# 

# 

**FACULTAD DE TECNOLOGÍA INFORMÁTICA**

**INGENIERÍA EN SISTEMAS INFORMÁTICOS**

**PROYECTO: Sistema Horticultor**

**MATERIA: Planificación Estratégica**

**PROFESOR: Aylin Mariel Albornoz**

**ALUMNOS: Laureano Mandrile, Tomás Pascual, Milton Ojeda, Juan Pablo Dominguez, Melani Guerra y Marcia Orozco.**

**AÑO: 2024**

**ÍNDICE**

[**1. INTRODUCCIÓN 4**](#_geopulr959i6)

[**2. TIPOS DE NEGOCIOS EN EL MARCO DE E-BUSINESS 4**](#_sid4meeg13ob)

[Modelo de Negocio 5](#_7jo6e5akmbbh)

[**3. IDEA DE NEGOCIO 5**](#_jutp0lxz8vvi)

[● Factibilidad Técnica 6](#_b0delapmg61c)

[○ Evaluación de la infraestructura de conectividad: En Rosario, la infraestructura de conectividad es generalmente buena, con una alta penetración de internet tanto en áreas urbanas como suburbanas. Sin embargo, es crucial asegurar que el sistema GROTECH funcione eficientemente con las velocidades de internet disponibles, especialmente en áreas donde la conectividad puede ser menos estable. La aplicación debería ser ligera y capaz de funcionar en entornos de conectividad variable para maximizar su accesibilidad. 6](#_uumfik24ijna)

[○ Compatibilidad tecnológica: La mayoría de los usuarios en Argentina utilizan dispositivos móviles basados en iOS y Android. Por lo tanto, el desarrollo del sistema GROTECH debe garantizar compatibilidad completa con estos sistemas operativos. Esto incluye asegurar que la aplicación se ejecute sin problemas en diferentes versiones de estos sistemas y que esté optimizada para una amplia gama de dispositivos móviles, desde teléfonos inteligentes de gama media hasta alta. 6](#_6ze7wbc6kjtj)

[● Factibilidad Operacional 6](#_wg9lh24zkped)

[○ Logística de distribución: Rosario, siendo un centro urbano bien conectado, ofrece buenas posibilidades logísticas para el almacenamiento y distribución de los módulos GROTECH. La proximidad a rutas de transporte clave y centros de distribución facilita la entrega eficiente a nivel local y regional. 6](#_7cwy1syttlsw)

[● Factibilidad de Mercado 6](#_18ly8gy9qf6b)

[○ Análisis demográfico: Rosario es una ciudad con una población diversa y un creciente interés en prácticas sostenibles. Los potenciales clientes para el sistema GROTECH incluyen a residentes urbanos y suburbanos que tienen un espacio limitado pero están interesados en cultivar sus propios alimentos. 6](#_9g3cyjf1810p)

[● Factibilidad Legal 7](#_qu8qjw94h3h3)

[Para implementar el Sistema Horticultor Urbano (GROTECH) en Rosario, Santa Fe, es necesario revisar las ordenanzas municipales para asegurar que no existan restricciones sobre la instalación de huertos urbanos y sistemas de riego automatizados en propiedades residenciales o comunitarias. También es crucial verificar las normativas locales sobre el uso del agua para riego, especialmente en situaciones de escasez, y asegurarse de que cualquier recolección de agua de lluvia o gestión de recursos naturales cumpla con las regulaciones ambientales.  
Además, se debe cumplir con la Ley de Protección de Datos Personales de Argentina, obteniendo el consentimiento explícito de los usuarios para la recolección de datos y asegurando la seguridad de la información. Es fundamental que cualquier tecnología inalámbrica utilizada, como Wi-Fi o Bluetooth, cumpla con las regulaciones de la Comisión Nacional de Comunicaciones. Por último, se deben respetar todas las regulaciones ambientales locales y nacionales, incluyendo la gestión adecuada de residuos y el uso de materiales sostenibles en la fabricación del sistema. 7](#_yq9h3bidamdz)

[**4. MISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN 7**](#_g160she36plv)

[**5. VISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN 7**](#_5ljt9sm2juyj)

[**6. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES 7**](#_rrx7e0p9l6ko)

[● Ampliar la presencia en el mercado a nivel nacional: Expandir la red de distribución y aumentar la presencia de mercado en un 50% en diferentes regiones del país, mediante campañas de marketing dirigidas a comunidades urbanas, en un plazo de 1 a 2 años. 8](#_rbrgnen3dw7f)

[● Desarrollar alianzas estratégicas con empresas tecnológicas y de jardinería: Establecer asociaciones con empresas que puedan complementar o mejorar la oferta de GROTECH, al menos 3 alianzas estratégicas con empresas, como proveedores de tecnología IT o cadenas de tiendas de jardinería, que mejoren la oferta de GROTECH, en un plazo de 1 año. 8](#_xa1fsdwdst9j)

[Objetivos Estratégicos 8](#_eilzvtf23088)

[● Convertirse en el líder del mercado de huertos urbanos inteligentes en América Latina: Capturar el 25% estableciendo la marca GROTECH como la opción preferida en soluciones de huertos urbanos automatizados mediante innovación, calidad y servicio al cliente, en un plazo de 3 a 5 años. 8](#_t8kpcf7o4gix)

[● Innovar continuamente para integrar nuevas tecnologías sostenibles en el sistema GROTECH: Introducir al menos dos nuevas tecnologías que puedan integrarse en el sistema GROTECH para mejorar la eficiencia y sostenibilidad del sistema, en un plazo de 5 años. 8](#_bd01qbaw8ogl)

[Objetivos Financieros 8](#_quk2z8pud8eq)

[● Alcanzar el punto de equilibrio financiero: Lograr un flujo de caja positivo durante 3 meses consecutivos, asegurando que los ingresos cubran los costos operativos, alcanzando la rentabilidad inicial, en un plazo de 1 año. 8](#_5mejc195qnta)

[● Incrementar las ventas en un 30% anualmente durante los primeros tres años: Mediante estrategias de marketing y expansión de mercado, durante los primeros 3 años. 8](#_w2ldfi4qynmu)

[● Expandir el margen de beneficio neto al 20% en los próximos cinco años: Optimizar los costos operativos y mejorar la eficiencia en la producción y distribución para aumentar la rentabilidad y alcanzar un margen de beneficio neto del 20%, en un plazo de 5 años. 8](#_tys8c3hyaosg)

[**7. CULTURA ORGANIZACIONAL 9**](#_p4j2wltmlum2)

[**8. ANÁLISIS EXTERNO 9**](#_2ihtf0bdsdn7)

[Departamentos Funcionales 12](#_mqfjygdnai3w)

[Mezcla de Comercialización (4P) 14](#_9tmoesth9c8t)

[Costos 15](#_wvllc03y7pje)

[Capital de Trabajo 15](#_6jqabu71cx3u)

[Sistemas 16](#_uujov288n3rv)

[Análisis Cruzado 18](#_9kw5p02ffpqp)

[11. POSICIONAMIENTO COMPETITIVO 18](#_jtoxst5qr64l)

[Mapa de Posicionamiento de Producto: Usar eje como "Calidad del Servicio" (eje Y) y "Precio" (eje X) para mostrar cómo se sitúa GroTech en relación a otros competidores en el mercado. 19](#_ji9h1elwl8z4)

[ESTRATEGIAS 19](#_7kkulqc6pvvh)

[12. AGENDA ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO Y PRIORIDADES DE LOS PROCESOS DE ADAPTACIÓN 21](#_rtwdubng4auw)

[13. MEDICIONES AGREGADAS Y DETALLADAS 22](#_266kkpak7v5g)

# 

# INTRODUCCIÓN

La creciente urbanización ha limitado significativamente el acceso a áreas verdes en los hogares, especialmente en las zonas urbanas. Esta falta de espacio verde reduce la posibilidad de cultivar alimentos frescos y saludables en casa, una actividad que, además de ser beneficiosa para la salud, contribuye a una mayor sostenibilidad ambiental.

