

Comisión para la Promoción de las Exportaciones
PROMPEX

PLAN DE NEGOCIOS
ELECTRÓNICOS

www.prompex.gob.pe

www.perumarketplaces.com

sae@prompex.gob.pe

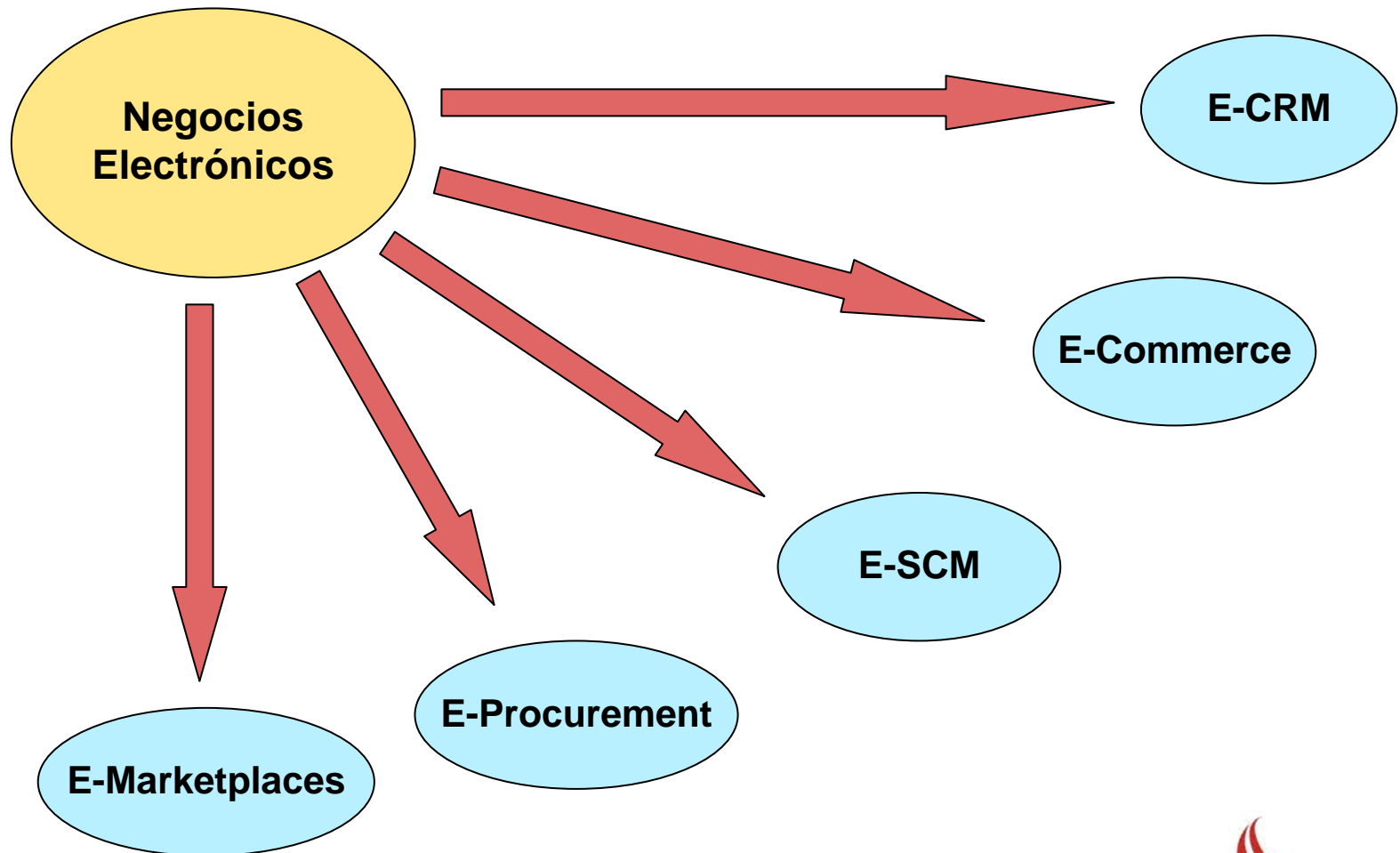
sae1@prompex.gob.pe

República de Panamá 3647 San Isidro. Lima – Perú

Telef.: 511 222-1222 / 511 221-0880

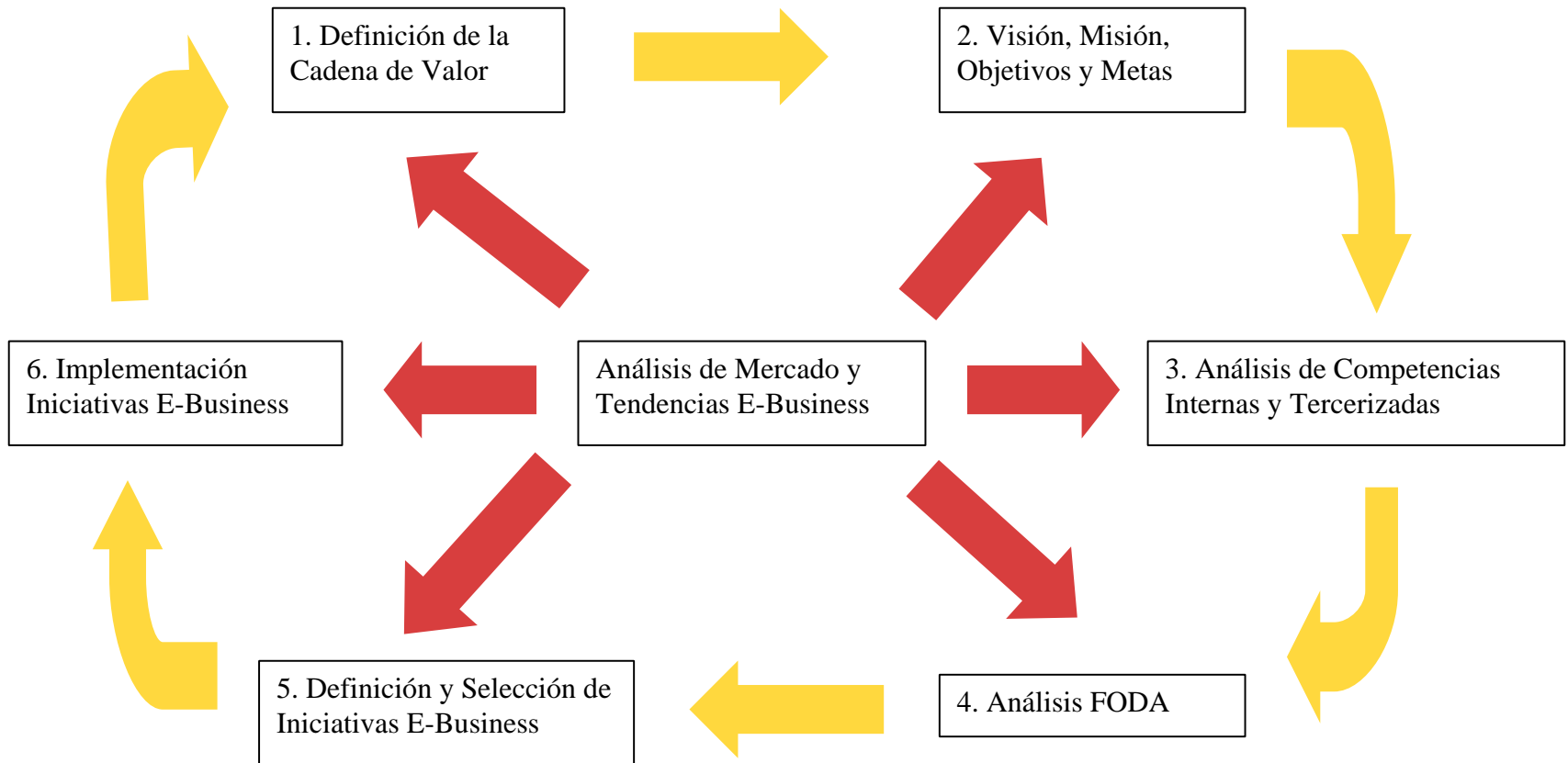


Tipos de Aplicaciones de Negocios Electrónicos



Diseño de Negocios Electrónicos

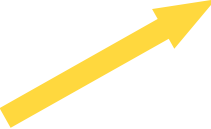
Plan de Negocios Electrónicos



Tomado de "Diseño de Negocios Electrónicos" de Luis Madrid

Análisis de Mercado y Tendencias E-Business (1)


- Impacto de los negocios electrónicos sobre el mercado objetivo.



– www.x.x
– www.y.y
– www.z.z

- Análisis de benchmarking (análisis de las mejores prácticas aplicadas).

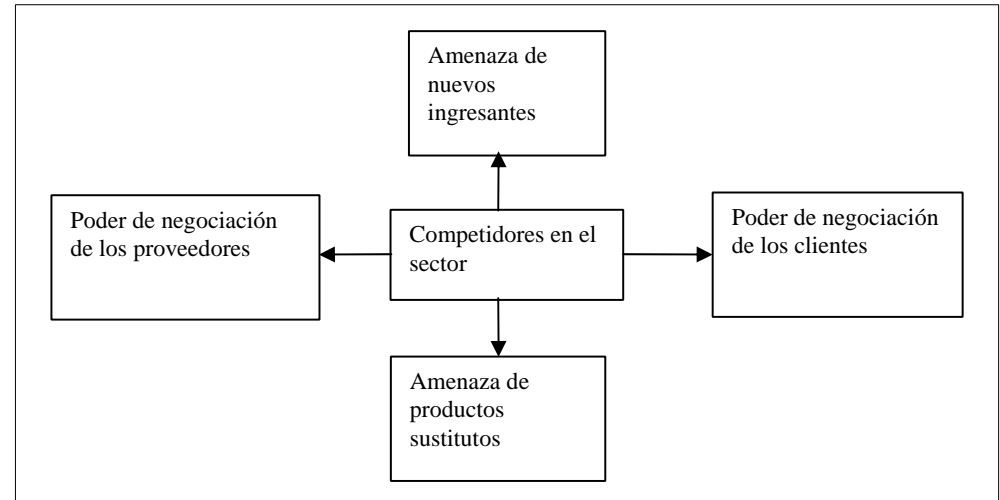
- Análisis de las tendencias de las tecnologías de la información.



– Tecnología Wireless
– EPC (Electronic Product Code)
– Convergencia de voz, datos y video.
– Mayor uso de Internet
– Reducción de costos de equipos de cómputo.

Análisis de Mercado y Tendencias E-Business (2)

- Análisis de las 5 fuerzas competitivas.



- Determinación del plan de marketing.

- Mercado objetivo: usuarios finales (locales o extranjeros, por edad, nivel socioeconómico, sexo, etc.), empresas.
- Definición de Producto o Servicio: Tomar en cuenta los de mayor demanda
- Precio: Es variable y existe el riesgo de fidelizar el precio antes que la marca.
- Promoción: A través de correo electrónico, banners en la web
- Plaza: Entrega de información, no de producto
- Presencia: Diseño del portal del negocio, facilidad de navegación

Definición de la Cadena de Valor

- Propuestas de valor para los clientes: necesidades del cliente y beneficios a ofrecer.
- Propuesta de valor para los proveedores.
- Modelo de negocios propuesto y la creación de valor en cada etapa.



Visión, Misión, Objetivos y Metas

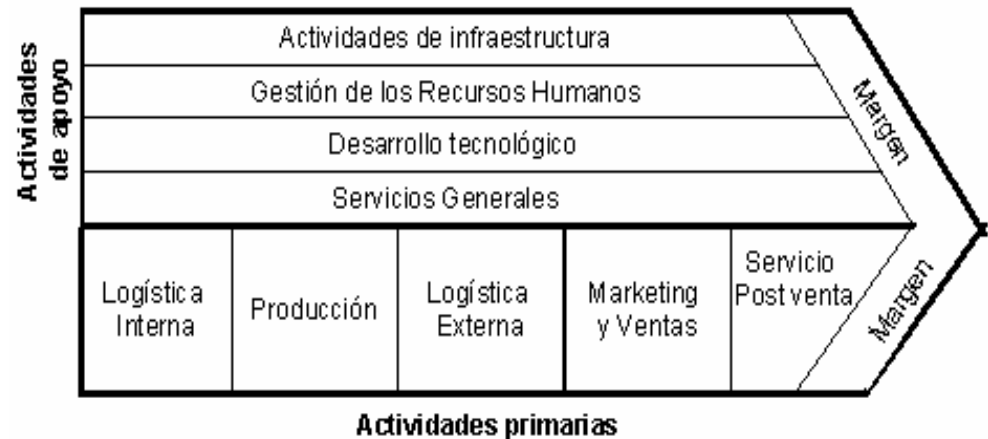
- **Visión:** Estado que la empresa espera alcanzar o los resultados que buscará conseguir en un tiempo dado.
- **Misión:** Propósito, actividad de la empresa.
- **Objetivo:** Meta o nivel que se desea alcanzar en un período de tiempo determinado.
- **Meta:** Es la cuantificación del objetivo específico. Indica la cantidad y unidad de medida del resultado deseado y el tiempo y lugar para lograrlo.



Análisis de Competencias Internas y Tercerizadas

- Decidir que procesos conservar y cuales tercerizar, de acuerdo a las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Tomar como base la cadena de valor de la empresa.

Cadena de Valor de Porter



Análisis FODA

- Identificación de las fortalezas internas de la empresa y que son relevantes al negocio e-business.
- Identificación de las debilidades internas de la empresa y que son relevantes al negocio e-business.
- Identificación de oportunidades con el e-business y los cuales se convierten en desafíos para la empresa:
 - Acceso a nuevos mercados.
 - Reducción de costos.
 - Incremento de la cartera de clientes, entre otros.

