

EVALUACION Y GESTION DE PROYECTOS - PEP N°1

NOMBRE: Benjamin Jorquera Jorquera R.U.N. 19.182.719-8 NOTA _____

TODOTECH es una empresa que importa y distribuye productos de tecnología a las grandes Tiendas. A esto le llaman Canal de Ventas Retail. Sus principales productos son: notebook, routers, impresoras e insumos. En el último año, sus ventas han disminuido en un 70%, mientras que los costos han aumentado un 10%. Ante esta difícil situación, los dueños de TODOTECH necesitan de su asesoría para implementar, adicional al Canal de Ventas de Retail, el Canal de ventas on-line (ecommerce) o invertir en la apertura del Canal de Tiendas Físicas, que estarían ubicadas Santiago, Valparaíso, Antofagasta, La Serena, Concepción, Valdivia y Puerto Montt.

Para el salvataje de la Compañía, usted elaborará:

- 1.- Nueva Estrategia para la Compañía (Visión, Misión y Valores). (1 punto)
- 2.- Definir un modelo de negocio, por medio de un Diagrama Canvas con Propuestas de Valor que permitan a TODOTECH implementar su Canal de ecommerce. (1.5 puntos)
- 3.- Definir un modelo de negocio, por medio de un Diagrama Canvas con Propuestas de Valor que permitan a TODOTECH implementar su Canal de Tiendas Físicas. (1.5 puntos)
- 4.- Nombrar al menos 5 proyectos que pudieran apoyar al modelo de ecommerce. En específico se pide el nombre del proyecto, su objetivo y cómo éste apoyará el modelo de negocio. (1 puntos)
- 5.- Nombrar al menos 5 proyectos que pudieran apoyar al modelo de Tiendas Físicas. En específico se pide el nombre del proyecto, su objetivo y cómo éste apoyará el modelo de negocio. (1 puntos)

Haga los supuestos que estime convenientes.

Las respuestas deben ser entregadas en formato PDF. Escritura no manuscrita.

Enviar al correo rodrigo.osorio.c@usach.cl, con el Asunto : "PEP 1 Evaluación y Gestión de Proyectos 2-2021" hasta el jueves 28-10-2021 a las 23.59 hrs.

EVALUACION Y GESTION DE PROYECTOS - PEP N°1

NOMBRE: Benjamin Jorquera Jorquera R.U.N. 19.182.719-8 NOTA _____










1. Nueva estrategia de TODOTECH.

- a. Operaciones actuales:
 - i. Canal de ventas Retail: importación y distribución de productos de oficina, tales como notebooks, routers, impresoras e insumos, a las grandes tiendas.
- b. Definición del problema: Disminución de las ventas en un 70% y aumento de costos en un 10%.
 - i. Posibles causas:
 - 1. Poco reconocimiento de la empresa.
 - 2. Problemas con respecto a los productos.
 - 3. Problemas de logística, gestión de marketing y finanzas; personal y/o sistemas.
- c. Plan Estratégico.
 - i. Visión: “Apuntamos a ser uno de los mejores comerciantes de tecnología del país, contando con la experiencia de ventas retail a grandes tiendas. Como organización queremos lograr una comunicación efectiva con nuestros clientes y nuestros socios, para asesorarlos con la tecnología que mejor se adapte a cada necesidad”
 - ii. Misión: “En TODOTECH sabemos todo sobre tecnología, somos comprometidos con entregar un servicio de ventas tecnológicas impecable, el uso y desarrollo de buenas prácticas comerciales, junto con relaciones intrapersonales e interpersonales, tanto dentro y como fuera de la organización”
 - iii. Valores: “Responsabilidad, innovación, calidad, compromiso”
 - iv. Lineamientos y objetivos estratégicos:
 - 1. Aumentar las ventas o amortiguar su disminución.
 - 2. Disminuir los costos.
 - 3. Destacar por sobre la competencia.
 - 4. Establecer relaciones estratégicas.
 - v. Servicios o productos estratégicos:
 - 1. Aumentar la gama de productos tecnológicos.
 - 2. Agregar nuevos servicios a la empresa.
 - vi. Proyectos estratégicos y líneas de acción:
 - 1. Implementación de canal de ventas on-line (e-commerce)
 - 2. Canal de tiendas físicas, distribuidas en ciudades importantes a lo largo de todo el país.

NOMBRE: Benjamin Jorquera Jorquera R.U.N. 19.182.719-8 NOTA

2. Modelo de negocio canal e-commerce:




























































Modelo Canvas: Canal de ventas Online (e-commerce) TODOTECH

<div>Socios Clave</div> <div></div> <div><p>Proveedores de productos tecnológicos, tanto dentro como fuera del país.</p><p>Tratos con otras plataformas de comercio electrónico, para construir una red de socios del rubro.</p><p>Continuidad en la comunicación con las grandes tiendas.</p><p>Socios tecnológicos, para realizar interconexiones entre plataformas, mantener contacto y asesoramiento por parte de expertos.</p><p>Socios de telecomunicaciones, ingenieros y técnicos.</p><p>Otro tipo de socios, como bancarios, educacionales, publicitarios, entre otros.</p></div>	<div>Actividades Clave</div> <div></div> <div><p>La actividad clave es el comercio electrónico, donde la empresa adquiere/importa productos, para su posterior venta en la plataforma. Los clientes compran y se encuentran satisfechos con los canales de distribución.</p><p>Implementación y mantenimiento de la plataforma.</p><p>Manejo de inventario, precios, retail y conocimiento tecnológico.</p><p>Actividades enfocadas en las relaciones comerciales con los clientes.</p><p>Subcontratar empresas de encomienda, o realizar un nuevo proyecto para este servicio.</p></div> <div><div>Recursos clave</div><div></div><div><p>Recursos tecnológicos: la implementación y el desarrollo de la plataforma, arriendo de servidores y dominios, protocolos, servicios de seguridad informática, arquitectura del sistema, frameworks, equipos, dispositivos, tecnologías en la nube, entre otros.</p><p>Recursos económicos y humanos: los costos de desarrollo, contrato de personal.</p><p>Recursos intelectuales: cursos de marketing, finanzas, capacitación de la plataforma, mantención.</p><p>Recursos físicos: inventarios, bodegas, servicios de encomienda, productos, insumos, oficinas.</p></div></div>	<div>Propuestas de valor</div> <div></div> <div><p>Los valores entregados a los clientes sobre el comercio on-line son sus principales ventajas.</p><ul style="list-style-type: none">• La comodidad de ver y adquirir productos a través de un dispositivo, y la rapidez de realizar el pago.• Descripciones detalladas de los productos.• Los filtros de búsqueda, el manejo de inventario y categorías de productos.• El uso de un buscador y herramientas de la aplicación web.• Interfaz amigable.• Canales de comunicación.<p>Los problemas de los clientes que resolvemos son los que ocurren al comprar en tiendas físicas.</p><p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p><p>Las necesidades de los clientes que se logran satisfacer son las de compras de artículos tecnológicos de forma segura y rápida; y contar con un servicio de envío y distribución eficiente, para que los productos puedan llegar a los clientes lo más pronto posible, y a un menor costo.</p><p>Los costos de envío (que son un gran indicador al momento de hacer una compra on-line) y la importación de productos serán amortiguados para tener clientes felices y satisfechos.</p></div>	<div>Relación con Clientes</div> <div></div> <div><p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes les llegarán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, que lleguen con rapidez y en lo posible que lleguen íntegros, que no fallen ni tengan desperfectos.</p><p>Con respecto al servicio, que funcione bien, que entregue respuestas rápidas, que sea amigable con el usuario, que las compras sean seguras, que el sitio sea seguro, que esté libre de ataques cibernéticos, que esté disponible la mayor parte del tiempo, y que el manejo de inventario sea eficiente.</p><p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p><p>Con respecto a otras organizaciones y clientes importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p></div> <div><div>Canales</div><div></div><div><p>El canal principal será un servicio web que se encargará de todo el proceso de comercio electrónico. La aplicación tendrá una base de datos inventariada, y además contará con servicios de pago Transbank y Webpay para las transacciones de los clientes.</p><p>Los canales de envío y distribución serán empresas de encomienda, escogidas de manera estratégica, para la entrega e importación de los productos.</p><p>Los canales de comunicación estarán habilitados a través de la página web, se implementarán Chat Bots, números de call centers, correos electrónicos y RRSS.</p><p>Una vez implementada y desplegada la aplicación, se realizará una campaña publicitaria para su conocimiento público.</p><p>El canal más importante será el del servicio con el cliente, es decir, el área informática, redes, recursos humanos, marketing, finanzas, entre otros.</p></div></div>	<div>Segmentos de clientes</div> <div></div> <div><p>Personas/Organizaciones que tengan acceso a internet y que quieran adquirir productos tecnológicos, por unidad o al por mayor.</p><p>Personas con rango de edad adecuado para realizar transacciones y comerciar de manera on line. Idealmente entre los 18 años hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan operar la plataforma/aplicación web, leer y aceptar los acuerdos correspondientes.</p><p>Organizaciones responsables con los protocolos de compra y venta on-line, que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p><p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p><p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p></div>
<div>Estructura de Costos</div> <div></div> <div><ul style="list-style-type: none">• Costo de la implementación y la mantención de la plataforma, es lo más costoso del proyecto.• Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.• Costo del envío de los productos.• Costo de los tratos comerciales.• Costo del subcontrato y remuneraciones.• Costo de insumos varios.• Costo de publicidad.• Impuestos.</div>	<div>Flujo de ingresos</div> <div></div> <div><p>El valor que pagan los clientes son los que entregará la plataforma de comercio electrónico, el envío y la venta de los productos. Los pagos se harán de manera electrónica.</p><p>Otras fuentes de ingresos serán:</p><ul style="list-style-type: none">• Publicidad dentro de la plataforma.• Inversionistas.• Tratos comerciales.• Empresas que quieran vender sus productos en la plataforma.• Comisiones.• Tratos bancarios.</div>			