A pesar de las limitaciones de espacio y tiempo, la necesidad y los beneficios de cultivar hortalizas en el hogar no disminuyen, de hecho, crecen a medida que aumenta la conciencia sobre la importancia de una alimentación saludable y sostenible.

En respuesta a estas limitaciones, surge el proyecto GROTECH, un sistema modular de huertos urbanos que utiliza tecnologías avanzadas para automatizar el riego, la iluminación y la protección de los cultivos.

Este sistema está diseñado para maximizar el uso del espacio reducido en los hogares urbanos y simplificar el proceso de cultivo mediante la automatización. Esto permite que incluso las personas con horarios laborales ocupados puedan disfrutar de los beneficios de tener una huerta en casa sin la necesidad de dedicar mucho tiempo a su mantenimiento.

El sistema GROTECH está compuesto por un módulo principal de un metro cuadrado, que incluye una cisterna, canales de riego y una Unidad de Control que monitorea y gestiona las condiciones ambientales como la temperatura, la luz y la humedad.

Esta Unidad de Control es expansible, lo que permite la adición de nuevos sensores para personalizar aún más la gestión del huerto según las necesidades específicas de los cultivos. Además, el sistema es escalable, ya que los usuarios pueden agregar módulos adicionales para ampliar el área de cultivo según crezcan sus necesidades o su interés en cultivar diferentes tipos de plantas.

El software desarrollado para GROTECH se centra en ofrecer una plataforma que permite al usuario automatizar sus cultivos y compartir información útil sobre su huerto. Este software gestiona los perfiles de cultivo, que contienen información sobre los rangos óptimos de temperatura, luz y humedad para cada tipo de planta, así como las estaciones de siembra adecuadas. A través de este sistema, se valida en tiempo real que las condiciones ambientales sean las adecuadas y se ejecutan las acciones necesarias, como activar el riego o ajustar la cobertura para proteger los cultivos.

# TIPOS DE NEGOCIOS EN EL MARCO DE E-BUSINESS

## Tipologìa

El sistema tiene una tipología **B2C** (Negocio a consumidor), ya que se enfoca en vender directamente a los consumidores que desean implementar un sistema de huerto urbano en sus hogares. También tiene una tipología **B2B** (Negocio a Negocio), si el proyecto GROTECH decide vender o colaborar con otras empresas, como distribuidores de tecnología o empresas que deseen integrar el sistema en proyectos de construcción o paisajismo.

La base de negocio es el comercio electrónico directo ya que GROTECH vende los módulos de huertos y servicios asociados directamente a los consumidores a través de una plataforma en línea.

## Modelo de Negocio

* **Proveedor de servicios:** Podría ser un proveedor de servicios si se enfoca en ofrecer soluciones de automatización para huertos urbanos que combina hardware y software para facilitar el cultivo de plantas en espacios reducidos. El sistema automatizado incluye componentes físicos (módulos de huerto, cisternas, etc.) y un software que gestiona y automatiza el proceso de cultivo.
* **Proveedor de contenido:** Se considera un proveedor de contenido, ya que el sistema GROTECH también proporciona contenido educativo sobre el cultivo de plantas, incluyendo perfiles de cultivo, rangos óptimos de condiciones ambientales y estaciones de siembra.

## Modelo de ingresos

* **Ventas:** Los ingresos principales provienen de la venta directa de los módulos de huerto.
* **Suscripción:** GROTECH podría ofrecer un modelo de suscripción para servicios adicionales, como acceso a la plataforma de automatización, actualizaciones de software, o soporte técnico.
* **Gratuito/Freemium:** Podría ofrecer una versión básica gratuita de la plataforma con funcionalidades limitadas, y una versión premium con características avanzadas.
* **Cuota por Transacción:** Si GROTECH actúa como un intermediario en la venta de productos o servicios adicionales a través de su plataforma, podría cobrar una comisión por transacción.

# IDEA DE NEGOCIO

## Objetivo del Mercado

La idea del negocio se centra en proporcionar un sistema modular de huertos urbanos automatizados para maximizar el uso del espacio en áreas metropolitanas. El mercado objetivo principal incluye a residentes urbanos con acceso limitado a áreas verdes, hogares interesados en prácticas sostenibles, y personas con horarios ocupados que buscan una solución de cultivo que minimice el tiempo de mantenimiento.

**Perfil del Cliente:** El perfil del cliente se compone de varios segmentos:

* **Residentes Urbanos:** Personas que viven en áreas metropolitanas con poco acceso a espacios verdes, como apartamentos o casas pequeñas sin jardines.
* **Hogares con Interés en Sostenibilidad:** Individuos y familias preocupados por el medio ambiente y que buscan maneras de reducir su huella ecológica cultivando sus propios alimentos.
* **Entusiastas de la Jardinería:** Aficionados a la jardinería que, a pesar de vivir en espacios limitados, desean cultivar plantas, hierbas, y vegetales en casa.
* **Trabajadores con Horarios Ocupados:** Personas que tienen interés en el cultivo de alimentos, pero debido a sus horarios laborales no pueden dedicar mucho tiempo al mantenimiento de una huerta.
* **Instituciones Educativas:** Escuelas y colegios que podrían integrar el sistema GROTECH en sus programas de enseñanza sobre sostenibilidad y ciencias naturales.
* **Empresas de Bienestar Corporativo:** Organizaciones que buscan promover la salud y bienestar entre sus empleados mediante la instalación de huertos urbanos en sus oficinas.

El cliente ideal de GROTECH tiene un interés creciente en la jardinería y en prácticas sostenibles, pero su trabajo de tiempo completo limita el tiempo que puede dedicar a estas actividades. Está buscando formas de cultivar sus propios vegetales y hierbas de manera eficiente y está dispuesto a invertir en tecnología que facilite este proceso, reduciendo la carga de trabajo manual.

## Factibilidades

### Factibilidad Técnica

### Evaluación de la infraestructura de conectividad: En Rosario, la infraestructura de conectividad es generalmente buena, con una alta penetración de internet tanto en áreas urbanas como suburbanas. Sin embargo, es crucial asegurar que el sistema GROTECH funcione eficientemente con las velocidades de internet disponibles, especialmente en áreas donde la conectividad puede ser menos estable. La aplicación debería ser ligera y capaz de funcionar en entornos de conectividad variable para maximizar su accesibilidad.

### Compatibilidad tecnológica: La mayoría de los usuarios en Argentina utilizan dispositivos móviles basados en iOS y Android. Por lo tanto, el desarrollo del sistema GROTECH debe garantizar compatibilidad completa con estos sistemas operativos. Esto incluye asegurar que la aplicación se ejecute sin problemas en diferentes versiones de estos sistemas y que esté optimizada para una amplia gama de dispositivos móviles, desde teléfonos inteligentes de gama media hasta alta.

### Factibilidad Operacional

### Logística de distribución: Rosario, siendo un centro urbano bien conectado, ofrece buenas posibilidades logísticas para el almacenamiento y distribución de los módulos GROTECH. La proximidad a rutas de transporte clave y centros de distribución facilita la entrega eficiente a nivel local y regional.

* + Estrategias de instalación: Dado que el sistema GROTECH puede requerir una instalación inicial, es importante desarrollar manuales claros y tutoriales en video para guiar a los usuarios a través del proceso. Alternativamente, se pueden establecer equipos de instalación locales que ofrezcan servicios de instalación profesional, lo que aumentaría la satisfacción del cliente y garantiza una instalación adecuada.

### Factibilidad de Mercado

### Análisis demográfico: Rosario es una ciudad con una población diversa y un creciente interés en prácticas sostenibles. Los potenciales clientes para el sistema GROTECH incluyen a residentes urbanos y suburbanos que tienen un espacio limitado pero están interesados en cultivar sus propios alimentos.

* + **Aceptación cultural**El interés en la alimentación saludable y la sostenibilidad está en aumento en Rosario y en toda Argentina. Esto, junto con una creciente tendencia hacia la autosuficiencia y la producción local de alimentos, sugiere que el sistema GROTECH podría ser bien recibido. Las campañas de marketing que educan a los consumidores sobre los beneficios del sistema y cómo se alinea con sus valores serán cruciales para la aceptación del producto.

### Factibilidad Legal

### Para implementar el Sistema Horticultor Urbano (GROTECH) en Rosario, Santa Fe, es necesario revisar las ordenanzas municipales para asegurar que no existan restricciones sobre la instalación de huertos urbanos y sistemas de riego automatizados en propiedades residenciales o comunitarias. También es crucial verificar las normativas locales sobre el uso del agua para riego, especialmente en situaciones de escasez, y asegurarse de que cualquier recolección de agua de lluvia o gestión de recursos naturales cumpla con las regulaciones ambientales. Además, se debe cumplir con la Ley de Protección de Datos Personales de Argentina, obteniendo el consentimiento explícito de los usuarios para la recolección de datos y asegurando la seguridad de la información. Es fundamental que cualquier tecnología inalámbrica utilizada, como Wi-Fi o Bluetooth, cumpla con las regulaciones de la Comisión Nacional de Comunicaciones. Por último, se deben respetar todas las regulaciones ambientales locales y nacionales, incluyendo la gestión adecuada de residuos y el uso de materiales sostenibles en la fabricación del sistema.

# MISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La misión de la empresa es proporcionar soluciones innovadoras y sostenibles para el cultivo de alimentos frescos en espacios reducidos mediante un sistema modular y automatizado. La empresa se compromete a simplificar el proceso de jardinería, optimizando el uso del espacio y tiempo, para promover una alimentación saludable y una mayor sostenibilidad ambiental.

# VISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La visión de la empresa es convertirse en el líder en tecnología de huertos urbanos, transformando la manera en que las personas cultivan alimentos en entornos urbanos. La empresa aspira a ser reconocida por su capacidad para integrar tecnologías avanzadas y soluciones personalizadas que faciliten la jardinería en cualquier hogar, contribuyendo a un futuro más verde y saludable para las ciudades.

# OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

**Objetivos operativos**

* Implementar un sistema de soporte técnico eficaz para los usuarios: Desarrollar un equipo de soporte dedicado y accesible que resuelva problemas técnicos y proporcione asistencia en la instalación y uso del sistema GROTECH, alcanzando un 90% de satisfacción del cliente en un plazo de 6 meses.
* Optimizar la producción y distribución de módulos GROTECH: Reducir el tiempo de producción y distribución en un 20% mediante la implementación de procesos eficientes y cadenas de suministro optimizadas, asegurando la disponibilidad y entrega oportuna de los módulos GROTECH a nivel local y nacional en un plazo de 1 a 2 años.

**Objetivos Tácticos**

## Ampliar la presencia en el mercado a nivel nacional: Expandir la red de distribución y aumentar la presencia de mercado en un 50% en diferentes regiones del país, mediante campañas de marketing dirigidas a comunidades urbanas, en un plazo de 1 a 2 años.

## Desarrollar alianzas estratégicas con empresas tecnológicas y de jardinería: Establecer asociaciones con empresas que puedan complementar o mejorar la oferta de GROTECH, al menos 3 alianzas estratégicas con empresas, como proveedores de tecnología IT o cadenas de tiendas de jardinería, que mejoren la oferta de GROTECH, en un plazo de 1 año.

## Objetivos Estratégicos

### Convertirse en el líder del mercado de huertos urbanos inteligentes en América Latina: Capturar el 25% estableciendo la marca GROTECH como la opción preferida en soluciones de huertos urbanos automatizados mediante innovación, calidad y servicio al cliente, en un plazo de 3 a 5 años.

### Innovar continuamente para integrar nuevas tecnologías sostenibles en el sistema GROTECH: Introducir al menos dos nuevas tecnologías que puedan integrarse en el sistema GROTECH para mejorar la eficiencia y sostenibilidad del sistema, en un plazo de 5 años.

## Objetivos Financieros

### Alcanzar el punto de equilibrio financiero: Lograr un flujo de caja positivo durante 3 meses consecutivos, asegurando que los ingresos cubran los costos operativos, alcanzando la rentabilidad inicial, en un plazo de 1 año.

### Incrementar las ventas en un 30% anualmente durante los primeros tres años: Mediante estrategias de marketing y expansión de mercado, durante los primeros 3 años.

### Expandir el margen de beneficio neto al 20% en los próximos cinco años: Optimizar los costos operativos y mejorar la eficiencia en la producción y distribución para aumentar la rentabilidad y alcanzar un margen de beneficio neto del 20%, en un plazo de 5 años.

# CULTURA ORGANIZACIONAL

En GROTECH, la cultura es la base de todo lo que hacemos, y está profundamente arraigada en nuestra visión y misión, guiando cada aspecto de la empresa. Buscamos un equipo comprometido que comparta los valores de la empresa, trabajando desde el primer día con la misión clara de mejorar la vida urbana a través de la innovación en horticultura.

Desde el principio, creemos en el poder de la colaboración y en la construcción de relaciones sólidas con socios y colaboradores. Aunque las alianzas estratégicas más grandes pueden llegar con el tiempo, GROTECH buscará inicialmente forjar relaciones con proveedores locales y pequeñas empresas afines en Rosario. Esto fomentará un crecimiento conjunto y nos permitirá expandir nuestras operaciones de manera sostenible.

Valoramos y reconocemos el esfuerzo y los logros, tanto a nivel individual como grupal. Para mantener el equipo motivado en estas primeras fases, implementaremos un programa de reconocimiento simple, basado en la celebración de pequeños hitos semanales. Esto permitirá destacar los avances y logros del equipo, promoviendo un ambiente de trabajo positivo y estimulante. A medida que crecemos, este programa podrá expandirse, pero en estas primeras etapas, se centrará en el reconocimiento público dentro del equipo para reforzar la importancia de cada contribución.

Finalmente, la adaptabilidad será un pilar fundamental en GROTECH, ya que entendemos que la cultura debe evolucionar junto con el proyecto. En estas primeras etapas, nuestro enfoque será flexible, permitiendo ajustes rápidos y aprendiendo de la experiencia. Las reuniones periódicas de retroalimentación ayudarán a identificar mejoras en los procesos y asegurar que todos los miembros del equipo estén alineados con los objetivos de la empresa. Este compromiso con la mejora continua garantizará que GROTECH mantenga una cultura sólida y adaptable a medida que crecemos y enfrentemos nuevos desafíos.

# ANÁLISIS EXTERNO

## Macroentorno

El proyecto GROTECH se ve influenciado por la creciente urbanización, que limita el acceso a espacios verdes en los hogares urbanos. Esto ha generado una mayor demanda de soluciones sostenibles para el cultivo de alimentos en espacios reducidos. Además, el aumento de la conciencia sobre la salud y el medio ambiente impulsa el interés en sistemas automatizados como GROTECH, que facilitan la jardinería urbana con mínima intervención humana.

## Analisis PESTEL

**Fuerzas políticas, gubernamentales y legales**: Las leyes ambientales y de sostenibilidad en Argentina, como la Ley 27.118 de Agricultura Familiar, podrían ofrecer incentivos financieros para tecnologías sostenibles como GROTECH. Además, las regulaciones locales sobre el uso del agua y la instalación de huertos urbanos también influyen, estableciendo oportunidades y restricciones para la expansión del sistema.  
  
**Fuerzas económicas**: La inflación y las tasas de interés en Argentina podrían afectar el poder adquisitivo de los consumidores. Sin embargo el crecimiento del comercio electrónico facilita la venta de los productos GROTECH.  
  
**Fuerzas sociales, culturales y demográficas**: El interés creciente de los consumidores urbanos por la sostenibilidad y la autosuficiencia está alineado con los valores de GROTECH. El auge en la demanda de alimentación saludable y jardinería urbana fortalece aún más el entorno para la adopción de estas soluciones dentro de las ciudades.  
  
**Fuerzas tecnológicas**: Presenta avances en automatización, sensores IoT y software inteligente, que permiten a GROTECH ofrecer soluciones de cultivo urbano altamente eficientes. Además, la penetración masiva de smartphones y aplicaciones móviles facilita el control y monitoreo de los huertos, mejorando la accesibilidad y la experiencia del usuario.  
  
**Fuerzas ambientales**: El cambio climático y la preocupación por la sostenibilidad impulsan la demanda de soluciones verdes. La gestión eficiente del agua y la energía en los huertos urbanos es crucial para ser aceptados en un mercado con conciencia ambiental.

## Microentorno

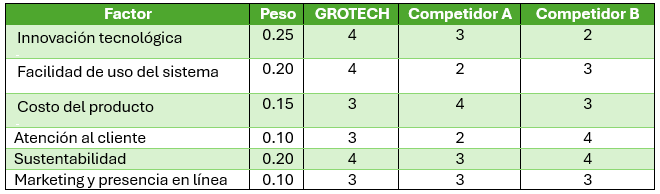
1. **Rivalidad entre competidores existentes:** El mercado de huertos urbanos automatizados está en crecimiento, pero la competencia aún es moderada, con empresas emergentes que buscan nichos específicos. La competencia directa en Rosario es baja y GROTECH tiene la ventaja de ser una solución novedosa que no enfrenta competencia directa de productos con un nivel de automatización equivalente.
2. **Amenaza de nuevos entrantes:** Aunque existen barreras tecnológicas y de capital inicial, nuevas empresas podrían ingresar al mercado si detectan oportunidades de crecimiento.
3. **Poder de negociación de los proveedores**: El poder de negociación de los proveedores es medio. GROTECH dependerá de componentes tecnológicos (sensores, módulos de riego automatizado, etc.) que en su mayoría serán importados, debido a la limitada producción local de estos insumos en Argentina. Además, las fluctuaciones económicas y las políticas de importación en el país pueden afectar los costos y la disponibilidad de estos componentes.
4. **Poder de negociación de los clientes**: El poder de negociación de los clientes para GROTECH será inicialmente bajo, dado que la oferta de soluciones completamente automatizadas de huertos urbanos es limitada en Rosario. Sin embargo, los clientes interesados en la tecnología y la sostenibilidad pueden tener expectativas elevadas en términos de calidad, facilidad de uso y soporte postventa.
5. **Amenaza de productos sustitutos**: Los sustitutos de GROTECH no son necesariamente sistemas tecnológicos avanzados, sino más bien productos que ofrecen soluciones de jardinería más simples.

## Matriz de evolución de factores externos (EFE)

Interpretación de la Matriz EFE: El puntaje total de 3.20 sugiere que GROTECH está aprovechando de manera muy efectiva las oportunidades y respondiendo adecuadamente a las amenazas del entorno externo

Matriz de Perfil Competitivo (MPC)  
  
Esta matriz se basa en competidores ficticios, ya que actualmente, no existen competidores directos. Estos simulan que son empresas en un futuro que están interesadas por este tipo de producto y salieron al mercado a vender este mismo producto o uno similar.

* **Competidor A:** Empresa local que vende kits de jardinería y sistemas de riego manual.
* **Competidor B:** Empresa internacional que vende sistemas de riego semi-automatizados.
* **GROTECH:** El sistema modular de huertos urbanos automatizados que estamos evaluando.



**Puntuación total**

* GROTECH: 3.65
* Competidor A: 3.05
* Competidor B: 3.25

Interpretación de la Matriz MPC: El puntaje total de 3.65 de GROTECH indica que está en una posición competitiva sólida frente a sus competidores. Su fortaleza radica en la innovación tecnológica, la facilidad de uso del sistema y su sustentabilidad, lo que lo convierte en un líder en el mercado de huertos urbanos automatizados. Sin embargo, mejorar en áreas como el costo del producto y la atención al cliente podría potenciar aún más su ventaja competitiva.

# ANÁLISIS INTERNO

Matriz de evolución de factores internos (EFI)



Interpretación de la matriz EFI: La puntuación total ponderada de 2.40 indica que GROTECH tiene un desempeño ligeramente por encima del promedio en la gestión de sus factores internos. Sus fortalezas en innovación tecnológica y sostenibilidad destacan, pero la capacidad limitada de distribución y la falta de recursos financieros reducen su potencial competitivo.

