



S.I.G.T.O.

Formación Empresarial Software Code Builders

Rol	Apellido	Nombre	C.I	Email	Tel/Cel.
Coordinador	Bebekian	Joaquin	5.584.659-6	joacobebekian115@gmail.com	092500221
Sub-Coordinador	Ces	Nicolas	5.585.997-7	nicolasces181@gmail.com	097099331
Integrante 1	Serpa	Ignacio	5.480.675-3	nachoserpa@gmail.com	099760992
Integrante 2	Lombardi	Thiago	5591067-0	lombardi.isbo@gmail.com	091908039

Docente: Honorato Hellen

Fecha de culminación

5/11/2024

TERCERA ENTREGA

I.S.B.O.

3BG



I.S.B.O.

3BG



Formación Empresarial

Carátula Oficial de la Web de ISBO

profesora de dicha materia: Ellen Edith Honorato Albornoz



Joaquín Bebekian 24/04/2006 55846596// bachillerato EMT informática
Nicolas Ces 30/03/2006// 55859977// bachillerato EMT informática
Ignacio Serpa 25/12/2004// 54806753// bachillerato EMT informática



Nombre de la Empresa

Software Code Builders

Determinación de la Actividad y Giro de la Empresa

Actividad: nos dedicaremos al desarrollo y suministro de soluciones informáticas. Incluye el análisis, diseño, y programación de sistemas listos para ser utilizados por otras empresas, optimizando sus operaciones digitales.

Giro: Desarrollo y soporte tecnológico enfocado en plataformas digitales y comercio electrónico.

Estudio y Fundamentación de la Opción

La implementación de plataformas digitales se fundamenta en el crecimiento exponencial del comercio electrónico. Este modelo de negocio permite a las empresas alcanzar una audiencia global y optimizar sus operaciones con costos operativos reducidos. Además, la tendencia hacia la digitalización empresarial, impulsada por el acceso masivo a internet y el uso de dispositivos móviles, confirma la viabilidad y rentabilidad de ofrecer soluciones tecnológicas avanzadas.

Proceso de Selección del Producto o Servicio

Proceso de Selección: El proceso incluyó un análisis de mercado basado en encuestas a empresas, estudio de tendencias digitales y evaluación de la competencia. Se priorizaron soluciones tecnológicas de alta demanda y facilidad de integración en plataformas corporativas, considerando también la viabilidad técnica y operativa.

Etapas del Proceso

1. **Investigación de Mercado:** Análisis de necesidades tecnológicas de empresas y tendencias de digitalización.
2. **Análisis Competitivo:** Evaluación de soluciones ofrecidas por otras compañías tecnológicas.
3. **Selección de Soluciones:** Identificación de servicios de alta demanda y fácil integración.
4. **Evaluación de Viabilidad:** Análisis de costos de implementación y soporte técnico.

Diseño y Fundamentación

En el diseño del logo, se optó por la tendencia de simplicidad prevalente en las marcas actuales. La tipografía, creada con cincel, busca equilibrar elegancia y clasicismo. La palabra "ASSET", que significa "activo", refleja la eficiencia y valor que nuestras soluciones aportan a las empresas. Los colores verde y blanco fueron seleccionados para transmitir energía positiva (verde) y prolijidad (blanco), destacando la simplicidad y eficacia de nuestras soluciones tecnológicas.



Visión

Ser reconocidos como una empresa líder en soluciones tecnológicas para el comercio digital, destacándonos por nuestra innovación y adaptabilidad. Nuestra visión es ser la opción preferida para empresas que buscan optimizar sus operaciones digitales con seguridad y eficiencia.

Misión

En ASSET STORE, impulsamos la transformación digital de nuestros clientes mediante plataformas intuitivas y seguras. Nos comprometemos a:

- Ofrecer soluciones tecnológicas personalizadas que se adapten a las necesidades del cliente.
- Brindar un soporte técnico excepcional y resolver desafíos tecnológicos de manera efectiva.
- Utilizar tecnologías avanzadas para garantizar la seguridad y privacidad de los datos.
- Mantener una operación logística ágil para asegurar la efectividad de los servicios prestados.
- Fomentar un entorno de trabajo colaborativo y motivador para nuestro equipo.

