



Actividad 2 - Estrategias de Desarrollo Internas y Tercerización Desarrollo de Estrategias Tecnológicas Ingeniería en Desarrollo de Software

Tutor: Humberto Jesús Ortega Vázquez

Alumno: Carlos Alberto Fuentes Mendoza

Fecha: 18-enero-2024

Índice

Introducción	3
Descripción	7
Justificación	8
Desarrollo:	
Análisis FODA	14
Estrategia interna	18
Mediciones del proyecto	20
Investigación de competencia	24
Estrategia de tercerización	29
Conclusión	32
Referencias	33

Introducción

Un análisis FODA (también conocido como análisis SWOT por sus siglas en inglés: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) es una herramienta de planificación estratégica que ayuda a una entidad, ya sea una empresa, organización o proyecto, a comprender sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas en relación con su entorno interno y externo. Este análisis proporciona una visión global que puede ser utilizada para la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias.

A continuación, se menciona el desglose de los componentes del análisis FODA:

Fortalezas (Strengths): Son los aspectos internos positivos que la entidad posee y que le proporcionan ventajas en comparación con otros. Pueden incluir recursos sólidos, habilidades distintivas, una sólida reputación de marca, una base de clientes leal, entre otros.

Oportunidades (Opportunities): Son factores externos positivos que la entidad puede aprovechar para alcanzar sus objetivos y metas. Pueden surgir de cambios en el entorno de mercado, tendencias emergentes, nuevas tecnologías, o cualquier situación favorable que pueda ser explotada.

Debilidades (Weaknesses): Son los aspectos internos que representan desventajas o limitaciones en comparación con otros. Pueden incluir carencias en recursos, procesos ineficientes, falta de habilidades clave, o cualquier otro aspecto interno que pueda ser una desventaja.

Amenazas (Threats): Son factores externos que pueden representar desafíos o riesgos para la entidad. Pueden surgir de cambios en el entorno económico, competencia fuerte, regulaciones más estrictas, avances tecnológicos que afectan negativamente, entre otros.

Estrategia interna

El término "estrategia interna" se utiliza para referirse a las acciones y decisiones planificadas y ejecutadas dentro de una organización para mejorar su rendimiento, eficiencia y capacidad de lograr sus objetivos. Esta estrategia se enfoca en aspectos internos de la organización, como la gestión de recursos, la mejora de procesos, el desarrollo del personal y otros elementos que impactan directamente en la operación y la cultura interna.

La estrategia interna es esencial para optimizar los recursos y capacidades de una organización, con el objetivo de fortalecer su posición competitiva y adaptarse a los cambios en el entorno empresarial. Puede abordar diversos aspectos, entre ellos:

- **Optimización de Procesos:** Reevaluar y mejorar los procesos internos para aumentar la eficiencia y reducir los costos operativos.
- **Desarrollo de Talento:** Fomentar el crecimiento y la capacitación del personal, asegurando que estén equipados con las habilidades y conocimientos necesarios para cumplir con los objetivos de la organización.
- **Cultura Organizacional:** Establecer y fortalecer los valores, normas y comportamientos que caracterizan la cultura de la organización.
- **Gestión de Cambio:** Implementar estrategias para gestionar efectivamente los cambios internos, ya sean relacionados con estructuras organizativas, tecnologías o procesos de trabajo.
- **Mejora de la Calidad:** Implementar prácticas y metodologías para mejorar la calidad de productos o servicios ofrecidos por la organización.

- **Eficiencia Operativa:** Identificar áreas de mejora en la gestión de recursos, reducción de desperdicios y mejora de la productividad.
- **Innovación Interna:** Fomentar la creatividad y la innovación entre los miembros del equipo para generar nuevas ideas y soluciones.
- **Gestión del Desempeño:** Implementar sistemas efectivos de evaluación del desempeño para motivar y reconocer a los empleados.

Estrategia de tercerización

La estrategia de tercerización, también conocida como outsourcing, se refiere a la práctica de contratar a terceros externos para realizar ciertas funciones o actividades que, de otra manera, se llevarían a cabo internamente en una organización. En lugar de realizar todas las tareas directamente, la organización subcontrata parte de sus actividades a proveedores externos especializados en esos servicios.

La tercerización puede aplicarse a diversas áreas de una empresa, incluyendo procesos comerciales, funciones de soporte, tecnología de la información, servicios financieros, recursos humanos, entre otros. Algunos ejemplos comunes de tercerización incluyen:

- **Desarrollo de Software:** Contratar a una empresa externa para el desarrollo y mantenimiento de aplicaciones o sistemas informáticos.
- **Servicios de Atención al Cliente:** Subcontratar la atención al cliente a centros de llamadas o proveedores especializados.

- **Gestión de Recursos Humanos:** Externalizar funciones de recursos humanos, como la nómina, la contratación y la administración de beneficios.
- **Logística y Cadena de Suministro:** Utilizar proveedores externos para la gestión de inventarios, almacenamiento y distribución de productos.
- **Servicios de Marketing Digital:** Contratar agencias especializadas para estrategias de marketing, publicidad en línea y gestión de redes sociales.

Desafíos de la Tercerización:

- **Pérdida de Control:** Al subcontratar, la organización puede perder cierto grado de control sobre los procesos y calidad de los servicios.
- **Riesgos de Seguridad:** Compartir información confidencial con terceros puede plantear riesgos de seguridad y privacidad.
- **Problemas de Comunicación:** La comunicación efectiva entre la organización y los proveedores externos es esencial para evitar malentendidos y problemas.
- **Dependencia de Proveedores:** Una dependencia excesiva de proveedores externos puede generar vulnerabilidades si surgen problemas con ellos.
- **Cambio Cultural:** Puede haber desafíos en la integración cultural entre la organización y los proveedores externos.

Descripción

Para esta actividad 2, se pretende generar estrategias de desarrollo tanto internas como de tercerización acorde a la actividad 1, recordando que desarrollar estrategias innovadoras pueden permitir generar ventajas competitivas ante el mercado, promoviendo que estas tengan base con las tendencias actuales en los negocios, así como la relación latente entre las estrategias de desarrollo internas y de tercerización.

Actividad:

- Realizar un análisis FODA de la empresa/proyecto/idea e involucrar 3 propuestas en cada segmento (mínimo).
- Diseñar una estrategia interna que pueda apropiarse al modelo de negocio de la actividad 1 (Tienda en Línea de Videojuegos y Equipo de Cómputo) indicar qué tipo de mediciones se involucraron y con qué herramienta se puede hacerla, o de qué forma se puede diseñar una propuesta de medición.
- Investigar a la competencia en relación con el modelo de negocio, utilizando una herramienta de análisis de datos, y listar al menos 1 competidor. Después, investigar respecto a su posicionamiento en el mercado. Para este análisis se utilizará Semrush.
- Identificar qué servicio del modelo de negocio se puede tercerizar y qué ventajas tendría realizarlo.

