

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE CIENCIAS Y SISTEMAS
SISTEMAS ORGANIZACIONALES Y GERENCIALES 1
Ing. Edwin Zapeta
Aux. Jorge Zamora**



Práctica 3

**Guatemala, Marzo de
2025**

1. Objetivos

General

- Planificar una estructura de e-commerce utilizando las tecnologías de la información y comunicación con una planificación efectiva.

Específicos

- Conocer las ventajas competitivas en la utilización de un e-commerce de alto rendimiento en organizaciones de comercio minorista.
- Mejorar el alcance e índice de visibilidad digital de una empresa.
- Conocer los beneficios de la ejecución de una planificación efectiva

2. Descripción

La empresa "TegSolutions" se ha establecido como un líder en soluciones tecnológicas en Guatemala, ofreciendo servicios de alta calidad a nivel nacional. A medida que el comercio electrónico sigue en auge, "TegSolutions" busca expandir su alcance a través de una plataforma de e-commerce innovadora, adaptada a las necesidades actuales del mercado.

"TegSolutions" ha identificado una oportunidad para lanzar su propia tienda en línea. Esto no solo permitirá a la empresa diversificar sus fuentes de ingreso, sino también participar activamente en el crecimiento del comercio electrónico en la región.

El Director de Tecnología ha asignado a un equipo seleccionado para desarrollar propuestas que faciliten la entrada de "TegSolutions" en el mercado del e-commerce. Tu destacada trayectoria y habilidades en desarrollo de soluciones digitales te han posicionado como uno de los elegidos para elaborar una propuesta integral para este proyecto.

Proyecto: La propuesta debe incluir los siguientes elementos:

1. **Desarrollo de la Plataforma de e-Commerce:** Crear una plataforma de comercio electrónico que ofrezca productos digitales en forma de software y aplicaciones, basándose en las tendencias actuales del mercado y en un análisis detallado de la competencia.
2. **Propuesta de Tres Productos Digitales:** Debes idear tres productos digitales innovadores que se alineen con los servicios ofrecidos por la empresa, como:
 - o **Soluciones ERP:** Sistemas de planificación de recursos empresariales adaptados a diferentes industrias.
 - o **Desarrollo Web:** Paquetes de servicios de diseño y desarrollo web que incluyen desde plantillas hasta soluciones personalizadas.
 - o **Aplicaciones Móviles:** Aplicaciones móviles preconstruidas o personalizables para diferentes propósitos empresariales.
3. **Detalles del Producto:** Cada uno de los tres productos debe presentar:
 - o **Ilustración del Producto:** Una representación visual atractiva del producto para captar el interés de los potenciales clientes.
 - o **Precio del Producto:** Un esquema de precios competitivo y accesible para el mercado objetivo.
 - o **Descripción del Producto:** Un resumen detallado del producto, incluyendo sus características principales y beneficios.
 - o **Funciones Básicas y Beneficios:** Una lista de las funcionalidades esenciales del producto y los beneficios que aporta a los usuarios.
4. **Análisis de Competencia y Mercado:** El proyecto debe basarse en un análisis exhaustivo del entorno competitivo para identificar los principales actores del mercado, sus fortalezas y debilidades, y las oportunidades para diferenciar a "TegSolutions" en el ámbito del e-commerce.

Para ello, se deben ejecutar los siguientes planes:

1. **VUCA Framework:** Analizar la Volatilidad, Incertidumbre, Complejidad y Ambigüedad del entorno del e-commerce para comprender los desafíos y oportunidades que podrían afectar la plataforma.
2. **Porter's Diamond Model:** Evaluar los factores que influyen en la competitividad de "TegSolutions" en el mercado del e-commerce, tales como:

- o **Factor Conditions (Condiciones de Factores):** Recursos y capacidades disponibles, como tecnología, infraestructura y habilidades.
 - o **Demand Conditions (Condiciones de Demanda):** La naturaleza de la demanda en el mercado para productos digitales y las expectativas de los consumidores.
 - o **Related and Supporting Industries (Industrias Relacionadas y de Apoyo):** La presencia y calidad de proveedores y sectores relacionados que pueden influir en el desarrollo de la plataforma.
 - o **Firm Strategy, Structure, and Rivalry (Estrategia, Estructura y Rivalidad de las Empresas):** Estrategias de competencia y estructuras organizativas en el mercado de e-commerce.
3. **PEST Analysis:** Investigar los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos que afectan el mercado del comercio electrónico, para entender las tendencias y fuerzas externas relevantes.
 4. **Porter's Five Forces:** Analizar las cinco fuerzas competitivas en el mercado del e-commerce:
 - o **Competencia existente:** Identificar los principales competidores y sus estrategias.
 - o **Amenaza de nuevos entrantes:** Evaluar la facilidad con la que nuevos competidores podrían ingresar al mercado.
 - o **Poder de negociación de los proveedores:** Examinar cómo las relaciones con los proveedores pueden afectar la oferta de productos.
 - o **Poder de negociación de los compradores:** Analizar la influencia de los clientes en la fijación de precios y la demanda.
 - o **Amenaza de productos sustitutos:** Considerar la posibilidad de que otros productos puedan reemplazar los ofrecidos en la plataforma.
 5. **SWOT Analysis:** Realizar un análisis de las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas de "TegSolutions" en el contexto del e-commerce, para identificar áreas clave para el desarrollo y la estrategia.
 6. **TOWS Analysis:** Desarrollar estrategias basadas en el análisis SWOT para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas, alineando las fortalezas de la empresa con las oportunidades del mercado.
 7. **SOAR Analysis:** Enfocar en las Fortalezas, Oportunidades, Aspiraciones y Resultados deseados para definir una visión estratégica para la plataforma de e-commerce, asegurando que las metas y aspiraciones estén alineadas con las capacidades de la empresa y las oportunidades del mercado.

El objetivo es establecer a "TegSolutions" como un jugador clave en el comercio electrónico mediante una plataforma efectiva que ofrezca productos digitales valiosos y una experiencia de usuario excepcional.

3. Instrucciones de la práctica

1. Realizar una investigación cualitativa de 6 competidores para analizar el mercado y las propuestas actuales de la competencia.
2. Desarrollar un insight principal con los 6 competidores investigados para crear una propuesta con el método de 4 puntos visto en el laboratorio.
3. Desarrollo de los 7 planes de análisis de entorno para entender donde se lanza la plataforma.
4. Implementar una plataforma de e-commerce en <https://wix.com> con la que se venderán los 3 productos ideados, la página debe de contar con un carrito de compras y simular la compra.
5. Arquitectura de información de la página web.
6. Identificar las tareas y procesos clave necesarios para implementar el proyecto, priorizarlos, y planificarlos en 2 sprints de desarrollo. (No incluir fechas)

4. Observaciones

- FECHA DE ENTREGA: miércoles 19 de marzo en la plataforma del curso (UEDI).
- Los entregables deben ser enviados en un archivo comprimido de la forma [G1]Practica3_P#pareja.zip.
- Dudas o comentarios respecto a la práctica postearlos en los foros habilitados en UEDI

5. Entregables

- Informe ejecutivo: Documento en formato PDF, en el cual se desarrollen de forma amplia y clara cada uno de los enunciados requeridos ya que dicho informe se tomará como la postulación del proyecto la junta directiva de la empresa.
- Enlace a web de ecommerce.