

Actividad [#2] – [Estrategias de desarrollo internas y tercerización]

[Desarrollo de estrategias tecnológicas]

Ingeniería en Desarrollo de Software

Tutor: Humberto Jesús Ortega Vázquez

Alumno: Gabriel German Verdugo Solís

Fecha: 28 de mayo del 2024

INDICE

- **Introducción**
- **Descripción**
- **Justificación**
- **Desarrollo**
 - **Análisis FODA**
 - **Estrategia interna**
 - **Mediciones del proyecto**
 - **Investigación de competencia**
 - **Estrategia de tercerización**
- **Conclusión**
- **Referencias bibliográficas**

INTRODUCCIÓN.

En esta segunda actividad, se pretende generar estrategias de desarrollo tanto internas como de tercerización, basándonos en base a las ideas de estrategia de innovador sobre el Sistema de Logística Sostenible, que se presentó en la actividad 1. Esto pueden permitir generar ventajas competitivas ante el mercado, promoviendo que estas tengan base con las tendencias actuales en los negocios, utilizando un análisis de FODA de la empresa, diseñar una estrategia interna, competencias de modelo de negocio y identificar que servicio de modelo de negocio se puede tercerizar y que ventajas tendría realizarlos. Aplicando una herramienta de SemRush.

En la implementación de estrategias de desarrollo se ha vuelto imperativa para garantizar la competitividad y sostenibilidad a largo plazo. En este sentido, la optimización de los procesos logísticos desempeña un papel fundamental, especialmente cuando se busca no solo eficiencia operativa, sino también la incorporación de prácticas sostenibles que contribuyan al cuidado del medio ambiente. La logística sostenible se presenta como un enfoque innovador y responsable que busca armonizar el crecimiento empresarial con la preservación del entorno. En esta introducción, exploraremos la necesidad de desarrollar estrategias tanto internas como de tercerización en el marco de un Sistema de Logística Sostenible.

La globalización de los mercados y la creciente conciencia ambiental han transformado la manera en que las empresas abordan sus operaciones logísticas. La eficiencia en la cadena de suministro ya no es suficiente; se requiere una perspectiva más amplia que integre prácticas sostenibles para hacer frente a los desafíos actuales y futuros. Ejemplos de

estrategias internas, tercerización para la logística y la Innovación en el sistema de logísticas sostenibles.

Estrategias Internas para la Logística Sostenible.

Optimización de procesos internos: Identificación de áreas de mejora en la gestión de inventarios, rutas de distribución y almacenamiento para minimizar los impactos ambientales.

Inversión en tecnologías: Adopción de tecnologías ecoeficientes, como vehículos eléctricos, sistemas de gestión de energía y automatización, para reducir la huella de carbono.

Capacitación y concientización del personal: Desarrollo de programas de formación para empleados que fomenten la conciencia ambiental y promuevan prácticas sostenibles en todas las etapas de la cadena logística.

Estrategias de Tercerización Sostenibles:

Selección de proveedores sostenibles: Evaluación y elección de proveedores comprometidos con prácticas responsables y sostenibles, asegurando que los socios comerciales compartan los mismos valores.

Colaboración en la cadena de suministro: Establecimiento de alianzas estratégicas con otros actores de la cadena de suministro para optimizar conjuntamente las operaciones y reducir los impactos ambientales.

Externalización de servicios especializados: Contratación de servicios especializados en logística sostenible, permitiendo a la empresa beneficiarse de la experiencia de expertos en el desarrollo e implementación de prácticas sostenibles.

Innovación en el Sistema de Logística Sostenibles.

Tecnologías emergentes: Exploración de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, el blockchain y la Internet de las cosas para mejorar la visibilidad, trazabilidad y eficiencia en la cadena de suministro.

Diseños de envases ecoamigables: Desarrollo de envases y embalajes sostenibles que minimicen el desperdicio y fomenten la reutilización o el reciclaje.

Modelo de distribución alternativo: Investigación y aplicación de modelos de distribución innovadores, como la entrega con vehículos eléctricos autónomos o la logística colaborativa, para reducir la congestión y las emisiones.

Como podemos observar, las estrategias de desarrollo interno y de tercerización, en conjunto con enfoques innovadores en el Sistema de Logística Sostenible, no solo beneficia a las empresas desde el punto de vista ambiental, sino que también puede generar ventajas competitivas significativas en el mercado actual. Este enfoque holístico hacia la sostenibilidad logística representa un paso crucial hacia un futuro empresarial más responsable y resiliente.

DESCRIPCIÓN.

Como mencionamos en la introducción, el empeño por abrazar la sostenibilidad como pilar fundamental de su operativa, nuestra empresa se encuentra inmersa en la creación de estrategias de desarrollo tanto internas como de tercerización, con una visión innovadora centrada en el Sistema de Logística Sostenible. Este enfoque integral refleja nuestra comprensión de que la sostenibilidad no solo es un imperativo ético, sino también un camino hacia la diferenciación competitiva y la resiliencia empresarial.

Internamente, estamos comprometidos en la transformación de nuestros procesos, desde la cadena de suministro hasta la cultura organizacional. La optimización de operaciones, la incorporación de tecnologías de vanguardia y la promoción de una mentalidad orientada a la sostenibilidad son pilares esenciales de esta estrategia interna. Reconocemos que la auténtica sostenibilidad comienza desde dentro y se propaga hacia fuera. Simultáneamente, exploramos oportunidades de tercerización estratégica para potenciar aún más nuestros esfuerzos sostenibles. Al elegir cuidadosamente proveedores comprometidos con prácticas sostenibles y externalizar servicios tecnológicos especializados, buscamos fortalecer nuestra cadena de suministro y acelerar la adopción de innovaciones sin comprometer recursos internos valiosos.

Nuestra estrategia innovadora en el Sistema de Logística Sostenible no se limita a la adopción de prácticas actuales, sino que se proyecta hacia el futuro. Exploramos y adoptamos tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el blockchain, para mejorar la eficiencia y transparencia. Además, investigamos modelos logísticos alternativos, como la logística colaborativa, anticipándonos a las tendencias del mercado y liderando el

camino hacia una logística más sostenible y eficiente. Este enfoque holístico no solo es un compromiso con la responsabilidad corporativa, sino también una declaración de nuestro deseo de liderar el cambio en un mundo empresarial cada vez más consciente. A través de estrategias internas sólidas, asociaciones estratégicas y una visión audaz de la innovación sostenible, estamos creando las bases para un futuro donde la logística sostenible no solo es un estándar, sino también una ventaja competitiva distintiva.

JUSTIFICACIÓN.

Se justifica por la implementación de estrategias de desarrollo interno y de tercerización, con un enfoque innovador en el Sistema de Logística Sostenible, se presenta como una solución estratégica imperativa para nuestra empresa. Esta elección no solo responde a los desafíos actuales del mercado, sino que también anticipa las tendencias emergentes y las expectativas crecientes de los consumidores y las partes interesadas. Ejemplos clave para emplear este tipo de solución.

Adaptabilidad a las tendencias del mercado: La estrategia innovadora en el Sistema de Logística Sostenible no solo cumple con las expectativas actuales, sino que también anticipa las tendencias futuras del mercado. La integración de tecnologías emergentes y modelos de distribución alternativos no solo garantiza relevancia, sino también una posición de liderazgo en la industria.

Eficiencia operativa y reducción de costos: La optimización de procesos internos y la tercerización de servicios especializados contribuyen directamente a la eficiencia operativa.

La adopción de tecnologías innovadoras, junto con la externalización de ciertos aspectos de la cadena de suministro, puede resultar en una reducción de costos significativa a largo plazo.

Sostenibilidad como diferenciador competitivo: En un entorno empresarial cada vez más competitivo, la sostenibilidad no solo es una expectativa, sino un diferenciador crucial. La adopción de prácticas sostenibles no solo responde a las demandas éticas, sino que también posiciona a la empresa como líder en un mercado donde la responsabilidad social y ambiental es un factor decisivo para la preferencia del consumidor.

Alineación con la demanda del consumidor: La creciente conciencia ambiental entre los consumidores demanda productos y servicios sostenibles. Al adoptar estrategias de desarrollo sostenible, la empresa se alinea con las expectativas del mercado y construye una conexión más sólida con los clientes.

Resiliencia ante cambio regulatorios y ambientales: La implementación de estrategias sostenibles proporciona una capa de resiliencia frente a cambios regulatorios y eventos ambientales. Al anticipar y adaptarse proactivamente a las normativas y estándares emergentes, la empresa puede mitigar riesgos y mantener la continuidad operativa.

La elección de estas soluciones no solo es una respuesta estratégica a los desafíos actuales, sino una inversión en la sostenibilidad y la competitividad a largo plazo. La adopción de prácticas innovadoras y sostenibles no solo beneficia a la empresa, sino que también contribuye al bienestar del medio ambiente y la sociedad en general.

DESARROLLO.

- Análisis de FODA.

ANÁLISIS DAFO

Debilidades

- Procesos internos susceptibles a ineficiencias.
- Dependencia de proveedores tradicionales.
- Necesidad de actualización en tecnologías logísticas.

Amenazas

- Cambios en las regulaciones medioambientales.
- Competencia intensa en el mercado sostenible.
- Riesgos asociados a la cadena de suministro global.
- Posible resistencia interna al cambio.

Fortalezas

- Reconocida reputación de la marca.
- Infraestructura logística sólida.
- Compromiso con la sostenibilidad.
- Talento altamente calificado en logística y cadena de suministro.

Oportunidades

- Crecimiento en la demanda de productos sostenibles.
- Avances tecnológicos en logística y cadena de suministro.
- Colaboración con proveedores sostenibles.
- Acceso a financiamiento para iniciativas de sostenibilidad.

○ Estrategia Internas.

El objetivo es desarrollar e implementar un Sistema de Logística Sostenible que mejore la eficiencia y reduzca la huella ambiental y aproveche las oportunidades de mercado.

Acciones.

Optimización de procesos internos: Identificación y eliminación de ineficiencias en la cadena de suministro mediante tecnologías emergentes y análisis de datos.

Capacitación y desarrollo del personal: Programas de formación para fomentar la conciencia ambiental y habilidades en nuevas tecnologías logísticas.

Inversión en tecnologías sostenibles: Incorporación de vehículos eléctricos, sistemas de gestión de energía y tecnologías IoT para la monitorización y optimización en tiempo real.

Diseño de envase ecoamigables: Investigación y adopción de envases sostenibles para reducir el impacto ambiental.

○ Mediciones del Proyecto.

Medir el impacto de un proyecto de logística sostenible es esencial para evaluar su efectividad y realizar ajustes necesarios. En el proyecto propuesto, se pueden emplear diversas métricas, y SemRush puede desempeñar un papel valioso en la medición de la visibilidad y el rendimiento en línea. Les presento algunas métricas y cómo se pueden medir con SemRush.

Optimización de procesos internos:

Medición: Reducción de tiempos de entrega, disminución de residuos, y aumento de eficiencia operativa.

SemRush: Análisis del tráfico del sitio web interno para evaluar la eficacia de las páginas relacionadas con la logística sostenible.

Inversión de tecnologías sostenibles:

Medición: Reducción en el consumo de energía, mejora en la eficiencia de la flota de vehículos, adopción de tecnologías innovadoras.

SemRush: Monitoreo de tendencias de búsqueda relacionadas con tecnologías sostenibles y análisis de palabras clave específicas del sector.

Capacitación y concientización del personal:

Medición: Nivel de participación en programas de formación, encuestas de satisfacción del empleado sobre sostenibilidad.

SemRush: Evaluación del tráfico y participación en el contenido interno relacionado con programas de capacitación.

Estrategias de logísticas sostenibles:

Medición: Reducción en las emisiones de carbono, mejora en la eficiencia del transporte, cumplimiento de estándares ambientales.

SemRush: Monitoreo de la visibilidad en línea, comparación con competidores y evaluación de la efectividad de las estrategias de marketing digital.

Propuestas de Medición con SemRush.

Análisis de palabras claves: Utilizar SemRush para identificar y monitorear las palabras clave relacionadas con logística sostenible, evaluar su clasificación en los motores de búsqueda y ajustar la estrategia de contenido según la demanda del mercado.

Análisis de competencia: Comparar el rendimiento en línea y la visibilidad con los competidores utilizando SemRush. Evaluar cambios en la participación de mercado en línea y ajustar la estrategia según los hallazgos.

Seguimiento de tráfico orgánico: Utilizar las herramientas de análisis de tráfico de SemRush para medir el aumento en el tráfico orgánico del sitio web. Esto podría indicar una mayor conciencia y reconocimiento de la empresa en el espacio digital.

Análisis de backlinks y referencias: Monitorizar los backlinks y menciones a la empresa en línea mediante SemRush. Un aumento en la cantidad y calidad de los backlinks puede indicar una creciente autoridad y confianza en el espacio digital.

Evaluación de participación en redes sociales: Utilizar SemRush para analizar la participación y la visibilidad en redes sociales, evaluando la efectividad de las campañas de concientización y la receptividad del público.

Medición de conversiones: Configurar objetivos y eventos de conversión en SemRush para rastrear la eficacia de las llamadas a la acción relacionadas con la logística sostenible en el sitio web.

Monitoreo de reseñas y opiniones: Utilizar SemRush para monitorear reseñas y opiniones en línea. Un aumento en las reseñas positivas podría indicar una mejora en la percepción de la empresa en relación con la sostenibilidad.

Al incorporar SemRush en la estrategia de medición, la empresa puede obtener una visión más completa del impacto de su proyecto de logística sostenible en el espacio digital, permitiendo ajustes proactivos y optimizaciones continuas.

○ Investigación de Competencia.

El término "competencia" se refiere a la rivalidad existente entre empresas o individuos que buscan alcanzar objetivos similares, como obtener una mayor participación en el mercado, atraer clientes o maximizar beneficios. La competencia es un componente esencial en el funcionamiento de los mercados y puede tener diversas manifestaciones.

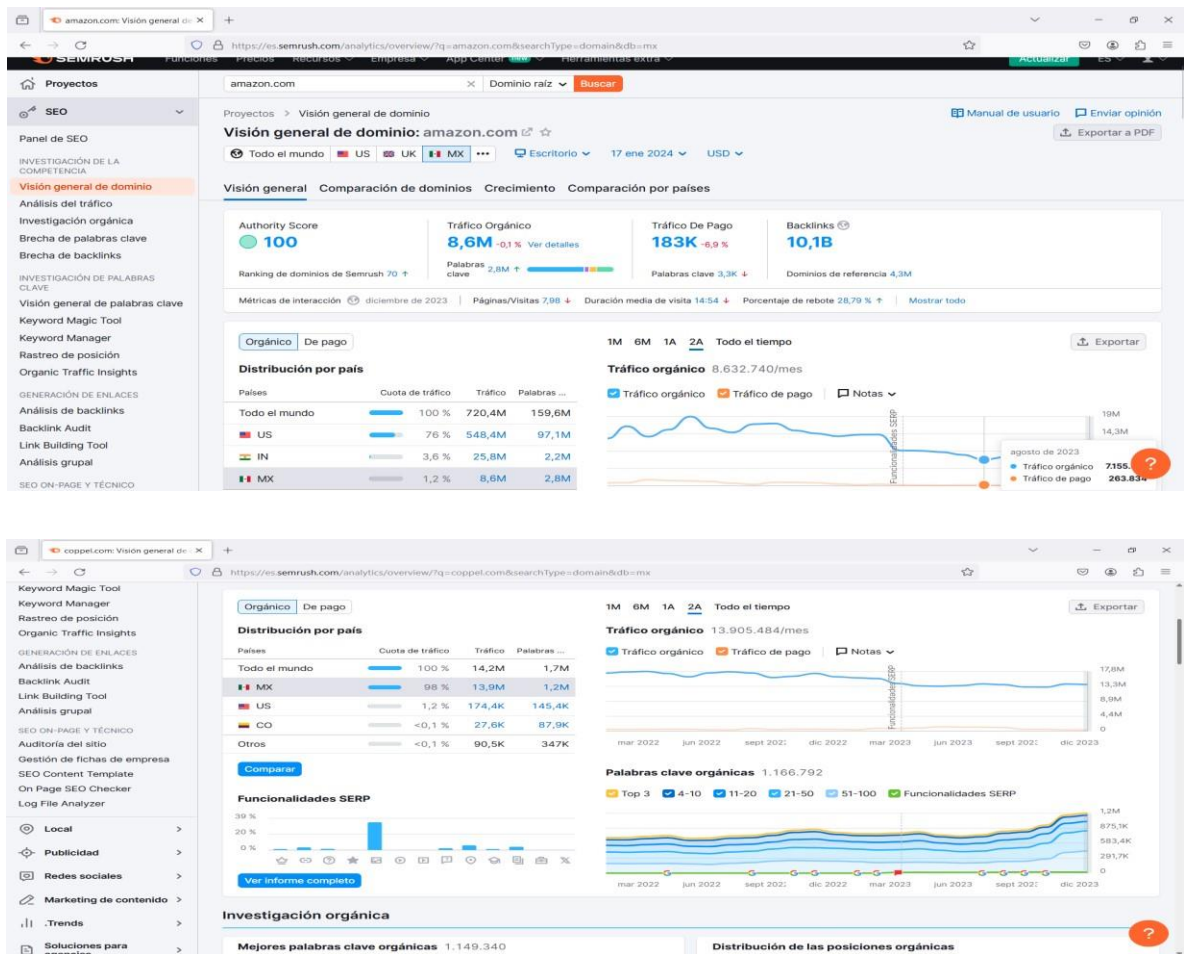
Un análisis de la competencia es el proceso de investigar a los competidores para saber más sobre sus puntos fuertes y débiles, sus productos y sus estrategias de marketing. Si se hace correctamente, un análisis de la competencia puede proporcionar datos para una estrategia y una toma de decisiones informada. Dependiendo de tu negocio, puedes analizar a los competidores de muchas formas. Uno pasos básicos que debes conocer.

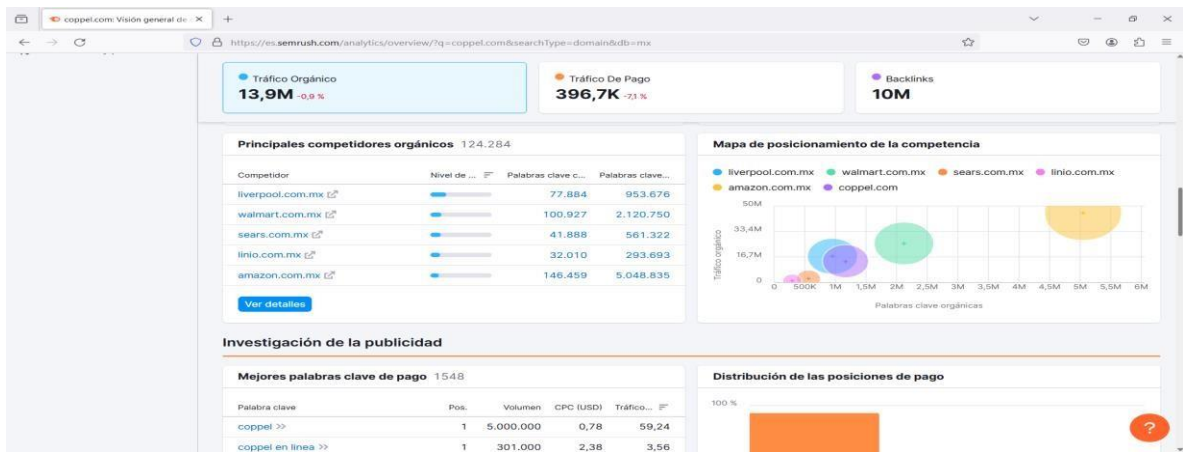
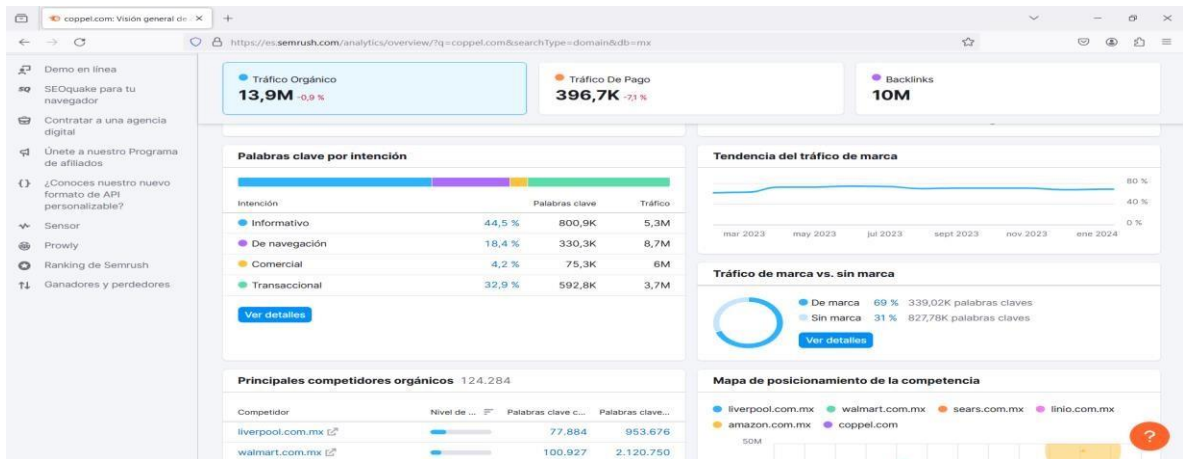
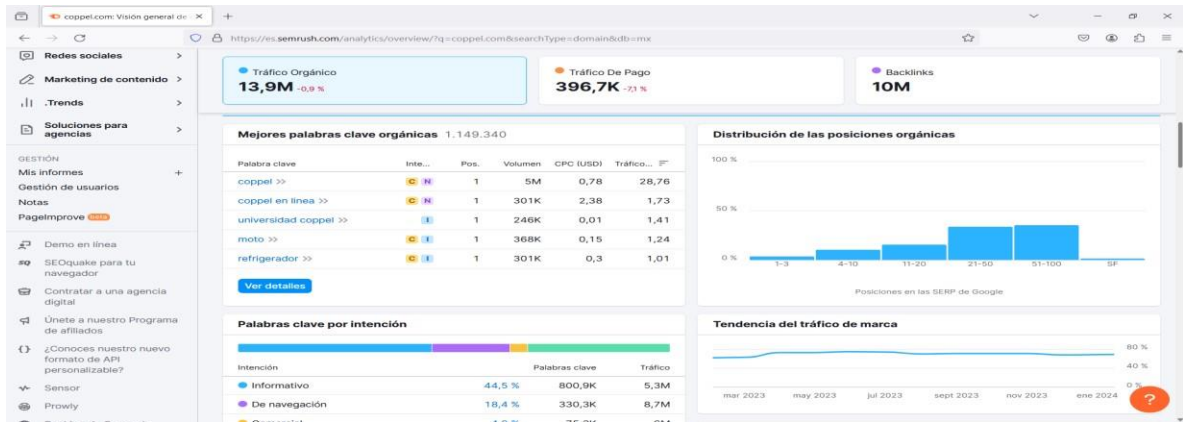
- Comprender tu sector y el panorama competitivo.
- Encontrar a los diferentes tipos de competidores.
- Comprender tu mercado y tu público.
- Utilizar tus conclusiones para crear puntos de referencia.
- Evaluar tu estrategia de marketing actual (e incluso desarrollar una nueva).

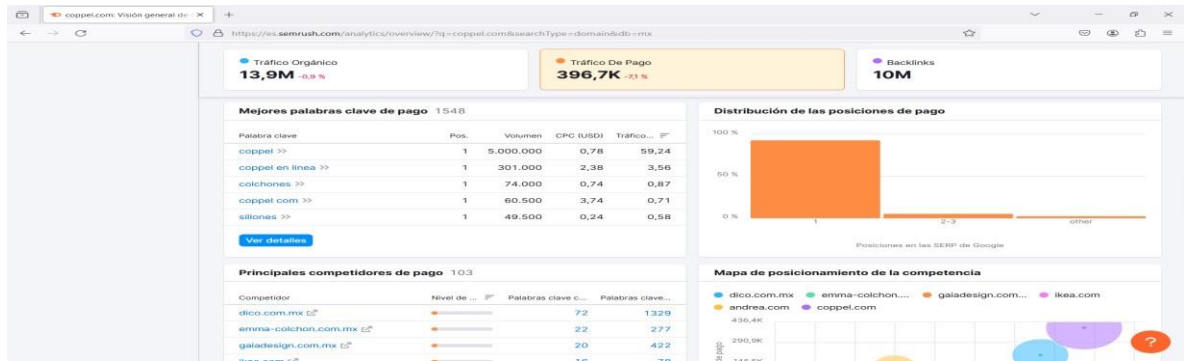
La competencia es un motor de la innovación, la eficiencia y la mejora continua en los negocios. Las empresas que participan en un mercado competitivo están constantemente desafiándose a sí mismas para ofrecer mejores productos, servicios y experiencias a los consumidores.

Ejemplos de comparaciones de competencia **Coppel.com y Amazon.com**, Distribución por país, tráfico orgánico, palabras claves orgánicas, palabras claves por intención, tráfico de marcas, mapa de competencias, distribución de posicionamiento de pago, lista de competidores y posicionamiento,

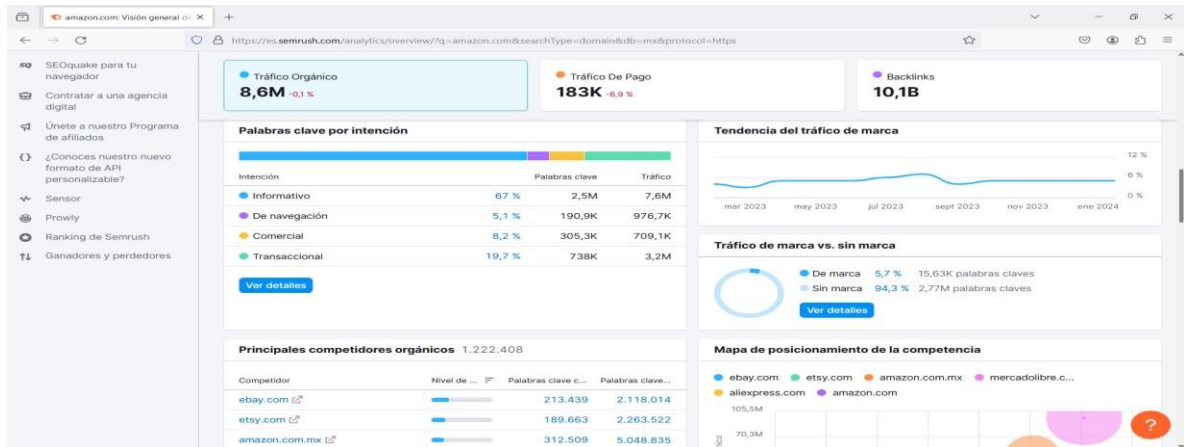
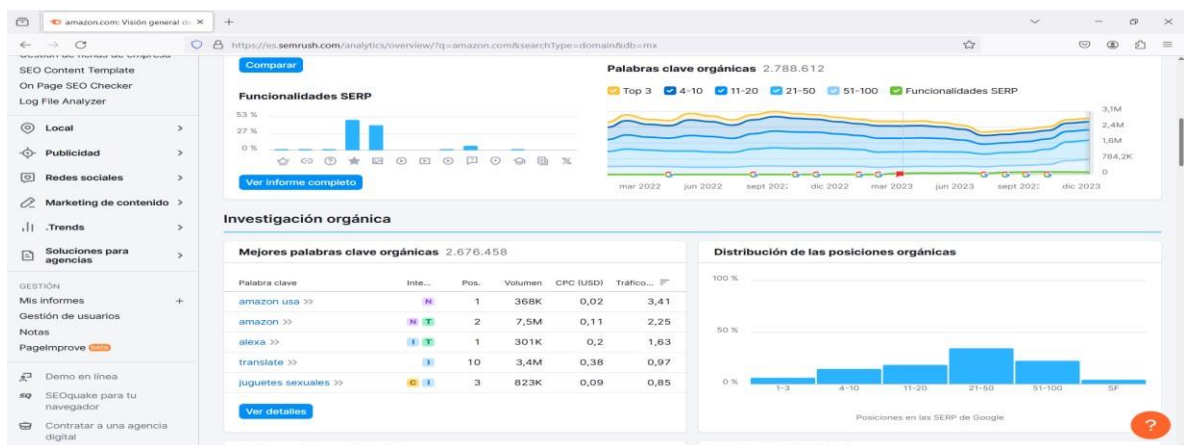
Coppel.com

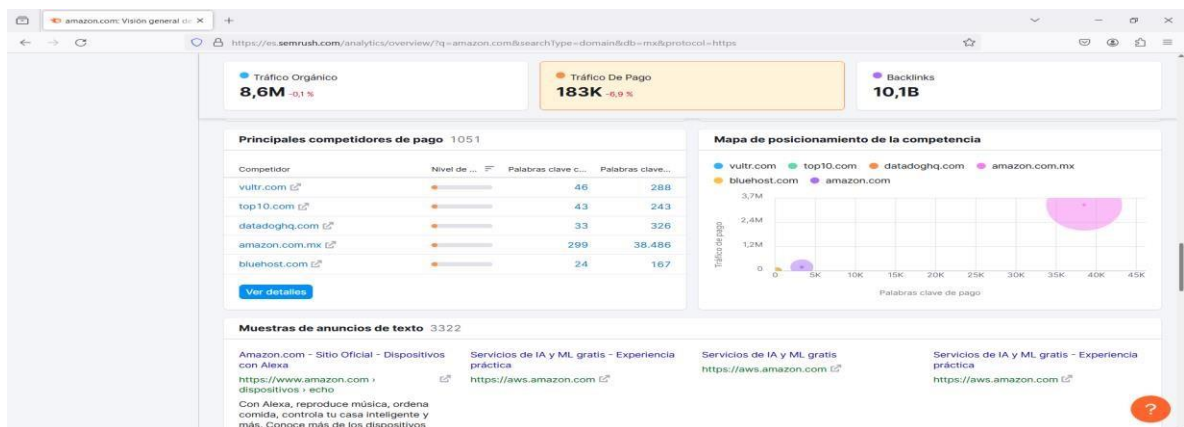
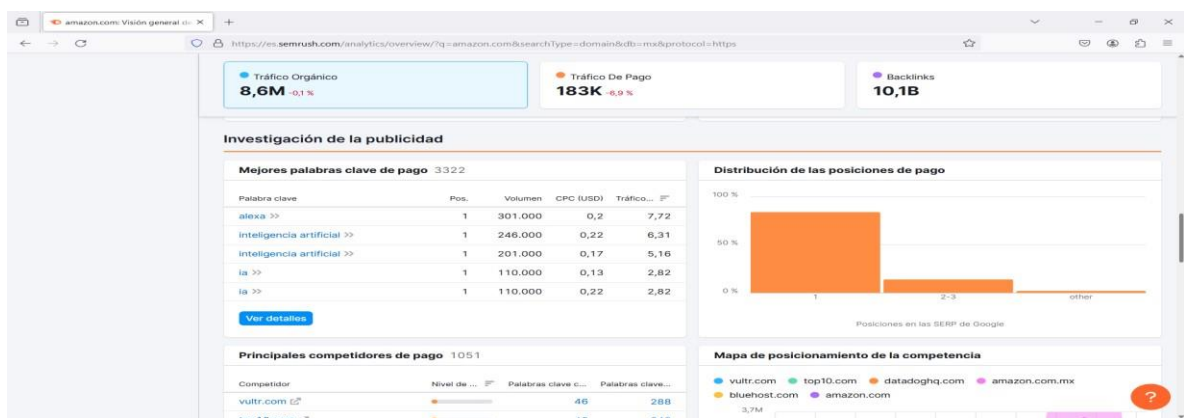
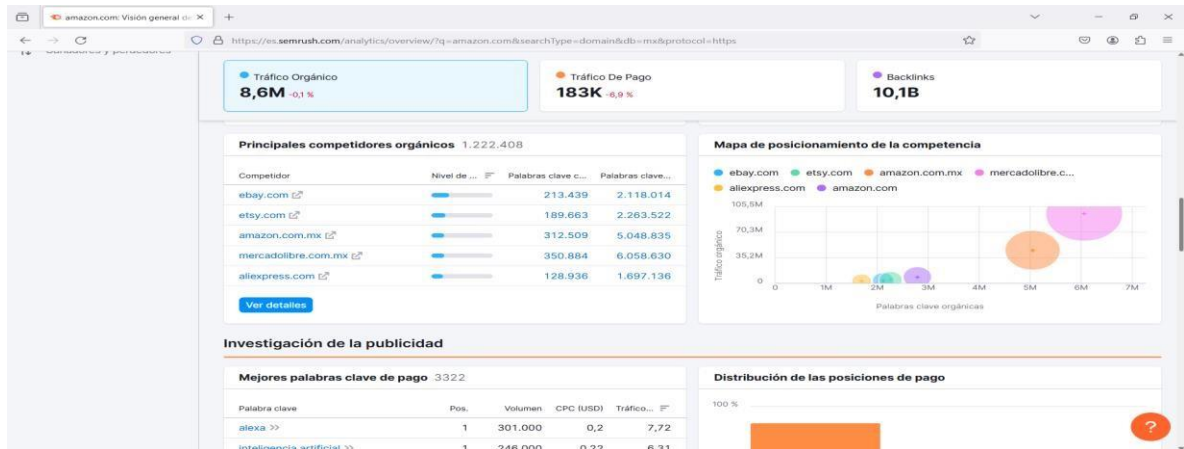






Amazon.com.





Como podemos observar, nos mide la competencia frente a la competencia, nos ayuda ahorrar tiempo con análisis resumido, Ahorra tiempo con análisis resumidos. Compara hasta cinco competidores en el mismo informe, descubre y analiza las métricas clave tanto para un país específico como globalmente: tráfico orgánico de búsqueda, tráfico de búsqueda de

pago y número de backlinks, elige el tipo de dominio: dominio raíz, subdominio, subcarpeta, principio del formulario.

Mide el rendimiento de dominio en diferentes periodos de tiempos. Ahora tiempo en los informes con datos clave sobre la tendencia de crecimiento de un dominio en un solo lugar, evalúa el progreso de un dominio en tráfico orgánico, tráfico de pago y backlinks para un periodo específico: tres meses, un cuatrimestre, 6 meses, una estación o un año, exporta fácilmente el informe a xls o csv.

○ **Estrategias de Tercerización.**

La competencia cada día es más creciente ha hecho que las empresas redefinan sus estrategias y busquen aliados para acelerar, agilizar y orientar cada una de estas a sus clientes. En este sentido, la tercerización representa una gran opción para lograr este objetivo. La tercerización, también conocida como outsourcing, es una estrategia empresarial en la que una organización delega ciertas funciones o procesos a terceros especializados en esos servicios. Esta práctica puede ofrecer diversas ventajas, como reducción de costos, acceso a habilidades especializadas y mayor enfoque en las competencias centrales. Ejemplos algunas estrategias comunes de tercerización que las empresas pueden considerar.

- Desarrollo de productos y diseño.
- Tercerización de procesos no esenciales.
- Tercerización de tecnologías de la información.
- Externalización de procesos de recursos humanos.
- Gestión de la cadena de suministro.
- Externalización de servicios de atención al cliente.
- Marketing digital.
- Servicios legales.

- Investigación y desarrollo.

Desventajas de la tercerización.

- Pérdida de control en la gestión y administración de las tareas tercerizadas.
- Problemas con la comunicación con el prestador del servicio.
- Temas jurídicos y tributarios (dependiendo de la legislación de cada país).
- Riesgos de encontrar a una empresa no calificada, lo cual pueda generar una mala reputación.

Antes de implementar estrategias de tercerización, es crucial realizar un análisis exhaustivo de costos y beneficios, seleccionar socios confiables y establecer acuerdos contractuales claros. Además, es esencial evaluar regularmente el desempeño de los proveedores externos para garantizar que cumplan con las expectativas y los estándares de la empresa.

Conclusión.

En esta segunda actividad, aprendimos a formular las estrategias para el desarrollo interno y la tercerización, así como la implementación de una estrategia innovadora en el Sistema de Logística Sostenible, se presenta como un enfoque integral y progresista para fortalecer la posición de la empresa en el mercado. La combinación de estos elementos busca no solo optimizar las operaciones internas, sino también impulsar la sostenibilidad y la eficiencia en toda la cadena de suministro. Una estrategia de desarrollo interna o de tercerización debe permitirnos agregar valor a nuestra empresa, no solo en la reducción de costos, sino en otros resultados, como incrementar nuestro margen o reducir inventarios. Y por supuesto, mejorar el nivel de satisfacción de servicio al cliente. Como podemos observar en esta actividad, existen diversas estrategias que los negocios están

implementando, desde la transformación digital hasta el cambio total en el modelo de negocio. Sin embargo, para realizar cambios, es indispensable modelar nuestro estatus actual y reconocer mediante indicadores donde estamos y cuál es la meta actual, así como los recursos disponibles.

En conjunto, estas estrategias buscan no solo responder a las demandas actuales del mercado, sino también anticiparse a las futuras tendencias, donde la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental se vuelven cada vez más cruciales. Esta aproximación integral no solo beneficia a la empresa en términos de eficiencia y rentabilidad, sino que también contribuye al desarrollo sostenible a largo plazo y refuerza su posición como líder en un mercado cada vez más consciente y competitivo.

Referencias.

Aceves, C. (2020, noviembre 9). *Logística verde: 10 empresas que la realizan con éxito*. THE LOGISTICS WORLD. <https://thelogisticsworld.com/planeacion-estrategica/10empresas-exitosas-que-realizan-logistica-verde/>

(S/f). Semrush.com. Recuperado el 18 de enero de 2024, <https://es.semrush.com/analytics/overview/comparedatabases/?db=mx&q=amazon.com&searchType=domain>