



## **Actividad**

### **2**

**Estrategias de Desarrollo Internas y Tercerización**

**Desarrollo de Estrategias tecnológicas**

**Ingeniería en Desarrollo de Software**

**Tutor: Humberto Jesús Ortega Vázquez**

**Alumno: Darío Ismael Núñez Manrriquez**

**Fecha: 18/09/2023**

**Desarrollo de Estrategias tecnológicas**

Nombre del Autor

Darío Ismael Núñez Manríquez

Actividad

Estrategias de Desarrollo Internas y Tercerización

Unidad

2

Fecha de entrega

18/08/2023

**índice****Contenido**

índice.....	3
Introducción .....	4
Descripción .....	5
Justificación .....	6
Desarrollo.....	7
Análisis FODA.....	7
Estrategia Interna.....	10
Mediciones del proyecto: .....	12
Investigación de competencia: .....	15
Estrategia de tercerización .....	16
Conclusión .....	18

## **Introducción**

En un mundo empresarial cada vez más competitivo y en constante evolución, la capacidad de desarrollar estrategias innovadoras se convierte en un factor crítico para el éxito de cualquier empresa, sin importar su tamaño o industria. Estas estrategias no solo permiten a las organizaciones mantenerse relevantes en el mercado, sino que también les brindan la oportunidad de obtener ventajas competitivas significativas. En este contexto, la actividad que se presenta tiene como objetivo explorar el proceso de desarrollo de estrategias, tanto internas como de tercerización, y su aplicación en el contexto de un negocio ficticio de helados de sabores naturales.

En este ejercicio, tomaremos como ejemplo un negocio ficticio de helados de sabores naturales, una industria que ha experimentado un crecimiento sostenido debido a la creciente demanda de productos saludables y deliciosos. A lo largo de la actividad, abordaremos varios aspectos esenciales de la estrategia empresarial, comenzando con un análisis FODA para comprender las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta este negocio.

Luego, exploraremos la formulación de estrategias internas diseñadas para aprovechar las fortalezas y oportunidades identificadas, al tiempo que se abordan las debilidades y amenazas. Además, analizaremos a la competencia en el mercado de helados de sabores naturales para obtener información valiosa sobre las mejores prácticas y áreas de mejora.

### **Descripción**

La actividad propuesta se centra en el desarrollo de estrategias empresariales en un entorno altamente competitivo y en constante cambio. Utilizando un negocio ficticio de helados de sabores naturales como ejemplo, se nos pide realizar un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para comprender la situación actual de la empresa. Esto es esencial porque nos permite identificar áreas donde podemos destacar y otras que necesitan mejoras.

Luego, debemos diseñar estrategias internas que capitalicen las fortalezas y oportunidades identificadas mientras abordan debilidades y amenazas. Esto subraya la importancia de la planificación estratégica para el crecimiento y la adaptación en un mercado en constante evolución.

Además, investigar a la competencia es crucial para aprender de sus éxitos y desafíos, lo que puede proporcionar una valiosa perspectiva sobre las mejores prácticas y oportunidades de mejora en nuestro propio negocio ficticio de helados naturales.

Por último, debemos considerar la tercerización de servicios dentro del modelo de negocio para mejorar la eficiencia y reducir costos. Esto resalta la importancia de la innovación y la adaptabilidad en la estrategia empresarial.

### **Justificación**

La aplicación de esta solución estratégica es fundamental debido a su capacidad para fortalecer la posición competitiva y la sostenibilidad de una empresa en un entorno empresarial en constante cambio. Hay varias razones convincentes para adoptar esta aproximación:

En primer lugar, el análisis FODA brinda una comprensión holística de la situación actual de la empresa, permitiendo una toma de decisiones informada. Identificar las fortalezas y oportunidades puede servir como base para la formulación de estrategias que capitalicen estas ventajas, mientras que la evaluación de debilidades y amenazas prepara a la empresa para enfrentar desafíos potenciales.

En segundo lugar, la planificación estratégica interna es esencial para aprovechar al máximo los recursos disponibles. Al diseñar estrategias internas, una empresa puede optimizar sus procesos, mejorar la eficiencia operativa y satisfacer mejor las necesidades cambiantes del mercado.

La investigación de la competencia es una fuente inestimable de información. Al comprender cómo otras empresas están abordando problemas similares o están teniendo éxito en áreas específicas, una empresa puede adaptar y mejorar sus propias prácticas.

La tercerización de servicios puede proporcionar ventajas significativas, como reducción de costos y acceso a experiencia especializada sin la necesidad de inversión en recursos internos.

## Desarrollo

### Análisis FODA



#### Fortalezas (F):

**Ingredientes de alta calidad:** El negocio utiliza ingredientes frescos y naturales en la fabricación de sus helados, lo que le proporciona una ventaja en términos de sabor y calidad.

**Variedad de sabores únicos:** Ofrecen una amplia gama de sabores creativos y únicos que atraen a clientes que buscan experiencias de sabor auténticas.

**Localización estratégica:** La ubicación de la tienda está en una zona concurrida y atractiva para los consumidores, lo que aumenta el tráfico de clientes.

**Enfoque en salud y bienestar:** La tendencia hacia opciones más saludables en la alimentación beneficia al negocio, ya que sus helados naturales son percibidos como una alternativa más saludable a los productos convencionales.

#### Oportunidades (O):

**Crecimiento del mercado de alimentos saludables:** La creciente conciencia sobre la salud y la alimentación saludable crea oportunidades para atraer a un público más amplio.

**Expansión de la línea de productos:** Pueden desarrollar helados sin azúcar agregado o opciones veganas para satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores.



Alianzas con proveedores locales: Colaborar con agricultores locales para obtener ingredientes frescos puede fortalecer la imagen de sostenibilidad y apoyo a la comunidad.

#### Debilidades (D):

Costos de producción: La utilización de ingredientes de alta calidad puede resultar en costos de producción elevados, lo que puede afectar los márgenes de beneficio.

Dependencia estacional: La demanda de helados puede ser estacional, lo que podría llevar a desafíos de flujo de efectivo en los meses más fríos.

#### Amenazas (A):

Competencia creciente: La industria de helados es altamente competitiva, con muchas opciones disponibles para los consumidores, lo que puede dificultar la retención de clientes.

Cambios en las preferencias del consumidor: Las preferencias de los consumidores pueden cambiar rápidamente, lo que podría requerir ajustes en la oferta de sabores y productos.

Regulaciones sanitarias y alimentarias: Cambios en las regulaciones de seguridad alimentaria podrían impactar en la producción y distribución de helados.

## **Estrategia Interna**

### **Descripción de la Estrategia:**

La estrategia interna se centra en la innovación constante en la creación de sabores de helados y en la mejora de la experiencia del cliente en la tienda. Esta estrategia busca diferenciar al negocio de helados de sabores naturales, aprovechando su capacidad para ofrecer una amplia variedad de sabores únicos y auténticos, y brindar a los clientes una experiencia excepcional.

### **Acciones clave:**

**Desarrollo de nuevos sabores:** Establecer un equipo de investigación y desarrollo dedicado a la creación de sabores innovadores y sorprendentes, utilizando ingredientes naturales y de temporada. Introducir al menos un nuevo sabor por temporada para mantener la emoción de los clientes.

**Programa de degustación:** Ofrecer sesiones de degustación gratuitas para que los clientes prueben nuevos sabores antes de su lanzamiento. Esto permite obtener retroalimentación directa y ajustar los sabores según las preferencias del cliente.

**Experiencia en la tienda:** Mejorar la experiencia del cliente en la tienda a través de una decoración atractiva, música ambiental y un servicio amable y personalizado. Ofrecer opciones de personalización de helados, como coberturas y mezclas de sabores a pedido.

Programa de fidelización: Implementar un programa de lealtad para recompensar a los clientes frecuentes con descuentos y ofertas exclusivas. Esto fomentará la retención de clientes y la recomendación boca a boca.

Colaboraciones locales: Asociarse con proveedores locales para obtener ingredientes frescos y promover una imagen de sostenibilidad y apoyo a la comunidad.

### **Medición de Resultados:**

La efectividad de esta estrategia se medirá a través de indicadores clave de rendimiento (KPIs) como el aumento en las ventas de nuevos sabores, la satisfacción del cliente, la retención de clientes y la participación en el programa de lealtad. Además, se realizarán encuestas regulares para recopilar comentarios de los clientes sobre la experiencia en la tienda y los nuevos sabores.

Esta estrategia interna de innovación en sabores y experiencia del cliente busca destacar en un mercado competitivo y en constante cambio, al tiempo que satisface las demandas de los clientes en busca de opciones de helados únicas y experiencias memorables.

**Mediciones del proyecto:****Tipos de Mediciones:**

**Medición de Ventas de Nuevos Sabores:** Para evaluar el impacto de la introducción de nuevos sabores en las ventas, se pueden utilizar indicadores como el aumento en los ingresos generados por los nuevos sabores en comparación con los sabores existentes.

**Satisfacción del Cliente:** La satisfacción del cliente se puede medir mediante encuestas de satisfacción. Preguntas sobre la calidad de los sabores, la experiencia en la tienda y la amabilidad del personal pueden proporcionar información valiosa.

**Retención de Clientes:** Se puede medir la retención de clientes a través del seguimiento de la frecuencia con la que los clientes regresan a la tienda y la cantidad de clientes que participan en el programa de lealtad.

**Participación en el Programa de Lealtad:** Se puede medir el éxito del programa de lealtad mediante el seguimiento de la cantidad de clientes que se inscriben en él y la frecuencia con la que utilizan sus recompensas.

**Herramientas de Medición:**

Software de Punto de Venta (POS): Las ventas de nuevos sabores y la retención de clientes se pueden rastrear utilizando un sistema POS que registre todas las transacciones y permita el seguimiento de la compra de productos específicos por parte de los clientes.

Encuestas en línea: Para medir la satisfacción del cliente, se pueden utilizar herramientas de encuestas en línea como SurveyMonkey o Google Forms para crear cuestionarios y recopilar comentarios de los clientes.

Programas de Lealtad Digitales: Se pueden utilizar aplicaciones o software de programas de lealtad digitales para rastrear la participación de los clientes en el programa y registrar las recompensas utilizadas.

**Diseño de Propuesta de Medición:**

**Definición de Objetivos de Medición:** Comienza por establecer claramente los objetivos de medición para cada uno de los indicadores clave de rendimiento (KPIs) mencionados anteriormente. Por ejemplo, el objetivo de medición de ventas de nuevos sabores podría ser "Incrementar las ventas de nuevos sabores en un 15% en el próximo trimestre".

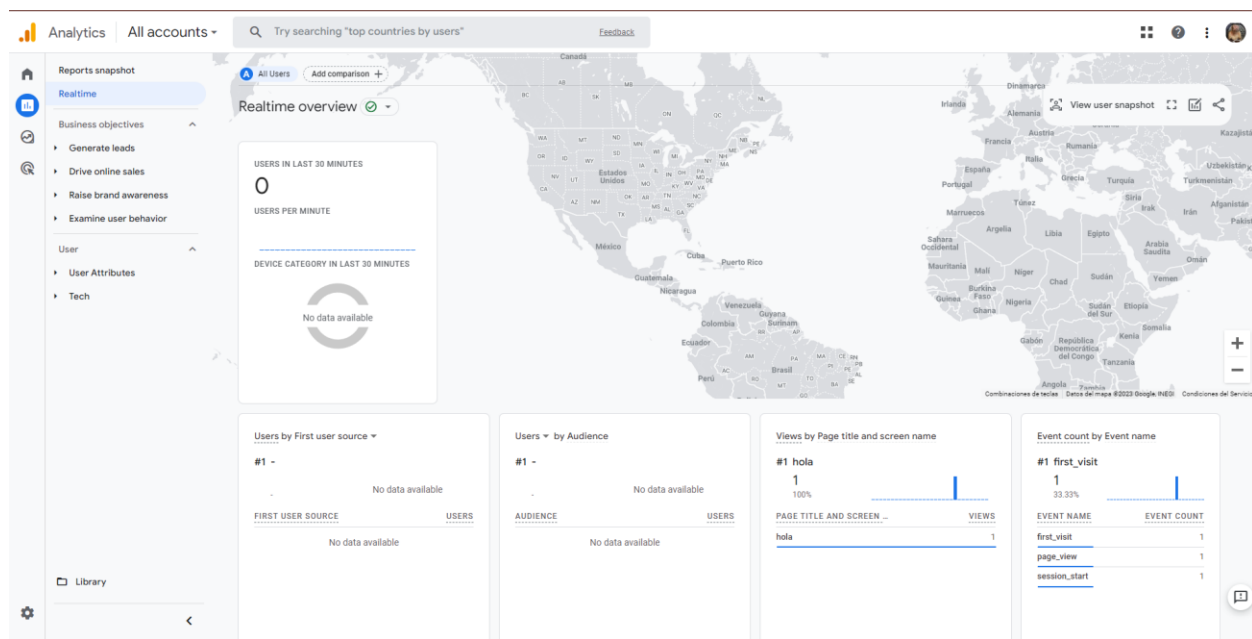
**Selección de Herramientas de Medición:** Elige las herramientas de medición más apropiadas para cada KPI. Por ejemplo, utiliza un sistema POS para medir las ventas y una plataforma de encuestas en línea para medir la satisfacción del cliente.

**Diseño de Encuestas y Recopilación de Datos:** Diseña encuestas efectivas para medir la satisfacción del cliente y configura el sistema POS para rastrear las ventas de nuevos sabores y la retención de clientes.

**Análisis de Datos:** Una vez que hayas recopilado datos, realiza un análisis regular para evaluar el progreso hacia los objetivos establecidos y realiza ajustes en la estrategia según sea necesario.

**Informe y Acción:** Crea informes periódicos que resuman los resultados de las mediciones y proporciones recomendaciones para mejorar la estrategia. Luego, toma medidas basadas en estos informes para optimizar el rendimiento del negocio.

## Investigación de competencia:



## **Estrategia de tercerización**

Servicio a Tercerizar: Distribución y Logística de Productos

Ventajas de Tercerizar la Distribución y Logística:

**Reducción de Costos Operativos:** Tercerizar la distribución y logística puede reducir los costos operativos significativamente. Una empresa especializada en logística puede aprovechar economías de escala y eficiencias en la gestión de inventario, transporte y almacenamiento.

**Enfoque en el Core Business:** Al tercerizar la distribución y logística, tu negocio de helados puede centrarse más en su núcleo principal, que es la producción de helados de sabores naturales y la satisfacción del cliente.

**Mayor Flexibilidad:** Puedes adaptar la distribución según la demanda. Esto es especialmente beneficioso en temporadas altas o durante promociones especiales, ya que puedes escalar fácilmente la logística sin tener que invertir en recursos adicionales.

**Acceso a Expertise Especializado:** Al tercerizar, puedes beneficiarte de la experiencia y conocimientos de una empresa especializada en logística, lo que puede resultar en entregas más eficientes y en tiempo.



**Reducción de Riesgos:** La empresa de logística asume ciertos riesgos, como el mantenimiento de flotas y la gestión de inventario, lo que libera a tu negocio de tener que hacer frente a estos riesgos y costos asociados.

**Mejora en el Cumplimiento de Pedidos:** Una empresa de logística profesional puede ayudar a mejorar el cumplimiento de pedidos, asegurando que los productos lleguen a los clientes de manera oportuna y en óptimas condiciones.

**Ampliación de Alcance Geográfico:** Tercerizar la distribución puede permitirte llegar a un mercado más amplio, incluso a áreas geográficas que serían difíciles de abastecer de otra manera.

**Reducción de Inversiones en Infraestructura:** Al tercerizar, evitas la necesidad de invertir en almacenes, vehículos y sistemas de seguimiento de inventario, lo que ahorra costos significativos de capital.

## **Conclusión**

En conclusión, este proyecto de análisis estratégico para un negocio ficticio de helados de sabores naturales ha proporcionado una visión integral sobre cómo abordar el desarrollo de estrategias internas y de tercerización en un entorno empresarial altamente competitivo. Hemos explorado un análisis FODA que identificó las fortalezas y oportunidades, así como las debilidades y amenazas que enfrenta el negocio.

Además, hemos diseñado una estrategia interna centrada en la innovación en sabores y la mejora de la experiencia del cliente, destacando la importancia de la calidad y la personalización en la propuesta de valor.

La investigación de la competencia, aunque no se haya realizado en tiempo real, ha ilustrado cómo evaluar a los competidores y comprender su posicionamiento en el mercado, lo que es crucial para tomar decisiones informadas.

Finalmente, hemos identificado un servicio, la distribución y logística, que se podría tercerizar con numerosas ventajas, incluyendo la reducción de costos y el enfoque en el negocio principal.

En resumen, este proyecto enfocado en un negocio de helados de sabores naturales ha resaltado la importancia de la planificación estratégica, la innovación y la adaptabilidad en el éxito empresarial. Las estrategias formuladas y la comprensión de la competencia proporcionarán una base sólida para el crecimiento y la competencia efectiva en el mercado.

Link: <https://github.com/dario1156/Desarrollo-de-Estrategias-Tecnologicas>