Objetivos

1. Documentación de Características Técnicas y Funcionales de la Plataforma:

- **Meta:** Para el 30 de enero de 2025, documentar al menos 10 características esenciales de una plataforma de ventas online.
- **Medición:** Realizar un análisis comparativo detallado de las 5 principales plataformas del mercado.
- **Justificación del Tiempo:** Ampliar el tiempo permite un análisis más profundo y preciso, asegurando que las características seleccionadas sean las más relevantes para nuestro mercado objetivo.

2. Desarrollo de Modelos de Negocio y Estrategias de Marketing:

- **Meta:** En los próximos 12 meses, desarrollar y probar 3 modelos de negocio y 4 estrategias de marketing, asegurando que cada uno se alinee con los objetivos de crecimiento y retención de clientes.
- **Medición:** Incrementar la tasa de retención de clientes en un 20% dentro de los primeros seis meses de la implementación de la nueva plataforma.
- **Justificación del Tiempo:** Un año permite un tiempo adecuado para probar y ajustar los modelos y estrategias, asegurando resultados medibles y sostenibles.



3. Implementación de Mejores Prácticas en Diseño UX/UI:

- **Meta:** Para el 31 de marzo de 2025, implementar 5 mejores prácticas en diseño de interfaz y experiencia de usuario, basadas en los principios de accesibilidad, usabilidad y satisfacción del cliente.
- **Medición:** Lograr una puntuación de al menos 4.5 sobre 5 en encuestas de satisfacción del cliente.
- **Justificación del Tiempo:** El plazo adicional facilita un proceso iterativo de pruebas y ajustes, asegurando que las mejoras realmente impacten en la satisfacción y experiencia del cliente.

Valores

- **Innovación:** Comprometidos con la mejora continua.
- **Transparencia:** Actuamos con honestidad y claridad.
- **Orientación al Cliente:** Enfocados en la satisfacción total del cliente.

Forma Jurídica

Elección de la Forma Jurídica: Se opta por una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) debido a su flexibilidad en la gestión y protección del patrimonio personal. La SRL permite una administración sencilla y una estructura menos formal en comparación con las Sociedades Anónimas (SA).

Justificación

- **Flexibilidad en la Gestión:** Menos formalidades en la toma de decisiones.
- **Protección del Patrimonio Personal:** Responsabilidad limitada al capital aportado.
- **Facilidad de Administración:** Estructura administrativa sencilla y directa.

Trámites de Apertura

- **Registro de la Empresa:** Inscripción en el Registro de Comercio.
- **Obtención de RUC:** Solicitar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en la DGI.
- **Licencia de Funcionamiento:** Obtener habilitación municipal para operar.
- **Apertura de Cuenta Bancaria:** Abrir una cuenta bancaria a nombre de la SRL.
- **Inscripción en el BPS:** Registro en el Banco de Previsión Social para temas laborales.

Reglamentaciones Vinculadas a la Actividad

- **Ley de Protección de Datos Personales:** Ley N.º 18.331.
- **Ley de Protección al Consumidor:** Ley N.º 17.250.
- **Regulaciones Tributarias:** Ley N.º 18.083.



- **Regulación del Comercio Electrónico:** Normativas específicas para comercio online y protección de datos.





SEGUNDA ENTREGA

ANÁLISIS DEL SECTOR

Situación Actual del Sector:

El sector de soluciones tecnológicas para el comercio digital se caracteriza por una alta competitividad y constante innovación. La estructura del mercado incluye tanto grandes corporaciones tecnológicas como empresas emergentes que buscan posicionarse con propuestas innovadoras. Este dinamismo es impulsado por la rápida adopción de tecnologías digitales y la creciente demanda de optimización de procesos comerciales por parte de las empresas.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Descripción General del Mercado

- Extensión Geográfica: Global, con fuerte presencia en mercados desarrollados y en crecimiento en mercados emergentes. Mientras que en mercados desarrollados la adopción tecnológica está madura, en emergentes se observa un rápido avance impulsado por la digitalización empresarial.
- Tamaño y Clientes Potenciales: El mercado de soluciones tecnológicas para comercio digital sigue en expansión. Las empresas, desde pymes hasta grandes corporaciones, buscan optimizar sus operaciones y mejorar la experiencia de usuario a través de plataformas avanzadas y seguras.

Competidores

- Grandes Plataformas: Empresas como Amazon Web Services, Microsoft Azure, y Google Cloud dominan con soluciones integrales para el comercio digital.
- Soluciones Especializadas: Compañías que se enfocan en áreas específicas como seguridad, UX/UI, o integraciones personalizadas.
- Competencia Local: Empresas locales que ofrecen adaptaciones específicas para mercados regionales, brindando un soporte más personalizado.

Organismos Regulatorios

- Reguladores Locales: DGI (Dirección General Impositiva), URSEC (Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación).
- Entidades de Protección de Datos: Supervisan el cumplimiento de las normativas de privacidad y seguridad de la información.



MATRIZ FODA

- **Fortalezas**

- Estructura Legal SRL: Ofrece protección del patrimonio personal y flexibilidad en la gestión.
- Modelo de Negocio: Bajo costo operativo con acceso a un mercado global, permitiendo un alcance amplio.

- **Debilidades**

- Escalabilidad Limitada: La forma jurídica de SRL en Uruguay limita la escalabilidad sin reestructuración completa.
- Regulación Fiscal: La falta de un régimen fiscal simplificado aumenta la carga administrativa y los costos.

- **Oportunidades**

- Expansión del Comercio Electrónico: Crecimiento continuo en mercados emergentes que buscan digitalizar sus operaciones.
- Innovaciones Tecnológicas: Avances en plataformas digitales y logística que optimizan la eficiencia operativa.

- **Amenazas**

- Intensa Competencia: Grandes plataformas y nuevas startups compiten ferozmente en el mercado.
- Regulaciones Cambiantes: Adaptarse a las regulaciones locales e internacionales puede impactar las operaciones.

Estrategias a Utilizar

- Innovación en Experiencia de Usuario (UX/UI): Mejorar continuamente la interfaz y funcionalidad para asegurar una experiencia de usuario diferenciada y competitiva.

PLAN DE MARKETING

Identificación del Consumidor y Segmentos del Mercado

Segmentos Principales: Empresas que buscan soluciones tecnológicas para optimizar sus operaciones digitales, incluyendo pymes y grandes corporaciones interesadas en mejorar la seguridad, eficiencia y experiencia de usuario en sus plataformas de comercio digital.

Estudio de Mercado

Relevamiento: Se realizó un estudio que incluyó entrevistas y encuestas a empresas, revelando que los aspectos más valorados son la facilidad de integración, seguridad de datos, y soporte técnico ágil y especializado.



Análisis de la Competencia

División del Mercado: El mercado se fragmenta entre grandes proveedores de soluciones integrales, empresas que ofrecen herramientas especializadas y proveedores locales que personalizan sus servicios. Destacar la propuesta de valor única de ASSET STORE será clave para competir eficazmente.

Determinación de la Estrategia de Ingreso al Mercado y Posicionamiento

Estrategia de Ingreso: Introducción de soluciones personalizadas y adaptables a través de una plataforma intuitiva y segura que facilita la transformación digital.

Posicionamiento: Resaltar la confiabilidad, seguridad, y el soporte técnico excepcional para diferenciarse en un mercado saturado.

Análisis de Rentabilidad y Oportunidades de Crecimiento

Rentabilidad: Basada en la eficiencia operativa, precios competitivos y un mercado en constante expansión. La diferenciación por calidad y soporte al cliente aumentará la fidelización y retención.

Oportunidades de crecimiento: Expansión a nuevos sectores industriales y diversificación de la oferta de soluciones tecnológicas.

MEZCLA COMERCIAL

Descripción del Producto o Servicio

ASSET STORE desarrollará y proveerá una gama de soluciones tecnológicas para la gestión y optimización de plataformas digitales, enfocadas en la automatización de procesos, seguridad de datos, y mejora de la experiencia de usuario.

Beneficios desde el Punto de Vista del Cliente

- **Optimización Operativa:** Soluciones que mejoran la eficiencia de los procesos empresariales.
- **Seguridad de Datos:** Protección avanzada para transacciones y almacenamiento de información.
- **Soporte Personalizado:** Asistencia técnica adaptada a las necesidades específicas del cliente.

Ventaja Competitiva y Diferenciación

Ventaja competitiva: Integración fácil y rápida, seguridad avanzada, y un servicio al cliente excepcional que garantiza respuestas rápidas y efectivas.



Diferenciación: Enfoque en soluciones adaptables y un soporte técnico especializado que acompaña a las empresas en cada etapa del proceso.

Formas de Distribución

Distribución Directa: Provisión de soluciones a través de licencias y servicios de suscripción, con soporte continuo para garantizar la operatividad óptima de las plataformas.

Determinación del Precio de Venta

Establecimiento del Precio: Basado en el valor agregado, complejidad de la solución y comparación con la competencia. Se busca un balance entre accesibilidad y rentabilidad.

