

## **Prácticas Profesionalizantes**

Profesores: Osvaldo L. Rizzo, Joshua Sastre y Osvaldo Marcovecchio.

Actividad: T.P. 2 “Análisis empresa”, Etapa 2ª

Integrantes: Fino Lautaro, Fryc Iara, Torrez Camila, Romar Santiago.

Fecha de entrega: 23/08/2020

## Definición de roles:

- Departamento administrativo
  - Camila Torrez
  - Emanuel Mungo
- Departamento de desarrollo
  - Iara Fryc
  - Lautaro Fino
- Departamento de diseño
  - Santiago Romar

## Análisis FODA:

Análisis FODA		Análisis de la empresa	
		Fortalezas (f)	Debilidades (d)
		<i>f1: Agilidad en las operaciones.</i> <i>f2: Valoración positiva de los clientes.</i> <i>f3: Calidad en el servicio.</i> <i>f4: Óptimo equipo de trabajo.</i>	<i>d1: Empresa poco reconocida en el mercado.</i> <i>d2: Poca experiencia en el marketing.</i> <i>d3: Personal reducido.</i>
Análisis del entorno	Oportunidades (o)	<b>f1-f3-o2:</b> la agilidad y calidad que nuestro servicio otorga nos permite lograr un buen funcionamiento conforme con el entorno de Mercado Libre. <b>f1-f4-o1:</b> Debemos aprovechar la falta de competencia e impulsar un equipo bien motivado a la hora de trabajar.	<b>d2-o1:</b> Debemos aprovechar la falta de competitividad y explotar el marketing de nuestro producto.  <b>d3-o2:</b> Potenciar la cooperación y los esfuerzos del personal para acoplarse mejor a la plataforma de Mercado Libre.
	Amenazas (a)	<b>f1-f4-a1:</b> Mediante la agilidad y buen funcionamiento en el equipo de trabajo, debemos lograr que la innovación en nuestro producto satisfaga las necesidades de Mercado Libre, para que ellos no generen su propia extensión con nuestras funcionalidades. <b>f3-a2:</b> Integración de funcionalidades que mejoren la calidad del servicio y generen interés.	<b>d1-d2-a1:</b> Poder solucionar rápidamente las debilidades mencionadas evitará potencialmente la gran amenaza de que Mercado Libre nos reemplace con su propio software. <b>d1-d2-d3-a2:</b> Aumentar el interés del personal de trabajo por mejorar las áreas débiles, ser constantes e innovar para llamar la atención del cliente e incentivarlos a que brinden su fidelidad a nuestra plataforma.

## Modelo CANVAS:

### MODELO CANVAS CAPYTRACK

#### SOCIOS CLAVE

- Administrativos.
- Particulares, medianos y grandes compradores.
- Particulares, medianos y grandes vendedores.

#### ACTIVIDADES CLAVE

- Desarrollo de software.
- Plataforma intuitiva.
- Constantes mejoras.
- Comunicación con los usuarios.

#### RECURSOS CLAVE

- Departamentos especializados en el desarrollo.
- Conocimiento de las tecnologías.

#### PROPUESTAS DE VALOR

- Mejora la experiencia de los usuarios de Mercado Libre al ofrecer un servicio que les permite realizar una mejor gestión de los productos que deseen comprar por medio de una extensión de navegador web que facilita y enriquece la experiencia de compra.

#### RELACIONES CON CLIENTES

- Soporte técnico.
- Foro de discusiones.

#### CANALES

- Plataformas digitales.

#### SEGMENTOS DE CLIENTES

- Comerciantes y compradores.
- Emprendedores digitales.

#### ESTRUCTURA DE COSTES

- Expansión del sistema.
- Mantenimiento del stack tecnológico.

#### FUENTES DE INGRESO

- Paquetes de suscripciones.