

## LISTA DE COTEJO REPORTE DE ACTIVIDAD (50%)

### Unidad 1

**Nombre asignatura:** Fundamentos de Gestión de Servicios de Tecnologías de Información

**Nombre del alumno:** Jonathan Emmanuel Acevedo Méndez

**Nombre del docente:** Dra. Verónica Guerrero Hernández

Criterios	Indicador máximo por criterio	Indicador de alcance total (50%)
1. Anexo se encuentra una portada	0-1	1
2. Explica el procedimiento de solución para llevar a cabo la actividad solicitada: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoce, identifica y analiza los temas correspondientes a la unidad para explicar el procedimiento utilizado para dar solución a lo solicitado.</li> <li>• Descripción satisfactoria al procedimiento de solución para llevar a cabo la actividad.</li> </ul>	0-45	45
3. Anexo de introducción	0-2	2
4. Manejo e inclusión de referencias bibliográficas	0-2	2
<b>Total Indicador:</b>	0-50	<b>50</b>



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE  
SAN ANDRÉS TUXTLA**

**Asignatura:**

**Fundamentos de gestión de TI**

**Docente:**

**Verónica Guerrero Hernández**

**Alumno:**

**Jonathan E. Acevedo Méndez**



**Trabajo:**

**Resumen**

**Fecha de entrega:**

**10/03/2023**



**Grupo: 610 A**

Investigar sobre:

- Los procesos de un negocio
- ¿Cómo gestionar los procesos de negocio?
- Políticas y objetivos estratégicos organizacionales

Elaborar un resumen de la información que incluya hoja de presentación y lista de fuentes de consulta.

Los procesos de negocio son las actividades y tareas que se realizan en una organización para lograr un objetivo específico. Estos procesos incluyen la planificación, la ejecución y el seguimiento de las actividades, así como la gestión de los recursos y la toma de decisiones. Los procesos de negocio pueden ser de diferentes tipos, como los relacionados con la producción, ventas, marketing, finanzas, recursos humanos, entre otros.

Para gestionar los procesos de negocio de una organización, es importante seguir ciertos pasos clave, como:

Identificar los procesos clave: es importante identificar los procesos clave de la organización y establecer las metas y objetivos de cada uno.

Analizar los procesos actuales: se deben analizar los procesos actuales y buscar formas de mejorarlos y optimizarlos.

Diseñar nuevos procesos: se deben diseñar nuevos procesos para mejorar la eficiencia y efectividad de las operaciones.

Implementar los nuevos procesos: se deben implementar los nuevos procesos y asegurarse de que se están siguiendo de manera adecuada.

Monitorear y medir el desempeño: se deben monitorear y medir el desempeño de los procesos para asegurarse de que se están cumpliendo con las metas y objetivos establecidos.

Las políticas y objetivos estratégicos organizacionales son las guías y objetivos que establece una organización para lograr su visión y misión a largo plazo. Estas políticas y objetivos estratégicos deben ser claros y estar alineados con los procesos de negocio de la organización para asegurar que se están logrando los objetivos a largo plazo de la empresa. Además, estas políticas y objetivos estratégicos deben ser revisados y actualizados regularmente para asegurarse de que sigan siendo relevantes y efectivos en el tiempo.

Los procesos de negocio son las actividades y tareas que se realizan en una organización para lograr un objetivo específico. Estos procesos incluyen la planificación, la ejecución y el seguimiento de las actividades, así como la gestión de los recursos y la toma de decisiones. Los procesos de negocio pueden ser de diferentes tipos, como los relacionados con la producción, ventas, marketing, finanzas, recursos humanos, entre otros.

La gestión de los procesos de negocio es clave para el éxito de una organización. Para gestionar los procesos de negocio de una organización, es importante seguir ciertos pasos clave, como identificar los procesos clave, analizar los procesos actuales, diseñar nuevos procesos, implementar los nuevos procesos y monitorear y medir el desempeño. La gestión adecuada de los procesos de negocio ayuda a mejorar la eficiencia y efectividad de las operaciones, lo que se traduce en un mejor desempeño financiero y en la satisfacción de los clientes.