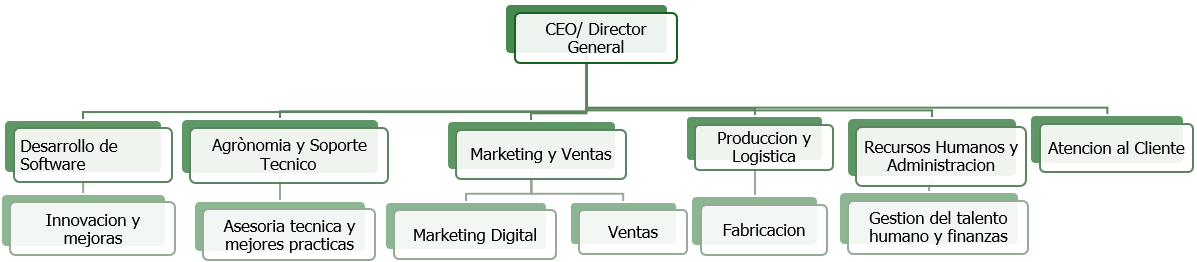
Estructura Organizacional

**GROTECH** cuenta con una estructura organizacional funcional con un enfoque orientado al cliente y equipos interdisciplinarios. Esta estructura permite a la empresa adaptarse a las necesidades específicas de los usuarios de huertos urbanos, garantizando una experiencia óptima.

#### Departamentos Funcionales

1. **Desarrollo de Software**:
   * Encargado de diseñar, desarrollar y mantener la plataforma de automatización de cultivos. Este departamento juega un papel central en la innovación y mejora continua del sistema, asegurando que los usuarios puedan gestionar sus huertos de manera eficiente.
2. **Agronomía y Soporte Técnico**:
   * Compuesto por expertos en horticultura y cultivo, este equipo ofrece asesoramiento técnico sobre el uso adecuado del sistema y las mejores prácticas para el cultivo. También recibe y gestiona las consultas de los usuarios, proporcionando soluciones a problemas relacionados con el crecimiento de las plantas y el uso del sistema.
3. **Marketing y Ventas**:
   * **Marketing**: Se encarga de identificar nuevos mercados, desarrollar campañas promocionales y aumentar la visibilidad de GROTECH. Utiliza herramientas digitales y estrategias de comunicación para educar a los clientes sobre la sostenibilidad y los beneficios de cultivar en casa.
   * **Ventas**: Responsable de establecer relaciones con clientes potenciales, cerrar ventas y mantener contacto con clientes actuales. Este departamento trabaja estrechamente con el marketing para asegurar que los mensajes lleguen de manera efectiva al público objetivo.
4. **Producción y Logística**:
   * Encargado de la fabricación de los módulos de huerto y la gestión del inventario. Este equipo coordina la logística de distribución, asegurando que los productos lleguen a los clientes de manera oportuna y eficiente.
5. **Atención al Cliente**:
   * Este departamento es crucial para el éxito de GROTECH, ya que se encarga de responder consultas, resolver problemas y recopilar retroalimentación de los usuarios. Mantener una comunicación abierta con los clientes es esencial para mejorar la experiencia del usuario y la satisfacción general.
6. **Recursos Humanos y Administración**:
   * Fundamental para gestionar el talento humano, las finanzas y las operaciones generales de la empresa. Este departamento se asegura de que GROTECH cuente con el personal adecuado y los recursos necesarios para operar de manera efectiva.

La interacción entre estos departamentos es esencial, ya que cada uno juega un papel importante en el éxito del proyecto. Los equipos interdisciplinarios colaboran para abordar problemas complejos, desde el desarrollo del software hasta la atención al cliente. Esto permite a GROTECH ofrecer un producto integrado que no solo satisface las necesidades técnicas, sino que también responde a las expectativas y deseos de los usuarios.



Recursos Humanos

La gestión del área de Recursos Humanos (RR.HH.) en GROTECH es esencial para asegurar que la empresa cuente con el talento necesario para desarrollar su sistema de huertos urbanos y atender a los clientes de manera efectiva. La calificación y motivación del personal son factores clave para el éxito y la creación de un ambiente de trabajo positivo.

La planificación de recursos humanos implica anticipar las necesidades futuras de personal, identificar habilidades clave y diseñar estrategias de adquisición de talento. El departamento está dirigido por un gerente de RR.HH. y administración, quien coordina las actividades y asegura que los procesos se lleven a cabo eficientemente.

El personal de RR.HH. debe estar altamente calificado en gestión de talento, con un enfoque en selección, capacitación y desarrollo. La remuneración será competitiva y se implementarán incentivos y beneficios para retener y motivar al personal.

En resumen, GROTECH busca crear un entorno de trabajo que fomente la innovación y la colaboración, asegurando así su capacidad para alcanzar sus objetivos y liderar el mercado de huertos urbanos automatizados.

Comercialización

La comercialización es fundamental para el éxito de GROTECH, un innovador sistema de huertos urbanos automatizados. Una estrategia de comercialización bien definida permitirá a la empresa alcanzar sus objetivos y construir una sólida base de clientes.

Los precios de los módulos deben ser competitivos y justos para atraer a residentes urbanos, entusiastas de la jardinería y empresas interesadas en la sostenibilidad. La estructura de precios se puede calcular con la fórmula básica:

Precio = Costos + Margen de beneficio

* Costos: Incluyen el desarrollo del sistema, la fabricación de los módulos, mantenimiento del software y gastos de marketing. También se contemplan costos variables, como la logística de distribución y el soporte al cliente.
* Margen de beneficio: Se establecerá según las condiciones del mercado y las expectativas de rentabilidad, considerando la disposición de los clientes a pagar.

### Mezcla de Comercialización (4P)

* **Producto:** GROTECH ofrece un sistema modular y automatizado para cultivar hortalizas en espacios reducidos. La tecnología avanzada permite un manejo eficiente del agua y la luz, garantizando un cultivo óptimo.
* **Precio:** La estrategia de precios será competitiva, tomando en cuenta los costos operativos y ofreciendo descuentos a usuarios que opten por suscripciones mensuales o anuales.
* **Plaza (Distribución):** La distribución se realizará principalmente a través de una plataforma en línea, permitiendo a los clientes comprar y personalizar su sistema de huerto desde cualquier lugar. Se contemplan alianzas con tiendas de jardinería y empresas de construcción para ampliar el alcance.
* **Promoción:** Las estrategias promocionales incluirán marketing digital y campañas en redes sociales para crear conciencia sobre los beneficios de cultivar en casa. Se implementarán:
  + Campañas publicitarias en redes sociales dirigidas a los segmentos de mercado identificados.
  + Ofertas especiales para nuevos clientes y programas de referidos para incentivar la adquisición del sistema.
  + Colaboraciones con instituciones educativas y empresas para fomentar la sostenibilidad.

