



TEMA DEL PROYECTO

RED DE DISTRIBUCIÓN DE PAQUETERÍA LOCAL A BAJO COSTO

CREACIÓN DE VALOR

CATEDRÁTICO: JOSÉ RAYMUNDO PALACIOS TORRES

PRESENTA: LÓPEZ RUIZ OSCAR DANIEL

15 de noviembre de 2024

Contenido

- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y DATOS DE LA EMPRESA3
- INTRODUCCIÓN.....6
- MARCO TEÓRICO7
- IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DEL MERCADO 10
- OBJETIVO DEL PROYECTO 11
- ENLACE A GRÁFICOS Y MAPAS..... 13
- CONCLUSIÓN 14
- BIBLIOGRAFÍAS 15

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y DATOS DE LA EMPRESA

¿QUÉ ES LOCALI?

Imagina que tienes un paquete que quieres enviar a alguien más, dentro de tu ciudad. Sales de casa, caminas unas pocas cuadras y llegas a un **punto Locali**, ubicado estratégicamente en un negocio cercano. Allí, entregas tu paquete. En tu aplicación Locali, seleccionas el **punto Locali** al que deseas que tu paquete llegue, pagas \$16 pesos y Locali se encarga del resto.

Una moto recoge tu paquete y este es transportado a través de una red de rutas establecidas, a la estación indicada, mientras tanto, puedes seguir el progreso del envío desde la app. Cuando tu paquete llega al punto seleccionado, la aplicación te notifica que está listo para ser recogido, compartes el código de entrega con el destinatario, quien al igual que tú, sólo tiene que caminar unas cuadras y pasar a recogerlo en el momento que desee.

Con Locali, enviar un paquete es tan sencillo como caminar al negocio de la esquina y tan barato como un café. Es la solución perfecta para quienes buscan comodidad, ahorro y eficiencia en sus envíos locales.

Locali es un ejemplo de innovación radical en los sistemas de envío de paquetería dentro de las ciudades.

1. **Nombre de la empresa:** LOCALI
2. **Segmento de la empresa:** Logística y transporte, sector de envíos locales urbanos.
3. **Tamaño de la empresa:** Empresa mediana. Cuenta con 85 colaboradores, en su mayoría repartidores.
4. **Contexto en donde está situada la empresa:** Locali opera en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; ciudad en desarrollo con un número de vendedores locales en constante aumento, que buscan vender sus

productos dentro de la misma ciudad, pero las soluciones de entrega actuales son muy costosas o toman mucho tiempo.

5. **¿Es local, nacional o internacional?:** Locali es una empresa local, que busca expandirse a más ciudades de México y eventualmente a más ciudades de todo el mundo.
6. **Áreas de creación de valor en Locali:**
 - a. **Paquetería local a bajo costo:** Servicio de envíos de paquetería dentro de la ciudad a un costo inigualable: \$16 pesos por envío.
*Comparado a los servicios actuales, cuyo precio va desde los \$35 a \$90 pesos por envío.
 - b. **Cercanía y accesibilidad:** Puntos de entrega y recepción de paquetes accesibles. Locali tiene convenios con diversos locatarios de la ciudad que funcionan como puntos de entrega, recepción e intercambio de paquetes. Esto le brinda al cliente final la posibilidad de enviar y recibir paquetería en puntos muy cercanos a su casa, trabajo o incluso, si están afiliados a Locali ¡Desde su propio local!
 - c. **Fortalecimiento del comercio local:** Locali aporta valor a los locales afiliados generando un flujo de personas que acuden a sus establecimientos a dejar o recoger un paquete, impulsando el reconocimiento de sus marcas y promoviendo la publicidad de sus negocios, además, Locali paga comisiones por paquete gestionado, lo que genera ingresos extra para dichos establecimientos.
 - d. **Potencial de crecimiento para emprendedores y empresas:** Locali crea una red de logística local, permitiendo que cada vez más emprendedores y empresas que antes no podían ofrecer envíos por lo complicado y costoso, hoy puedan hacerlo, de manera fácil y a muy bajo costo.

GESTIÓN ESTRATÉGICA

La administración de Locali se basa en análisis de datos proporcionadas por un software que monitorea los envíos, tiempos de entregas, horas activas, entre otras

métricas que se clasifican y usan para diferentes fines estratégicos.

Constantemente se realiza un análisis del entorno competitivo para adaptarnos a los cambios e innovar constantemente con el objetivo de mantener nuestro liderazgo en el mercado.

Como posibles áreas de oportunidad tenemos principalmente el tema de capacitación y motivación de los empleados, ya que no contamos actualmente con programas de incentivos y la capacitación es muy limitada. Tampoco contamos con programas de incentivos para clientes.

INTRODUCCIÓN

En las ciudades modernas, el comercio local y las ventas entre particulares enfrentan un obstáculo común: la logística de entregas. Coordinaciones complicadas, largos tiempos de traslado y costos elevados hacen que algo tan simple como entregar un producto se convierta en un reto. Los vendedores y compradores a menudo se encuentran en situaciones poco prácticas: largos trayectos en transporte público, pérdida de tiempo buscando puntos de encuentro, o gastos excesivos en soluciones privadas de entrega.

Al comprar un producto en línea por Amazon, Mercado libre y diversas páginas de e-commerce, llega desde otra parte del país o del mundo a tu casa, totalmente gratis. Comprar un producto a un vendedor local suponía pagar hasta \$80 pesos de envío ¡Dentro de la misma ciudad!

Es en este contexto donde nace Locali, una red de envíos local diseñada para resolver estas problemáticas de manera eficiente, económica y accesible. Con un modelo basado en puntos de entrega estratégicamente ubicados y rutas optimizadas, Locali no solo conecta a las personas con rapidez, sino que también fortalece el comercio local y fomenta la economía colaborativa dentro de las ciudades.

Este documento explora cómo Locali está transformando la logística urbana e impulsando las ventas de los emprendedores y empresas que antes no podían hacer envíos. En este análisis se consideran los diversos factores que afectan a la empresa, las estrategias tomadas, se revisarán las áreas de oportunidad y se presentarán las gráficas de valor.

MARCO TEÓRICO

En este apartado se establecen las bases conceptuales y metodológicas de este proyecto empresarial. Para **Locali**, una empresa de logística y distribución local, el marco teórico abarca diversos aspectos que permiten comprender y justificar las estrategias.

I. Tipos de Valor

Definición y Clasificación: El valor en el contexto empresarial se refiere a la percepción que tienen los clientes sobre los beneficios obtenidos en relación con los costos incurridos. Según Michael Porter (1985), el valor puede clasificarse en:

1. **Valor Funcional:** Relacionado con la utilidad y eficiencia del producto o servicio. En Locali, esto se traduce en entregas rápidas y confiables.
2. **Valor Económico:** Referente a la relación costo-beneficio. Locali ofrece tarifas competitivas que reducen los costos para los usuarios.
3. **Valor Emocional:** Conexión emocional y satisfacción del cliente. La conveniencia y la tranquilidad de contar con un servicio fiable generan lealtad.
4. **Valor Social:** Impacto positivo en la comunidad y el entorno. Locali contribuye al fortalecimiento del comercio local y la sostenibilidad urbana. Disminuyendo considerablemente la huella de carbono, transportando cientos de paquetes a la vez, logrando un sistema altamente eficiente que contamina menos por cada paquete entregado.

II. Costo-Beneficio

Análisis de Costo-Beneficio: El análisis de costo-beneficio es una herramienta esencial para evaluar la viabilidad y eficiencia de un proyecto. Este análisis compara los costos asociados con los beneficios esperados para determinar si la inversión es justificable.

1. Costos:

- **Operativos:** Mantenimiento de la flota de motos, pago a conductores, y comisiones a puntos de entrega.
- **Tecnológicos:** Desarrollo y mantenimiento de la aplicación.
- **Marketing:** Promoción y adquisición de usuarios.

2. Beneficios:

- **Ingresos por Envíos:** Tarifas cobradas por cada paquete transportado.
- **Publicidad y Promoción:** Ingresos adicionales por espacios publicitarios en la app.
- **Fidelización y Retención:** Clientes recurrentes que aseguran ingresos estables.

III. Mapa de Valor

Concepto y Aplicación: El mapa de valor es una representación visual que identifica cómo una empresa crea valor para sus clientes a través de sus actividades clave. Utilizando el **Value Chain** de Porter, se puede desglosar Locali en:

1. Actividades Primarias:

- **Logística Interna:** Gestión eficiente de rutas y puntos de entrega.
- **Operaciones:** Coordinación de envíos y seguimiento en tiempo real.
- **Marketing y Ventas:** Promoción de servicios y adquisición de usuarios.

2. Actividades de Apoyo:

- **Infraestructura Tecnológica:** Desarrollo y mantenimiento de la app.
- **Gestión de Recursos Humanos:** Capacitación y retención de conductores y personal.

- **Desarrollo de Tecnología:** Innovación constante para mejorar la eficiencia del servicio.

IV. Perfil del Cliente

Segmentación y Perfilación: Los principales segmentos de clientes incluyen:

1. **Vendedores en Plataformas Sociales:** Necesitan soluciones de entrega rápida y económica.
2. **Compradores Locales:** Buscan conveniencia y eficiencia en la recepción de productos.
3. **Pequeños Comercios:** Requieren un sistema fiable para manejar sus entregas y atraer más clientes.
4. **Emprendedores y Startups:** Necesitan una logística ágil para escalar sus negocios.

Características Clave:

- **Frecuencia de Envío:** Regularidad con la que utilizan servicios de entrega.
- **Preferencias de Entrega:** Horarios y ubicaciones preferidas.
- **Sensibilidad al Precio:** Disposición a pagar por servicios adicionales o premium.

V. Modelos de Creación de Valor

Estrategias de Creación de Valor:

1. **Innovación en la Logística:** Uso de rutas optimizadas y tecnología avanzada para mejorar la eficiencia.
2. **Alianzas Estratégicas:** Colaboración con comercios locales para establecer puntos de entrega accesibles.
3. **Enfoque en el Cliente:** Personalización de servicios y atención al cliente de alta calidad.

4. **Economías de Escala:** Incremento del volumen de envíos para reducir costos unitarios y ofrecer precios competitivos.

VI. Niveles de Creación de Valor

Clasificación de los Niveles: La creación de valor puede analizarse en tres niveles:

1. **Valor Basado en el Producto:** Calidad y características de los servicios de entrega.
2. **Valor Basado en el Proceso:** Eficiencia operativa y rapidez en la entrega.
3. **Valor Basado en la Experiencia:** Satisfacción del cliente y facilidad de uso de la app.

IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DEL MERCADO

1. **Análisis del Entorno:** En el contexto local en el que opera Locali, hemos detectado un crecimiento en las ventas por plataformas como Facebook Marketplace y WhatsApp, donde compradores y vendedores enfrentan problemas como largas distancias, horarios incompatibles y costos elevados de entrega. Además, la falta de servicios locales accesibles para envíos rápidos y económicos crea una oportunidad clara para posicionar Locali como una solución práctica y confiable.
2. **Pensamiento Creativo:** Locali puede destacarse ofreciendo un sistema de entrega único que combina conveniencia, tecnología y accesibilidad. Al reimaginar los puntos de entrega tradicionales, transformándolos en ubicaciones innovadoras e integradas en la vida cotidiana, como tiendas locales y cafés, se facilita el acceso a los usuarios. También, la implementación de una aplicación intuitiva que permita rastrear envíos y gestionar entregas en tiempo real añade valor y confianza al servicio.
3. **Colaboración:** La colaboración con negocios locales para establecer puntos de entrega no solo fomenta la economía local, sino que también extiende el alcance de Locali a las comunidades de manera eficiente. Además, establecer alianzas estratégicas con plataformas de venta en línea puede

fortalecer la presencia de Locali como el servicio de entrega ideal para sus usuarios.

Al enfocar estas áreas, Locali no solo responde a las necesidades actuales del mercado, sino que también anticipa desafíos futuros, posicionándose como un líder en soluciones de distribución urbana.

OBJETIVO DEL PROYECTO

Objetivo general de Locali:

Ofrecer un sistema de distribución local eficiente, accesible y económico que permita a los usuarios enviar y recibir paquetes dentro de la ciudad con rapidez, comodidad y bajo costo. Este servicio tiene como propósito facilitar las transacciones entre personas que compran y venden productos a través de plataformas digitales, optimizando su tiempo y reduciendo las complicaciones relacionadas con los métodos tradicionales de entrega.

PLAN DE PRIMERA INTERVENCIÓN

La primera propuesta de intervención en Locali se enfocará en optimizar la experiencia del cliente y garantizar un crecimiento sólido en el mercado mediante la implementación de estrategias enfocadas en la experiencia del usuario y el posicionamiento de marca, para crear no sólo un sistema funcional sólido que refuerce el valor aportado, si no también lograr estar en el top of mind en cuanto a logística local se refiere.

Los procesos principales en los que nos enfocaremos serán:

1. Intercambio de paquetes en puntos de interconexión de rutas
2. Entrega de paquetes al cliente

FACTORES CLAVE DE DESEMPEÑO DEL PRODUCTO

Funcionalidad:

Locali cumple de manera efectiva con su función principal: conectar personas que necesitan enviar y recibir paquetes dentro de la ciudad, optimizando tiempo y costo. Su modelo de puntos estratégicos y rutas planificadas permite un servicio eficiente y accesible para todos.

Calidad:

Locali tiene dos enfoques principales: calidad en la atención al cliente y calidad en el servicio que garantice que los paquetes lleguen en tiempo y forma, sin daños ni confusiones.