Las políticas y objetivos estratégicos organizacionales son las guías y objetivos que establece una organización para lograr su visión y misión a largo plazo. Estas políticas y objetivos estratégicos deben estar alineados con los procesos de negocio de la organización para asegurar que se están logrando los objetivos a largo plazo de la empresa. Además, estas políticas y objetivos estratégicos deben ser revisados y actualizados regularmente para asegurarse de que sigan siendo relevantes y efectivos en el tiempo.

En resumen, la gestión adecuada de los procesos de negocio es clave para el éxito de una organización. Los procesos de negocio son las actividades y tareas que se realizan en una organización para lograr un objetivo específico. La gestión de los procesos de negocio implica identificar los procesos clave, analizar los procesos actuales, diseñar nuevos procesos, implementar los nuevos procesos y monitorear y medir el desempeño. Además, es importante que las políticas y objetivos estratégicos organizacionales estén alineados con los procesos de negocio de la organización para asegurar que se están logrando los objetivos a largo plazo de la empresa.

## **Conclusión**

La gestión adecuada de los procesos de negocio es esencial para lograr el éxito de una organización. Al seguir los pasos clave para gestionar los procesos de negocio y alinearlos con las políticas y objetivos estratégicos organizacionales, las organizaciones pueden mejorar la eficiencia y efectividad de sus operaciones, lo que se traduce en un mejor desempeño financiero y en la satisfacción de los clientes. Además, es importante revisar y actualizar regularmente las políticas y objetivos estratégicos organizacionales para asegurarse de que sigan siendo relevantes y efectivos en el tiempo.

## Lista de cotejo INFORME TECNICO (30%)

### Unidad 1

**Nombre asignatura:** Fundamentos de Gestión de Servicios de Tecnologías de Información

**Nombre del alumno:** Jonathan Emmanuel Acevedo Méndez

**Nombre del docente:** Dra. Verónica Guerrero Hernández

Criterios	Indicador máximo por criterio	Indicador de alcance total (30%)
Adjunta una hoja de presentación y se menciona el título del proyecto	0-5	5
Se describe una introducción	0-5	5
Se describe la estructura organizacional (misión, visión, organigrama, funciones y procesos principales)	0-5	5
Se describe la tecnología que tiene asociada para atender sus procesos (software, APP, etc.).	0-5	5
Se describen las conclusiones	0-5	5
Manejo e inclusión de referencias bibliográficas	0-5	5
<b>Total Indicador</b>	0-30	<b>30</b>



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE  
SAN ANDRÉS TUXTLA**

**Asignatura:**

**Fundamentos de gestión de TI**

**Docente:**

**Verónica Guerrero Hernández**

**Alumno:**

**Jonathan E. Acevedo Méndez**

**Cristian Miros Morisco**



**Trabajo:**

**Fecha de entrega:**

**03/03/2023**



**Grupo: 610 A**

## Introducción

En su próxima publicación, analiza la investigación en logística inversa. empresa "Walmart". El objetivo principal de este estudio es describir y analizar la denominada logística inversa o reversa, estudiar Consideraciones clave que una empresa debe tener en cuenta el diseño, desarrollo y control de esta actividad en beneficio competencia sostenible. Los orígenes de este estudio se encuentran Crece el interés por la relación entre ambos Empresa y medioambiente, aspectos que podemos considerar Analizar el rol actual y futuro de la empresa. Sociedad es la gestión de los residuos generados por la empresa realizar sus acciones. Ellos a lo largo de su vida (compras, envíos y distribución), realiza múltiples tareas Aquellos que producen múltiples spin-offs primero no No tienen otro destino que el vertedero. no hace tanto tiempo Pocos se preocupan por su cantidad y calidad. La mayor parte de los subproductos se desechan directamente, convirtiéndose así en un importante residuo industrial Perjudicial para el medio ambiente. ha sido durante décadas Comienza a observar su significado desde perspectivas ambientales y económicas, gestión responsable y Apto para residuos industriales. Empresa "Wal-Mart", inducida Principalmente por su legislación cada vez más estricta sobre genera desechos, empiezan a pensar en usar artesanías Una planta de producción limpia con un consumo de material reducido Use Premium, reduzca el desperdicio, optimice el uso energía, etc. que conducen a un mayor bienestar ambiental.



## Misión de Walmart

Según lo ha informado Walmart en sus portales web, su misión consiste en ser la mejor tienda detallista, por supuesto en beneficio de sus clientes, contar siempre con un amplio catálogo de productos de calidad y siempre mantener los precios bajos.

Esto no solo en Estados Unidos donde están el mayor número de sucursales de la empresa, sino también en todos los países donde se desempeña esta corporación.

## Visión de Walmart

En relación con la visión de esta corporación, de igual forma han expresado ampliamente el deseo de convertirse en la mejor y más grande tienda detallista en el mundo, por supuesto, esto a través de la entrega de un servicio de alta calidad y los mejores productos del mercado.

Si analizamos las estrategias de Walmart para captar clientes y aumentar ventas, veremos que poco a poco están logrando haciendo realidad su visión, a tal punto que han logrado mantener y construir una buena relación con los clientes.

## Objetivos

Entre los objetivos en relación con los clientes, Walmart destaca objetivos como: mejorar la calidad de vida de las familias del lugar donde se encuentren las sucursales, promover y generar el ahorro a través de los precios bajos y por supuesto ofrecer la mejor experiencia de compra a través de su mercancía y excelente servicio.

Por otro lado, en cuanto a la comunidad tienen como objetivo el generar fuentes de empleos seguras para contribuir al desarrollo de la comunidad, también a través del uso responsable de recursos respetar el medio ambiente, además de apoyar a las comunidades mediante las fundaciones de Walmart.

Sobre los proveedores, Walmart desea impulsar de la mejor manera el crecimiento y desarrollo de sus socios comercios, también el fomentar prácticas éticas y que sean socialmente responsables, y por supuesto relaciones bien establecidas y a largo plazo con los proveedores.

Finalmente, con los accionistas pretenden generar valor en corto, mediano y largo plazo mediante el manejo eficiente de recursos, lograr establecer un buen Gobierno Corporativo y hacer transparente el manejo de la información en Walmart.

## Organigrama

### Organigrama de Walmart México y Centroamérica



## Función de Walmart

Como es evidente, Walmart se dedica principalmente a la **venta de comestibles**, suplementos del hogar y similares, pero más allá de eso, Walmart se dedica a prestar servicios a sus clientes relacionados con prestar servicios como una tienda de autoservicio y alto volumen, claro, manteniendo los precios bajos.

De igual forma, se puede decir que Walmart opera como una cadena de hipermercados, almacenes de comestibles y tiendas departamentales de precios bajos vendiendo al por menor.

## Procesos Principales

Walmart México utiliza estrategias de omnicanal con el fin de vender una amplia variedad de productos, con el fin de que las familias logren encontrar todo lo que buscan en un solo lugar, las ventas a través de clubs, el e-commerce, bajos precios, mayores ofertas, opciones de crédito, buscan llegar a mayor cantidad de personas, así mismo, busca reducir costos, a través de negociaciones con proveedores, busca entablar relaciones sostenibles con la comunidad, participando en programas de voluntariado, se invierte en sus trabajadores, a los cuales se les realiza un empoderamiento denominándolos asociados, además que buscan financiación en la bolsa de valores y utilización de energías renovables.

## Describir la tecnología que tiene asociada para atender sus procesos (software, APP, etc.).

Este trabajo es de carácter exploratorio y descriptivo, se desarrolla utilizando el método de caso, como técnica de exploración, el cual consiste en realizar un análisis de documentos encontrados en internet, informes oficiales de la empresa y una visita de campo realizada en agosto de 2018, a Ciudad de México realizando un análisis descriptivo del entorno, la situación actual en el que se encuentra el mercado, los gustos de los consumidores, así mismo con información aportada por la Empresa Walmart en su portal Walmex se identifican estrategias alternativas, estrategia económica, fijación de objetivos, análisis DOFA, políticas, su implementación y control, para luego comparar con el Modelo de Andrews (1971) para así poder llegar al objetivo establecido.

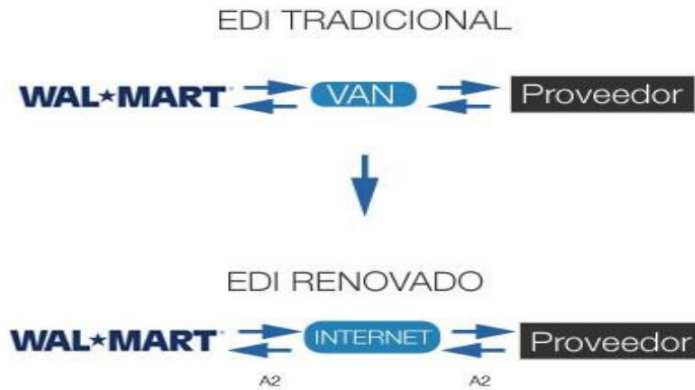
### Walmart Ocupa el software EDIINT AS2.

EDIINT AS2 (EDI a través de Internet) es un grupo de protocolos de comunicaciones usado para transmitir datos en formato EDI a través de Internet con seguridad.

Walmart ha avalado a EDIINT AS2, como la mejor solución para el intercambio seguro de información a través de Internet, utilizando un software AS2 certificado por Drummond Group.

La implementación de AS2 ofrece, además de minimizar los costos de la transmisión de información, un número de oportunidades de mejoras para nuestros proveedores:

- Minimiza tiempos.
- Flexibilidad para incrementar el volumen de información sin ningún costo.



➤ Requisitos para trabajar con AS2:

- Contar con un software de AS2 certificado ante Drummond Group. Para consultar si el software AS2 está certificado, ingresar a la página <http://www.drummondgroup.com/>
- Acceso a Retail Link: Si no cuentan con acceso a esta aplicación, pueden comunicarse al teléfono 5328-8418 para mayor información o consultar la página.
- Conexión a INTERNET las 24 hrs.
- Software traductor de EDI.
- La dirección IP deberá ser fija y residir dentro la compañía.

Otras:

Veintidós millones de clientes usan activamente la aplicación de Walmart cada mes y está entre las tres principales aplicaciones de venta al por menor en las tiendas de aplicaciones de Google y Apple. La aplicación de Walmart mejora la experiencia de compra en las tiendas con funciones que incluyen el registro para recoger un pedido on-line en una tienda Walmart, la gestión de recetas de farmacia y la búsqueda de un artículo en la tienda.

Se desarrolló un sistema de navegación móvil para que los clientes puedan buscar los artículos y ver exactamente dónde se encuentran en la tienda. Otra aplicación, los recibos electrónicos, ayuda a los clientes a no tener que guardar los recibos impresos. Con el procesamiento en tiempo real de miles de transacciones, también ayuda a reducir el fraude en la devolución de artículos. Wishlist se introdujo en la temporada de navidad de 2015 para los clientes que desean crear listas de artículos que desean o encontrar la lista de otra persona.

## Conclusión

La empresa Walmart en México, cuenta con una estrategia de responsabilidad corporativa la cual está basada en ejes tan importantes como el medio ambiente, el gobierno corporativo y el componente social. Cada eje se encuentra fundamentado bajo variables tan importantes como el consumo adecuado de energía, materiales, la relación con grupos de interés, esto con el fin de lograr un negocio más sustentable y amigable con el entorno, manteniéndose así en el mercado como líder en autoservicio, con calidad y precios bajos.

Es así como Walmart México, utiliza la innovación en procesos, marketing y relacionamiento con el entorno, buscando reducción de costos y aumento de ventas, con un segmento de mercado amplio.

el crecimiento de los supermercados ha sido acelerado debido al aumento del patrón demográfico, las transformaciones en los territorios rurales, cada vez más la población se desplaza más del campo a las ciudades, aumentando la demanda de bienes y servicios, y disminuyendo la oferta de productos agropecuarias del campo a la ciudad.

## Fuentes de información

- [1 ] Ansoff, I. (1998). La Dirección Estratégica en la Práctica Empresarial. México D.F: Pearson  
<http://www.eleconomista.com.mx/>
- [2] Arias Torres, D., & Solari Vicente, A. (2008). Microempresas y Cadenas Transnacionales. El Caso de Walmart en Michoacán. Enfoque desde el desarrollo local. Economía y Sociedad, XIV  
<https://www.gob.mx/conapo/acciones-y-programas/conciliacion-demografica-de-mexico-1950-2015-y-proyecciones-de-la-poblacion-de-mexico-y-de-las-entidades-federativas-2016-2050>
- [3] Contreras Sierra, E. (2013) El concepto de Estrategia como fundamento la planeación estratégica. Pensamiento & Gestión. <https://dubitoo.com.mx/cual-es-el-proceso-administrativo-de-walmart.html>
- [4] Cota, R., & Navarro, A., (2016) Análisis del Concepto de empleo informal en México. Análisis Económico. Universidad Autónoma Metropolitana. Vol XXXI, Num. 78  
<https://miracomosehace.com/que-es-walmart-dedica-empresa-walmart-mision-vision-objetivos-walmart/>

## Lista de cotejo EXAMEN en línea (20%)

### Unidad 1

**Nombre asignatura:** Fundamentos de Gestión de Servicios de Tecnologías de Información

**Nombre del alumno:** Jonathan Emmanuel Acevedo Méndez

**Nombre del docente:** Dra. Verónica Guerrero Hernández

Criterios	Indicador máximo por criterio	Indicador de alcance total (20%)
Se menciona el título del proyecto	0-2	2
Se describe el problema (identificar el tipo de problema que se aborda)	0-3	3
Se adjuntan los objetivos generales y específicos	0-3	3
Utilización de ejemplos acorde al tema propuesto.	0-3	3
Menciona el proceso de negocio a utilizar (identificar el proceso de negocio en donde se aplicó una estrategia de tecnología mediante las TIC)	0-3	3
Menciona el tipo de estrategia de TIC utilizada	0-3	3
Manejo e inclusión de referencias bibliográficas	0-3	3
<b>Total Indicador</b>	0-20	<b>20</b>



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE  
SAN ANDRÉS TUXTLA**

**Asignatura:**

**Fundamentos de gestión de TI**

**Docente:**

**Verónica Guerrero Hernández**

**Alumno:**

**Jonathan E. Acevedo Méndez**

**Trabajo:**

**Examen**

**Fecha de entrega:**

**13/03/2023**

**Grupo: 610 A**





Título del proyecto.	Problemática.	Proceso de negocio.	Estrategia de TIC utilizada.	F D I
<p><b>Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial.</b></p>	<p>En el siguiente artículo de revisión se realizó un estudio documental bajo un enfoque cualitativo-descriptivo sobre el efecto que genera las tecnologías de la información y comunicación y la innovación en la competitividad empresarial.</p>	<p>Esta investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo-descriptivo donde se buscó definir los factores que facilitan la competitividad en las empresas y la forma en que la innovación y las TIC influyen en la misma. En primera instancia se utilizaron fuentes bibliográficas con el objetivo de brindar un soporte teórico utilizando los descriptores: innovación, tecnología de la información y comunicación y competitividad.</p>	<p>Finalmente se usó el método de triangulación de datos el cual se define como la obtención de información permitiendo un análisis entre los objetos de investigación. De esta forma se corroboró la información obtenida sobre la innovación y las tecnologías de la información y comunicación como factor de competitividad, los factores claves de éxito de la competitividad, y la competitividad como éxito empresarial.</p>	<p><a href="https://drive.google.com/drive/folders/16DwWV8gJbMbRJYwWBh84IGh-O-vdFrU2">https://drive.google.com/drive/folders/16DwWV8gJbMbRJYwWBh84IGh-O-vdFrU2</a></p>
<p><b>Estrategias Empresariales para una Población Vulnerable en Colombia</b></p>	<p>Se presenta una revisión documental de estudios relacionados con estrategias empresariales para una población vulnerable que permita identificar cuáles han sido las estrategias de negocios que pueden implementarse en dicha población.</p>	<p>Se consideraron estudios en los diversos contextos, y se hicieron búsquedas a partir de palabras clave como población vulnerable, estrategia empresarial y asociatividad.</p>	<p>Se utilizó un enfoque cualitativo y se hizo un análisis documental a partir de textos recopilados de diversas bases de datos. Posteriormente, se relacionaron estos estudios en una tabla de conocimiento, destacando las investigaciones que dieron un aporte significativo para la ejecución de la investigación.</p>	<p><a href="https://drive.google.com/drive/folders/16DwWV8gJbMbRJYwWBh84IGh-O-vdFrU2">https://drive.google.com/drive/folders/16DwWV8gJbMbRJYwWBh84IGh-O-vdFrU2</a></p>

<p><b>La gestión de la información y del conocimiento en empresas industriales</b></p>	<p>Actualmente se prioriza la información como un capital muy importante de las empresas por lo cual se desea saber cuán importante la gestión de la información y conocimiento en empresas industriales. Para lo cual se realizó análisis documental sobre la importancia de la gestión de la información en empresas industriales y una visión de la realidad ecuatoriana.</p>	<p>La sociedad del conocimiento resalta el hecho de que la información que poseen las empresas acerca de sus clientes, productos y proveedores es uno de los recursos más valiosos que poseen, la implementación e introducción de TICS dentro de los procesos de producción es clave para el incremento de la competitividad y es por lo que estas son actualmente las mejores herramientas que tienen las organizaciones para enfrentar este contexto. (Botello, Pedraza, y Contreras, 2015).</p>	<p>Para la realización de investigación se utilizó como punto de partida un análisis documental exhaustivo de la gestión de la información y del conocimiento. A continuación, se llevó a cabo el análisis sobre la importancia de la gestión de la información en empresas industriales y finalmente se da una pequeña visión de la realidad ecuatoriana en el tema propuesto.</p>	<p><a href="https://drive.google.com/drive/folders/16DwWV8gJbMbRjYwWBh84IGh-O-vdFrU2">https://drive.google.com/drive/folders/16DwWV8gJbMbRjYwWBh84IGh-O-vdFrU2</a></p>
<p><b>Cultura organizacional y Sustentabilidad empresarial en las Pymes durante crisis periodos de confinamiento social</b></p>	<p>El presente artículo pretende describir la cultura organizacional y sustentabilidad como estrategias para mitigar la crisis económica ocasionada por el COVID-19 en el sector comercio de ropas de minoristas de la ciudad de Cabimas del estado Zulia.</p>	<p>Luego se procesó la información obtenida a través del software estadístico SPSS, donde se determinó la estadística descriptiva y se obtuvieron los principales resultados: la crisis económica y sanitaria ocasionada por el COVID-19 ha estimulado estrategias empresariales alineadas al uso del comercio electrónico y uso masivo de las redes sociales no solo oficiales sino de los trabajadores, quienes</p>	<p>Se enmarco en la metodología cuantitativa se aplicó un cuestionario estandarizado (validado a juicio de expertos y con un coeficiente de confiabilidad Alpha de Cronbach de 0,92 Muy Alta) con 16 reactivos aplicado a 14 Pymes del sector comercio minorista de ropa para niño en la ciudad de Cabimas, el cual se aplicó en abril/2020 mediante un Google form.</p>	<p><a href="https://drive.google.com/drive/folders/16DwWV8gJbMbRjYwWBh84IGh-O-vdFrU2">https://drive.google.com/drive/folders/16DwWV8gJbMbRjYwWBh84IGh-O-vdFrU2</a></p>

		<p>asumiendo con responsabilidad sus compromisos con la Pyme han establecido redes y relaciones con clientes que han afianzado formas alternativas de intercambio comercial.</p>		
<p><b>La tecnología de la información y comunicación en la aplicación de estrategias para la gestión de la cadena de suministro en el ámbito empresarial: una revisión sistemática de la literatura</b></p>	<p>El propósito de este artículo de revisión es realizar el balance del conocimiento existente sobre las estrategias a nivel superior, intermedio e inferior, enfocadas en las TICs para los procesos productivos, dentro de la cadena de suministro en el ámbito empresarial.</p>	<p>Se empleó el siguiente criterio de inclusión para identificar un documento como válido: artículos científicos en revistas indexadas en inglés revisados bajo el sistema de doble ciego de revisión por pares, publicados entre 2009 y 2019, que se encuentran disponibles para su revisión a texto completo.</p>	<p>El objetivo central que guio la presente fue: Realizar el balance del conocimiento existente sobre las estrategias a nivel superior, intermedio e inferior, enfocadas en las TIC para los procesos productivos, dentro de la cadena de suministro en el ámbito empresarial., para lo cual se utilizó las siguientes bases de datos: Vlex, Science Direct, Base, Redib, Web of science, Scopus, Taylor &amp; Francis online, Redalyc, Springer y Ebsco. Los descriptores fueron “Tecnología de Información y Comunicación”, “Tecnología Digital”, “TIC”, “Tecnología de Información”</p>	<p><a href="https://drive.google.com/drive/folders/16DwWV8gJbMbRjYwWBh84IGh-O-vdFrU2">https://drive.google.com/drive/folders/16DwWV8gJbMbRjYwWBh84IGh-O-vdFrU2</a></p>

			y “Gestión de la cadena de suministro”, con el operador booleano “AND” entre los términos.	
--	--	--	--	--

Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial.