

Universidad Tecnológica Nacional.
Facultad Regional Córdoba.
Cátedra de Gerenciamiento Estratégico.

ZeNYA

The image shows the handwritten text 'ZeNYA' in a cursive style. The letters 'Z', 'e', 'y', and 'A' are written in black ink. The 'N' is written in orange ink. Below the text is a large, sweeping black flourish that starts under the 'Z', goes under the 'e' and 'N', and ends under the 'y' and 'A'.

Introducción.

- **Kenya** es una proyecto de empresa de software en la provincia
- Aprovecha el software libre como plataforma de desarrollo y modelo de negocio.
- El modelo ha llevado al éxito a empresas al borde de la quiebra como **Netscape**.
- El Modelo ha sido casi ignorado en el mercado local. Es nuestra intención aprovechar ese descuido.

Motivo de La Elección.

- No reinventar la rueda (aprovechar lo realizado).
- Fomentar la competencia y que el cliente nos elija por nuestro trabajo del día a día y no por ser 'esclavo' de un producto.
- Motivos éticos que se enumeran en los valores.
- Por que alguien tenia que hacerlo.

Visión.

- Ser una referencia en calidad y ética de software regionalmente.

Misión.

- Satisfacer las necesidades de los clientes y la comunidad en general con productos tecnológicos de calidad manteniendo reglas claras y honestas con nuestros competidores.

Valores .

- Fomentar los motivos éticos de las cuatro Libertades del **Software Libre**.
- Fomentar la motivación pragmática (ventajas técnicas y económicas) abanderada por la **Open Source Initiative** en sus 10.
- Promover un forma de trabajo colaborativa en el mercado.
- Fomentar a las personas que colaboren en mejorar la tecnología y compartirla.

Análisis Industrial y Competitivo.

FODA: Fortalezas.

- Reutilización de soluciones ya existentes.
- No depender solo de los empleados para la soluciones.
- Desarrollo de grandes tecnologías complejas con costos pequeños
- Modelo de negocio "bien visto".
- Acceso a profesionales con experiencia en cuestiones complejas.

FODA: Debilidades.

- Falta de confianza de los clientes al modelo de negocio por desconocimiento.
- Existen diferencias en el "cómo se hacen las cosas" cuando se usa una plataforma de software libre.
- Factorización el aprendizaje de los usuarios y administradores como un costo de operación.
- No existen esfuerzos coordinados de marketing en promover el modelo de negocio.
- Las comunidades de software libre hacen pocos esfuerzos para llegar de forma significativa al común de los usuarios

FODA: Oportunidades.

- Facilidad de entrada a nuevos mercados dada el acceso gratuito a nuestras tecnologías.
- Mejoras potenciales de nuestros productos por partes de terceros.
- Ausencia de barreras comerciales geográficas.
- Ofrecer reglas claras a nuestros competidores
- Los proveedores y los clientes se ven beneficiados por nuestro trabajo.
- Modelo de negocio con amplia proyección a futuro.

FODA: Amenazas.

- Acuerdos monopólicos fuertes.
- Presiones de las grandes multinacionales por aferrarse a modelos antiguos.
- Perdida del interés del proyecto por parte de la comunidad.
- Falta de capacitación operativa y gerencial en los centros de capacitación de profesionales.
- Si bien el modelo es popular con miles de casos de mucho éxito(Firefox/linux/MySQL?) pareciera que el sector analista financiero o estratégico esta poco interesado o informado en el.
- Las universidades hoy por hoy siguen enseñando el modelo de negocio basado en producto olvidándose de los modelos open y servicios

Evaluación de Fuerza Competitiva del Modelo de Negocio Internacionalmente.

- Análisis de tres empresas con tres de modelos de negocios diferentes:
 - **Microsoft:** Totalmente Privativo.
 - **Cannonical:** FLOSS.
 - **Google:** Híbrido.

Evaluación de Fuerza Competitiva del Modelo de Negocio Internacionalmente.

- Escala de Calificación: 1 = débil, 10 = fuerte.

Factor Clava del Éxito/Variable competitiva	Peso	Google	Cannonical	Microsoft
Calidad y Comportamiento de los productos	10	10	10	6
Reputación o imagen	10	10	8	6
Acceso o costo a personal calificado	8	10	8	10
Habilidades tecnológicas	8	10	6	8
Capacidad de Fabricación	7	10	8	6
Marketing/Distribución	7	10	10	10
Fuerza Financiera	8	10	6	10
Posición Relativa de Costos	9	9	7	10
Calificación general (Sumatoria(peso x Calificación))	-	661	623	494

Conclusiones En Cuanto A La Posición Competitiva Del Modelo De Negocio.

- El análisis hizo un fuerte incapié en cuestiones técnicas y la habilidad de la empresa para generar nuevos productos (no de comprarlo).
- Posiblemente Microsoft nunca desaparezca pero es evidente que su fuerza esta en el dinero y no en habilidades técnicas.
- En este análisis se evidencia como Microsoft no esta bien visto pero aun aso es la empresa casi siempre elegida.

Conclusiones En Cuanto A La Posición Competitiva Del Modelo De Negocio. (Cont.)

- Google desarrollo un modelo de negocio híbrido en el cual su I/D es open source y esta formando un banco de datos de código con el google code.
- Canonical es una empresa relativamente nueva pero que logro posicionar al GNU/Linux en un mercado masivo (Ubuntu).
- El modelo es factible y prometedor, y probablemente el reemplazo de los modelos actuales, todavía es muy poco predecible.
- El modelo de negocio tiene una amplia proyección internacional.

Puntos a Atacar por la Compañía.

- Evitar que la competencia vea la manera de distribución FLOSS como una amenaza y se reúnan en una alianza en contra de Kenya.
- Fomentar la capacitación de personal técnico administrativo y gerencial en el modelo de negocio.
- Ganarse la confianza de un mercado que cree que lo "gratis es malo".
- Lograr una diferenciación en nivel técnico.

Evaluación de Fuerza Competitiva del Modelo de Negocio Internacionalmente.