Justificación

Realizar un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) conlleva varios beneficios para una empresa o proyecto. Aquí se presentan algunos de los beneficios clave:

- El análisis FODA ayuda a la empresa a desarrollar una comprensión más profunda de su posición en el mercado, identificando tanto aspectos internos como externos que impactan en su rendimiento.
- Proporciona una base sólida para la toma de decisiones informada. Las decisiones estratégicas basadas en un análisis FODA están respaldadas por una evaluación completa de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- Facilita la planificación estratégica al identificar áreas clave para el desarrollo y la mejora. Permite a la empresa enfocarse en maximizar sus fortalezas y aprovechar oportunidades mientras aborda debilidades y amenazas.
- Contribuye a la gestión proactiva de riesgos al identificar posibles amenazas. La empresa puede desarrollar estrategias para mitigar riesgos y prepararse para enfrentar desafíos potenciales.
- Ayuda a alinear a los miembros del equipo y partes interesadas en torno a objetivos comunes. La claridad sobre las fortalezas y debilidades internas y las oportunidades y amenazas externas mejora la cohesión y el enfoque.
- Permite a la empresa identificar oportunidades de crecimiento y expansión. Al conocer las oportunidades en el mercado, la empresa puede desarrollar estrategias para aprovecharlas.

- Facilita la optimización de recursos al enfocarse en áreas donde la empresa tiene ventajas competitivas y puede obtener el máximo rendimiento.
- Ayuda a la empresa a desarrollar y mantener ventajas competitivas al capitalizar sus fortalezas y diferenciadores clave.
- Fomenta la adaptabilidad al cambio al estar al tanto de las tendencias y cambios en el entorno empresarial. La empresa puede ajustar su estrategia en respuesta a nuevas circunstancias.
- Facilita la comunicación efectiva tanto interna como externamente. Compartir los resultados del análisis FODA puede mejorar la comprensión y alineación de los equipos, socios y clientes.
- Estimula la innovación al identificar oportunidades para mejorar y desarrollar nuevos productos, servicios o procesos.
- Establece un ciclo de mejora continua. La revisión periódica del análisis FODA permite a la empresa ajustar sus estrategias a medida que evoluciona el entorno empresarial.
- En resumen, el análisis FODA proporciona una evaluación integral que impulsa la toma de decisiones efectiva y la planificación estratégica, contribuyendo al éxito y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

La implementación de una estrategia interna para una Tienda en Línea de Videojuegos y Equipo de Cómputo puede ofrecer varias ventajas significativas. Aquí se destacan algunas de las ventajas clave:

Optimización de Procesos: Una estrategia interna permite la revisión y optimización de los procesos internos, mejorando la eficiencia operativa y reduciendo posibles cuellos de botella.

Mejora de la Experiencia del Cliente: Enfoque en la atención al cliente, logística y procesos de compra puede mejorar la experiencia general del cliente, fomentando la lealtad y las recomendaciones.

Desarrollo de Competencias Internas: La estrategia interna puede centrarse en el desarrollo de las habilidades y competencias del personal, asegurando que estén bien equipados para brindar un servicio de alta calidad.

Innovación en Productos y Servicios: Favorece la innovación interna, permitiendo el desarrollo de nuevos productos y servicios, así como la mejora continua de la oferta existente.

Cultura Organizacional Fuerte: Facilita la construcción y promoción de una cultura organizacional fuerte, alineando a los empleados con los valores y objetivos de la empresa.

Eficiencia Operativa: Una estrategia interna bien ejecutada puede conducir a una mayor eficiencia operativa, reduciendo costos y mejorando la rentabilidad.

Adaptación a Cambios: Permite a la tienda adaptarse de manera más ágil a cambios en el mercado, las tendencias del consumidor y la competencia.

Gestión Efectiva del Talento: La estrategia interna puede enfocarse en la atracción, retención y desarrollo del talento, asegurando que la tienda cuente con un equipo capacitado y comprometido.

Flexibilidad Estratégica: Proporciona flexibilidad estratégica para ajustar rápidamente las operaciones en respuesta a cambios en el entorno empresarial.

Construcción de Ventajas Competitivas: Permite a la tienda identificar y capitalizar sus ventajas competitivas internas, diferenciándose de la competencia.

Foco en la Calidad: La estrategia interna puede poner énfasis en la calidad de los productos y servicios, mejorando la percepción de la marca y la satisfacción del cliente.

Gestión de la Innovación: Favorece la gestión estructurada de la innovación, estimulando la generación de ideas y la implementación de soluciones innovadoras.

Sostenibilidad a Largo Plazo: Contribuye a la sostenibilidad a largo plazo de la tienda al construir una base sólida y centrada en la mejora continua.

Resiliencia Empresarial: Una estrategia interna bien diseñada puede hacer que la tienda sea más resistente a los desafíos y crisis, permitiendo una rápida recuperación.

En conjunto, una estrategia interna efectiva puede potenciar el rendimiento, la competitividad y la sostenibilidad de la Tienda en Línea de Videojuegos y Equipo de Cómputo en un mercado dinámico y cambiante.

Realizar mediciones en el contexto de una tienda en línea de videojuegos y equipo de cómputo ofrece varias ventajas clave que contribuyen al éxito y la mejora continua del negocio. Además, proporcionan una visión detallada y cuantificable del desempeño de la tienda, permitiendo una toma de decisiones estratégica y una mejora continua para impulsar el éxito a largo plazo. A continuación, se presentan algunas de las ventajas más destacadas:

Evaluación del Rendimiento: Las mediciones permiten evaluar el rendimiento general de la tienda en diferentes áreas, desde ventas hasta satisfacción del cliente, identificando áreas de mejora y fortalezas.

Toma de Decisiones Informada: La disponibilidad de datos medidos proporciona una base sólida para la toma de decisiones informada. Los líderes pueden basar sus estrategias y decisiones en datos concretos en

lugar de suposiciones.

Identificación de Oportunidades de Mejora: Al medir diversas métricas, la tienda puede identificar oportunidades de mejora en procesos, productos o servicios, y desarrollar estrategias para abordarlas.

Alineación con Objetivos Estratégicos: Las mediciones ayudan a alinear las actividades diarias con los objetivos estratégicos de la tienda, garantizando que cada acción contribuya al éxito general.

Eficiencia Operativa: La medición de procesos y operaciones permite identificar áreas donde se pueden realizar mejoras para aumentar la eficiencia y reducir costos.

Evaluación de la Experiencia del Cliente: Mediciones como la satisfacción del cliente y la retroalimentación permiten evaluar la experiencia del cliente y realizar ajustes para mejorar la calidad del servicio.

Gestión del Inventario y Stock: Mediciones precisas de la rotación de inventario, niveles de existencias y demanda permiten una gestión eficiente del inventario, evitando excesos o faltantes.

Seguimiento del Rendimiento Financiero: Las mediciones financieras, como ingresos, márgenes de beneficio y retorno de inversión (ROI), son esenciales para evaluar la salud financiera y el rendimiento general de la tienda.

Adaptación a Cambios en el Mercado: Las mediciones ayudan a monitorear y adaptarse a cambios en el mercado, las tendencias del consumidor y la competencia, manteniendo la relevancia y la competitividad.

Gestión Efectiva del Marketing: Mediciones de las campañas de marketing, tasas de conversión y comportamiento del usuario en línea ayudan a evaluar la efectividad de las estrategias y publicidad.

Mejora Continua: Las mediciones son fundamentales para la mejora continua al proporcionar datos sobre

el desempeño actual y permitir la identificación constante de áreas de oportunidad.

Planificación Estratégica a Largo Plazo: La medición a lo largo del tiempo facilita la planificación estratégica a largo plazo, permitiendo a la tienda ajustar su enfoque según las tendencias y cambios en el mercado.

Gestión de Recursos Humanos: Mediciones de desempeño del personal y métricas relacionadas con recursos humanos facilitan la gestión efectiva del talento y el desarrollo profesional.

Crecimiento Sostenible: Al medir y gestionar de manera efectiva, la tienda puede lograr un crecimiento sostenible, evitando problemas potenciales y capitalizando oportunidades.

Ventajas de la Tercerización:

- **Focalización en Competencias Principales:** Permite que la organización se concentre en sus competencias principales, delegando tareas no fundamentales a expertos externos.
- **Reducción de Costos:** Puede resultar en ahorros significativos al evitar la necesidad de mantener equipos internos y gestionar infraestructuras complejas.
- **Acceso a Expertise Especializada:** Permite acceder a la experiencia y habilidades especializadas de proveedores externos que pueden realizar ciertas tareas de manera más eficiente.
- **Flexibilidad y Adaptabilidad:** Facilita la adaptación rápida a cambios en la demanda o en el entorno empresarial sin comprometer la calidad o eficiencia.
- **Enfoque en Estrategia Central:** Permite que la alta dirección se centre en estrategias más amplias y decisiones estratégicas en lugar de detalles operativos.

Desarrollo

Análisis FODA

Este análisis FODA proporciona una visión integral de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrenta la tienda en línea de videojuegos y equipo de cómputo. Utilizar este análisis como base para la planificación estratégica puede ayudar a la empresa a capitalizar sus fortalezas y oportunidades, mientras aborda sus debilidades y mitiga las amenazas del entorno empresarial.

Fortalezas (F):

Amplia Variedad de Productos: Ofrecer tanto videojuegos en formato físico como digital, junto con una variedad de productos relacionados, brinda una amplia gama de opciones a los clientes.

Experiencia Única para Compradores: La estrategia de crear una experiencia única con ofertas y descuentos exclusivos puede diferenciar a la tienda y generar lealtad de los clientes.

Presencia Multicanal: Contar con una tienda física y una tienda virtual (Web) aumenta la accesibilidad y conveniencia para los clientes, independientemente de su ubicación o dispositivo.

Enfoque en la Economía del Cliente: La consideración de la economía de los clientes al ofrecer ofertas y descuentos demuestra una atención a las necesidades y presupuestos de la audiencia.

Colaboraciones Estratégicas: Establecer colaboraciones con desarrolladores, fabricantes y otros socios puede abrir oportunidades para ofertas exclusivas y promociones especiales.

Oportunidades (O):

Crecimiento del Mercado de Videojuegos: El continuo crecimiento de la industria de videojuegos proporciona oportunidades para expandir la base de clientes y aumentar las ventas.

Tendencias Tecnológicas: Integrar las últimas tendencias tecnológicas, como realidad virtual o aumentada, podría mejorar la experiencia de compra y atraer a un público más amplio.

Estrategias de Marketing Digital: Aprovechar estrategias de marketing digital, como redes sociales y colaboraciones con influencers, puede aumentar la visibilidad y la participación de la audiencia.

Expansión de Productos y Servicios: Explorar nuevas líneas de productos o servicios, como servicios de suscripción o bundles exclusivos, puede diversificar las fuentes de ingresos.

Internacionalización: Considerar la expansión a mercados internacionales puede abrir nuevas oportunidades de crecimiento y aumentar la base de clientes potenciales.

Debilidades (D):

Dependencia de Proveedores: Dependencia de proveedores para la adquisición de inventario, lo que puede afectar la disponibilidad de productos y los costos.

Competencia en el Mercado: La competencia en la industria de videojuegos y tecnología puede ser intensa, lo que requiere estrategias sólidas para destacar.

Desafíos Tecnológicos: La rápida evolución tecnológica puede requerir inversiones constantes para mantenerse actualizado y relevante.

Riesgos de Ciberseguridad: Manejar información sensible y transacciones en línea implica riesgos de ciberseguridad, que deben ser abordados de manera efectiva.

Sensibilidad a Tendencias de Consumo: Las tendencias de consumo en la industria de videojuegos pueden cambiar rápidamente, y la tienda debe adaptarse ágilmente para mantenerse relevante.

Amenazas (A):

Regulaciones y Normativas: Cambios en las regulaciones y normativas, especialmente en temas de privacidad y protección de datos, pueden presentar desafíos y requerir ajustes en la operación.

Efectos Económicos: La sensibilidad económica puede afectar la disposición de los clientes para gastar en productos no esenciales, especialmente en tiempos de recesión.

Competencia de Plataformas Digitales: Plataformas de distribución digital y grandes competidores en línea pueden representar una competencia fuerte, especialmente en el ámbito de los videojuegos digitales.

Cambios Tecnológicos Rápidos: La rápida obsolescencia tecnológica puede afectar la demanda de productos y requerir una gestión cuidadosa del inventario.

Expectativas de Experiencia del Cliente: Las expectativas en constante evolución de los clientes respecto a la experiencia de compra pueden requerir inversiones continuas en tecnología y servicios.