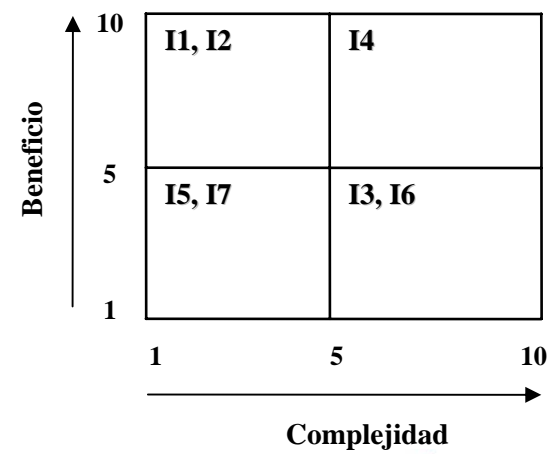
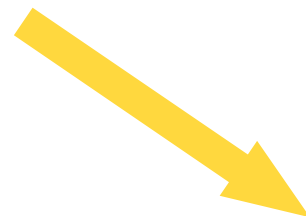
	Positivas	Negativas
Exterior	Oportunidades	Amenazas
Interior	Fortalezas	Debilidades

Definición y Selección de Iniciativas E-Business

- Definir un inventario de iniciativas e-business.
- Clasificarlas en términos de beneficio y complejidad.
- Utilizar el enfoque de business case y análisis de escenarios.

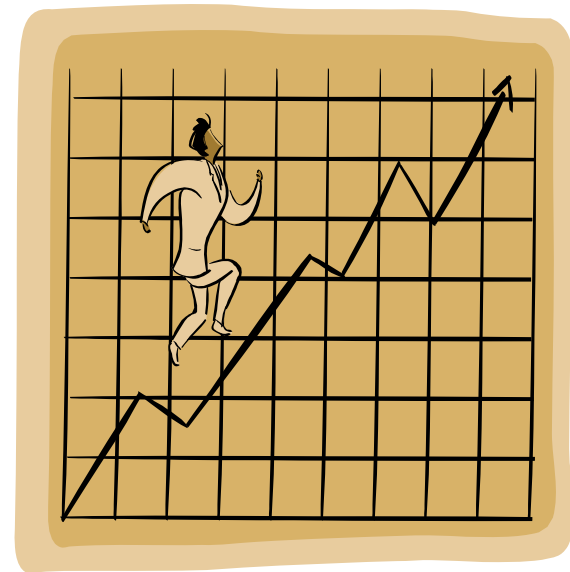


- Catálogo electrónico de productos
- Seguimiento de pedidos
- Cotizaciones
- Pago electrónicos
- Subastas en línea
- Creación de productos y servicios personalizados
- Interfaz sencillo de usar
- Publicación de noticias relacionadas al negocio

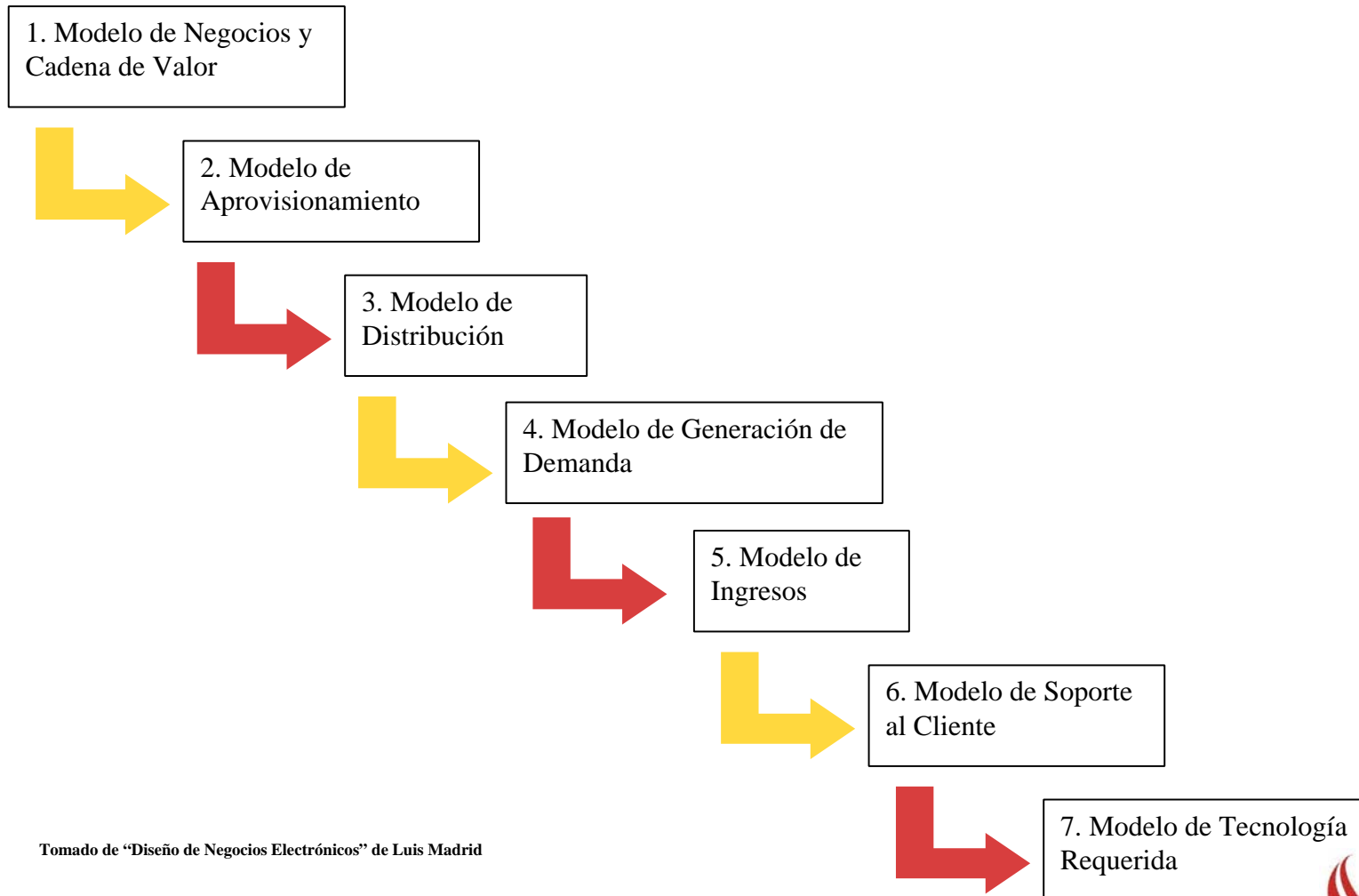


Implementación Iniciativas E-Business

- Comenzar por la iniciativa que le genere mayor beneficio al negocio y que resulte menos complejo de realizar.
- Implementar las iniciativas de e-business elegidas.
- Realizar seguimiento y medición de los avances obtenidos.

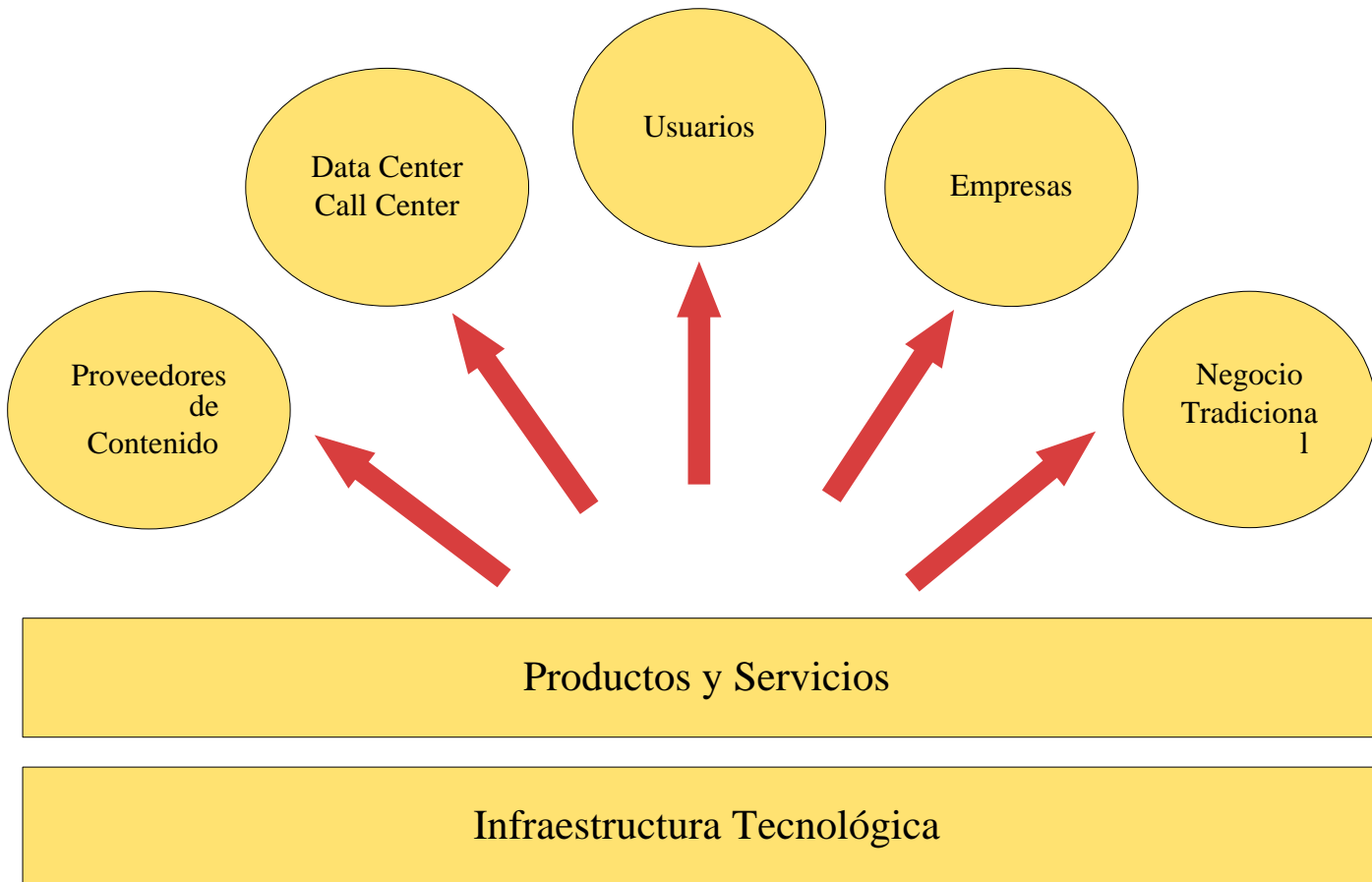


Plan de Implementación de Negocios Electrónicos



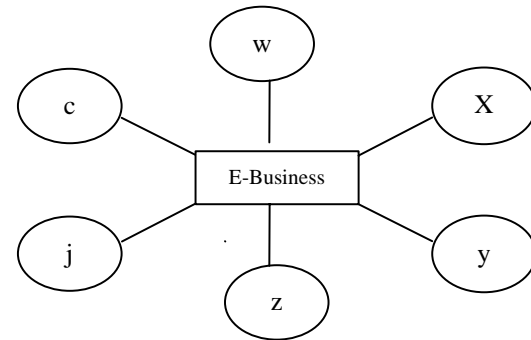
Tomado de "Diseño de Negocios Electrónicos" de Luis Madrid

Modelo de Negocios y Cadena de Valor



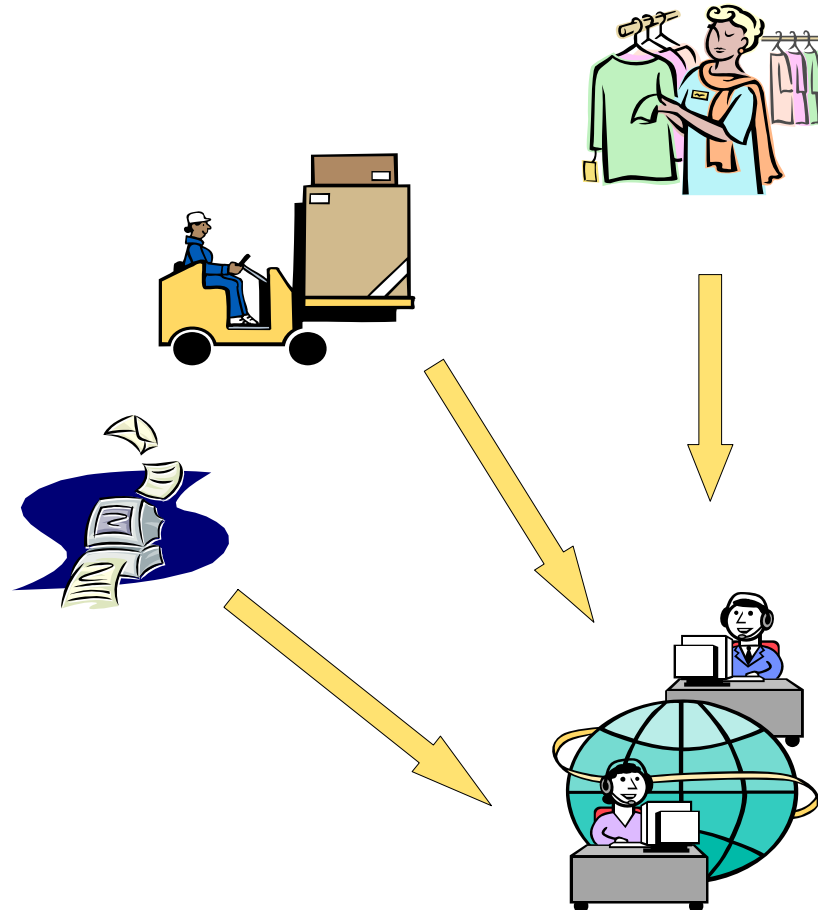
Modelo de Aprovisionamiento

- Abastecimiento del producto/servicio a ofrecer.
- Abarca la compra, transporte, almacenaje, recepción y pago del producto/servicio.



Modelo de Distribución

- Retailers (minoristas detallistas).
- Distribución física del producto.
- Documentos electrónicos.
- Seguimiento de envíos por toda la red de transporte multimodal.



Modelo de Generación de Demanda

■ Marketing Tradicional

- Publicidad en medios: escritos, radio, TV.
- Campañas de lanzamiento: publicidad en empresas.
- Cartas físicas, catálogos, brochures.
- Auspicio de eventos.

■ e-Marketing

- Mailing
- Posicionamiento en buscadores
- Portales: banners, popups
- Intercambio de links
- Grupos de discusión y foros
- Documentos con proyección exterior

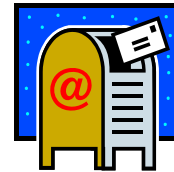
Modelo de Ingresos

- Publicidad: Banners
- Venta de información
- Comisión por venta de productos

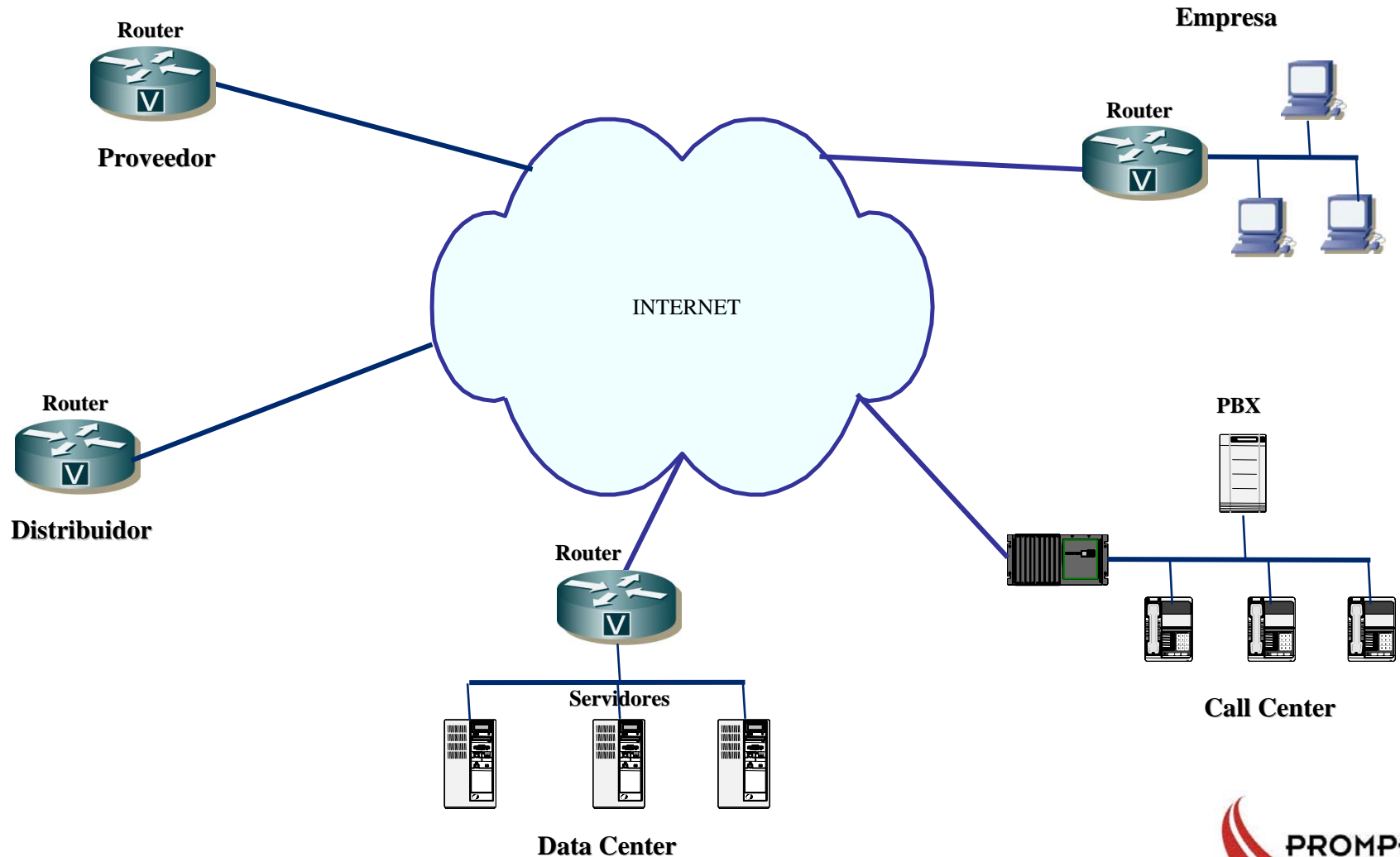


Modelo de Soporte al Cliente

- Call Center
- Portal (Web)
- Data Center
- E-mail
- Fax



Modelo de Tecnología Requerida



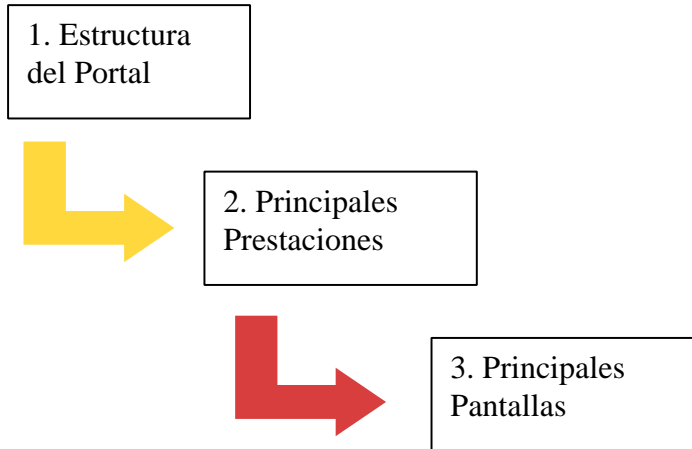
Business Case

- Retorno de la Inversión (ROI)
- Análisis Costo/Beneficio (C/B)
- Análisis de beneficios (tangibles e intangibles)
- Análisis de Riesgos
- Estado de Situación
- Estado de Resultados

Estado de Resultados (anuales, en US\$)		
Ingresos		
	<u>Ventas</u>	<u>452,640</u>
Egresos		
	<u>Costo de Ventas</u>	<u>384,800</u>
	Costo Adquisiciones	218,000
	Costo Financ. Adquisiciones	21,600
	Inventarios	4,800
	Mano de obra	123,200
	Gastos generales	19,200
Utilidad Bruta		67,840
	<u>Costos Administrativos</u>	<u>54,317</u>
	Gastos de Administración	4,526
	Gastos de Ventas	4,526
	Gastos de Prom. y Publicidad	45,264
Utilidad de Operación		13,523
	<u>Gastos Financieros</u>	<u>208</u>
	Préstamo Banco	208
	A tasa interés 10% anual	