GROTECH se enfocará en un mercado diverso, desde hogares urbanos hasta empresas que promueven el bienestar entre sus empleados. La diferenciación se basará en la calidad del producto, la experiencia del usuario y el uso de tecnología innovadora, asegurando un servicio fiable y eficiente. La satisfacción del cliente será clave para la fidelización y el crecimiento a largo plazo.

Contabilidad y Finanzas

El área de Finanzas y Contabilidad es fundamental para la gestión financiera y la sostenibilidad de GROTECH. Una administración eficaz de los recursos financieros, la comprensión de los costos y la gestión del capital de trabajo son esenciales para asegurar la viabilidad a largo plazo de la empresa.

GROTECH puede acceder a financiamiento a través de diversas fuentes, que incluyen:

* **Concursos y subvenciones:** Participar en programas de apoyo a la innovación que ofrecen organizaciones y gobiernos puede proporcionar financiamiento sin costo.
* **Préstamos pequeños:** Buscar financiamiento a través de instituciones que ofrecen préstamos a emprendedores.
* **Recaudación de fondos:** Realizar campañas de crowdfunding para atraer a una comunidad interesada en apoyar proyectos de sostenibilidad.
* **Ingresos operativos:** Generar ingresos a partir de las ventas de módulos y servicios de suscripción para mantenimiento.

### Costos

* **Costos fijos:** Estos incluyen gastos que no fluctúan con el volumen de ventas, como el **desarrollo** y mantenimiento del sistema, salarios del personal, alquiler de oficinas y otros gastos generales.
* **Costos variables:** Comprenden comisiones pagadas a proveedores y gastos relacionados con el procesamiento de pagos. Las inversiones en publicidad también son variables, ya que dependen del alcance y duración de las campañas.

### Capital de Trabajo

Los activos circulantes de GROTECH incluyen efectivo en cuentas bancarias, utilizado para operaciones diarias, y cuentas por cobrar de las ventas de módulos. Parte de estos activos también se invierte en tecnología y desarrollo. Por otro lado, los pasivos circulantes se componen de cuentas por pagar a proveedores de tecnología, gastos de marketing y otros costos operativos.   
La inversión inicial se destina al desarrollo del sistema, así como a la infraestructura necesaria para su funcionamiento.  
Los gastos de inversión abarcan tanto el desarrollo de tecnología como las estrategias de marketing inicial, diferenciándose de los gastos operativos necesarios para el funcionamiento diario de la empresa. Una gestión financiera sólida permitirá a GROTECH crecer de manera sostenible y maximizar su impacto en el mercado.

Producción

La gestión eficaz de los proveedores y la inversión en tecnología de alta calidad son esenciales para el éxito continuo de GROTECH. Los proveedores suministran a GROTECH hardware, servicios de alojamiento web y seguridad cibernética, así como otros recursos informáticos necesarios para respaldar la operación de la aplicación. Es fundamental trabajar con proveedores confiables que aseguren la disponibilidad de la plataforma y la protección de la información confidencial de los usuarios.

El equipo de desarrollo es una parte crítica de la producción, ya que son responsables de crear, mantener y actualizar la aplicación. Para garantizar un funcionamiento eficiente y una mejora continua, GROTECH cuenta con:

* **Programadores:** Encargados de desarrollar el código de la aplicación, implementar nuevas funciones y solucionar problemas técnicos. Su labor es clave para asegurar que la plataforma sea robusta y escalable.
* **Diseñadores:** Se encargan de la experiencia del usuario (UX) y de la interfaz (UI), garantizando que la aplicación sea intuitiva y atractiva. Su enfoque es vital para atraer y retener usuarios.
* **Especialistas en calidad (QA):** Realizan pruebas exhaustivas para detectar y corregir errores antes de que las actualizaciones sean lanzadas al público. Esto asegura que los usuarios disfruten de una experiencia sin fallos.

La inversión en tecnología avanzada y herramientas de desarrollo permite a GROTECH adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado. La implementación de metodologías ágiles y el uso de plataformas de gestión de proyectos favorecen la colaboración y la eficiencia entre los equipos, facilitando así la innovación constante.

Investigación y Desarrollo

**Planificación del Área:** La planificación del Área de Investigación y Desarrollo se centra en identificar oportunidades de innovación y mejora. Se realizan investigaciones sobre nuevas tecnologías que puedan optimizar la plataforma y se evalúan las necesidades cambiantes de los usuarios. Además, se establecen hojas de ruta de desarrollo tanto a corto como a largo plazo, asegurando que GROTECH se mantenga a la vanguardia del mercado y responda rápidamente a las demandas del entorno tecnológico.

**Definición de Objetivos del Área:** Los objetivos del área de Investigación y Desarrollo en GROTECH están enfocados en la mejora continua de la aplicación. Esto incluye el desarrollo de nuevas características y funcionalidades, la optimización de la experiencia del usuario y la mejora de la seguridad. La misión principal es proporcionar a los usuarios una aplicación innovadora y de alta calidad que satisfaga sus necesidades de manera efectiva y eficiente.

### Sistemas

**Planificación del Área:** La planificación del Área de Sistemas se centra en la actualización constante de infraestructura tecnológica, la gestión de la seguridad de los datos y la optimización de la red. Se implementan estrategias para asegurar la continuidad del negocio y se desarrollan planes de recuperación ante desastres, garantizando que la operación de GROTECH no se vea interrumpida por imprevistos.

**Definición de Objetivos del Área:** Los objetivos de esta área incluyen asegurar que la aplicación esté disponible de forma constante y segura. Esto implica la implementación de medidas de seguridad robustas, así como la optimización de la velocidad y la capacidad de respuesta del sistema. El objetivo principal es mantener la estabilidad y confiabilidad de la plataforma GROTECH, asegurando que los usuarios tengan una experiencia fluida y satisfactoria.

**10. FODA CRUZADO**

**Fortalezas (F)**

* Plataforma tecnológica eficiente: GROTECH ha desarrollado un sistema de automatización de huertos urbanos que optimiza la gestión de cultivos, mejorando la experiencia del usuario.
* Sustentabilidad: La propuesta de valor de GROTECH se centra en la sostenibilidad, alineándose con la creciente demanda de soluciones ecológicas.
* Atención al cliente: Un equipo de soporte técnico bien capacitado que ofrece asesoramiento y soluciones rápidas a los usuarios, lo que genera confianza y lealtad.

**Debilidades (D)**

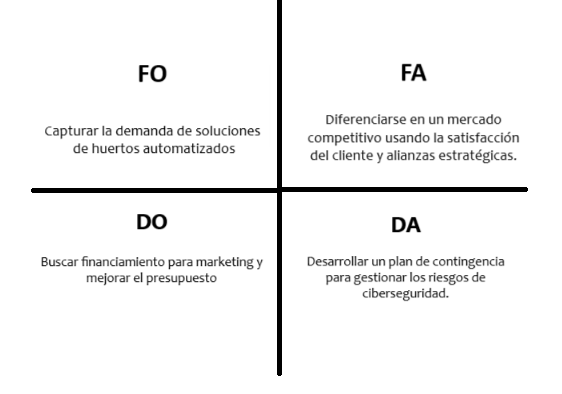
* Recursos limitados para marketing: GROTECH enfrenta restricciones en su presupuesto de marketing, lo que puede dificultar su capacidad para alcanzar y educar a nuevos clientes.
* Dependencia de tecnología externa: La empresa depende de proveedores para ciertos componentes tecnológicos, lo que puede presentar riesgos si surgen problemas.
* Falta de reconocimiento de marca: Como un nuevo jugador en el mercado, GROTECH todavía está construyendo su reputación y base de clientes.

