemplo; si el objetivo específico es para cada empleado, lograr adquirir un conocimiento nuevo por año; los procesos serían: Gestión de Recursos Humanos y Diseño y Desarrollo de software)
12. Definir una meta que deba cumplir cada proceso seleccionado en el item 3.4

Entregar lo solicitado hasta este punto como TP2, META B.

1. Índice

De considerar necesario, insertar la Tabla de Contenidos o Índice

1. Desarrollo

En esta sección se responde a la consigna, para mejorar claridad, si la consigna abarca varios ítems o preguntas, se pueden repetir en esta sección y a continuación responder. Es necesario utilizar CITAS, cuando se utilicen gráficos o conceptos obtenidos de alguna Referencia mencionada al final del TP.

Citas: es muy importante indicar al pie de cada gráfico, o párrafo, o tema, o capítulo, de qué referencia se han tomado los gráficos o el texto, aún en los casos en que el texto se haya reescrito en otras palabras. Cuando el texto se copia “textualmente” sin modificar palabras, o se traduce “literal”, se debe utilizar comillas o bien indentar (usando la techa TAB) el texto completo, y luego se debe citar.

Hay distintos estilos de documentación de citas (APA Style, estilo Chicago, etc), el formato queda a elección del grupo.

Según la Real Academia Española (RAE), “plagio es *copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias”* (RAE, plagio). “Plagio es usar el trabajo, las ideas, o las palabras de otra persona como si fueran propias, sin dejar constancia explícita de dónde proviene dicha información”

Para mayor información respecto del plagio se recomienda leer:

“El plagio en el contexto del derecho de autor”,

versión Online ISSN 2594-0716

versión impresa ISSN 1870-6916,

Tla-melaua vol.11 no.42 Puebla sep. 2017:

URL: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-69162017000200048>

Consultado el 06/04/2021, a las 23:52 hs.

¡Los 8 tipos de plagio más comunes de los que usted debe mantenerse alejado!

Last updated Jun 6, 2019

URL: <https://www.enago.com/es/academy/fraud-research-many-types-plagiarism/>

 Consultado el 06/04/2021, a las 23:55 hs.

Guía Detallada De Los Distintos Estilos De Citación

URL: <https://referenciasbibliograficas.com/estilos-citacion/>

Consultado el 06/04/2021, a las 23:58 hs.

1. Conclusiones o recomendaciones:

Destacar lo más importante de lo que se ha aprendido, ya sea en forma genérica o específica.

1. Referencias utilizadas

Incluir todo, presentaciones de cátedra o realizadas por otros alumnos u otros autores, normas, modelos, libros, referencia a páginas web, eBooks, entrevista a experto, etc).

Cuando se consulta una página Web debe indicarse la URL y la fecha y hora de consulta.

Cuando se consulta una herramienta de inteligencia artificial, debe hacerse la cita que Referencia al nombre y versión de la herramienta utilizada, quién hizo la consulta, e indicar en un Anexo el *Prompt* utilizado para consultar. Agregar en el *propmt* la solicitud de Fuentes o Referencias utilizadas, y que “no haga plagio”.

1. ANEXO

Agregar referencias que considere necesarias (Fotos, requisitos regulatorios, comentarios, presentación de un tercero, videos, prompt o texto de la consulta a un software de inteligencia artificial generativa, etc.)

1. Información acerca del documento generado o actualizado

|  |  |
| --- | --- |
| Categoría: | Trabajo Práctico |
| Nombre del Archivo: | UNLaM-GPN-AÑO-TPnro METAnro v1.0 Grupo N.docx |
| Versión: | 1.0 |
| Autores: | Apellido/s de alumnos del grupo que participaron de la elaboración |
| Revisó: | Si algún alumno o alumnos revisaron el documento completo en la versión vigente indicada en el encabezado y en el nombre del archivo. |
| Aprobó: | Profesor que corrige el trabajo |



Universidad Nacional de La Matanza

TP Nº2 - Meta B

Propuesta de valor, plan de negocio y

mapa estratégico

Grupo 8

Integrantes

José Machicado

Joel Escobar

Alexander Prada

Miguel Angel Gayoso

## Estrategia

## Diferenciación de la competencia

Nos enfocaremos en ofrecer productos de alta calidad e innovadores a precios competitivos. Además, actualmente ofrecemos y estamos desarrollando cada vez mejor todo un ecosistema propio donde están interconectados nuestros productos. Haciendo que la experiencia del usuario sea lo más especial posible.

