

Documento final

Asamblea SA

Docente: Ana Perdomo (ana.perdomo@utec.edu.uy)

Materia: Taller de emprendedurismo

Mauro pistón

C.I: 5.217.259-2

Email: pecaalta@gmail.com

Carrera: Tecnólogo en informática

Institución: UTEC

Gustavo Cerdeña

C.I: 4.911.712-3

Email: gustavo.cerdena@utec.edu.uy

Carrera: Tecnólogo en informática

Institución: UTEC

Edward Rodríguez

C.I: 4.734.450-8

Email: edward.rodriquez@utec.edu.uy

Carrera: Tecnólogo en informática

Institución: UTEC

Joaquín Suárez

C.I: 4.988.873-0

Email: suarezjaoquinluis@gmail.com

Carrera: Tecnólogo en informática

Institución: UTEC

Octavio sepergo

C.I: 4.988.873-0

Email: suarezjaoquinluis@gmail.com

Carrera: Tecnólogo en informática

Institución: UTEC



Índice

Índice	1
Idea a emprender	2
Localización	2
Estudio de mercado	2
Características del producto o servicio a ofrecer	2
Análisis de la demanda	2
Análisis de la competencia	3
Estrategias de marketing (4P)	3
Plan estratégico	4
Estructura organizativa	4
Cronograma de ejecución	5
Normativa	5
Estudio Técnico	7
Inversiones	7
Proceso De Producción	7
Cantidad De Puestos Que Genera	7
Proyección De Ingresos	7
Proyección De Costos	7
Inversión Inicial	8
Flujo De Fondos	8

Idea a emprender

La idea a emprender se basa en una aplicación que les facilita a nuestros clientes el poder armar sus PC, la misma le provee al cliente herramientas de filtrado y búsquedas tanto de componentes por separado o equipos ya montados.

Brindaremos la información necesaria tanto en aspecto técnico, proveedores y tiendas que podrán efectuar el armado y proporcionar las piezas creando así una experiencia sencilla y transparente tanto para el cliente como para el profesional.

Localización

El proyecto se realizará a través de internet por lo tanto no poseerá una localización física.

Estudio de mercado

Tras nuestros estudios de mercados hemos concluido que el usuario promedio no tiene una preocupación real con el cambio o adquisición de un equipo, debido al alto costo que puede llevar no lo convierten en una prioridad.


Sin embargo, parece receptivo a en este tipo de emprendimiento ya que la mayoría o son aficionados o tienden a pedir ayuda ya sea pagando a un profesional o con conocidos, estos usuarios prefieren tener un equipo más potente, pero se ven limitado por presupuesto, también tienden a pagar un extra en ordenadores preensamblados para facilitar la adquisición. Con esto en mente y conocido que no está siendo llevado a cabo en Uruguay ningún emprendimiento similar, consideramos esta como una idea fresca que permitirá a usuarios interesados en armar sus propias computadoras, así como aquellos quienes buscan los mejores precios y calidad.

Características del producto o servicio a ofrecer

Brindaremos asesoría de componentes a utilizar para evitar pérdidas de rendimiento o mal aprovechamiento de estas, además de facilitar la búsqueda de estos componentes para que el usuario pueda adquirirlos al precio más conveniente.

Análisis de la demanda

Consideramos que hoy en día la demanda va en aumento y son más los interesados en armar su propia computadora, ya sean personas con experiencia en el armado como quienes lo hacen por primera vez.



De la encuesta realizada podemos deducir además que la principal preocupación de nuestro mercado sería inseguridad y desconocimiento en el área sumado a altos costos viendo una posible demanda tanto en profesionales que quieran reducir costes como en personas sin conocimiento alguno quienes quieran cubrir sus necesidades sin un gasto excesivo.

Análisis de la competencia

Nuestro emprendimiento es un proyecto fresco e innovador por lo que no conocemos competencia directa en lo que se refiere a la velocidad, y facilidad de uso.

Sin embargo, somos conscientes que como competencia tenemos por un lado las computadoras pre ensambladas las que inflan los precios o que ofrecen carencias que omiten para maximizar las ventas.

Además de los técnicos que en ocasiones brindan servicios similares, pero cobran un precio elevado por el conocimiento.

Y por último tenemos a los autodidactas los cuales ponen en riesgo su inversión elegir ya sea componentes de distinta gama las que finalmente en conjunto ofrecen un desempeño menor o incluso en ocasiones mal usar componentes.

Estrategias de marketing (4P)

Producto

Somos los primeros en el mercado, brindando un servicio rápido y de fácil uso, lo que lo hace idóneo tanto para técnicos como para personas sin conocimientos del área.

Precio

Gratis de cara al mercado o usuario final, ya que las ganancias serán generadas por los proveedores para darle mejor ubicación a sus productos como por parte de publicidad.

Promoción

Se planea llegar a las masas por medio de publicidad a través de redes sociales y tiendas asociadas ya que es un servicio online.

Plaza o distribución

Nuestro alcance estimado no se vería afectado tanto por las limitaciones físicas si no por las tiendas o proveedores asociados por problemas logísticos, quitando esta limitación podemos decir que es un servicio global.

Plan estratégico

Visión

Poder facilitar la compra de componentes informáticos a personas sin conocimientos técnicos de una manera sencilla.

Misión

Asegurarnos de que las computadoras pre armadas realmente ofrezcan un precio justo, e impulsar a técnicos locales.

Objetivo

Lograr que hasta el usuario menos experimentado pueda acceder a productos informáticos de calidad con total confianza en su inversión.

FODA

Fortalezas

Único en su tipo.
Sencillo de usar, para todo cliente

Debilidades

Adquirir confianza inicial.
Demora en obtener ganancias.

Oportunidades

Nicho de clientes que no arman sus insumos adecuados por falta de conocimiento y seguridad en su compra.

Amenazas

Competidor directo, desinformación.

Estructura organizativa

Gustavo Cerdeña (Atención al Cliente)

Brinda el servicio de asesoría a los clientes respondiendo consultas y facilitando soluciones.

Edward Rodríguez (Gerente de producto)

Investiga, selecciona, e impulsa el desarrollo de productos, realizando las tareas de gestión de producto.

Mauro pistón (CEO)

Como director ejecutivo será el encargado de velar por la empresa y asegurarse de que las metas establecidas se van alcanzando.

Octavio sepergo (Técnico)

Aportar conocimientos técnicos en los procesos, organización y sistemas optimizando y mejorando el servicio.

Joaquín Suárez (Marketing y Ventas)

Una vez que la página se ha perfilado, es indispensable saber qué técnicas emplear para llegar al consumidor.

Análisis de la demanda

Consideramos que hoy en día la demanda va en aumento y son más los interesados en armar su propia computadora, ya sean personas con experiencia en el armado como quienes lo hacen por primera vez.

Cronograma de ejecución

Meses	1				2				3				4			
Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Planificación																
Des. Front.																
Des. Back.																
Test. Bugs																
Test. Prod.																
Producción																
Marketing																

Normativa

- Emitir facturas con el IVA que corresponda a tus productos o servicios.
- Identificar en la página web el aviso legal y las condiciones de compra.
- Debe constar el nombre del titular (persona física o jurídica), email, dirección y CIF/NIF.
- Se debe establecer un formulario de contacto para presentar consultas o reclamaciones.
- Cumplir con las siguientes leyes:
 - Ley 34/2002, de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSICE), en la que se definen como conceptos la contratación de bienes y servicios por vía electrónica, el envío de comunicaciones comerciales y el suministro de información por vía telemática o medios electrónicos.

- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD)
- Reglamento General de Protección de Datos
- Ley de Ordenación del Comercio Minorista
- Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación y el Real Decreto Legislativo 1/2007, que aprobó la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Entre toda esta normativa, rescatamos algunos puntos relevantes para el futuro a corto plazo del negocio, las tiendas online deben cumplir varias condiciones legales específicas, dado que la interacción entre proveedor y cliente se realizan sin presencia física, destacando:

- Plazo de ejecución y pago: Si no se pone explícitamente, el plazo máximo será de 30 días desde que se cerró la venta.
- Derecho de desistimiento: Por término general, existe un plazo de 14 días desde la fecha de recepción del producto para que tus clientes puedan desistir y recibir la devolución de su dinero.
- Pago con tarjeta de crédito: Si se realiza un cargo usando una tarjeta sin permiso del propietario, éste podrá pedir que se anule al momento, además de recibir su dinero de vuelta lo antes posible. Sin embargo, si la compra fue hecha por el titular y éste exigió indebidamente la anulación, tendrá que compensar los daños y perjuicios ocasionados de dicha operación.
- Si se ha entregado un producto deteriorado, la reparación o la sustitución deben ser gratuitas. De esta forma, en los 6 meses posteriores a la entrega, el vendedor debe responder de las faltas de conformidad que motivaron la reparación.

Estudio Técnico

Inversiones

Al carecer de un lugar físico y ser un servicio en línea carece de la necesidad de gastos en localidad, pero tendrá una mensualidad de servidor dado que por los requerimientos no es necesario tener uno propio, el costo del dominio, y publicidad.

Como inversión inicial se necesitará según nuestro análisis al menos un año de gastos y los suficientes para la compra de equipamiento (ordenador de gestión).

Proceso De Producción

Se usará un proceso por zonas donde se aplicará publicidad en los locales adheridos, redes sociales y personal para recolectar proveedores donde los primeros 3 meses del proyecto no se les cobrará para proporcionar una base de usuarios y así aumentar el catálogo y atraer más usuarios.

Cantidad De Puestos Que Genera

Los 5 mencionados anteriormente.

Proyección De Ingresos

		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Prod	C	2	6	12	18	24	30	36	42	44	46	58	60
	P	0	0	0	50	50	50	50	50	50	100	100	100
T	PxC	0	0	0	900	1200	1500	1800	2100	2200	4600	5800	6000

Prod = Producción

T = Total

C. = Cantidad

P = Precio UYU

Proyección De Costos

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Servidor	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Internet	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Publicidad	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000

*Estos costos tendrán son fijos por lo que se prolongarán en el tiempo

Inversión Inicial

Inversión	Costo
Equipamiento	25000

Flujo De Fondos

	Año 0	Año 1
1. Inversión inicial	25000	0
2. Ingresos. - Publicidad	26100	72000
3. Egresos - Costos Fijos - Costos Variables	42000 0	42000 0
Totales	-40900	30000

* Totales es la suma del punto 1 (Inversión inicial) y punto 3 (Egresos) menos el punto 2 (Ingresos)

Conclusión

Transparencia, confianza, mejores ofertas para los usuarios.

Publicidad para cada uno de sus productos, clientes con una idea definida de lo que comprarán de su catálogo y una venta casi segura para el técnico, son las características más prometedoras

Un buen marketing por zonas, técnicas de SEO para un posicionamiento, un concepto nuevo y fresco que no hay en el mercado.

Por estas razones afirmamos que nuestro proyecto debería de ser éxito y una buena inversión a mediano plazo.