

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.
- **Oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades usadas**
 - **OP5**
 - **OP6**
 - **OP27**
 - **OP40**
 - **AM41**
 - **AM43**
 - **F1**
 - **F2**
 - **F9**
 - **F12**
 - **D1**
 - **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**
 - **OP67**
 - **OP69**
 - **OP46**
 - **AM52**
 - **AM41**
 - **F26**
 - **F27**
 - **F28**
 - **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.
- Llevar 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.

- **Oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades usadas**

- **OP25**
- **OP44**
- **AM39**
- **AM49**
- **F5**
- **F12**
- **F25**
- **D3**
- **D10**
- **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:**

1. 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**

- **OP21**
- **OP22**
- **OP30**
- **OP57**
- **AM20**
- **AM22**
- **AM59**
- **F23**
- **F24**
- **F25**
- **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**
- **OP7**
- **OP18**
- **OP43**
- **AM5**
- **AM13**
- **AM41**
- **AM42**
- **AM45**
- **F8**
- **F9**
- **F10**
- **F19**

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