Tienda en Línea de Videojuegos y Equipo de Cómputo



FORTALEZAS

- Amplia variedad de productos:** ofrecer tanto videojuegos en formato físico como digital, junto con una variedad de productos relacionados, brinda una amplia gama de opciones a los clientes.
- Experiencia única para compradores:** la estrategia de crear una experiencia única con ofertas y descuentos exclusivos puede diferenciar a la tienda y generar lealtad de los clientes.
- Presencia multicanal:** contar con una tienda física y una tienda virtual (web) aumenta la accesibilidad y conveniencia para los clientes, independientemente de su ubicación o dispositivo.
- Enfoque en la economía del cliente:** la consideración de la economía de los clientes al ofrecer ofertas y descuentos demuestra una atención a las necesidades y presupuestos de la audiencia.
- Colaboraciones estratégicas:** establecer colaboraciones con desarrolladores, fabricantes y otros socios puede abrir oportunidades para ofertas exclusivas y promociones especiales.



DEBILIDADES

- Dependencia de Proveedores:** Dependencia de proveedores para la adquisición de inventario, lo que puede afectar la disponibilidad de productos y los costos.
- Competencia en el Mercado:** La competencia en la industria de videojuegos y tecnología puede ser intensa, lo que requiere estrategias sólidas para destacar.
- Desafíos Tecnológicos:** La rápida evolución tecnológica puede requerir inversiones constantes para mantenerse actualizado y relevante.
- Riesgos de Ciberseguridad:** Manejar información sensible y transacciones en línea implica riesgos de ciberseguridad, que deben ser abordados de manera efectiva.
- Sensibilidad a Tendencias de Consumo:** Las tendencias de consumo en la industria de videojuegos pueden cambiar rápidamente, y la tienda debe adaptarse ágilmente para mantenerse relevante.

-**Crecimiento del Mercado de Videojuegos:** El continuo crecimiento de la industria de videojuegos proporciona oportunidades para expandir la base de clientes y aumentar las ventas.

-**Tendencias Tecnológicas:** Integrar las últimas tendencias tecnológicas, como realidad virtual o aumentada, podría mejorar la experiencia de compra y atraer a un público más amplio.

-**Estrategias de Marketing Digital:** Aprovechar estrategias de marketing digital, como redes sociales y colaboraciones con influencers, puede aumentar la visibilidad y la participación de la audiencia.

-**Expansión de Productos y Servicios:** Explorar nuevas líneas de productos o servicios, como servicios de suscripción o bundles exclusivos, puede diversificar las fuentes de ingresos.

-**Internacionalización:** Considerar la expansión a mercados internacionales puede abrir nuevas oportunidades de crecimiento y aumentar la base de clientes potenciales. Escriba aquí.



OPORTUNIDADES

-**Regulaciones y Normativas:** Cambios en las regulaciones y normativas, especialmente en temas de privacidad y protección de datos, pueden presentar desafíos y requerir ajustes en la operación.

-**Efectos Económicos:** La sensibilidad económica puede afectar la disposición de los clientes para gastar en productos no esenciales, especialmente en tiempos de recesión.

-**Competencia de Plataformas Digitales:** Plataformas de distribución digital y grandes competidores en línea pueden representar una competencia fuerte, especialmente en el ámbito de los videojuegos digitales.

-**Cambios Tecnológicos Rápidos:** La rápida obsolescencia tecnológica puede afectar la demanda de productos y requerir una gestión cuidadosa del inventario.

-**Expectativas de Experiencia del Cliente:** Las expectativas en constante evolución de los clientes respecto a la experiencia de compra pueden requerir inversiones continuas en tecnología y servicios.



AMENAZAS

#ANÁLISIS foda

Estrategia Interna

En la siguiente estrategia interna, se busca capitalizar las fortalezas del modelo de negocio mientras aborda los desafíos identificados. La implementación exitosa de estas acciones debería mejorar la competitividad y la posición en el mercado de la Tienda en Línea de Videojuegos y Equipo de Cómputo.

Objetivo Principal:

Optimizar la operación interna para fortalecer la posición competitiva, mejorar la experiencia del cliente y diversificar las fuentes de ingresos.

Estrategias:

Optimización de Inventarios y Relaciones con Proveedores:

- Implementar sistemas avanzados de gestión de inventarios para evitar escasez y exceso de existencias.
- Diversificar fuentes de proveedores y negociar acuerdos estratégicos para asegurar la disponibilidad de productos clave.

Experiencia del Cliente Mejorada:

- Personalizar la experiencia del cliente en la tienda en línea mediante recomendaciones de productos basadas en historiales de compras.
- Establecer un servicio de atención al cliente ágil y eficiente, utilizando canales múltiples, incluidas las redes sociales.

Innovación Tecnológica:

- Evaluar e integrar tecnologías emergentes como realidad aumentada para mejorar la visualización de productos.
- Explorar opciones de pago innovadoras, como criptomonedas, para ofrecer a los clientes diversas alternativas.

Programas de Fidelización Mejorados:

- Revisar y mejorar los programas de lealtad existentes para aumentar la participación del cliente.
- Ofrecer recompensas exclusivas, descuentos y acceso anticipado a productos para los miembros del programa de lealtad.

Diversificación de Productos y Servicios:

- Explorar la posibilidad de introducir servicios de suscripción para acceso a contenido exclusivo o descuentos periódicos.
- Considerar bundles exclusivos que combinen productos populares para ofrecer ofertas atractivas.

Colaboraciones Estratégicas Ampliadas:

- Expandir las colaboraciones existentes con desarrolladores y fabricantes para lanzamientos exclusivos.
- Buscar oportunidades de co-marketing para aumentar la visibilidad y la participación en el mercado.

Indicadores de Éxito:

- Aumento en la tasa de conversión de visitantes a compradores.
- Mejora significativa en los índices de satisfacción del cliente.
- Reducción del tiempo de procesamiento de pedidos y mejora en la eficiencia operativa.
- Incremento en la participación de clientes en programas de fidelización.
- Diversificación exitosa de fuentes de ingresos con la introducción de nuevos servicios y bundles.
- Expansión efectiva de colaboraciones estratégicas para productos exclusivos.

Mediciones de proyecto

En una estrategia interna para una Tienda en Línea de Videojuegos y Equipo de Cómputo, es esencial definir mediciones clave que permitan evaluar el rendimiento y el éxito de las acciones implementadas. La implementación de Key Performance Indicators (KPIs) es fundamental para medir el rendimiento y el éxito de la estrategia interna en este modelo de negocio. A continuación, se mencionan algunos KPIs específicos que podrían ser relevantes para evaluar el desempeño en diferentes áreas clave:

1.- Tasa de Conversión:

- Definición: Porcentaje de visitantes que realizan una compra.
- Herramienta de Medición: Google Analytics o cualquier plataforma de análisis web.

- Propuesta de Medición: Realizar un seguimiento del embudo de conversión en la tienda, desde la visita inicial hasta la compra final.

