UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA FACULTAD DE INGENIERÍA



ESCUELA DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

PLANEAMIENTO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN I

OBJETIVOS

Docente: Fernández Vargas Amalia Delicia Del Sagrario

Equipo 6

Caruajulca Tiglla, Alex
Casanova Quiroz Alexis Eduardo
Chilon Tocto José Walter
Malca Diaz Angie Tatiana
Villanueva Mendoza Rosselly

Ciclo: 2024 - II

Visión:

"Convertirnos en la ferretería referente en Cajamarca, reconocida por su compromiso con la calidad y el servicio excepcional."

Misión:

"Brindamos las herramientas para transformar ideas en realidades, creando ambientes que inspiran confianza, seguridad y belleza. Nos especializamos en ofrecer productos duraderos y eficaces que faciliten su funcionalidad. Nuestros clientes son constructores, técnicos, familias y profesionales que buscan soluciones prácticas y de calidad para sus proyectos de construcción, remodelación y autoconstrucción. Implementamos tecnología que optimiza la gestión de inventarios y la atención al cliente, logrando procesos de pedidos y entregas ágiles, eficientes y confiables en cada transacción. Nos basamos en la confianza, la calidad y la responsabilidad aspirando a ser un socio estratégico que fomente el desarrollo de nuestra comunidad. Incluimos una atención cercana y personalizada, la entrega rápida y un inventario cuidadosamente gestionado con productos de alta calidad. Actuamos con responsabilidad, profesionalismo y compromiso con la comunidad, posicionándonos como un socio estratégico que impulsa el desarrollo de la región y contribuye al progreso de nuestros clientes y colaboradores. Reflejamos las expectativas y necesidades de clientes, trabajadores y comunidad, al enfocarnos en brindar soluciones que no solo cumplan con altos estándares de calidad, sino que también generen confianza y satisfacción en cada interacción. Nuestra misión busca ser inspiradora y motivadora, al ofrecer la posibilidad de crear y construir con seguridad, eficiencia y belleza, motivando a nuestros clientes y colaboradores a alcanzar sus objetivos con éxito ."

Estrategia empresarial: La estrategia empresarial más adecuada para la ferretería es la de diferenciación, enfocada en destacar frente a la competencia mediante la oferta de productos duraderos y eficientes, acompañados de un servicio ágil y personalizado.

Ejes Estratégicos

1. Cliente y Mercado: "Nuestros clientes son constructores, técnicos, familias y profesionales que buscan soluciones prácticas y de calidad para sus proyectos de construcción, remodelación y autoconstrucción."

• Objetivos Estratégicos:

1. Incrementar en un 80% anual la captación de clientes nuevos a partir del año 2026.

Estrategias

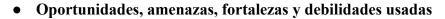
- Diseñar campañas dirigidas al sector de construcción e infraestructura (constructores, técnicos, familias y profesionales), enfocándose en sus necesidades específicas
- Implementar un servicio de atención personalizada, ofreciendo asesoramiento para proyectos de construcción o remodelación.
- Colaborar con empresas de construcción locales para captar clientes nuevos a través de acuerdos comerciales.
- Implementar campañas de marketing para atraer clientes.
- Asegurar que el trato hacia los clientes sea cordial y amable.
- Implementar canales de atención con el fin de que los clientes puedan ser atendidos ante cualquier consulta.
- **2.** Duplicar el número de clientes fidelizados actuales anualmente a partir de los próximos 2 años.

Estrategias

- Ofrecer descuentos exclusivos para los clientes habituales.
- Implementación de regalos o incentivos por fechas especiales
- Desarrollar un sistema de atención personalizada que permita una experiencia diferenciada.
- 3. Establecer la presencia en mercados rurales a partir de 2027.

Estrategias

- Implementar un plan de expansión que incluye alianzas estratégicas con pequeños distribuidores.
- Optimizar los tiempos de entrega para garantizar que sean eficientes en zonas rurales y urbanas.
- Adaptar nuestro inventario de productos a las necesidades locales, como las herramientas agrícolas para zonas rurales y productos de remodelación para mercados urbanos.
- Implementar estrategias de marketing en radio o medios de comunicación que sean más utilizados en esas zonas.



- OP5
- OP6
- o **OP27**
- o **OP40**
- o **AM41**
- o AM43
- o **F1**
- **F2**
- o **F9**
- o F12
- o **D1**
- o **D11**
- **2. Productos:** "Nos especializamos en ofrecer productos duraderos y eficaces que faciliten su funcionalidad."

• Objetivo Estratégico:

1. Garantizar que el 100% del personal de ventas esté capacitado en el funcionamiento de los productos ofrecidos antes de junio de 2027.

Estrategias:

- Diseñar un programa de capacitación interno sobre los productos de nuestra ferretería.
- Asignar personal especializado para brindar las capacitaciones.
- Crear un manual sobre el uso de todos nuestros productos.
- 2. Para 2027 el 75% de nuestros productos son de marcas reconocidas por su calidad

Estrategias:

- Establecer acuerdos de distribución con fabricantes y marcas reconocidas en el sector, garantizando el acceso prioritario a sus productos.
- Realizar revisiones trimestrales del inventario para identificar y reemplazar productos de marcas no reconocidas por otras de mayor calidad.
- Oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades usadas
 - o **OP67**
 - o **OP69**
 - o **OP46**
 - o AM52
 - o **AM41**
 - **F26**
 - o F27
 - o F28
 - o **D13**
- **3. Filosofía:** "Nos basamos en la confianza, la calidad y la responsabilidad, aspirando a ser un socio estratégico que fomente el desarrollo de nuestra comunidad."
 - Objetivos Estratégicos:

1. Posicionar la ferretería como un socio responsable con nuestros clientes para finales de 2028.

Estrategias:

- Participar activamente en eventos locales relacionados con la construcción sostenible (Feria del diseño y la construcción ecológica) para mejorar la reputación y visibilidad de la ferretería.
- Realizar campañas en medios locales sobre los valores de la empresa, como la confianza, la calidad y la responsabilidad.
- Utilizar plataformas digitales para publicar contenido para concientizar acerca del uso de ciertos productos que se ofrecen.
- 2. Establecer un ambiente seguro en la ferretería, 100% libre de accidentes para finales de 2027.

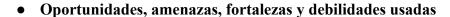
Estrategias:

- Asignar mayor presupuesto a la creación de zonas seguras.
- Lleva a cabo evaluaciones de riesgo regulares para identificar áreas potenciales de peligro en la ferretería.
- Brindar herramientas de seguridad a los trabajadores.
- 3. Reducir en un 20% el uso de plásticos no reciclables en los empaques y procesos operativos de la ferretería a partir del año 2027.

Estrategias

- Introducir bolsas y empaques fabricados con materiales reciclables, biodegradables o compostables.
- Reducir el uso de paquetes innecesarios para todo tipo de productos.

- Implementar un programa de recolección de plásticos utilizados en la ferretería para su reciclaje o reutilización.
- Ofrecer descuentos a los clientes que lleven su propia bolsa para movilizar sus productos.



- o **OP25**
- o **OP44**
- o AM39
- o AM49
- **F5**
- o F12
- o **F25**
- o **D3**
- o D10
- o **D11**
- **4. Tecnología:** "Implementamos tecnología que optimiza la gestión de inventarios y la atención al cliente, logrando procesos de pedidos y entregas ágiles, eficientes y confiables en cada transacción"

• Objetivos Estratégicos:

 Implementar un sistema de gestión de inventarios digital para reducir el desabastecimiento de productos clave para reducir las pérdidas por esto en un 25% anual a partir de 2026.

Estrategias:

 Seleccionar un sistema de gestión de inventarios que utilice dispositivos IoT para monitorear los niveles de stock en tiempo real.

- Realizar un análisis de ventas para identificar los productos más se venden y de alta demanda que deben priorizarse en el monitoreo del sistema.
- Configurar alertas automáticas en el sistema IoT para notificar sobre niveles bajos de stock, problemas de almacenamiento o productos cercanos al vencimiento.
- 2. Automatizar el 100% de los procesos de facturación antes de diciembre de 2026.

Estrategias:

- Implementar un sistema que integre las funciones de facturación en tiempo real.
- Capacitar al personal en el uso de las nuevas herramientas tecnológicas para asegurar que entiendan cómo utilizarlas para mejorar la precisión y la eficiencia.
- Oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades usadas
 - o **OP21**
 - o **OP22**
 - o **OP30**
 - o **OP57**
 - AM20
 - o AM22
 - o AM59
 - o F23
 - o **F24**
 - o F25
 - o **D4**

5. Financiero

Objetivos estratégicos

1. Incrementar los ingresos totales en un 20% anual a partir de 2026.

Estrategias:

- Ampliar la gama de productos que incluyan materiales sostenibles y servicios de instalación, esto para atraer nuevos segmentos de clientes.
- Implementar campañas de marketing dirigidas a clientes de las zonas urbanas y rurales con promociones exclusivas.
- Desarrollar programas de fidelización para clientes frecuentes.
- Establecer alianzas estratégicas con constructores y técnicos para captar proyectos.
- 2. Incrementar el margen de utilidad bruta a partir de 2027.

Estrategias:

- Priorizar la venta de productos de alta rotación y mayor margen de ganancia.
- Ofrecer servicios de valor agregado como instalación y mantenimiento, con márgenes más altos.
- Optimizar el manejo de inventarios para evitar desabastecimiento que afecten las ventas.

Oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades usadas

- OP3
- OP5
- o **OP7**
- o **OP18**
- o **OP43**
- AM5
- o AM13
- o **AM41**
- o AM42
- o AM45
- o **F8**
- o **F9**
- o F10
- o **F19**

- o **D1**
- o **D8**
- o **D10**
- o **D13**