Resultados antes de Impuestos		13,315
	Impuesto a la Renta (30%)	3,994
Utilidad neta		9,320

Estado de Situación de Inicio (en US\$)		
Activos		82,067
	Activos corrientes	
	Efectivo	10,000
	Cuentas por cobrar (*)	32,067
	Activos No corrientes	
	Depreciación (20% año)	(10,000)
	Máquinas y Diversos	50,000
Pasivos		57,067
	Pasivos corrientes	
	Cuentas por pagar (*)	32,067
	Deuda a largo plazo (50% inversión total)	25,000
Patrimonio		25,000
	Capital social (50% inversión total)	25,000
BALANCE		-
(*) Generadas por créditos (demoras) de pago a proveedores y de clientes		
Deuda a Largo Plazo: Inversiones Fijas (5 años)		

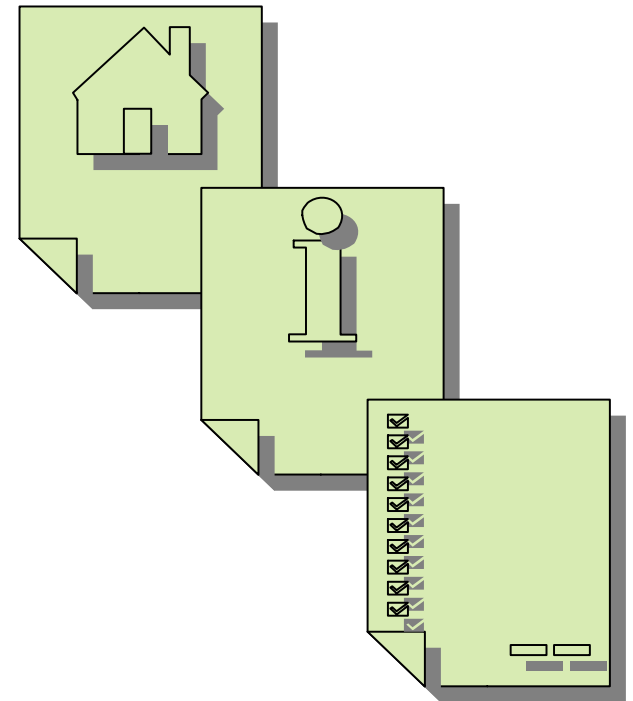
Prototipo del Portal del Negocio



Estructura del Portal

■ Página Principal

- Búsquedas (por producto, empresa, categoría de producto)
- Carrito de Compras
- Catálogo de Productos (promociones, ofertas)
- Información para proveedores (Seguimiento de órdenes de compra)
- Información de interés, noticias
- Links relacionados
- Lista de preguntas frecuentes



Principales Prestaciones

- Subastas en línea
- Solicitud de cotización de productos
- Pasarela de pagos
- Seguimiento de órdenes de compra por parte de proveedores
- Calificación del proveedor por parte del cliente.



Principales Pantallas