NOMBRE: Benjamin Jorquera Jorquera R.U.N. 19.182.719-8 NOTA

3. Modelo de negocio canal de tiendas físicas (se repiten algunos aspectos del modelo anterior):

Modelo Canvas: Canal de ventas Tiendas Físicas TODOTECH

<h3>Socios Clave</h3>  <p>Proveedores de productos tecnológicos, tanto dentro como fuera del país.</p> <p>Tratos con otras tiendas, físicas, virtuales, grandes y pequeñas, centros comerciales.</p> <p>Socios tecnológicos y asesoramiento por parte de expertos.</p> <p>Socios de telecomunicaciones, ingenieros y técnicos.</p> <p>Socios de diseño de interiores y exteriores para tiendas tecnológicas.</p> <p>Otro tipo de socios, como bancarios, educacionales, publicitarios, de gestión y administración, entre otros.</p>	<h3>Actividades Clave</h3>  <p>La actividad clave es la venta de productos tecnológicos de alta calidad, donde la empresa adquiere/importa productos, para su posterior venta en las tiendas físicas. Los clientes compran y se encuentran satisfechos al comprar en las tiendas.</p> <p>Diseño, construcción, gestión, administración y mantención de las tiendas.</p> <p>Manejo de tienda, inventario, bodegas, precios, retail y conocimiento tecnológico.</p> <p>Actividades enfocadas en las buenas prácticas de relaciones comerciales con los clientes.</p> <p>Subcontratar empresas de encomienda en caso de ser necesario.</p>	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal y la empresa.</p> <p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p> <p>Con respecto a otras organizaciones importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Personas/Organizaciones quieran adquirir productos tecnológicos de forma física, por unidad o al por mayor.</p> <p>Personas con rango de edad adecuado para comerciar. Idealmente entre los 16 hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan realizar la compra del producto, aceptando las condiciones involucradas.</p> <p>Organizaciones responsables que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p> <p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p> <p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p>
<h3>Recursos clave</h3>  <p>Recursos tecnológicos: adquisición de sistemas y plataformas de comercio en tiendas físicas, por ejemplo, las de flujo de caja, mantención de estas herramientas.</p> <p>Recursos económicos y humanos: Diseño y construcción de las tiendas, contrato de personal.</p> <p>Recursos intelectuales: marketing, buenas prácticas, administración y gestión de tiendas, asesoramientos tecnológicos.</p> <p>Recursos físicos: inmuebles, inventarios, bodegas, servicios de encomienda, productos, insumos.</p>	<h3>Recursos clave</h3>  <p>Recursos tecnológicos: adquisición de sistemas y plataformas de comercio en tiendas físicas, por ejemplo, las de flujo de caja, mantención de estas herramientas.</p> <p>Recursos económicos y humanos: Diseño y construcción de las tiendas, contrato de personal.</p> <p>Recursos intelectuales: marketing, buenas prácticas, administración y gestión de tiendas, asesoramientos tecnológicos.</p> <p>Recursos físicos: inmuebles, inventarios, bodegas, servicios de encomienda, productos, insumos.</p>	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal y la empresa.</p> <p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p> <p>Con respecto a otras organizaciones importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Personas/Organizaciones quieran adquirir productos tecnológicos de forma física, por unidad o al por mayor.</p> <p>Personas con rango de edad adecuado para comerciar. Idealmente entre los 16 hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan realizar la compra del producto, aceptando las condiciones involucradas.</p> <p>Organizaciones responsables que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p> <p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p> <p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p>
<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal y la empresa.</p> <p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p> <p>Con respecto a otras organizaciones importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Personas/Organizaciones quieran adquirir productos tecnológicos de forma física, por unidad o al por mayor.</p> <p>Personas con rango de edad adecuado para comerciar. Idealmente entre los 16 hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan realizar la compra del producto, aceptando las condiciones involucradas.</p> <p>Organizaciones responsables que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p> <p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p> <p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p>
<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal y la empresa.</p> <p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p> <p>Con respecto a otras organizaciones importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Personas/Organizaciones quieran adquirir productos tecnológicos de forma física, por unidad o al por mayor.</p> <p>Personas con rango de edad adecuado para comerciar. Idealmente entre los 16 hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan realizar la compra del producto, aceptando las condiciones involucradas.</p> <p>Organizaciones responsables que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p> <p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p> <p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p>
<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal y la empresa.</p> <p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p> <p>Con respecto a otras organizaciones importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Personas/Organizaciones quieran adquirir productos tecnológicos de forma física, por unidad o al por mayor.</p> <p>Personas con rango de edad adecuado para comerciar. Idealmente entre los 16 hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan realizar la compra del producto, aceptando las condiciones involucradas.</p> <p>Organizaciones responsables que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p> <p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p> <p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p>
<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal y la empresa.</p> <p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p> <p>Con respecto a otras organizaciones importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Personas/Organizaciones quieran adquirir productos tecnológicos de forma física, por unidad o al por mayor.</p> <p>Personas con rango de edad adecuado para comerciar. Idealmente entre los 16 hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan realizar la compra del producto, aceptando las condiciones involucradas.</p> <p>Organizaciones responsables que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p> <p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p> <p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p>
<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal y la empresa.</p> <p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p> <p>Con respecto a otras organizaciones importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Personas/Organizaciones quieran adquirir productos tecnológicos de forma física, por unidad o al por mayor.</p> <p>Personas con rango de edad adecuado para comerciar. Idealmente entre los 16 hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan realizar la compra del producto, aceptando las condiciones involucradas.</p> <p>Organizaciones responsables que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p> <p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p> <p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p>
<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal y la empresa.</p> <p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p> <p>Con respecto a otras organizaciones importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Personas/Organizaciones quieran adquirir productos tecnológicos de forma física, por unidad o al por mayor.</p> <p>Personas con rango de edad adecuado para comerciar. Idealmente entre los 16 hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan realizar la compra del producto, aceptando las condiciones involucradas.</p> <p>Organizaciones responsables que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p> <p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p> <p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p>
<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal y la empresa.</p> <p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p> <p>Con respecto a otras organizaciones importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Personas/Organizaciones quieran adquirir productos tecnológicos de forma física, por unidad o al por mayor.</p> <p>Personas con rango de edad adecuado para comerciar. Idealmente entre los 16 hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan realizar la compra del producto, aceptando las condiciones involucradas.</p> <p>Organizaciones responsables que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p> <p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p> <p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p>
<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal y la empresa.</p> <p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p> <p>Con respecto a otras organizaciones importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Personas/Organizaciones quieran adquirir productos tecnológicos de forma física, por unidad o al por mayor.</p> <p>Personas con rango de edad adecuado para comerciar. Idealmente entre los 16 hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan realizar la compra del producto, aceptando las condiciones involucradas.</p> <p>Organizaciones responsables que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p> <p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p> <p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p>
<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal y la empresa.</p> <p>Las relaciones ya establecidas son las de retail con grandes tiendas, y con las importaciones de productos, esto último es importante para este nuevo proyecto, debido al costo de adquisición de los productos.</p> <p>Con respecto a otras organizaciones importantes, la relación tendrá que ser más estrecha, y formar un vínculo de beneficios mutuos.</p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Personas/Organizaciones quieran adquirir productos tecnológicos de forma física, por unidad o al por mayor.</p> <p>Personas con rango de edad adecuado para comerciar. Idealmente entre los 16 hasta la tercera edad. Sin discriminación de género, nacionalidad u otro tipo de condición, siempre y cuando puedan realizar la compra del producto, aceptando las condiciones involucradas.</p> <p>Organizaciones responsables que puedan llegar a acuerdos con la empresa.</p> <p>Los clientes más importantes serán las personas u organizaciones que hagan negocios importantes o de manera regular con la empresa.</p> <p>Como el tipo de productos que se ofrecerá son de tecnología, apuntan a un segmento de clientes que necesitan estos productos, ya sean instituciones gubernamentales, oficinas, domicilios particulares, instituciones educacionales, entre otros.</p>
<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Estructura de Costos</h3>  <ul style="list-style-type: none">Costo del diseño y construcción de las tiendas, es lo más costoso del proyecto.Costo de la adquisición de productos, la inversión a largo plazo más costosa.Costo de venta de los productos, y el envío si es necesario.Costo de los tratos comerciales.Costo del subcontrato, remuneraciones y arriendo.Costo de insumos varios.Costo de publicidad.Impuestos.	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>Los valores entregados a los clientes son la compra de productos tecnológicos, de manera física a través de 7 tiendas distribuidas estratégicamente a lo largo de todo el país.</p> <ul style="list-style-type: none">Las tiendas tendrán el sello personal de la empresa.Tendrán un aspecto original, novedoso y futurista.Se minimizarán los casos de espera y de agotamiento de productos con alta demanda.Se dispondrán una gran variedad de los mejores productos en vitrina.Se ofrecerá asesoría y buena disposición del personal de la tienda hacia los clientes.Las tiendas estarán ubicadas en lugares estratégicos dentro de la ciudad.Las tiendas serán entornos seguros de compra, estarán limpias y ordenadas.Los precios serán justos. <p>Los problemas y necesidades de los clientes que resolverá la empresa será la demanda de productos tecnológicos.</p> <p>Los productos tecnológicos ofrecidos serán de una gran variedad y calidad, teniendo la experiencia de importación y retail a grandes tiendas, es posible ampliar el abanico de posibilidades de ventas de la empresa.</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>La relación que se espera establecer es de tener seguridad y certeza que a los clientes recibirán los productos que han comprado, que son originales y que son de buena calidad, los obtendrán con rapidez y en lo posible que no fallen ni tengan desperfectos.</p> <p>Con respecto al servicio de ventas, que funcione bien el flujo de caja, las actividades de soporte y servicio al cliente, además de las respuestas por parte del personal</p>	

NOMBRE: Benjamin Jorquera Jorquera R.U.N. 19.182.719-8 NOTA _____

4. Proyectos de apoyo para el modelo ecommerce.

1. Integración Mercadolibre:

- a. Descripción: Mercadolibre es una de las plataformas de comercio electrónico más utilizadas en latinoamérica. Cualquier asociación que pueda tener el servicio web de venta de productos tecnológicos de TODOTECH con Mercadolibre es una buena estrategia de negocios.
- b. Objetivos: principalmente es la integración y comunicación entre ambos servicios, Mercadolibre publica y promociona los productos de TODOTECH en su página, obteniendo privilegios de acuerdo al número de ventas, y TODOTECH le paga comisiones y publicidad a Mercadolibre. Específicamente a través de protocolos de la API de Mercadolibre y en un futuro poder realizar integraciones con otras organizaciones.
- c. Resultados esperados: los productos tecnológicos que venderá TODOTECH a través de la aplicación web, serán publicados y actualizados también en Mercadolibre de manera automática, aumentando así su alcance a través de la red, llegando a más clientes.

2. Diseño profesional UX/UI:

- a. Descripción: contratar especialistas en diseño de interfaces usuarias y experiencia de usuario para el desarrollo del servicio web TODOTECH.
- b. Objetivos: diseñar y desarrollar una aplicación web, portable a cualquier dispositivo, que sea novedosa, original y amigable con el usuario/cliente. Específicamente se busca destacar sobre las demás aplicaciones de comercio electrónico.
- c. Resultados esperados: los clientes se sentirán cómodos y atraídos a comprar utilizando el servicio web de TODOTECH, aumentando las probabilidades de concretar ventas.

3. Arquitectura de software y documentación.

- a. Descripción: Contratar un equipo de expertos en técnicas de desarrollo de software, arquitectos de software e ingenieros en computación, informática, ciberseguridad y redes.
- b. Objetivos: diseñar, desarrollar, implementar, desplegar y mantener el servicio web y aplicación móvil de comercio electrónico de TODOTECH. Específicamente se utilizarán metodologías ágiles para el desarrollo del servicio, además se documentará y se utilizarán las mejores herramientas de desarrollo del mercado.
- c. Resultados esperados: este proyecto requiere una gran inversión y puede tardar más del tiempo esperado, pero una buena aplicación marca la diferencia, en un futuro la organización crecerá y las ventas aumentarán.

NOMBRE: Benjamin Jorquera Jorquera R.U.N. 19.182.719-8 NOTA _____**4. Asociación con Grandes Tiendas.**

- a. Descripción: aprovechando la experiencia con grandes tiendas, TODOTECH se asocia con el área tecnológica de algunas de estas (Ripley, Falabella, entre otras) para ofrecer algunos de sus productos en la plataforma.
- b. Objetivos: tener una gran variedad de productos tecnológicos publicados, de distintos proveedores. Específicamente mantener tratos de negocios estratégicos con las grandes tiendas, ofreciéndoles un buen servicio y costo/beneficio.
- c. Resultados esperados: ganar popularidad, aumentar la cantidad de usuarios que utilizan la plataforma y aumentar las ventas. Se requerirá una inversión en servidores para suplir la demanda de recursos que utilizará el servicio web.