2.- Índice de Satisfacción del Cliente (CSAT):

- Definición: Medición de la satisfacción del cliente mediante encuestas.
- Herramienta de Medición: Encuestas de satisfacción del cliente o plataformas de análisis de retroalimentación del cliente.
- Propuesta de Medición: Implementar encuestas periódicas después de la compra para evaluar la satisfacción y recopilar comentarios.

3.- Tiempo de Procesamiento de Pedidos:

- Definición: El tiempo que tarda la tienda en procesar un pedido desde la compra hasta la entrega.
- Herramienta de Medición: Registro interno del tiempo de procesamiento o sistemas de gestión de pedidos.
- Propuesta de Medición: Establecer indicadores de tiempo para cada etapa del proceso y realizar un seguimiento de los tiempos promedio.

4.- Tasa de Devolución de Productos:

- Definición: Porcentaje de productos vendidos que son devueltos.
- Herramienta de Medición: Registro interno de devoluciones y sistemas de gestión de inventarios.

- Propuesta de Medición: Evaluar regularmente el porcentaje de devoluciones y analizar las razones para implementar mejoras.

5.- Participación en Programas de Fidelización:

- Definición: Porcentaje de clientes participantes en programas de lealtad.
- Herramienta de Medición: Sistema de gestión de programas de lealtad y seguimiento de la participación.
- Propuesta de Medición: Monitorizar la participación y realizar campañas para aumentar la adhesión al programa.

6.- Ingresos por Cliente (Lifetime Value):

- Definición: Valor total esperado que un cliente aportará a lo largo de su relación.
- Herramienta de Medición: Análisis financiero y sistemas de seguimiento de clientes.
- Propuesta de Medición: Calcular el valor de por vida del cliente, considerando la frecuencia de compra y el gasto promedio.

7.- Tasa de Apertura y Clic en Correos Electrónicos:

- Definición: Porcentaje de destinatarios que abren y hacen clic en correos electrónicos de marketing.
- Herramienta de Medición: Plataformas de marketing por correo electrónico.
- Propuesta de Medición: Analizar regularmente las métricas de rendimiento de las campañas de

correo electrónico.

8.- Índice de Rotación de Inventario:

- Definición: Número de veces que el inventario se vende y se repone durante un período específico.
- Herramienta de Medición: Sistema de gestión de inventarios y análisis de ventas.
- Propuesta de Medición: Calcular la rotación de inventario para productos específicos y ajustar las compras en consecuencia.

9.- Participación en Plataformas de Redes Sociales:

- Definición: Número de seguidores y participación en plataformas de redes sociales.
- Importancia: Indica el alcance y la influencia de la tienda en línea en las redes sociales.

10.- Innovación Tecnológica y Adopción:

- Definición: Número de clientes que utilizan nuevas tecnologías, como realidad aumentada, y su frecuencia de uso.
- Importancia: Evalúa la aceptación y la utilidad de las innovaciones tecnológicas implementadas.

Estos KPIs proporcionarán una visión detallada del rendimiento de la tienda en línea en áreas cruciales, permitiendo ajustes y mejoras continuas para alcanzar los objetivos estratégicos. Es importante seleccionar KPIs que estén alineados con los objetivos específicos de la estrategia interna y el modelo de negocio de la tienda.

Investigación de competencia

El investigar la competencia utilizando herramientas de análisis de datos, como Google Analytics, Semrush, Google Trends, puede proporcionar valiosa información sobre el comportamiento de los usuarios, el tráfico del sitio web y el posicionamiento en el mercado. A continuación, se menciona un enfoque general sobre cómo se podría llevar a cabo esta investigación:

Paso 1: Identificación de Competidores:

Investigación Preliminar: Utilizar motores de búsqueda, redes sociales y otras fuentes para identificar a los competidores clave en el mercado de tiendas en línea de videojuegos y equipo de cómputo.

Observar quiénes están clasificando bien para las palabras clave relevantes en los resultados de búsqueda.

Paso 2: Análisis de Datos con Google Analytics, Semrush, o Google Trends:

Recopilación de Datos de tu Propio Sitio: Asegurarse de tener alguna de las herramientas mencionada, configurado el sitio web a investigar para recopilar datos sobre el comportamiento del usuario, conversiones y fuentes de tráfico.

Identificación de Competidores: Realizar la comparación del rendimiento del sitio de los competidores. En algunos, se puede agregar hasta cinco competidores en el informe de Comparación (Semrush).

Paso 3: Investigación de Competidores:

Análisis del Tráfico del Competidor: Examinar las métricas de tráfico como visitantes únicos, sesiones, páginas vistas y tasas de rebote de tus competidores en Google Analytics, Semrush, o Google Trends.

Observar las fuentes de tráfico principales de los competidores para comprender cómo están atrayendo a los visitantes.

Análisis del Comportamiento del Usuario: Explorar las páginas más visitadas y el tiempo promedio que los usuarios pasan en el sitio de tus competidores.

Examinar las conversiones y eventos para comprender cómo los visitantes interactúan con el sitio.

Análisis de Palabras Clave:

Utilizar Google Analytics, Semrush, o Google Trends para evaluar las palabras clave que están generando tráfico orgánico a los sitios de tus competidores.

Paso 4: Investigación del Posicionamiento en el Mercado:

Análisis de Contenido y Ofertas: Visitar los sitios web de tus competidores para analizar su contenido, ofertas, promociones y políticas de precios.

Observar cómo presentan sus productos y la calidad de la información proporcionada.

Revisión de Reseñas y Comentarios: Investigar las reseñas de clientes en diferentes plataformas para comprender la satisfacción del cliente y los puntos fuertes/débiles de los competidores.

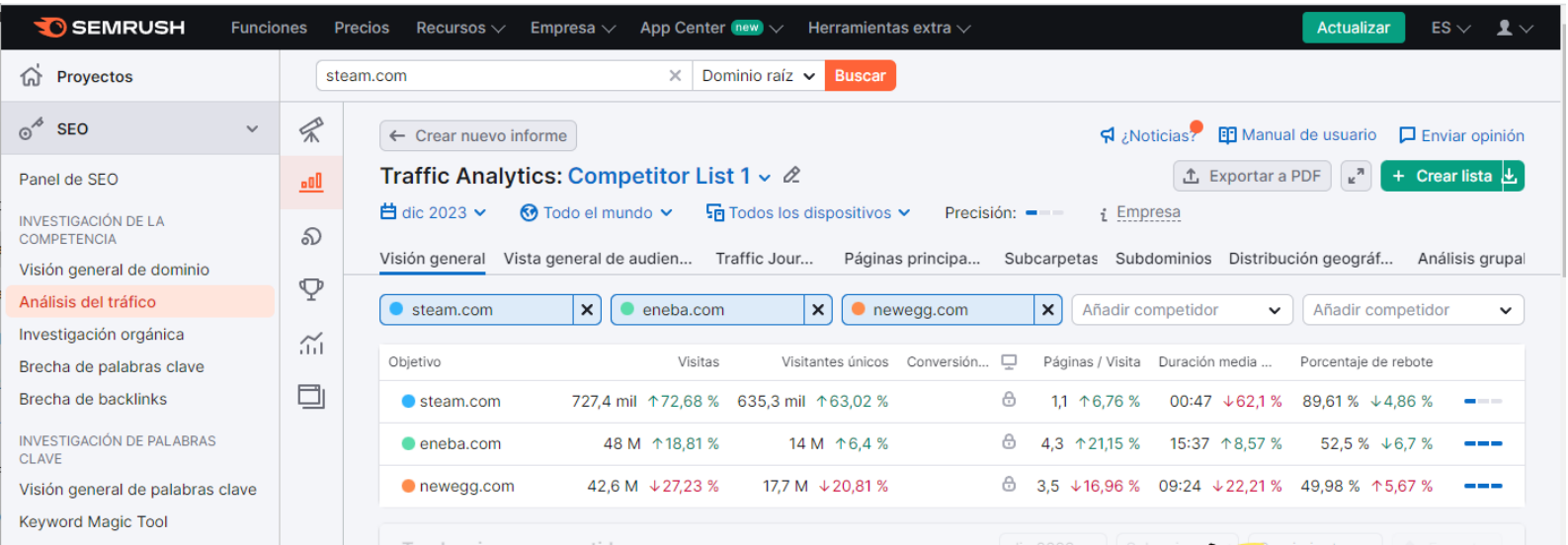
Presencia en Redes Sociales: Examina la presencia y participación en redes sociales de los competidores para entender cómo se conectan con su audiencia.

El proceso mencionado proporcionará información valiosa sobre cómo se compara la competencia, permitiendo identificar áreas de mejora y oportunidades para destacar en el mercado.

Competidor Ejemplo:

Supongamos que uno de los competidores es "newegg.com ". Utilizando las herramientas anteriores, se podría analizar su tráfico, comportamiento del usuario, palabras clave principales, contenido del sitio y posición en redes sociales para obtener una visión completa de su posición en el mercado.

En la siguiente captura se observa la comparación de tres competidores del modelo de negocio, Steam, Eneba y Newegg.

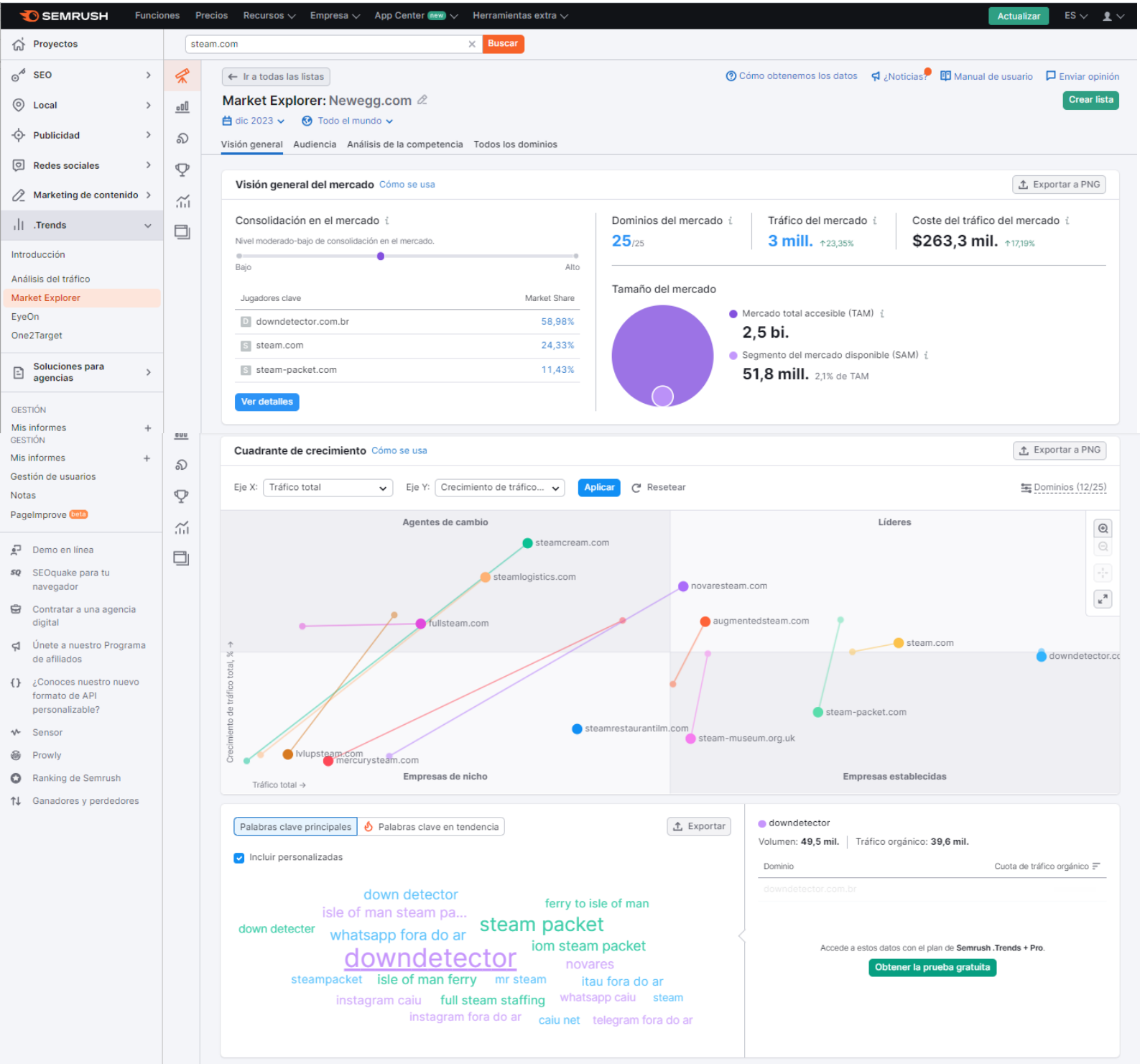


En las siguientes capturas se mostrará la información de la investigación con la herramienta Semrush, del sitio Newegg.com, ya que es el que más se asemeja al modelo de negocio con el que venimos trabajando, que es:

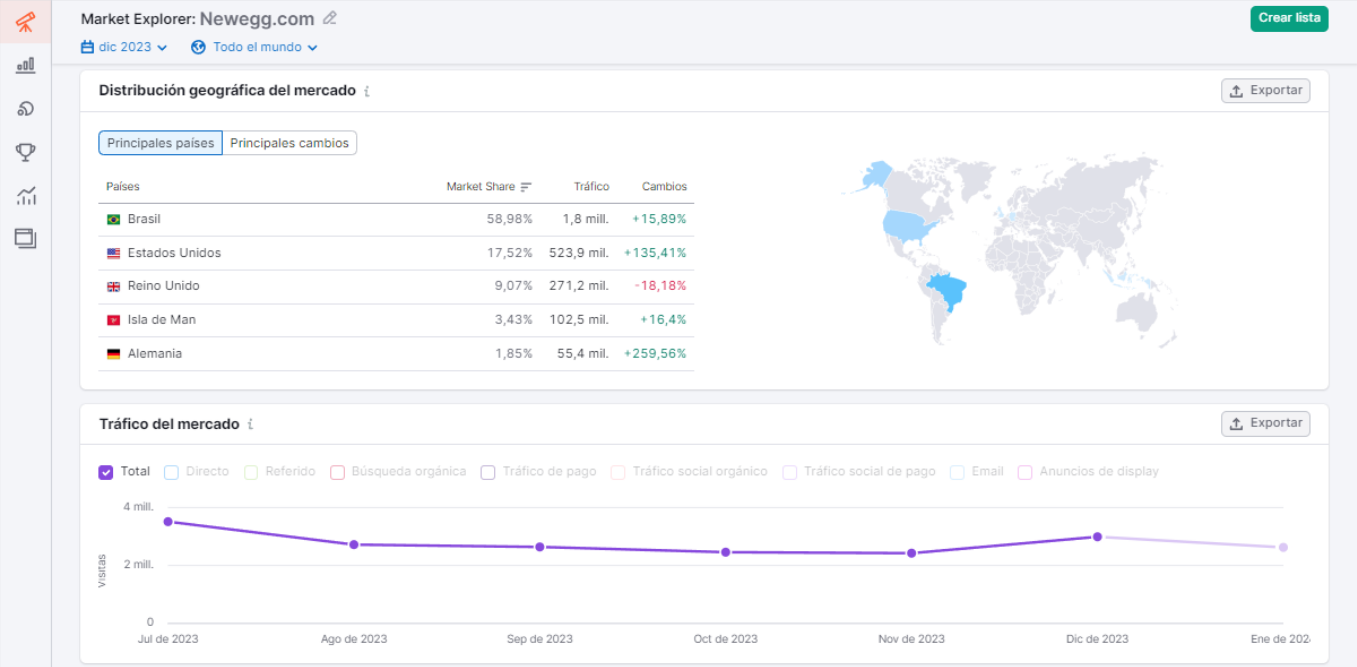
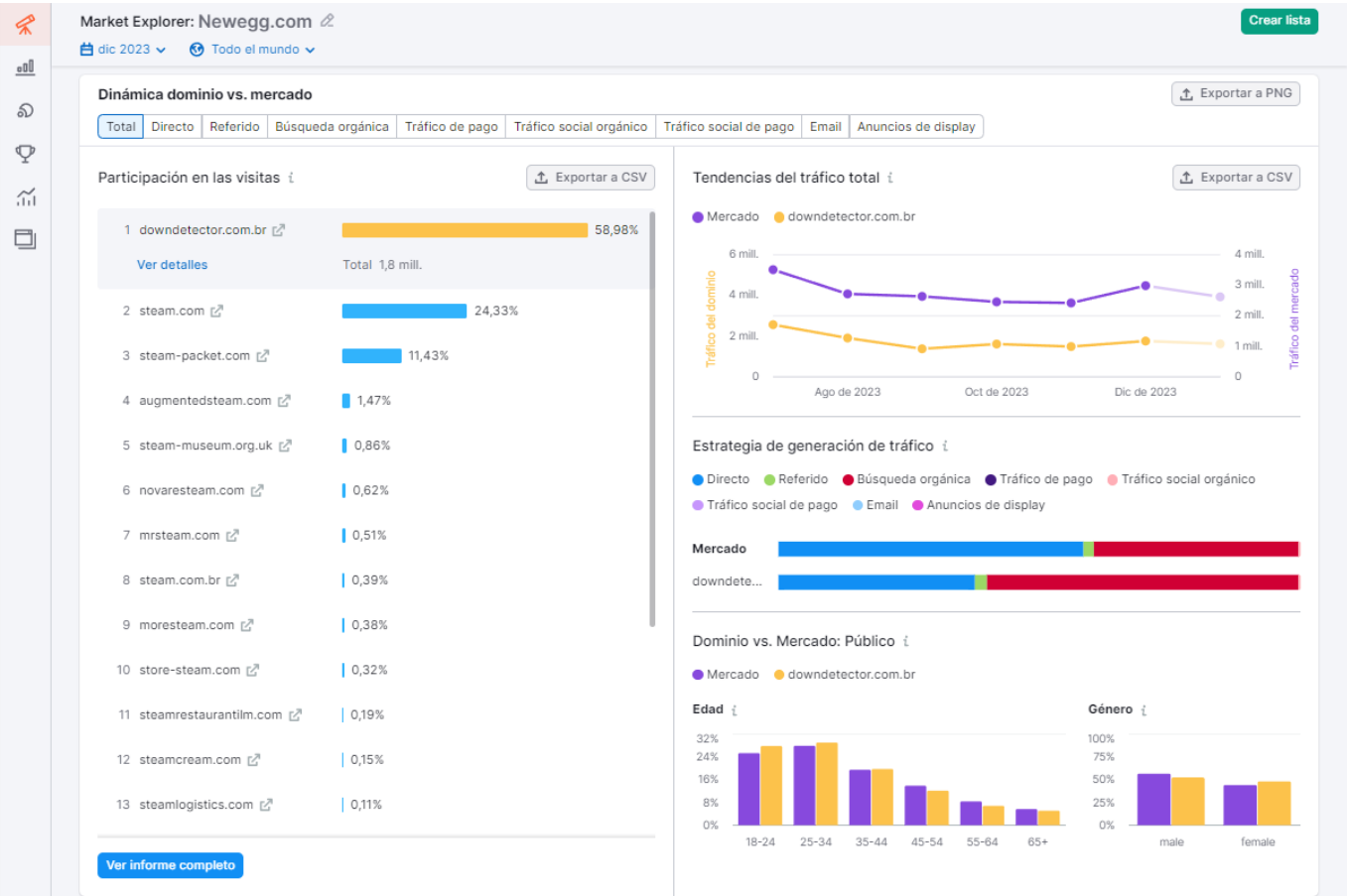
“Tienda en línea de Videojuegos y equipo de Cómpu



