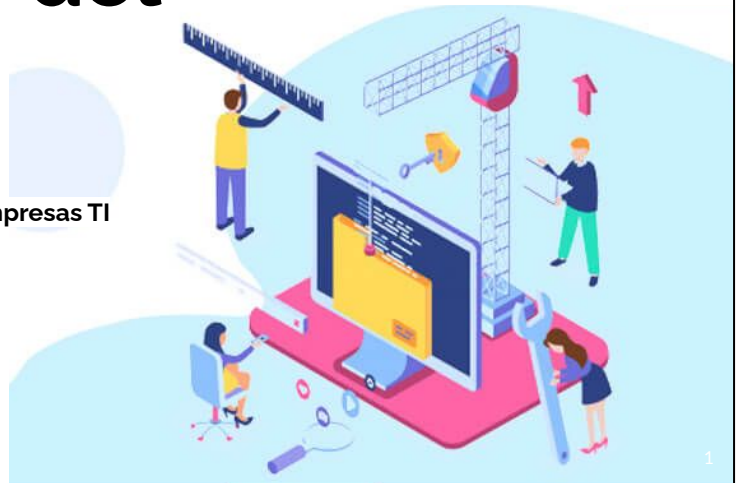


El Negocio del Software

Organización y Segmentación de Empresas TI

Electiva - Edición 2021



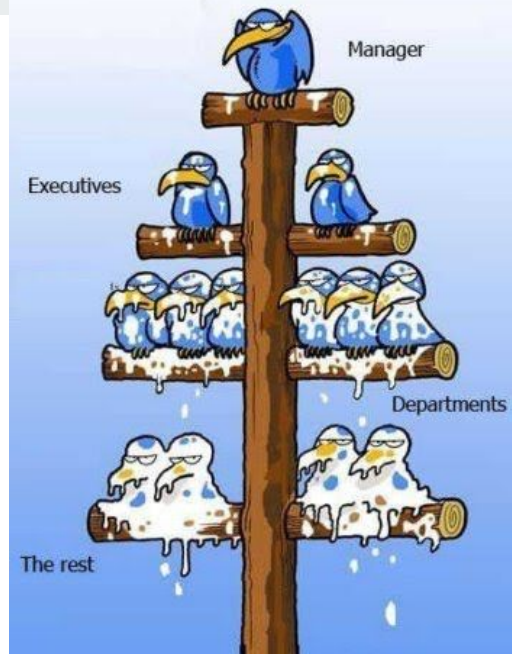
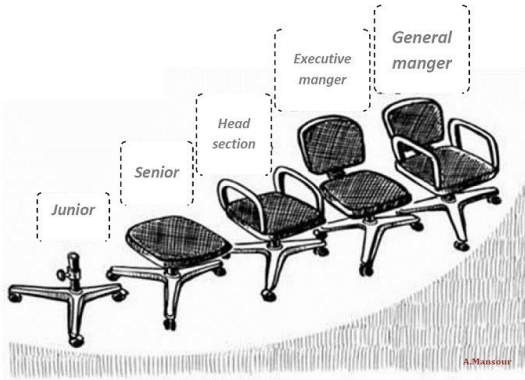
Objetivos

En este módulo en particular se busca:

- Conocer las principales áreas que conforman una empresa de software.
- Remarcar la importancia de mercados y segmentación de TI.
- Distinguir entre los diferentes segmentos de mercado de TI, y analizar sus principales características.



Organización de una Empresa SW



Organización

de una Empresa SW (cont.)

Existen **algunas** diferencias entre empresas de productos y de servicios

Generalmente en una empresa de SW establecida existen las siguientes áreas:

- Dirección
- Marketing
- Comercial (incluye Preventa)
- Operaciones (difieren más entre producto/servicio)
- QA
- Administración & Finanzas
- Talento (o el nombre que esté de moda...)
- I+D+i
- Legales
- Soporte interno y externo

Otras posibles:

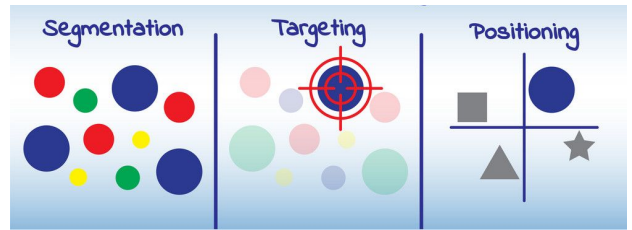
- Manejo de Proveedores
- Compras
- Capacitación
- Consultoría



Modelo STP

Se divide en 3 fases:

- 1) Segmentation: fragmentación del mercado en segmentos más pequeños que comparten características comunes.
- 2) Targeting: evaluación y elección de los segmentos (mercados/nichos) que la empresa ha identificado como rentables y que atenderá.
- 3) Positioning: implementación de estrategias de posicionamiento y mezcla de marketing para cada mercado meta o nicho elegido.



La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un producto/servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La segmentación es conocer realmente a los clientes. Resulta fundamental en el éxito de la estrategia de marketing de una empresa.



Segmentación del mercado de TI

La industria de TI puede ser segmentada según el tipo de actividad que las empresas de TI realizan.

Esto se justifica en la medida que las empresas de un segmento pueden ser muy diferentes a las empresas de otro segmento.

Esto también ayuda al análisis de un conjunto de empresas de TI “similares” entre sí.



Segmentación del mercado de TI (cont.)

Clasificación internacional* de los Mercados de TI:

- Horizontal Application Software
- Vertical Application Software
- Consumer Application Software
- Internet Market
- IT Services
- IT Infrastructure



*La siguiente es una clasificación internacional, aunque la industria de TI del Uruguay se alinea correctamente con esta clasificación.



Segmentación del mercado de TI (cont.)



Horizontal Application Software: Empresas que ofrecen productos/servicios horizontales.

Sub-segmentos: BI, CMS, CRM, ERP, HR, Desarrollo & Plataformas, BPM, etc.



Vertical Application Software: Empresas que ofrecen productos/servicios a una industria específica, aportando conocimiento específico de esa industria/dominio.

Sub-segmentos: aerolíneas, banca, retail, salud, gobierno, automotriz, construcción, educación, energía, agro, legal, seguros, turismo, diseño, etc.



Consumer Application Software: Empresas que ofrecen productos/servicios que son vendidos al público general, ya sea en forma directa o a través de canales.

Sub-segmentos: videojuegos, ofimática, seguridad informática, productividad, utilitarios, etc.

Los productos/servicios **horizontales** permiten gestionar toda o parte de una empresa de cualquier rubro, sin estar restringidas a una industria o dominio específico.

Sub-segmentos: BI (Business Intelligence), CMS (Content Management Systems), CRM (Customer Relationship Management), ERP (Enterprise Resource Planning), HR (Human Resources), Desarrollo & Plataformas, BPM (Business Process Modeling), etc.



Segmentación del mercado de TI (cont.)



Internet Market: Empresas que ofrecen productos/servicios en donde Internet es el negocio, es parte intrínseca (las empresas en este segmento no podrían existir sin Internet).

Sub-segmentos: e-commerce, agencias de mktg, etc.



IT Services: Empresas que ofrecen servicios de consultoría, diseño y desarrollo de software a medida.

Sub-segmentos: consultoría, desarrollo de sw a medida, testing, diseño web, etc.



IT Infrastructure: Empresas que ofrecen productos/servicios de tipo “plomaría” de “bajo nivel”, necesarios para operar, controlar, gestionar, asegurar y dar soporte a otras aplicaciones y sistemas.

Sub-segmentos: virtualización, system management sw, network management sw, VoIP, backup/recovery software, hosting, servicios de mantenimiento y gestión de infraestructura, etc.

En el segmento **IT Services** se excluyen las empresas dedicadas a BPO (Business Process Outsourcing).

En el segmento **IT Infraestructura** se excluyen las Telcos y la infraestructura de hardware.



REFERENCIAS Y LECTURA COMPLEMENTARIA

Libro “The Business of Software” de M. Cusumano.

Informe “Planes estratégicos de promoción de TICs” de M. Mordezki & J. Matthesen:

https://gp.gub.uy/sites/default/files/documentos/uxxi_planes_estrategicos_de_promocion_de_tic_2013.pdf