5. Búsqueda de importaciones y envío a bajo costo.

- a. Descripción: uno de los problemas de TODOTECH era el aumento de los costos dentro de la organización.
- b. Objetivos: Esta búsqueda se centrará en proveedores que puedan suplir las demandas de productos tecnológicos, a un costo menor pero manteniendo la calidad de los productos, en lo posible productos nacionales para evitar impuestos de aduana. Contratar un experto en este tipo de comercio para calcular las ganancias de TODOTECH al seguir con este proyecto. Buscar formas de disminuir el costo de almacenamiento y envío de productos.
- c. Resultados esperados: disminuyen los costos de adquisición, mantención y envío de productos tecnológicos y sus impuestos. Si es posible, mejoran la calidad de los productos y aumentan las ganancias.

5. Proyectos de apoyo para el modelo tiendas físicas.**1. Aplicación de comunicación intertiendas.**

- a. Descripción: asumiendo que no existe un servicio o aplicación que permita una comunicación entre el inventario y los sistemas de cada tienda, implementar uno.
- b. Objetivos: cada tienda física tendrá un inventario de productos, estos son abastecidos por una red de distribución, al mantener un registro en una aplicación o servicio web del inventario de cada tienda, personal, condición de la tienda, de los productos, entre otras cosas, se pueden evitar problemas de corte de suministros, de agotamiento de stock, de contrato de personal, y problemas en general.
- c. Resultados esperados: una comunicación entre las tiendas físicas de TODOTECH, donde cada trabajador cuenta con un usuario para acceder a la aplicación y realizar pedidos, si es necesario y si se le permite, y al personal de mayor rango, acceder a tareas y procesos de más alto nivel.



NOMBRE: Benjamin Jorquera Jorquera R.U.N. 19.182.719-8 NOTA

2. Diseño de interior y exterior:

- a. Descripción: contratar un equipo de expertos en diseño de interiores y arquitectos para tiendas de tecnología.
- b. Objetivos: diseñar y construir las tiendas físicas con un diseño innovador, original y de estética tecnológica. Específicamente los clientes se verán tentados a entrar a la tienda y potencialmente comprar productos.
- c. Resultados esperados: las tiendas tienen un diseño futurista, atrae tanto a jóvenes como a adultos y adultos mayores, a los clientes les gustan las tiendas, se sienten cómodos en ellas.

3. Red de distribución eficiente:

- a. Descripción: los costos de distribución de productos a las tiendas físicas deben ser elevados, la idea es amortiguar estos costos.
- b. Objetivos: Crear una red de distribución eficiente, donde se contratan o subcontratan una gestión de bodegas ubicadas estratégicamente cerca de las tiendas físicas, de los aeropuertos, entre cada tienda y los principales proveedores de productos e insumos en general, así los costos de envío y distribución son minimizados. Específicamente se resuelve el problema del “vendedor viajero” y “el problema de la mochila” para que la mayor cantidad de productos puedan ser transportados en un viaje.
- c. Resultados esperados: una buena gestión y administración de la distribución de los productos tecnológicos que serán vendidos en las tiendas de TODOTECH.

4. Tienda en Perú o Argentina:

- a. Descripción: en un futuro, construir tiendas internacionales.
- b. Objetivos: diseñar y construir una tienda en el extranjero, en específico un país vecino. Realizar los acuerdos pertinentes, y contratar un equipo de trabajo a distancia, con la utilización de herramientas de trabajo online. Este proyecto puede llevarse a cabo en paralelo o a largo plazo con los mencionados anteriormente.
- c. Resultados esperados: la marca TODOTECH se hace famosa y reconocida en Chile y en otros países, aumentan las ventas y los ingresos.

5. Laboratorio TODOTECH.

- a. Descripción: invertir en investigación tecnológica y crear un laboratorio para diseño y creación de productos marca TODOTECH.
- b. Objetivos: se contratan expertos en diseño de productos, para competir contra las mejores marcas de tecnología.
- c. Resultados esperados: la investigación es fructífera y los productos de TODOTECH son de buena calidad y se construyen a un bajo costo. Aumentando las ganancias de la organización.