TRÍPTICO - UNIDAD 1

Escenario

El diseño de estrategias de Logística Travel S.R.L., empresa dedicada al transporte de pequeñas, medianas y grandes cargas, así como mudanzas y servicios de distribución a otras empresas, es producto de los años de experiencia de las personas que integran tanto la Alta Gerencia como la Gerencia Media, a esto se suma también el conocimiento del negocio, la intuición y su propensión al riesgo. El Gerente General, afirma: ***“La planificación estratégica del cambio es fundamental para sobrevivir en un entorno ultra competitivo”***, haciendo referencia a cómo se amplió el volumen de empresas que se dedican al mismo rubro en nuestra región.

La estrategia general de la empresa es **destacarse por brindar servicios de excelencia, con personal altamente profesionalizado, seriedad en las transacciones, para crecer a un ritmo continuo en clientes y cobertura**

Las estrategias de la organización son:

* **Desarrollar una cultura de gestión que se ajuste a las nuevas necesidades del mercado para poder competir y lograr la excelencia que se busca en la calidad de atención.**
* Generar alianzas estratégicas con los proveedores
* Gestión integral del personal apoyando su desarrollo humano, técnico y profesional.
* Conformar equipos de trabajo auto liderados
* Orientar las tareas al aprovechamiento de los recursos tecnológicos en forma eficiente y eficaz.
* Desarrollar un Sistema de Distribución de productos, que sea ágil y dinámico.
* Actualizar continuamente los servicios de transporte ofrecidos, manteniendo el eje vanguardista de la Empresa.

La empresa mantiene una casa central ubicada en la ciudad de Corrientes, con tres estaciones terminales ubicados en Sáenz Peña, Chaco; en Formosa, capital, y en Mercedes, Corrientes. Estas estaciones tienen por finalidad servir de garaje para los camiones, camionetas y utilitarios utilizados para los servicios en cada zona de cobertura y para mantenimiento y reparación de las unidades.

Como la empresa está creciendo, se ha vuelto imperiosa la necesidad de organizar aún más la información generada, que ayude a una toma de decisiones adecuadas al ritmo de expansión de la Organización. Desde una perspectiva de negocio, la inteligencia de negocios o Business Intelligence (BI), es *“la capacidad de acceder a información relevante sobre algún aspecto del negocio de manera tal que fortalezca las capacidades de las empresas para identificar oportunidades, detectar riesgos, y competir más eficaz y eficientemente”*.

Este Sistema para BI permitirá analizar los datos para poder identificar tendencias y/o patrones significativos en el área de ventas, permitiendo la focalización en el estudio de los hechos. Ahora que la Empresa ha decidido incursionar en un nuevo rubro de transporte de caudales, se torna indispensable un sistema que permita diagnosticar, analizar y proveer soluciones a situaciones que pueden ser riesgosas para la estabilidad organizacional, como así también para la detección de factores que proporcionen ventajas competitivas.

<https://www.fletalo.com.ar/about-us>

<https://www.vergahnos.com.ar/>

<https://mudanzasatenas.com.ar/>

# Consignas

1. Efectuar el alineamiento estratégico, a partir de la estrategia organizacional asignada.
2. Clasificar la aplicación resultante del alineamiento propuesto en el punto 1. según estas tres taxonomías vistas en la materia:
   * El modelo de Porter aplicado a los SI
   * Tipo de beneficio y tipo de inversión
   * Según la cartera de aplicaciones

En todos los casos, justificar la respuesta.

1. De acuerdo con el tipo de aplicación según la cartera de aplicaciones; **decidir la estrategia genérica** de TI a aplicar. Fundamentar la decisión.Propuestas

# 1.- Alineamiento Estratégico

## 1.- Presentación y compromiso del equipo



## 

## 2.- Descripción de la situación actual

1. **Identificación de las funciones y procesos por área:**

Departamento de Logística y Transporte

**Funciones:**

* **Coordinación operativa de los pedidos:** Planificar y organizar las acciones necesarias para ejecutar los pedidos de transporte, garantizando la comunicación efectiva entre todas las áreas involucradas.
* **Registrar y reportar actividades:** Llevar un control detallado de las operaciones realizadas, incluyendo indicadores de rendimiento.
* **Administrar los recursos logísticos:** Asignar y optimizar el uso de vehículos, personal y otros recursos necesarios para llevar a cabo los traslados.
* **Recepción y almacenamiento de información de pedidos:** Recibir la información proveniente del Departamento Comercial y asegurar su correcta clasificación y resguardo para su posterior ejecución.