En la siguiente captura se muestra la Visión general del mercado y el cuadrante crecimiento de Newegg.com



A continuación, se muestra la “Dinámica dominio vs mercado” y la “Distribución geográfica del mercado”



Estrategia de tercerización

La tercerización, también conocida como outsourcing, implica contratar servicios externos para realizar ciertas funciones o actividades en lugar de manejarlas internamente. En el contexto de una Tienda en Línea de Videojuegos y Equipo de Cómputo, hay varios servicios que podrían ser considerados para la tercerización, cada uno con sus propias ventajas potenciales. A continuación, se muestran algunos ejemplos:

1.- Servicio de Atención al Cliente:

Ventajas:

- Reducción de costos: La tercerización del servicio al cliente a centros especializados puede ser más económica que mantener un equipo interno.
- Disponibilidad 24/7: Los proveedores de tercerización pueden ofrecer soporte continuo, mejorando la disponibilidad y tiempo de respuesta.

2.- Logística y Gestión de Inventarios:

Ventajas:

- Eficiencia Operativa: Empresas especializadas en logística pueden gestionar inventarios de manera más eficiente, reduciendo costos de almacenamiento y mejorando la precisión.
- Envíos Rápidos: Tercerizar la logística puede resultar en envíos más rápidos y seguimiento en tiempo real para los clientes.

3.- Desarrollo y Mantenimiento de Sitio Web:

Ventajas:

- Expertise Técnico: Profesionales especializados pueden brindar un diseño y desarrollo de sitio web de alta calidad.
- Enfoque en el Negocio: Permite a la tienda enfocarse en aspectos comerciales mientras expertos se encargan de la parte técnica.

4.- Gestión de Redes Sociales y Marketing Digital:

Ventajas:

- Estrategias Especializadas: Agencias de marketing digital pueden proporcionar estrategias especializadas para aumentar la visibilidad y participación en plataformas digitales.
- Análisis de Datos: Profesionales externos pueden analizar datos de manera efectiva para mejorar las campañas.

5.- Seguridad Cibernética:

Ventajas:

- Protección Especializada: Empresas especializadas en seguridad cibernética pueden ofrecer una capa adicional de protección contra amenazas en línea.
- Actualizaciones Constantes: Mantenerse al día con las últimas amenazas y actualizaciones de seguridad.

6.- Procesamiento de Pagos y Transacciones Financieras:

Ventajas:

Seguridad Financiera: Tercerizar el procesamiento de pagos a proveedores confiables puede mejorar la seguridad financiera y proteger la información sensible del cliente.

Cumplimiento Normativo: Expertos en servicios financieros pueden asegurar el cumplimiento con regulaciones y estándares de la industria.

7.- Producción de Contenido Multimedia:

Ventajas:

- Creatividad Especializada: Productoras de contenido multimedia pueden ofrecer creatividad y calidad profesional en la producción de contenido visual y audiovisual.
- Ahorro de Recursos: Evita la necesidad de invertir en equipos y habilidades especializadas internamente.

A continuación, se anexa el enlace al repositorio GitHub en donde se aloja esta actividad.

https://github.com/charlyfu/Desarrollo_de_estrategias_tecnologicas

Conclusión

En esta actividad aprendí muchas cosas importantes, entre las cuales, destacan que entendí que el análisis FODA se utiliza comúnmente como punto de partida en la planificación estratégica, ya que, al identificar y comprender estos cuatro elementos, las entidades pueden desarrollar estrategias que capitalicen sus fortalezas, aprovechen las oportunidades, mitiguen sus debilidades y enfrenten las amenazas, sin lugar a dudas, es una herramienta valiosa para tomar decisiones informadas y alinear las acciones de la entidad con sus objetivos estratégicos, también entendí que la estrategia interna se concentra en fortalecer los elementos internos de una organización para que esté mejor posicionada para alcanzar sus metas y objetivos a largo plazo, entiendo que esto implica una planificación estratégica cuidadosa, implementación efectiva y monitoreo continuo para asegurar que la organización se adapte y progrese en un entorno empresarial dinámico. Otra cosa importan que aprendí, fue que las métricas pueden ser monitoreadas y analizadas utilizando herramientas analíticas como Google Analytics, Semrush, sistemas internos de gestión y plataformas especializadas en la medición de KPIs. Además, comprendí que es importante establecer metas específicas para cada métrica y realizar revisiones periódicas para evaluar el progreso y realizar ajustes en la estrategia interna según sea necesario.

Por otra parte, algo que nunca había imaginado, es que la tienda puede concentrarse en sus competencias principales al tercerizar sus servicios, reducir costos operativos, acceder a experiencia especializada y adaptarse más ágilmente a cambios en la demanda o en la industria. Sin embargo, me doy cuenta de que es importante seleccionar cuidadosamente a los proveedores externos, y sobre todo que compartan los valores y estándares de calidad de la tienda. Además, se debe establecer una comunicación clara y procesos de monitoreo para garantizar que la tercerización sea beneficiosa y eficiente.

Referencias

Raeburn, A. (2021, July 1). Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos) [2021] • Asana. Asana. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Peralta, E. O. (2021, April 14). ¿Cómo llevar a cabo la Tercerización de la Estrategia de Marketing? Genwords. <https://www.genwords.com/blog/tercerizacion-de-la-estrategia-de-marketing/>

Yessica. (2023, March 24). Paso a paso para implementar KPIs en la empresa. Sesame HR. <https://www.sesamehr.es/blog/pasos-implementar-kpis-rrhh-empresa/>

Asana, T. (2022, August 17). Cómo hacer un análisis de la competencia con un ejemplo [2022] • Asana. Asana. <https://asana.com/es/resources/competitive-analysis-example>

Terenteva, E. (2023, May 23). Qué es un Análisis de la Competencia y Cómo Hacerlo (con Plantilla). Semrush Blog. <https://es.semrush.com/blog/analisis-competencia/>

Castro, R. M. (2023, July 19). Cómo Analizar y Comparar el tráfico Web de la Competencia. Semrush Blog. <https://es.semrush.com/blog/analizar-competidores-con-semrush/>

Zakharov, I. (2020, April 29). Cómo hacer un estudio de la competencia y potenciar la estrategia de marketing digital. Semrush Blog. <https://es.semrush.com/blog/como-hacer-estudio-de-la-competencia-con-semrush/>

R, F. (2023, May 3). Cómo realizar un análisis FODA para vender Videojuegos. Blog SumerLabs. <https://blog.sumerlabs.com/como-realizar-un-analisis-foda-para-vender-videojuegos/>