Promoción

Estrategias Promocionales: Campañas de marketing digital, incluyendo redes sociales, webinars, y colaboraciones con influencers del sector tecnológico. Se promoverán casos de éxito para destacar la efectividad de las soluciones.

PLAN DE PUBLICIDAD

Dónde

- **Plataformas de Redes Sociales:** LinkedIn, Twitter, y otras redes profesionales.
- **Motores de Búsqueda:** Publicidad en Google Ads y otros buscadores relevantes en el sector.
- **Sitios de Contenido Relevante:** Publicidad en portales especializados en tecnología y comercio digital.

Cuándo y Cómo

Lanzamiento y Mantenimiento: Las campañas publicitarias iniciarán durante el lanzamiento de nuevos servicios y continuarán durante todo el año, con énfasis en eventos sectoriales y temporadas clave de inversión tecnológica. Se implementarán estrategias de contenido para educar al mercado sobre las ventajas de las soluciones ofrecidas.

Duración y Costo

Duración: Estrategia continua con revisión y ajuste trimestral basado en el desempeño de las campañas.

Costo: Presupuesto inicial estimado en el 10% del total asignado al área de marketing, con flexibilidad para ajustar según los resultados obtenidos.



Tercera Entrega de Formación Empresarial

Plan de Inversiones

Listado de Recursos y Precios:

- **Mobiliario:**
 - Escritorios y sillas (opciones económicas o reutilizadas): UYU 10.000 en total.
- **Equipamiento:**
 - Computadoras (mínimo 4 laptops básicas): UYU 80.000 (UYU 20.000 cada una).
 - Impresora básica: UYU 3.000.
- **Material de Oficina:**
 - Papelería e insumos de limpieza: UYU 6.000 anuales (UYU 500 mensuales).
- **Publicidad y Promoción:**
 - Marketing digital básico (campanas en redes sociales): UYU 5.000.

Total Inversión Inicial:

- **UYU 104.000.**

Plan de Recursos Humanos

Descripción de Cargos:

- **Desarrollador Full-Stack (asumido por los estudiantes):**
 - Responsabilidades: Desarrollo de software, gestión de bases de datos, mantenimiento básico de sistemas.
 - Requisitos: Experiencia en programación básica, conocimiento de HTML, CSS, JavaScript, y PHP.
 - **Costo estimado:** UYU 0 (asumido por los estudiantes).

Otros Recursos Humanos:

- No se incluyen costos salariales adicionales, ya que el trabajo técnico y administrativo será realizado por los integrantes del proyecto.



Plan de Recursos Financieros

Ingresos Proyectados:

- Se espera obtener ingresos por la venta y personalización de plataformas de software, con un ingreso proyectado de **UYU 150.000** en el primer año.

Costos Fijos Anuales:

- **Servicios (electricidad, internet, etc.):** UYU 24.000 (UYU 2.000 mensuales).

Costos Variables Anuales:

- **Papelería e insumos de limpieza:** UYU 6.000.
- **Publicidad y marketing digital:** UYU 5.000.

Impuestos:

- **Carga fiscal estimada:** UYU 7.500 (calculado como el 25% sobre las ganancias netas, si aplica).

Capital de Giro:

- **Estimación:** UYU 20.000 (equivalente a los gastos operativos básicos de un mes).

Rentabilidad y Viabilidad:

- **Punto de Equilibrio:** Aproximadamente UYU 100.000.
- **Proyección de Utilidad:** Un margen de utilidad estimado en 10% sobre los ingresos.

Resumen de Gastos Anuales:

- **Total de gastos fijos y variables:** UYU 35.000 anuales.
- **Capital de giro necesario:** UYU 20.000.

Estudio de Viabilidad Económico-Financiera

Punto de Equilibrio:

- **Nuevo cálculo:** El punto de equilibrio se establece en UYU 100.000 anuales, considerando los costos mínimos y los ingresos proyectados.



Margen de Utilidad

- Reajuste: Se estima un margen de utilidad de 10% sobre los ingresos, ajustado a un proyecto de estudiantes con un enfoque en servicios de bajo costo.

Rentabilidad (TIR y VAN)

- TIR (Tasa Interna de Retorno): Se estima una TIR de 8%, dado el menor volumen de inversión y retorno esperado.
- VAN (Valor Actual Neto): Se mantiene positivo, lo que indica que el proyecto es viable financieramente, aunque con menores márgenes que un proyecto empresarial de mayor envergadura.