El departamento está compuesto por los siguientes integrantes:

1. Jefe de Logística.
   1. Funciones:
      * Supervisar el inventario de materiales de embalaje (cajas, plástico de burbujas, cinta, mantas, etc.).
      * Coordinar la distribución de materiales según las necesidades de cada mudanza.
      * Planificar y optimizar las rutas de transporte para las mudanzas.
      * Gestionar los recursos (camiones, personal, combustible) para maximizar eficiencia.
      * Coordinar con los jefes de sede para asegurar que los vehículos estén operativos.
      * Supervisar la distribución de cajas, etiquetas y materiales a los clientes.
      * Analizar costos y tiempos de entrega para mejorar procesos.
      * Trabajar con el jefe de seguridad para garantizar protocolos de protección en traslados.
2. Jefe de seguridad.
   1. Funciones:
      * Implementar protocolos de seguridad para evitar robos o daños durante las mudanzas.
      * Capacitar a conductores y personal en manejo seguro de carga.
      * Investigar incidentes (ej.: accidentes, pérdidas) y proponer soluciones.
      * Coordinar con los jefes de sede para asegurar que los vehículos cumplan normas de seguridad (ej.: frenos, luces).
      * Gestionar sistemas de rastreo GPS o seguros de carga.
3. Jefes de sedes.
4. Funciones:

* Asegurar que los vehículos asignados a su sede estén en óptimas condiciones para las mudanzas.
* Supervisar el mantenimiento preventivo y correctivo de camiones y utilitarios.
* Gestionar el inventario de repuestos y herramientas en su sede.
* Coordinar con el Jefe de Logística la disponibilidad de vehículos para operaciones.
* Organizar turnos de conductores y personal técnico en su sede.
* Reportar incidentes técnicos o retrasos que afecten las mudanzas.

Departamento Comercial/Atención al cliente

**Funciones:**

* **Diseñar planes para captar clientes:** Crear estrategias de marketing y promociones para atraer nuevos clientes potenciales.
* **Atender llamadas, correos o mensajes de clientes sobre el estado de sus pedidos. Registrar reclamos o incidencias en el mismo:** Brindar información clara y actualizada sobre el estado de los servicios a través de distintos canales de comunicación.
* **Contactar al cliente después de la mudanza para evaluar su experiencia:** Realizar un seguimiento post-servicio para conocer su nivel de satisfacción y detectar oportunidades de mejora.

Entre los integrantes del departamento están:

1. Gerente Comercial.
   1. Funciones:
      * Liderar el área comercial
      * Supervisar al Ejecutivo Comercial y al Gestor de Postventa, asignando metas y capacitación.
2. Jefe de Atención al Cliente.
   1. Funciones:
      * Atender llamadas, correos o mensajes de clientes sobre el estado de sus pedidos. Registrar reclamos o incidencias en el mismo.
      * Garantizar una experiencia positiva del cliente en todo el proceso.
      * Coordinar con operaciones (equipos de mudanza), marketing (campañas) y finanzas (presupuestos).
3. Asesor Comercial.
   1. Funciones:
      * Investigar tendencias, competencia y oportunidades (ej.: mudanzas corporativas, logística especializada).
      * Diseñar planes para captar clientes (particulares, empresas, internacionales) y aumentar las ventas.
4. Gestor Postventa.
   1. Funciones:
      * Encargado de la fidelización y satisfacción postservicio.
      * Contactar al cliente después de la mudanza para evaluar su experiencia.
      * Gestionar reclamos (ej.: daños, retrasos) y compensaciones (descuentos, servicios adicionales).
      * Ofrecer descuentos por futuras mudanzas o recomendaciones.
      * Actualizar historiales de clientes para segmentar campañas (ej.: mudanzas recurrentes de empresas).

Departamento de Sistemas

1. Gerente de Sistemas.
2. Funciones:

* Diseñar e implementar la estrategia tecnológica alineada con los objetivos del negocio.
* Evaluar nuevas tecnologías para mejorar procesos y competitividad.

1. Jefe de Sistemas.
2. Funciones:

* Coordina el trabajo diario del equipo técnico (soporte, redes, desarrollo, etc.).
* Asegura que los sistemas informáticos funcionen de forma eficiente y segura.
* Analizar procesos operativos de la organización para detectar ineficiencias. (mantenimiento de camiones, preparación del packaging para el envío de los artículos, seguimiento de los pedidos, etc)
* Documentar procesos operativos
* Proponer mejoras y diseñar flujos de trabajo (idem a los procesos incluidos en el análisis de procesos operativos’’)
* Dar soporte metodológico al equipo de proyecto (propuestas de métodos para mejorar la eficiencia de los envíos y eficacia en los mismos)

1. Personal Asignado.
   1. Funciones:
      * Contribuir al desarrollo del software alineando las necesidades a los objetivos estratégicos de la empresa.

2. Descripción del sistema de información existente:

Logística Travel SRL utiliza un sistema básico descentralizado para la gestión de transporte permitiendo la asignación de vehículos a mudanzas. El sistema es utilizado por el Área de Logística y Transporte. La información de los pedidos le es otorgada a la sede central por el Área Comercial y de Atención al Cliente, donde luego es estratégicamente repartida a alguna de las estaciones terminales.

Las comunicaciones entre la sede central y las estaciones terminales dependen de llamadas y correos electrónicos donde la información de los pedidos son enviados en Excel. Luego los datos de operaciones (viajes, cargas, horarios, mantenimientos, costos, etc) se ingresan al sistema manualmente y son almacenados en una base de datos propia de cada sede.

Actualmente, la empresa no cuenta con una plataforma integrada que permita el seguimiento en tiempo real de las unidades, la gestión centralizada de clientes o el análisis del rendimiento operativo.

Los pedidos se gestionan a través del Área Comercial y de Atención al Cliente, ya sea de forma presencial o mediante contacto telefónico. Esta misma área también se encarga de administrar cualquier modificación en los pedidos, así como de recibir y gestionar quejas o reclamos por parte de los clientes.

3. Crítica de los sistemas existentes

Actualmente, la gestión de la información **no está centralizada ni automatizada**, lo que implica que:

* Los datos de operaciones (viajes, cargas, horarios, mantenimientos, costos, etc.) son distribuidos de forma ineficiente lo que puede lo que puede dar lugar a errores o pérdidas de información.
* Al no tener una base de datos centralizada, da lugar a duplicidad e inconsistencia en el formato de los datos.
* No hay una plataforma integrada para el seguimiento en tiempo real de unidades, gestión de clientes o análisis de rendimiento.
* La toma de pedidos presencial y por teléfono genera demoras en la atención a los clientes.

## 

## 3.- Elaboración del Plan SI/TI

| ÁREA | FUNCIÓN | ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL | Modulos LogiMud Asociados |
| --- | --- | --- | --- |
| Desarrollar una cultura de gestión que se ajuste a las nuevas necesidades del mercado para poder competir y lograr la excelencia que se busca en la calidad de atención. | En esta columna colocamos qué módulos asociamos a qué necesidad |
| Logística y Transporte | Coordinación operativa de los pedidos. Registrar y reportar actividades en los pedidos | Conocer datos de seguimiento en tiempo real. |  |
| Conocer los cambios de los pedidos realizados y el estado de estos |  |
| Conocer los detalles de los pedidos para asignar camiones y embalaje a enviar al cliente. |  |
| Tener información sobre mejores rutas de transporte. |  |
| Administrar los recursos logísticos. | Incorporar un panel de monitoreo de recursos. |  |
| Conocer la disponibilidad de camiones en tiempo real. |  |
| Conocer la disponibilidad de personal en tiempo real. |  |
| Recepción y almacenamiento de información de pedidos. | Que cada sede pueda almacenar la información de los pedidos en la misma base de datos de la sede central. |  |
| Conocer datos del cliente, especificaciones de servicio contratado y documentación adjunta (contratos y autorizaciones). |  |
| Comercial | Diseñar planes para captar clientes. |  |  |
| Atender llamadas, correos o mensajes de clientes sobre el estado de sus pedidos. Registrar reclamos o incidencias en el mismo. | Contar con información actualizada sobre el estado de los pedidos para atender las consultas. |  |
| Contactar al cliente después de la mudanza para evaluar su experiencia. | Tener información mediante métricas de control calidad de servicios como opiniones o puntuación de clientes a la entrega de sus pedidos. |  |

## 

### Proceso de negocio

El cliente solicita servicio vía teléfono o de manera presencial, describiendo sus necesidades de transporte. El personal de atención al cliente realiza una cotización y formalización del pedido, presenta el mismo al cliente, el cual acepta y posteriormente realiza un registro del pedido. Posteriormente, el empleado de atención al cliente informa al empleado del Área de Logística y Transporte quien realiza una verificación de disponibilidad de recursos (camiones, cajas, etc), correspondiente para asignar el pedido a un camión, genera la hoja de ruta y realiza un cronograma. Luego notifica internamente al equipo de logística encargado del transporte. El equipo de logística recibe la notificación por parte del Jefe de transportes (quien notifica y asigna operarios), realizan la entrega del pedido registrando cada actividad realizada (inicio, ruta, llegada, problemas) finalmente informan sobre la finalización del pedido (informa al Área de atención al cliente). Finalmente el operario del Area de Atencion al Cliente informa al cliente del estado final de su pedido por correo o teléfono.

### Planificación de SI/TI

**LogiMud** es una solución tecnológica integral diseñada para modernizar y optimizar la gestión de servicios de mudanza. El sistema busca centralizar la información, automatizar procesos clave y mejorar tanto la experiencia del cliente como la eficiencia operativa de la empresa. Está compuesto por distintos módulos que trabajan de forma integrada:

1. Módulo de Gestión de Clientes

* Permite registrar y centralizar los datos de cada cliente, incluyendo historial de mudanzas, reclamos, y preferencias personales.
* Facilita el envío automatizado de recordatorios, seguimientos post-servicio y encuestas de satisfacción.
* Contribuye a brindar una atención más personalizada, eficiente y profesional.

2. Módulo de Portal de Cliente

* Plataforma digital donde el cliente puede realizar cotizaciones rápidas, gestionar pagos y hacer seguimiento en tiempo real del servicio.
* Incluye la opción de calificar el servicio y cargar imágenes o información relevante sobre su mobiliario.

3. Módulo de Gestión Operativa

* Herramienta para coordinar eficientemente horarios de mudanza, rutas, disponibilidad de vehículos y asignación de personal.
* Optimiza los recursos y mejora la planificación diaria de las operaciones.

4. Módulo de Indicadores de Calidad

* Tablero visual con métricas clave como nivel de satisfacción del cliente, puntualidad, cantidad de reclamos y eficiencia operativa.
* Permite un monitoreo constante para la toma de decisiones basada en datos.

5. Módulo de Tecnología de geolocalización y trazabilidad

* Integración de GPS en vehículos para conocer su ubicación en tiempo real y estimar con mayor precisión los tiempos de llegada.
* Incluye notificaciones automáticas al cliente para informar cuándo su mudanza está en camino.

## 4.- Programación de actividades

## 

## 

# 

| **Orden** | **Módulo del sistema LogiMud** | **Justificación (por prioridad e impacto)** |
| --- | --- | --- |
| 1 | Módulo de Gestión de Clientes | Permite registrar pedidos, reclamos y atender consultas. Mejora la atención desde el inicio del proceso. |
| 2 | Módulo de Gestión Operativa | Es clave para organizar el trabajo interno: personal, vehículos, horarios y asignaciones. |
| 3 | Módulo de Tecnología de Geolocalización y Trazabilidad | Permite conocer el estado del pedido en tiempo real, impactando en el servicio y la confianza del cliente. |
| 4 | Módulo de Portal de Cliente | Mejora la experiencia del cliente permitiéndole hacer cotizaciones, pagos y seguimiento online. |
| 5 | Módulo de Indicadores de Calidad | Ayuda a medir la satisfacción, reclamos y desempeño para tomar decisiones basadas en datos. |

**Plazos/costos previstos**

| **Módulo** | **Plazo estimado (meses)** | **Coste estimado** |
| --- | --- | --- |
| Gestión de Clientes | 2 - 4 | $200.000 |
| Gestión Operativa | 4 - 6 | $250.000 |
| Geolocalización y Trazabilidad | 6 - 8 | $300.000 |
| Portal del Cliente | 7 - 9 | $180.000 |
| Indicadores de Calidad | 9 - 11 | $150.000 |