## Innovación

En Xiaomi, innovamos a través de la integración de tecnología de vanguardia y enfocándonos en las necesidades del usuario. Ofrecer productos con funcionalidades innovadoras, accesibles y de alta calidad.

Contamos con un equipo de investigación y desarrollo, el cual nos permite trabajar con inteligencia artificial, crear dispositivos IoT, etc. con el objetivo de mejorar la vida de las personas. Además, nuestro equipo de Ventas y Marketing se encarga de recolectar las opiniones de los usuarios sobre nuestros productos actuales, lo que permite que podamos crear nuevas soluciones aún más efectivas.

## Relación con clientes y usuarios

Buscamos tener una relación cercana con nuestros clientes y usuarios basándonos en la retroalimentación constante e innovación, basada en la escucha activa, y priorizando sus necesidades y expectativas

## Relación con nuestros posibles clientes y usuarios

La creación de productos innovadores, que estos sean accesibles y asequibles y a su vez que la cercanía con nuestros clientes y usuarios sea fluida, nos deja una buena impresión ante nuestros posibles clientes

## Relación con nuestros colaboradores

Nos enfocamos en que la relación con nuestros colaboradores se base en la colaboración, el respeto por la diversidad de idea, la innovación constante y la búsqueda de la excelencia, esto crea un entorno donde todos pueden contribuir y crecer profesionalmente

## Relación con la comunidad y el medio ambiente

Nos comprometemos a escuchar activamente a nuestros usuarios y a integrar sus comentarios en el desarrollo de nuestros productos. Además, trabajamos continuamente para minimizar nuestro impacto ambiental, adoptando prácticas sostenibles en nuestra cadena de suministro y en el diseño de nuestros dispositivos, promoviendo un futuro más ecológico y consciente. Creemos que la innovación tecnológica debe ir de la mano con el bienestar social y ambiental.

## Objetivos estratégicos

## Financiero

Largo plazo

Alcanzar crecimiento financiero que permita duplicar los ingresos en los próximos 10 años. Para esto buscamos aumentar las ventas manteniendo productos con precios accesibles, de alta calidad e innovadores.

Corto plazo

Diversificar las fuentes de ingresos, expandiéndose a nuevos productos y servicios, aprovechando tecnologías y productos en alza como IoT e Inteligencia Artificial.

## Cliente

Largo plazo

Ser reconocidos como la mejor empresa a nivel global en relación calidad-precio y en experiencia de usuario.

Corto plazo

Crear un producto innovador que logre satisfacer las necesidades del usuario. Guiándonos por las opiniones sobre los productos ya existentes, ofreciendo una experiencia de usuario única.

## Aprendizaje

Largo plazo

Ser lideres en el mercado mejorando la sinergia entre nuestros equipos de investigación y desarrollo aumentando su capacidad de anticipar las tendencias tecnológicas

Corto plazo

Incrementar la inversión en nuestro equipo y fomentar una cultura de innovación buscando la retención de talento clave

## Crecimiento

Largo plazo

Remover la percepción negativa sobre la calidad de los productos chinos a nivel global, estableciendo a Xiaomi como referente de innovación, fiabilidad y calidad en el mercado tecnológico.

Corto plazo

Implementar un programa de garantía extendida para los productos Xiaomi en mercados clave. Esto con el objetivo de mejorar la percepción de calidad y confiabilidad y lograr un aumento del 15-20% la valoración positiva sobre los productos y la marca.

## Procesos de desarrollo

Los productos de Xiaomi se realizan siguiendo una serie de procesos, lo que garantiza un producto o servicio de muy buena calidad.

## Investigación y Desarrollo

Este proceso es esencial para el desarrollo de productos innovadores. Xiaomi invierte fuertemente en investigación para estar a la vanguardia de las tendencias tecnológicas como el IoT y la Inteligencia Artificial.

Esto permite a la empresa anticiparse a las necesidades del mercado y desarrollar productos que satisfacen las demandas del cliente, contribuyendo a la innovación constante.

## Diseño de Producto

Xiaomi se enfoca en un diseño centrado en el usuario para mejorar la experiencia general. El proceso de diseño involucra la evaluación constante de las necesidades de los consumidores y las opiniones sobre los productos existente. El diseño de productos atractivos y funcionales contribuye a una mejor satisfacción del cliente y una percepción positiva de la marca.

## Desarrollo de Software y Ecosistema

Xiaomi no solo produce hardware, sino que también desarrolla un ecosistema digital con su software y servicios (como MIUI, IoT, AI). Esto asegura una integración fluida entre dispositivos.

Aumenta la lealtad del cliente al crear un entorno de productos conectados que funcionan de manera integral, lo cual mejora la experiencia de usuario.

## Gestión de la cadena de suministro

La gestión eficiente de proveedores y fabricantes asegura que Xiaomi mantenga costos bajos sin comprometer la calidad de los productos.

Esto permite a Xiaomi ofrecer productos con una excelente relación calidad-precio, algo que es clave en su estrategia de posicionamiento.

## Control de Calidad y Mejora Continua:

Xiaomi implementa procesos de control de calidad rigurosos para asegurar que los productos sean confiables y cumplan con los estándares de durabilidad y rendimiento.

Este proceso es clave para cambiar la percepción negativa sobre la calidad de los productos chinos, un objetivo estratégico a largo plazo.

## Soporte Postventa

Los servicios postventa, como la garantía extendida, son esenciales para mejorar la percepción de fiabilidad y calidad de los productos. Esto mejora la satisfacción del cliente y fortalece la confianza en la marca, ayudando a alcanzar los objetivos de crecimiento y percepción

5)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Objetivos específicos | Investigación y desarrollo | Gestión de la cadena de suministro | Control de calidad y mejora continua | Desarrollo de software y ecosistema | Postventa y soporte técnico | Diseño de Producto |
| Diversificar las fuentes de ingresos, expandiéndose a nuevos productos y servicios | ✔️ | ✔️ | ✔️ | ✔️ |  | ✔️ |
| Crear un producto innovador que logre satisfacer las necesidades del usuario | ✔️ | ✔️ | ✔️ | ✔️ |  | ✔️ |
| Implementar un programa de garantía extendida para mejorar la percepción de calidad y confiabilidad |  | ✔️ | ✔️ |  | ✔️ | ✔️ |

6)

|  |  |
| --- | --- |
| Procesos | Meta |
| Investigación y desarrollo | Aumentar la cantidad de productos innovadores en un 20%, centrándose en tecnologías emergentes como IoT e IA. Esto asegurará que Xiaomi mantenga su competitividad en la vanguardia tecnológica |
| Gestión de la cadena de suministro | Reducir costos y tiempos de entrega en un 15%. Esto permitirá que Xiaomi pueda diversificar sus productos sin aumentar los costos para los clientes, manteniendo su posicionamiento de alta calidad a precios accesibles. |
| Control de calidad y mejora continua | Disminuir defectos y devoluciones de productos. Esta meta está alineada con la mejora de la percepción de calidad de los productos y la reducción de retrabajos, lo cual impacta positivamente en la rentabilidad. |
| Desarrollo de software y ecosistema | Asegurar que todos los nuevos productos IoT sean completamente funcionales dentro del ecosistema MIUI. Esto es clave para mejorar la experiencia del usuario y crear un ecosistema integrado que fomente la lealtad de los clientes. |
| Postventa y Soporte Técnico | Implementar la garantía extendida para la mayoría de los productos en mercados clave, dentro de un plazo de 6 meses. Esto mejorará la percepción de calidad y confiabilidad, aumentando la satisfacción del cliente y la reputación de la marca |
| Diseño de Producto | Reducir el tiempo de desarrollo del concepto a prototipo en un 25% en los próximos 12 meses, asegurando que el 90% de los productos diseñados obtengan una puntuación positiva en las pruebas de experiencia de usuario. |