**Oportunidades (O)**

* **Crecimiento del interés en la jardinería urbana:** La tendencia creciente hacia la sostenibilidad y el cultivo en casa ofrece un mercado en expansión para GROTECH.
* **Aumento de la demanda de soluciones automatizadas:** Los consumidores buscan cada vez más tecnologías que simplifiquen la gestión de sus huertos, lo que permite a GROTECH posicionarse favorablemente.
* **Alianzas estratégicas potenciales:** La posibilidad de colaborar con organizaciones ambientales y minoristas podría ampliar la distribución y promoción del producto.

**Amenazas (A)**

* **Competencia creciente:** La aparición de nuevos competidores en el mercado de huertos urbanos automatizados puede dificultar la captura de cuota de mercado.
* **Cambios en regulaciones ambientales:** Modificaciones en las normativas sobre sostenibilidad pueden afectar las operaciones de GROTECH.
* **Riesgos tecnológicos:** La rápida evolución tecnológica implica que GROTECH deba mantenerse al día para no quedarse atrás frente a la competencia.

**

### Análisis Cruzado

1. **Fortalezas-Oportunidades (FO)**: Aprovechar la plataforma tecnológica eficiente y las alianzas estratégicas para capturar la creciente demanda de soluciones de huertos urbanos automatizados.
2. **Fortalezas-Amenazas (FA)**: Utilizar la alta satisfacción del cliente y las alianzas estratégicas para diferenciarse en un mercado competitivo.
3. **Debilidades-Oportunidades (DO)**: Buscar financiamiento para mejorar el presupuesto de marketing y posicionarse mejor en el creciente mercado de huertos urbanos.
4. **Debilidades-Amenazas (DA)**: Desarrollar un plan de contingencia para gestionar los riesgos asociados a la ciberseguridad y fortalecer la reputación de GROTECH en el mercado.

### 11. POSICIONAMIENTO COMPETITIVO

Barreras de Ingreso

* **Tecnología Avanzada:** GroTech ha desarrollado una plataforma innovadora que incluye algoritmos de optimización y análisis de datos. Esta tecnología crea una ventaja competitiva difícil de replicar, ya que requiere inversión en I+D y experiencia técnica.
* **Inversión Inicial Alta:** La creación de una plataforma robusta y escalable requiere una inversión significativa en desarrollo de software, infraestructura y talento. Esto puede disuadir a nuevos entrantes que no cuenten con los recursos financieros necesarios.
* **Relaciones Estratégicas:** La empresa ha establecido alianzas con proveedores y empresas locales que facilitan su operación, creando una red de soporte que es difícil de penetrar para competidores nuevos.

Barreras de Salida

* **Inversión en Infraestructura:** GroTech ha realizado inversiones significativas en servidores, sistemas de seguridad y tecnología de respaldo, lo que dificulta la desinversión y el abandono de operaciones.
* **Compromiso con los Clientes:** La lealtad de los clientes es alta debido a la calidad del servicio y la atención al cliente, lo que dificulta que los usuarios cambien de proveedor, creando un costo emocional y financiero para ellos.
* **Conocimiento Especializado:** La empresa cuenta con personal altamente capacitado en tecnología y desarrollo. La pérdida de este conocimiento representaría un riesgo significativo para la continuidad del servicio, lo que actúa como una barrera para salir del mercado.

Cadena de Valor

* **Actividades Primarias**
  + **Desarrollo de Producto:** Creación y mejora continua de la plataforma, asegurando que las funcionalidades satisfagan las necesidades del usuario y que se implementen innovaciones basadas en el feedback recibido.
  + **Logística Interna:** Gestión eficiente de la infraestructura tecnológica y la seguridad de datos para garantizar la disponibilidad y continuidad del servicio, incluyendo copias de seguridad y protocolos de recuperación ante desastres.
  + **Marketing y Ventas:** Estrategias de promoción dirigidas a la adquisición de nuevos usuarios y la fidelización de los existentes. Se utilizan campañas digitales, marketing de contenido y análisis de datos para segmentar el mercado de manera efectiva.
  + **Atención al Cliente:** Provisión de soporte técnico y servicio al cliente que garantice la satisfacción y retención del usuario, incluyendo canales de comunicación múltiple (chat en vivo, correo electrónico, etc.).
* **Actividades de Soporte**
  + **Infraestructura Tecnológica:** Provisión de una infraestructura escalable que garantice la estabilidad y seguridad del servicio, optimizando costos y tiempos de respuesta.
  + **Recursos Humanos:** Asegurar que el personal esté altamente capacitado y motivado, fomentando un ambiente de trabajo que atraiga talento, además de programas de capacitación continua.
  + **Investigación y Desarrollo:** Innovación continua para mantener la plataforma actualizada y relevante en un mercado en constante cambio. Esto incluye el análisis de tendencias de mercado y la integración de nuevas tecnologías.

### *Mapa de Posicionamiento de Producto: Usar eje como "Calidad del Servicio" (eje Y) y "Precio" (eje X) para mostrar cómo se sitúa GroTech en relación a otros competidores en el mercado.*

### ESTRATEGIAS

Estrategia Genérica de Porter

* **Estrategia Genérica de Liderazgo en Costos**
  + **Indicador:** Monitoreo de la eficiencia operativa y análisis de costos para garantizar que se mantenga una ventaja competitiva en precios, evaluando continuamente el costo de producción y los gastos generales.
* **Estrategia Genérica de Diferenciación**
  + **Indicador:** Evaluación de la satisfacción del cliente a través de encuestas y feedback, con el objetivo de mantener una alta calificación en las plataformas de reseñas y fortalecer la percepción de marca.
* **Estrategia Genérica de Segmentación**
  + **Descripción:** Estrategia enfocada en atender a nichos específicos, como pequeñas empresas tecnológicas que necesitan soluciones personalizadas. Esto incluye la personalización de productos y servicios para satisfacer necesidades específicas.

Estrategias de Diversificación y sus respectivos indicadores

* **Diversificación Concéntrica**
  + **Descripción:** Ampliación de la oferta de productos dentro de la misma industria, así como el desarrollo de herramientas complementarias para la plataforma de GroTech.
  + **Indicador:** Medición del crecimiento en la adopción de nuevos productos y su impacto en los ingresos generales.
* **Diversificación Horizontal**
  + **Descripción:** Ingreso en nuevas industrias que complementen la oferta actual, como servicios de consultoría tecnológica.
  + **Indicador:** Evaluación de ingresos generados a partir de nuevas líneas de negocio y análisis del retorno de la inversión en estas áreas.

Estrategias Defensivas y sus respectivos indicadores

* **Recorte de Gastos**
  + **Indicador:** Análisis de gastos no esenciales para optimizar costos en momentos de incertidumbre, buscando una reducción del X% en los gastos generales.
* **Enajenación**
  + **Indicador:** Evaluación de activos no estratégicos que puedan ser vendidos para liberar recursos, midiendo el impacto financiero de estas decisiones.
* **Liquidación**
  + **Indicador:** Monitoreo continuo de la rentabilidad de unidades de negocio y cierre de aquellas que no sean sostenibles, estableciendo un umbral mínimo de rentabilidad.

Estrategias de Integración Vertical y sus respectivos indicadores

* **Integración Hacia Adelante**
  + **Indicador:** Establecimiento de acuerdos de distribución con socios estratégicos para aumentar la visibilidad de la marca y el acceso al mercado, midiendo el aumento en las ventas tras estas alianzas.
* **Integración Hacia Atrás**
  + **Indicador:** Reducción de costos mediante la optimización de la cadena de suministro y alianzas estratégicas con proveedores, evaluando el ahorro en costos de insumos.
* **Integración Horizontal**
  + **Indicador:** Evaluación de oportunidades de adquisición de empresas que ofrezcan tecnologías complementarias o servicios relacionados, analizando el impacto en la cuota de mercado.

Estrategias Intensivas y sus respectivos indicadores

* **Penetración en el Mercado**
  + **Indicador:** Aumento en el número de usuarios mediante campañas de marketing específicas y promociones de fidelización, estableciendo metas de crecimiento mensual.
* **Desarrollo de Mercado**
  + **Indicador:** Expansión a nuevos mercados geográficos, midiendo el crecimiento en nuevas regiones y adaptando la oferta a las necesidades locales, evaluando el incremento en la base de usuarios.
* **Desarrollo de Producto**
  + **Indicador:** Medición de la adopción de nuevas características y la frecuencia de actualizaciones para mantener la plataforma fresca y relevante, incluyendo la tasa de uso de nuevas funcionalidades.

### 12. AGENDA ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO Y PRIORIDADES DE LOS PROCESOS DE ADAPTACIÓN

La agenda estratégica de GroTech se centra en fortalecer su posición en el mercado y adaptarse a las cambiantes condiciones del entorno. Las prioridades se han establecido de acuerdo con su impacto en el crecimiento y sostenibilidad del negocio.

1. **Mejora Continua de la Plataforma**
   * Prioridad: Alta
   * Responsable: Equipo de Desarrollo
   * Medición de Resultados: Aumento en la satisfacción del cliente y reducción en las quejas.
2. **Expansión Geográfica:**
   * Prioridad: Alta
   * Responsable: Equipo de Marketing
   * Medición de Resultados: Crecimiento en la adquisición de usuarios en nuevos mercados.
3. **Innovación Tecnológica**
   * Prioridad: Alta
   * Responsable: Equipo de I+D
   * Medición de Resultados: Lanzamiento de nuevas funcionalidades que sean bien recibidas por los usuarios.
4. **Fortalecimiento de Alianzas Estratégicas**
   * Prioridad: Media
   * Responsable: Equipo de Desarrollo de Negocios
   * Medición de Resultados: Establecimiento de nuevas colaboraciones que amplíen el alcance de la empresa.
5. **Optimización de Costos**
   * Prioridad: Media
   * Responsable: Equipo Financiero
   * Medición de Resultados: Reducción de costos operativos sin comprometer la calidad del servicio.
6. **Adaptación a Cambios Regulatorios**
   * Prioridad: Media
   * Responsable: Equipo Legal
   * Medición de Resultados: Cumplimiento exitoso de nuevas normativas y regulaciones del sector.
7. **Gestión de Crisis**
   * Prioridad: Alta (ante situaciones imprevistas)
   * Responsable: Equipo de Dirección
   * Medición de Resultados: Capacidad de respuesta y mitigación de impactos negativos en la operación.
8. **Inversión en Capacitación del Personal**
   * Prioridad: Media
   * Responsable: Recursos Humanos
   * Medición de Resultados: Incremento en la retención de talento y mejoras en la satisfacción del empleado.

*FALTARIA la Ponderación de Tareas, donde vamos a incluir una tabla o gráfico que muestre la ponderación de las tareas en función de su impacto y urgencia y también la Planificación Temporal para Establecer plazos o un cronograma para cada tarea, si es posible, para proporcionar claridad sobre cuándo se espera que se completen.*

### 13. MEDICIONES AGREGADAS Y DETALLADAS

Mediciones Agregadas

* **Crecimiento de Usuarios:** Se evalúa el aumento total de usuarios de la plataforma en un periodo determinado. Se activa una alerta si se observa una disminución significativa en el número de nuevos registros o en la retención de usuarios existentes.
* **Satisfacción del Cliente:** Se mide a través de encuestas y valoraciones en plataformas de reseñas. Se centra en la satisfacción promedio de los usuarios y se activa una alerta si se produce una disminución notable en la calificación promedio.
* **Ingresos por Suscripciones:** Se calculan los ingresos generados a partir de suscripciones mensuales. Se establece un umbral, y si los ingresos disminuyen por debajo de este, se activa una alerta para investigar las causas y tomar acciones correctivas.

Mediciones Detalladas

* **Tiempo de Resolución de Problemas:** Se evalúa el tiempo promedio que tarda el equipo de atención al cliente en resolver problemas reportados por los usuarios. Se activa una alerta si se observa un aumento significativo en el tiempo de respuesta, lo que podría indicar ineficiencias.
* **Inversión en Desarrollo:** Se miden los gastos destinados al desarrollo de nuevas características y mejoras de la plataforma. Se activa una alerta si los gastos aumentan sin resultados tangibles o si no se cumplen los plazos establecidos para lanzamientos.
* **Índice de Rotación de Empleados:** Se calcula el porcentaje de empleados que dejan la empresa en un periodo determinado. Se activa una alerta en caso de un aumento inusual en la rotación, lo que podría afectar la continuidad del servicio y la moral del equipo.
* **Exposición a Riesgos Legales:** Se mide el número de litigios o violaciones regulatorias. Se activa una alerta si hay un aumento en la cantidad de litigios, multas o advertencias, indicando un posible riesgo para la reputación de la empresa.
* **Crecimiento de Mercado Geográfico:** Se evalúa el aumento de usuarios en nuevos mercados geográficos. Se activa una alerta si se detecta una desaceleración en el crecimiento de usuarios en regiones específicas, lo que puede requerir una revisión de las estrategias de marketing y expansión.

Análisis Planificado vs. Lo Alcanzado El rendimiento real se compara con las metas establecidas para cada uno de estos indicadores. Se lleva a cabo un análisis periódico (mensual o trimestral) para evaluar el progreso y realizar ajustes estratégicos cuando se detectan discrepancias significativas. Si se observa que se están alcanzando o superando las metas, se celebran los logros y se consideran nuevas metas más ambiciosas.