# 2.- Clasificaciones

## Según el modelo de Porter:

1. Rivalidad entre competidores existentes: LogiMud puede darnos una ventaja competitiva debido a que puede mejorar la atención al cliente con por ejemplo su módulo de geolocalización como apoyo a las operaciones que permite al cliente saber donde están los camiones de mudanza en tiempo real.
2. Amenaza de los nuevos competidores: El uso de tecnologías avanzadas, como el módulo de gestión de clientes de LogiMud, nos permite ofrecer una atención rápida, personalizada y eficiente. Esto nos prepara para enfrentar la entrada de nuevos competidores, ya que contamos con herramientas que mejoran la relación con el cliente y consolidan nuestra posición en el mercado.
3. Poder de negociación de los proveedores: Con su módulo de gestión operativa LogiMud puede optimizar los recursos los que nos ayuda a reducir el poder de los proveedores, dandonos conocimientos más acertados de las necesidades de la empresa
4. Poder de negociación de los clientes: LogiMud mejora significativamente la experiencia del cliente, facilitando el acceso a nuestros servicios y fortaleciendo su lealtad. Además, el módulo de Indicadores de Calidad nos permite monitorear y evaluar su nivel de satisfacción, permitiéndonos responder de forma proactiva a sus necesidades y expectativas.
5. Amenaza de productos y servicios sustituto: El módulo de gestión de clientes es fácil de usar lo que incrementa la preferencia de los usuarios por nuestros servicios frente a posibles alternativas.

## Según tipo de beneficios:

* Mayor confianza del cliente (COMPETITIVIDAD): al saber dónde está su carga en cada momento.
* Gestión centralizada del cliente (EFICACIA): historial, quejas y preferencias accesibles para brindar un servicio más preciso.
* Cumplimiento de horarios y planificación precisa (EFICACIA): mejora el índice de puntualidad.
* Optimización de recursos (EFICIENCIA): mejor coordinación de rutas, vehículos y personal gracias al módulo de gestión operativa y geolocalización.

## Según tipo de inversión:

Es una inversión de valor estratégico porque busca aumentar el potencial para generar ingresos con sus intenciones de mejor conexión con el cliente. La necesidad de la inversión es de tipo infraestructura debido a que mejora las tecnologías disponibles en la empresa para lograr una ventaja competitiva en el mercado .

**Cartera de aplicaciones**

| **Estrategias**  *Aplicaciones que son críticas para ejecutar la estrategia de la empresa* | **De Alto Potencial**  *Aplicaciones que pueden ser importantes para lograr el éxito de la empresa en el futuro* |
| --- | --- |
| *LogiMud* |  |
| **Clave para las operaciones**  *Aplicaciones de las que depende actualmente el éxito de la organización* | **De Apoyo**  *Aplicaciones que son valiosas pero no críticas para el éxito de la empresa* |
|  |  |

Desde nuestro punto de vista LogiMud es del tipo estratégico porque el sistema con sus respectivos módulos afecta a todos los ámbitos de la organización, modificando parte la estructura del cómo se lleva a cabo el proceso de negocio implicando cambios en las diversas actividades operativas. Por otro lado, su enfoque está fuertemente orientado al proceso de negocio.También está relacionada con los factores críticos de éxito derivados del objetivo de la empresa, como la gestión de procesos y atención al cliente.

# 3.- Estrategia Genérica de TI

Debido a que nuestra aplicación es del tipo estratégico la estrategia genérica que más se acopla a esto es la **planificación centralizada**. Las aplicaciones estratégicas precisan de este enfoque para garantizar que sea la orientación hacia el negocio la que determine los requisitos y el planeamiento apropiados para la implementación.

Nuestra aplicación abarca todos los niveles de la organización y está diseñada con un enfoque claro: mejorar y lograr excelencia en la calidad de atención al cliente, optimizando procesos clave como la gestión de solicitudes, la comunicación en tiempo real, la calidad del servicio, y la trazabilidad de las operaciones.

Este tipo de estrategia necesita de una alta gerencia comprometida y con mucha dedicación, ya que se trata de una transformación organizacional profunda. Esto hace que sea difícil de implementar. Sin embargo, este enfoque también permite una óptima utilización de los recursos y justifica las inversiones necesarias para desplegar los distintos módulos que conforman nuestra aplicación. El resultado es una solución robusta, integral y alineada con el objetivo estratégico de la empresa.

— Retro

La cultura de una organización es algo a largo plazo pero tiene que atravesar todas las áreas, por lo tanto tienen que estar todas las areas

Si nos enfocamos en desarrollar una cultura de gestión de calidad, debemos buscar necesidades de información que puedan cubrir estandares de calidad, indicadores que puedan definir si se estan haciendo correctamente las cosas o si se estan cumpliendo los parametros correspondientes a cada area organizacional

Los ingenieros trabajamos con metodos, por mas que seamos agiles debemos respetar un método