Diseño:

La interfaz de la app es atractiva, moderna y fácil de usar, lo que facilita a los usuarios seleccionar puntos de entrega, realizar pagos y rastrear sus envíos. Su diseño está pensado para maximizar la experiencia del cliente y simplificar procesos.

Rendimiento:

Locali cumple con los estándares esperados de rapidez y precisión. Los paquetes llegan a sus destinos en tiempos óptimos gracias a la optimización de rutas y la coordinación entre puntos.

Innovación:

El modelo de Locali ofrece un enfoque único frente a las entregas locales tradicionales. Su propuesta de bajo costo, eficiencia y conveniencia lo diferencia notablemente de servicios de paquetería tradicionales y métodos como entregas personales.

Adaptabilidad:

Locali está diseñado para ajustarse a las necesidades cambiantes de los clientes. Su red es flexible, permitiendo ampliar puntos de entrega o ajustar rutas según la

demanda. Además, es un modelo replicable que puede expandirse a nuevas ciudades e incorporar nuevas funciones o servicios adicionales.

Sostenibilidad:

El modelo de Locali reduce significativamente el uso de vehículos individuales para entregas locales, disminuyendo la huella de carbono en la ciudad. También fomenta una economía circular al apoyar negocios locales como puntos de entrega.

ENLACE A GRÁFICOS Y MAPAS

Adjunto a continuación el enlace a los mapas y gráficos.

https://www.canva.com/design/DAGWoqFUGkk/au_tydIEACwevrSScBwmqQ/edit?utm_content=DAGWoqFUGkk&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

CONCLUSIÓN

Este proyecto representa una revolución ante los sistemas de transporte de paquetes en las ciudades, proporciona una ventaja importante para todas aquellas personas que hacen de la venta de productos y accesorios en redes y medios digitales locales, su sustento económico.

El modelo de redes de distribución local de Locali representa un avance importante en el desarrollo urbano, planteando un nuevo estándar en los sistemas de entrega actuales. No sólo en optimización y precios, si no también en temas de sostenibilidad e impacto ambiental.

Los análisis aquí planteados serán ejecutados, esperando lograr un impacto importante en el desempeño de Locali que a su vez genere un impacto positivo en las ciudades y sus ciudadanos.

Seamos sustentables, seamos Locali.

BIBLIOGRAFÍAS

Competitive advantage. (s. f.). Google Books.

[https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=7UqQXsQ_dj4C&oi=fnd&pg=PT11&dq=Porter,+M.+E.+\(1985\).+Competitive+Advantage:+Creating+and+Sustaining+Superior+Performance.+Free+Press.&ots=Fh5M-rBMfK&sig=23fKnkmzczu4JDuo0xDiKDosCl#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=7UqQXsQ_dj4C&oi=fnd&pg=PT11&dq=Porter,+M.+E.+(1985).+Competitive+Advantage:+Creating+and+Sustaining+Superior+Performance.+Free+Press.&ots=Fh5M-rBMfK&sig=23fKnkmzczu4JDuo0xDiKDosCl#v=onepage&q&f=false)

Brathwaite, L. (s. f.). Learn 5 important value proposition categories and how they apply to sales. OPAAT-SWY Team. <https://www.opaatswy.com/blog/5-main-categories-of-your-value-proposition>

Análisis coste-beneficio. (s. f.). Google Books.

<https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=La5FEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=costo+beneficio+de+un+proyecto&ots=hJaQNR5leU&sig=T4ctuUobKGY6M5Atqu5cw3gpnUc#v=onepage&q&f=false>

Todo lo que necesitas saber para empezar con la segmentación de audiencias.

(2024, 16 noviembre). Amazon Ads. [https://advertising.amazon.com/es-](https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/market-)
[mx/library/guides/market-](https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/market-)

[segmentation#:~:text=La%20segmentaci%C3%B3n%20de%20mercado%20se,de%20promocionarles%20productos%20y%20servicios.](https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/market-segmentation#:~:text=La%20segmentaci%C3%B3n%20de%20mercado%20se,de%20promocionarles%20productos%20y%20servicios.)

Jumpseller. (s. f.). ¿Cuáles son los métodos de envío más populares en México?

Jumpseller. <https://jumpseller.mx/learn/shipping-methods/>

CARATULA DEL PROYECTO

Nombre: LÓPEZ RUÍZ OSCAR DANIEL		Matrícula: N/A
Nombre del curso: CREACIÓN DE VALOR	Nombre del profesor: JOSÉ RAYMUNDO PALACIOS TORRES	
Módulo: Módulo II	Actividad: Evidencia 2	
Fecha: 15 DE NOVIMEMBRE DE 2024		
Bibliografía: EN DOCUMENTO		

Objetivo:

Procedimiento:

EN DOCUMENTO

Resultados:

Conclusión: