



**TRABAJO DE FIN DE MÁSTER**

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN ALTA DIRECCIÓN**

**CURSO ACADÉMICO:**

**CONVOCATORIA: FEBRERO 2018**

**TÍTULO: PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA**

**“THINK DIGI SOLUTIONS SAC”**

**APELLIDOS/NOMBRES ESTUDIANTES:**

Aguilar Guillermo, Jessica Marleny

Camus Cuipal, Marlith Estela

Jiménez Cruz, Fernando

Nájera Maguiña, Sonia Emma

Raymundo Nizama, Juan Carlos

Viegas, Eduardo

**APELLIDOS/NOMBRE TUTOR:**

García, Jesús

Fecha: febrero 2019

**INDICE**

**RESUMEN EJECUTIVO ..... 7**

**I. PLAN DE NEGOCIO ..... 9**

I.1. Descripción de los promotores del proyecto ..... 9

I.2. Breve Descripción del proyecto y la empresa ..... 10

I.3. Descripción de la idea de negocio ..... 11

**II. PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO..... 12**

II.1. DEFINICION DEL PRODUCTO..... 12

II.1.1. Público Objetivo..... 14

II.1.2. Información histórica del sector ..... 14

II.1.3. Expectativas a corto y mediano plazo del sector..... 15

II.1.4. Estudio de Mercado..... 15

II.1.5. Análisis FODA..... 22

II.2. PLAN DE MARKETING OPERATIVO (MARKETING MIX) ..... 24

II.2.1. Estrategia de producto..... 24

II.2.2. Estrategia de precios..... 24

II.2.2.1Especificación de los precios de la gama ofertada ..... 25

II.2.3. Estrategia de comunicación..... 27

II.2.4. Estrategia de distribución ..... 28

II.2.5. Marca y Logo ..... 28

**III. PLAN DE RECURSOS HUMANOS ..... 29**

III.1. SISTEMAS ORGANIZACIONALES ..... 29

III.1.1. ORGANIZACIÓN DE OFICINA ADMINISTRATIVA ..... 29

III.2. ANALISIS y DESCRIPCIONES DE LOS PUESTOS DE TRABAJO ..... 30

III.2.1. Descripción de puesto de trabajo ..... 30

III.2.2. Descripción de puesto de trabajo del área que será creada en la empresa..... 31

III.3. PROCESO DE SELECCIÓN..... 33

III.4. JORNADAS DE TRABAJO..... 33

III.5. 4.1.5 COSTOS DE LAS REMUNERACIONES ..... 34

III.5.1. Remuneración en Oficina Administrativa ..... 34

**IV. PLAN DE PRODUCCIÓN Y OEPRACIONES ..... 36**

IV.1. Localización ..... 36

IV.2. Descripción del proceso productivo ..... 36

IV.2.1. Procesos y Subprocesos dentro de Thinki Digi..... 36

IV.2.2. Procesos para la creación de un área de Transformación Digital en una empresa..... 37

IV.2.3. Infraestructuras necesarias .....	41
IV.2.4. Costes de Operación.....	41
<b>V. PLAN ECONOMICO – FINANCIERO .....</b>	<b>42</b>
V.1. La Inversión Inicial .....	42
V.1.1. Cuantía Total de Inversiones.....	43
V.1.2. Calendario de Amortización de Inversiones .....	43
V.1.3. Cronología de Pagos a la Inversión.....	44
V.1.4. Gastos de Establecimiento .....	44
V.1.5. Clientes.....	44
V.1.6. Existencias.....	45
V.1.7. Tesorería.....	45
V.1.8. Proveedores .....	45
V.2. La Financiación.....	45
V.2.1. Estructura Financiera.....	45
V.2.2. Condiciones de Financiamiento .....	46
V.2.3. Coste de Capital Medio Ponderado .....	46
V.3. Los Estados Financieros Previsionales.....	47
V.3.1. Ingresos y Desglose por Áreas del Negocio - Primer Año de Actividad .....	47
V.3.2. Evolución Prevista de la Cifra de Ventas .....	48
V.3.3. Detalle y Justificación de Costes Fijos y Variables Operativos .....	49
V.3.4. Balance de Apertura del Negocio.....	49
V.3.5. Balances Previsionales para el Horizonte Temporal .....	50
V.4. La Rentabilidad del Proyecto .....	51
V.4.1. Determinación de los Flujos de Caja.....	51
V.4.2. Cálculo de Indicadores de Rentabilidad.....	51
V.5. Análisis del Riesgo.....	52
V.5.1. Cálculo del Punto Muerto General.....	52
V.5.2. VAN y TIR.....	53
<b>VI. PLAN JURÍDICO-LEGAL .....</b>	<b>54</b>
VI.1. Trámites de constitución y primer establecimiento.....	54
VI.1.1. Características del S.A.C.....	54
VI.1.2. Denominación .....	54
VI.1.3. Órganos de La empresa .....	54
VI.2. Cumplimiento de la normativa.....	55
VI.2.1. Nombre.....	55

VI.2.2. La Minuta .....	55
VI.2.3. Elevar la Minuta a Escritura Pública.....	55
VI.2.4. Inscribir Escritura Pública en Registros Públicos .....	55
VI.2.5. RUC.....	55
VI.2.6. Régimen Tributario .....	55
VI.2.7. Imprimir comprobantes: .....	56
VI.2.8. Libros Contables: .....	56
VI.2.9. Essalud: .....	56
VI.2.10Licencia Municipal .....	56
<b>VII. PLAN ESTRATÉGICO DE LA COMPAÑÍA .....</b>	<b>58</b>
VII.1.IDENTIFICACIÓN DE LA VISIÓN Y MISIÓN.....	58
VII.1.1 Análisis de situación.....	598
VII.1.2 Análisis interno – Fuerzas de porter.....	59
VII.1.3 Análisis externo.....	621
VII.1.4 Análisis DAFO .....	68
VII.2. Objetivos y estrategias .....	709
VII.2.1 La matriz MCP .....	709
VII.2.2 Definir las estrategias corporativas .....	71
VII.3. Definir las estrategias competitivas.....	71
VII.4. Implantar la estrategia .....	72
VII.4.1 Designar el/los responsable/s de la implantación estratégica.....	72
VII.4.2Elaborar un cronograma de las acciones propuestas .....	73
VII.4.3 Designar los recursos para la ejecución de la estrategia.....	73
VII.4.4Elaborar un Cuadro de Mando Integral.....	743
VII.5. Controlar .....	74
VII.6. Fijar indicadores de control y medir los resultados.....	754
<b>VIII. PLAN DE CONTINGENCIAS .....</b>	<b>765</b>
VIII.1. Previsión del Escenario más desfavorable .....	765
VIII.2. Medidas a adoptar en esta situación .....	765
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>776</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>Erro! Indicador não definido.7</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>798</b>

## INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Organigrama Organizacional.....	22
Figura N° 2: Situación Actual De Transformación Digital En 60 Países.....	22
Figura N° 3: Top De Servicios De Transformación Digital.....	28
Figura N° 4: Análisis D-A-F-O. ....	30
Figura N° 5: Marca Y Logo.....	35
Figura N° 6: Organigrama Del Core De La Empresa. ....	37
Figura N° 7: Especificación Técnica Del Core.....	38
Figura N° 8: Detalle De Los Procesos Y Subprocesos Dentro De Think Digi.....	46
Figura N° 9: Agenda Del Squad.....	48
Figura N° 10: Infraestructuras.....	49
Figura N° 11: 5 Fuerzas De Porter.....	62
Figura N° 12: Variación Porcentual Del Comercio. ....	66
Figura N° 13: Porcentaje De Inflación.....	67
Figura N° 14: Porcentaje Del Pbi.....	67
Figura N° 15: Dólares Ganados.....	68
Figura N° 16: Variación Porcentual.....	68
Figura N° 17: Países Con Transformación Digital.....	70
Figura N° 18: Ranking De Competitividad Digital En Perú.....	71
Figura N° 19: Top De Servicios De Transformación Digital Mundial.....	71
Figura N° 20: Cronograma De Acciones Propuestas.....	75
Figura N° 21: Cuadro De Mando Integral.....	76

## INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Costos De Apertura De Un Negocio.....	17
Tabla N° 2: Especificación De Precios De Los Productos.....	32
Tabla N° 3: Servicio De Desenvolvimiento Del Robot.....	34
Tabla N° 4: Jornada Laboral En La Oficina Administrativa De Thinki Digi.....	42
Tabla N° 5: Nómina De Oficina Administrativa De Thinki Digi. ....	43
Tabla N° 6: Nómina Del Core De Thinki Digi.....	43
Tabla N° 7: Inversión Inicial.....	50
Tabla N° 8: Aportes De Socios.....	51

Tabla N° 9: Amortización De Inversiones.....	51
Tabla N° 10: Cronología De Pagos A La Inversión.....	52
Tabla N° 11: Ventas Por Cobrar Comerciales.....	52
Tabla N° 12: Necesidades De Financiación De Inversiones.....	53
Tabla N° 13: Proyección De Ventas Año 0 - 2019.....	55
Tabla N° 14: Evolución De La Cifra De Ventas.....	56
Tabla N° 15: Detalle Costos Fijos Y Variables.....	57
Tabla N° 16: Balance De Apertura Del Negocio.....	57
Tabla N° 17: Balance General Proyectado.....	58
Tabla N° 18: Estado De Ganancias Y Pérdidas Proyectado.....	58
Tabla N° 19: Flujo De Caja Proyectado.....	59
Tabla N° 20: Indicadores De Rentabilidad – Beneficio Neto.....	59
Tabla N° 21: Indicadores De Rentabilidad – Roa.....	60
Tabla N° 22: Indicadores De Rentabilidad – Roe.....	60
Tabla N° 23: MCP .....	73
Tabla N° 24: Designación De Recursos.....	75
Tabla N° 25: Indicadores De Control Y Medición De Resultados.....	77

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Estudios Y Experiencia Profesional De Los Promotores.....	79
Anexo 2: Manual De Recursos Humanos .....	86
Anexo 3: Descripción De Los Puesto.....	94

## RESUMEN EJECUTIVO

La teoría de la evolución de las especies de Charles Darwin se basa en la observación de que los individuos mejor adaptados al medio, que no solo los más fuertes, tienen más probabilidades de sobrevivir. Las nuevas tecnologías digitales han transformado de forma radical el contexto en el que se desenvuelven las empresas, de manera que, aplicando la teoría evolutiva al mundo empresarial, se puede afirmar que solo sobrevivirán aquellas que mejor se adapten al nuevo entorno digital.

En este contexto surge nuestro plan de negocio, enfocado sobre la temática que está siendo considerada como la Cuarta Revolución Industrial, la denominada “Transformación Digital”. Pero ¿qué significa este término? Existen varias definiciones en la literatura, algunos autores la denominan como “el desdoblamiento de estrategia de Tecnología de Información (TI), para los demás sectores de una empresa”<sup>1</sup>. Otros como “la introducción de nuevas tecnologías digitales con el objetivo de mejorar los procesos organizacionales”<sup>2</sup>.

Por otro lado, si preguntamos a las personas, muchas creen que la Transformación Digital está vinculada en hacer algo digital, como crear un App, o transformar su producto o servicio físico en algo digital que se pueda acceder por móvil o página web. Si bien estas definiciones son parte del conjunto, no lo son todo, ya que la Transformación Digital está vinculada a los cambios de los procesos internos, nuevas fuentes de ingresos y ahorros, cambio cultural de la manera en cómo se realiza un trabajo, y también cómo la empresa se relaciona con sus clientes.

Esta transformación permite crear una serie de oportunidades con lo cual es posible automatizar procesos, aumentar la eficiencia operacional y obtener ganancias de productividades. El cambio ya está en marcha y con pasos de gigante gracias a la tecnología. Por ello, mucho más allá de los aspectos en nuestra vida personal, la tecnología está influenciando todos los sectores empresariales.

Tener toda la comunicación en el medio digital ha marcado un horizonte hacia el progreso y todas las empresas, sin excepción, tarde o temprano deberán acomodarse a esta transformación hasta alcanzar una madurez digital. Creemos que la adaptación total se dará con gran velocidad porque cada ambiente laboral se está haciendo cada vez más digital.

El uso de la tecnología para mejorar radicalmente el rendimiento o el alcance de las empresas se está convirtiendo cada vez más en un tema para las empresas de todo el mundo. Los ejecutivos de todos los sectores empresariales están utilizando avances digitales como: análisis, movilidad, medios sociales y dispositivos inteligentes

---

<sup>1</sup> MITHAS, S 2013. How a Firm’s Competitive Environment and Digital Strategic Posture Influence Digital Business Strategy; MIS Quarterly. 21/08/18.

<https://pdfs.semanticscholar.org/3d7a/359e1c9daf3876fdb53ec9b4f044f4ce4a4f.pdf>

<sup>2</sup> LIU, D 2011. Resource Fit in Digital Transformation - Lessons Learned From The CBC Bank Global E-Banking Project; Management Decision. 21/08/18.

<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/00251741111183852>

embarcados, agregando nuevas tecnologías para mejorar el uso de las herramientas tradicionales de sus negocios, pero además para cambiar las relaciones con los clientes.

Con el creciente surgimiento de empresas digitales, los procesos que se ejecutan son en mayor parte digital. Un claro ejemplo son las operaciones de las empresas: Google, Facebook, Amazon, Alibaba o Nubank, que han repercutido en el funcionamiento de las empresas de otros sectores. Ellos han empezado a mirar el corazón de sus negocios, viendo una nueva manera de trabajo con la intención de generar un ahorro con los cambios de sus procesos y buscando la mejor tecnología o manera de automatizarlos, es ahí donde nace la Transformación Digital.

Estudios de mercado de BRASSCOM, apuntan que la Transformación Digital desplazará el 40% de las compañías. De igual modo, apuntan que el tamaño de inversiones en Transformación Digital hasta el 2021 girará en torno de 249,5 billones de dólares. Por este motivo, un número elevado de empresas están mejorando sus inversiones con nuevas tecnologías, redes sociales, big data, cloud computing, relaciones M2M, etc. Teniendo estos estudios como referencia, y viendo la demanda del mercado, crearemos “*Think Digi Solutions SAC*”, con nombre comercial *Think Digi*, empresa que brinda servicios de Transformación Digital.

Nuestras soluciones digitales se basan en la búsqueda e implementación de productos o servicios tecnológicos más adecuados que necesite cualquier tipo de empresa. Con ello buscamos incrementar considerablemente sus ganancias y mejorar cada entorno de la compañía con la nueva cultura digital. Replantear nuevos modelos de negocio al plano digital es nuestro principal objetivo.

De este modo ofrecemos consultorías estratégicas, rediseño de procesos como convertir procesos manuales en procesos automatizados, modelos de negocio digital, entre otros. Para lograr lo propuesto, el equipo directivo de nuestra empresa estará conformado por seis miembros que a su vez van a ser patrocinadores del proyecto, de los cuales se tienen: un Director General, un Director de Marketing, un Director Administrativo, un Director de Estrategias, un Director Financiero y CEO.

La inversión necesaria por parte de los promotores para que se pueda desarrollar el proyecto es de **U\$96,000** (USD), monto que se podrá recaudar en el periodo de un año por parte de los seis promotores. El monto total será dividido en partes iguales para que cada miembro pueda invertir un porcentaje aproximado de 17%. Estos fondos serán provenientes de ahorros o herencias recibidas a través del tiempo.

Según el análisis de las cifras financieras realizadas, se determina que la inversión se recuperará completamente en **3 años** y producirá una tasa interna de retorno del **57%**

## I. PLAN DE NEGOCIO

### I.1. Descripción de los promotores del proyecto

La empresa contará con seis socios y cada uno de ellos tendrá un cargo distinto conforme el organigrama expuestos a continuación:

**Fernando Jiménez Cruz - Especialista en Category Management**, formado en Marketing, posee seis años de experiencia en proyectos de marketing & ventas, con empresas/instituciones como Aeroméxico, Berg Outdoor, Embajada de Argentina, Tecnológico de Monterrey, Picard Chocolates, y actualmente full time en Nestlé México. **Será propuesto como Director General de la empresa.**

**Eduardo Viegas - Consultor de Transformación Digital**, formado en Ingeniería Electrónica, posee 19 años de experiencia en desarrollo de productos y gestión de proyectos en el mercado de Telecomunicaciones. **Será propuesto como Director de estrategia y transformación digital de la empresa.**

**Jessica Marleny Aguilar Guillermo - Analista de Créditos** de la micro, mediana y gran empresa. Formada en Administración de empresas, posee siete años de experiencia en el mercado de financiero laborando en el Banco BBVA. **Será propuesto como Directora Financiera de la empresa.**

**Marlith Estela Camus Cuipal – Analista de operaciones**, con formación profesional en economía y especialización en finanzas, con 4 años de experiencia en el sector financiero y administrativo. Actualmente laborando en Tata Consultancy Services como analista de operaciones (Proyecto Banco Pichincha - Perú). **Será propuesta como Directora Administrativa**

**Juan Carlos Raymundo Nizama. - Supervisor de Tecnología de Información**, formado en Ingeniería de Sistemas, con 6 años en el ámbito Informático, gestión de procesos y de Proyectos, actualmente encargado de validar un proyecto ERP. **Será propuesto como Director de Tecnología de Información de la empresa.**

**Sonia Nájera Maguiña. - Directora de Marketing Digital**, formada en Marketing y Ciencias de la Comunicación, posee 10 años de experiencia en dirección de proyectos de marketing digital que involucran administración de redes sociales, posicionamiento Web/SEO, creación y gestión de campañas SEM en Google, envío de SMS masivo. **Será propuesta como Directora de Marketing de la empresa.**

Ver en Anexos los CV's

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

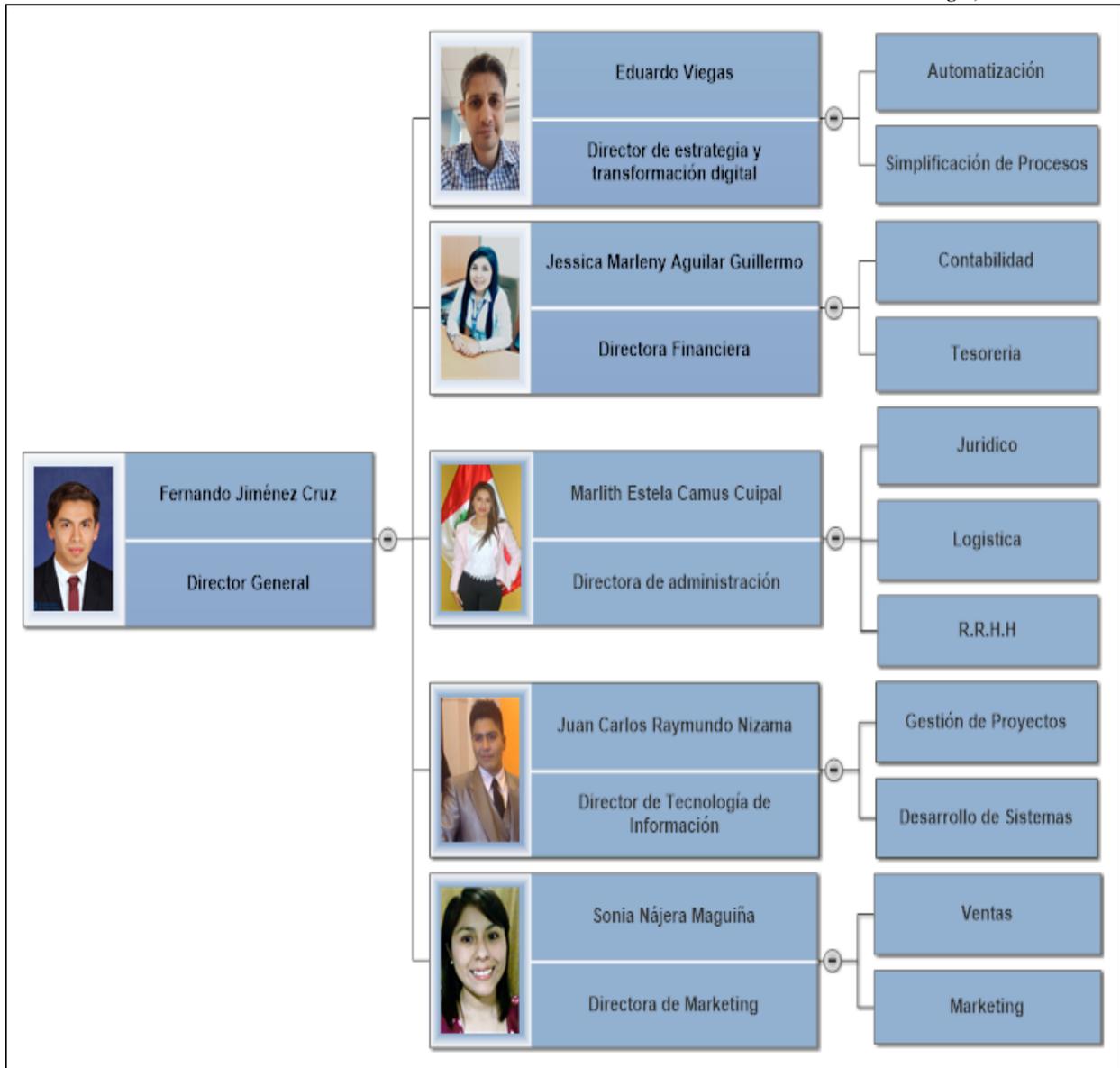


FIGURA N°1: ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL

**I.2. Breve Descripción del proyecto y la empresa**

La empresa *Think Digi*, estará constituida por socios de tres países distintos: Brasil, México y Perú, quienes aportarán valor en la prestación de sus servicios, implementando proyectos que generen ahorros para sus clientes. Se estima que la sede principal de operaciones será la ciudad de Lima, Perú, pero con la visión de expandirse en los territorios de Brasil y México.

El objetivo principal de la empresa es ofrecer servicios y consultoría eficaces y eficientes en Transformación Digital a empresas medianas y de gran envergadura, teniendo como motor la implantación de una estructuración organizacional pensada en lo digital, buscando excelencia e innovación tecnológica.

De este modo, podremos ayudar a nuestros clientes a transformar sus procesos internos generando diferenciación estratégica frente sus competidores.

Contando con una amplia experiencia en proyectos de consultoría y con un equipo de especialistas con capacitación en Transformación Digital, las soluciones ofrecidas por *Think Digi* ayudarán a identificar oportunidades, automatizar sus procesos y maximizar el valor de sus negocios generando ahorros exponenciales.

### **Objetivos Generales:**

Ofrecer a los departamentos de directivos de empresas la creación e implementación de programas de Transformación Digital para el desarrollo de proyectos que permitirán maximizar sus negocios y generar considerables ahorros.

### **Objetivos Específicos:**

- Ser referencia en el mercado de consultoría enfocado en Transformación Digital.
- Contribuir con el cambio cultural del mercado de trabajo promoviendo de este modo la cultura digital.
- Aportar grandes valores agregados a los negocios de nuestros clientes maximizando sus fuentes de ingresos.

### **I.3. Descripción de la idea de negocio**

El proyecto consiste en crear una empresa de servicios y consultoría en Transformación Digital, promoviendo esta cultura y mejores prácticas dentro de las organizaciones. Podremos actuar de dos maneras:

Implementar la cultura organizacional, promoviendo la creación de un área de Transformación Digital interna, apoyando desde la contratación de personas, diseño de organigrama y puestos de trabajo, así como diseminar la cultura digital y la creación de metodologías de trabajos que puedan promover la implementación proyectos. Foco en grandes empresas.

Prestar servicios de Transformación Digital a nuestros clientes, enfocándose en la automatización de sus procesos, implementando proyectos con la generación de beneficios, dentro de nuestra estructura organizacional.

De esta manera y con dos ramas de actuación en el mercado, nuestra empresa podrá atender desde empresas medianas como empresas de gran porte.

## II. PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO

### II.1. Definición del producto

Nuestros Servicios de Transformación Digital son muy completos y abarcan:

- **Consultoría Estratégica Digital**

Si una empresa ya cuenta con una estrategia digital, la estudiamos para corroborar si éste presenta coherencia en función de su estrategia general corporativa. Los aspectos que evaluamos, son: situación competitiva dentro del sector laboral en la que se desempeña la empresa, oportunidades de crecimiento en el campo Business to Business (B2B) y Business to Consumers (B2C), procesos operacionales, tecnología de soporte y capacidad de ejecutar transacciones con velocidad de respuesta, costo y calidad en las actividades y negocios que el campo digital requiere.

Si una empresa no cuenta con una estrategia digital, la implementamos desde cero y la proyectamos con procesos diseñados según sus necesidades, añadiendo modelos de operación innovadores que aceleren el crecimiento de la empresa. De igual modo, realizamos el perfil del personal que debe estar facultado para operar con la lógica de esta nueva estrategia digital, y por último, diseñamos el plan de marketing digital a corto y mediano plazo para sustentar los objetivos de la estrategia.

- **Taller de Software**

La infraestructura digital es el cimiento para implementar la transformación digital de cualquier empresa, por ello brindamos nuestro Taller de Software con soluciones tecnológicas que permiten maximizar la productividad de la empresa, mejorar los procesos, optimizar la presencia de la marca, entre otros beneficios que se lograrán con una óptima integración.

Para hacerlo posible contamos con un equipo de expertos en modelos digitales, encargados de la revisión, análisis, e implementación de la estructura tecnológica de los procesos involucrados en las actividades digitales. Algunos recursos que encontrarán en nuestro Taller de Software, son: plataformas de comercio electrónico, manejo de tecnología de identificación de clientes (implementando formularios web), autorespondedor, gestión de canales digitales, creación de páginas web operacionales y transaccionales, aplicativos móviles (Apps).

De igual modo, nuestro personal está capacitado para desarrollar y dar mantenimiento a toda la infraestructura digital, así como administrar la tecnología eficazmente con Cloud Computing.

- **Marketing Digital**

Nuestro equipo está altamente capacitado para diseñar, implementar y operar campañas de marketing digital que se ciñan al plan estratégico de la empresa, cumpliendo todos los objetivos. Para ello utilizamos el Balance Scorecard, una

excelente “herramienta de análisis que permite la planificación y dirección que permite enlazar estrategias y objetivos con indicadores y metas para realizar con éxito la formulación e implementación estratégica”<sup>3</sup>.

Del mismo modo, el Search Engine Optimization (SEO), o conocido también como Posicionamiento Web, para conseguir tráfico web de calidad, aparecer en las primeras posiciones de los motores de búsqueda, y mejorar la rentabilidad de la empresa al incrementar de manera sustancial las ventas.

- **Analítica Web**

La toma de decisiones de un proyecto digital debe ser respaldada por datos medibles y, para ello, nuestros especialistas utilizan plataformas como Google Analytics, Piwik y Open Web Analytics, para estudiar los avances de las plataformas online, con el fin de repotenciarlos. Asimismo, seleccionan los mejores KPI's (Indicadores clave de rendimiento), para eCommerce o cualquier otro negocio digital, para conseguir los objetivos trazados por la empresa.

- **RPA (Robotic Process Automation)**

RPA (Robotic Process Automation), es la Automatización Robótica de procesos comerciales. Sus funcionamientos con robots de software son capaces de emular las tareas humanas bajo un entrenamiento, permitiéndoles la realización de flujos en sistemas informáticos.

Utilizamos un software rápido, no invasivo y con un retorno de la inversión inferior al año. Por ello, éste es nuestro producto estrella que ofrece una gran alternativa para reducir o eliminar carga de trabajo de las personas en procesos voluminosos de back-office (procesos repetitivos de finanzas, contabilidad, recursos humanos, gestión de la cadena de suministro, servicio al cliente, etc.), y se integra -de manera poco invasiva con los entornos IT de las empresas- con prácticamente cualquier aplicación existente en un proceso.

La aplicación o robot del típico software de RPA funciona en la interfaz de usuario (IU), de forma similar a como trabajamos las personas: mueven el ratón, utilizan el teclado, buscan en el monitor, etc. Después de ser educado para entender cualquier proceso específico, el software puede ejecutar automáticamente las transacciones que le han sido asignadas, trabajar con datos, iniciar acciones de respuesta y colaborar con otros sistemas cuando y como sea necesario.

Es importante tener en cuenta que, una condición indispensable para el uso de cualquier RPA es su aplicación en procesos estructurados, con inputs y outputs basados en datos existentes en el mundo “digital”. Además, deben ser “enseñados” para ejecutar sus tareas en base a reglas establecidas y flujos de trabajo. Los RPA no “aprenden” de su experiencia y no están capacitados para resolver las excepciones que

---

<sup>3</sup> ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL 2016: ¿Qué es el balanced scorecard y para qué sirve? [En línea], AVENIDA DE VALDENIGRALES S/N, POZUELO DE ALARCÓN. 28223 MADRID. [ref. 18 SEPTIEMBRE, 2017], Disponible en Web: <https://www.esic.edu/rethink/2017/09/18/que-es-el-balanced-scorecard-y-para-que-sirve/>

encuentren al ejecutar sus tareas. Son los usuarios expertos quienes deben implementar reglas de procesos.

La actual estructura de la organización **Deloitte** nos permite garantizar la correcta **implementación de RPA**, que consolidamos en cinco fases:

- Nuestros desarrolladores **analizan e instruyen** el proceso y programan cada detalle del robot
- Nuestros analistas **asignan y monitorizan** las actividades del robot
- Cada robot está localizado en el entorno de un cliente (virtual o físico), en el cual interactúa directamente con sus aplicaciones de negocio **sin comprometer la infraestructura IT**
- Los usuarios del negocio **revisan y resuelven** cualquier excepción o particularidad
- Los robots amplifican su valor al ser capaces de **interactuar** con numerosas plataformas y aplicaciones, facilitando su **retroalimentación**

El conjunto de estas fases nos permite **programar a los robots para ejecutar procesos íntegros** prácticamente sin la intervención de una persona.

### II.1.1. Público Objetivo

Empresas medianas y grandes que utilicen o deseen utilizar procesos de transformación digital para impulsar sus ventas y presencia de marca.

### II.1.2. Información histórica del sector

En Perú existen 2.30 millones de empresas registradas<sup>4</sup> al cierre del 2017, de las cuales se estima que sólo la mitad utiliza internet y, de ese universo, “solo el 51.7% de peruanos utiliza habitualmente internet, cuando la cifra llega al 86% en países como España.

En cuanto a su utilización por parte de las empresas, los datos tampoco son alentadores: el 76% solo usa internet para comunicarse vía correo electrónico o chat, y solo el 24% lo utiliza para vender productos y/o servicios; además, hay un gran número de compañías, principalmente las pymes, que no tienen una página web y apenas un tercio de ellas utiliza las redes sociales para promocionarse.

Estas cifras demuestran, según Bernardo Muñoz, consejero económico de la Embajada de Perú en España, que, en materia de transformación digital, en Perú está todo por hacer”<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> DIARIO GESTIÓN [En línea], <https://gestion.pe/economia/empresas/peru-2-30-millones-empresas-registradas-crearon-al-cierre-del-2017-228275>

<sup>5</sup> DIARIO GESTIÓN [En línea], <https://gestion.pe/tecnologia/peru-materia-transformacion-digital-236184>

Por otro lado, “en los próximos tres años, la automatización robótica llegará a nuestro país a gran escala, debido a que en este momento ya existen iniciativas de esa naturaleza en el mundo corporativo.

Los avances de la automatización robótica de procesos (RPA), son un tema que está llamando cada vez más la atención de los ejecutivos y que al ser aplicada a los negocios, resulta en un conjunto de beneficios adicionales a la reducción de costos, importantes para el crecimiento y desarrollo de las empresas.

Aun cuando actualmente la RPA ya es capaz de automatizar más del 49% de actividades del día a día de los colaboradores de una empresa, para procesos como Finanzas y Logística el porcentaje incluso es mayor 56,3 y 58% respectivamente (Insights for Deloitte 2017 CPO Survey)”

Ante este escenario nuestra empresa tiene como objetivo consolidarse como una de las empresas pioneras en la utilización de RPA en Perú, dentro de los servicios ofrecidos de Transformación Digital teniendo como público objetivo a empresas medianas y grandes que cuenten con el uso de plataformas digitales o planeen invertir en ellas, para la mejora de su institución.

Apuntamos a crear una nueva educación tecnológica, haciendo conocedores a nuestro público que el contar con buen plan de transformación digital, hará que su empresa crezca el doble y logre más beneficios de los que puede estar consiguiendo en su operación tradicional.

### **II.1.3. Expectativas a corto y mediano plazo del sector**

**A corto plazo:** ser una empresa de transformación digital en la ciudad de Lima, que asiste a medianas y grandes empresas que ya cuenten con plataformas online y permitan repotenciar la presencia de su marca, mejorar costos y maximizar las ventas a través de las bondades que ofrecemos en nuestros servicios.

**A largo plazo:** penetrar en el sector de pequeñas empresas para hacerles conocer cómo es el entorno digital e implementar nuestras estrategias para su beneficio.

### **II.1.4. Estudio de Mercado**

En la actualidad, la transformación digital de las empresas es una necesidad, sin embargo, no es un proceso fácil de llevar a cabo ni que todos entiendan a la perfección.

Existe mucho desconocimiento y algunos que otros mitos al respecto, ellos giran principalmente alrededor del significado de este concepto y sobre cuáles son los procedimientos para llevarlo a cabo.

En parte, este tema también está afectado por ese miedo al cambio que suele estar instaurado en muchas organizaciones. Por ello, son frecuentes las empresas que aún continúan llevando a cabo procesos de trabajo antiguos o ya casi obsoletos.

Sin embargo, las ventajas que nos brinda la digitalización de nuestros procesos son enormes, principalmente en lo referente a la competitividad de nuestro negocio.

¿Pero que es la Transformación Digital?

Para comenzar vamos a ser honesto, cuando se habla de este término muchas personas se asocia con algo complejo y tecnológico, pero este proceso es mucho más que eso. Por definición tenemos:

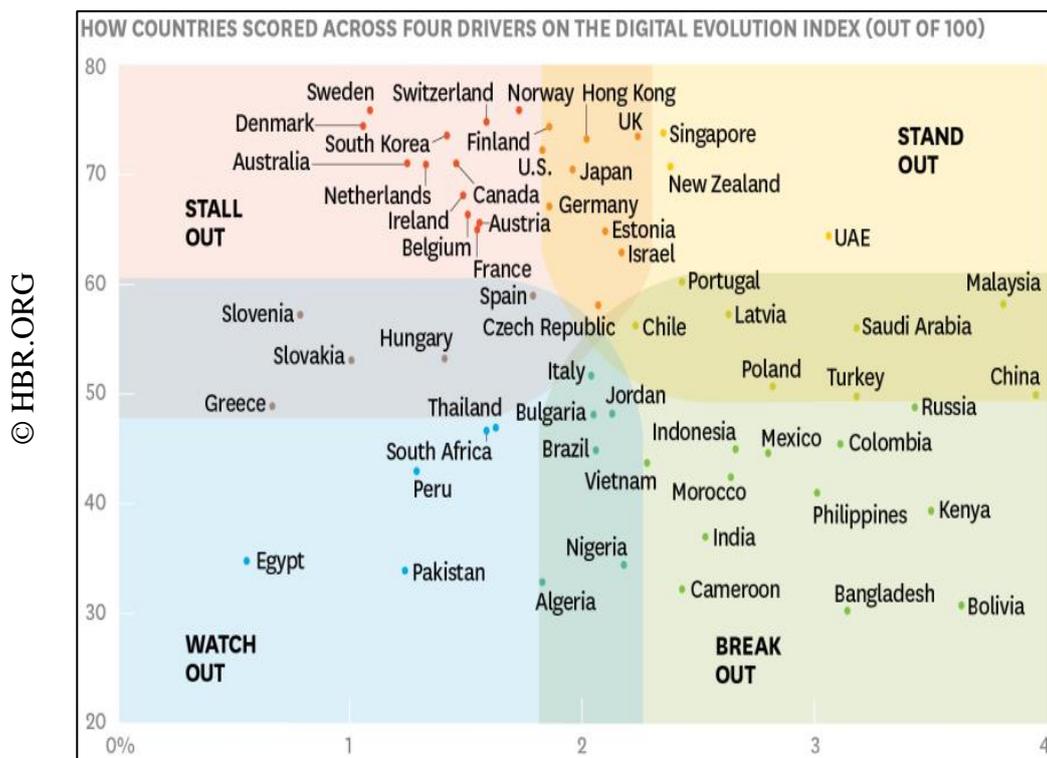
*“Transformación Digital es el proceso por el cual las empresas reorganizan sus métodos de trabajo y estrategias, para obtener más beneficios gracias a la implementación de las nuevas tecnologías.”*

Básicamente es aplicar las innovaciones y las tecnologías digitales a la búsqueda de aprovechamiento de oportunidades que antes no se incluían, y con ellas buscamos oportunidades de negocios como:

- Automatizar procesos;
- Minimizar costos;
- Maximizar la eficiencia;
- Reducción de cuadro funcional;

Su implantación debe ser personalizada y adecuada al ritmo de cada compañía, para poder así asumir cambios, y su implementación, a su vez, debe ser paulatina para que la totalidad de los integrantes de la organización pueda asimilar sus implicaciones.

Según una pesquisa de Harvard Business Review, que mide el nivel de competitividad digital de los países, podemos dividir en 4 zonas de desarrollo tecnológico y transformación digital:



**FIGURA N° 2: SITUACIÓN ACTUAL DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN 60 PAÍSES**

## **Stall Out**

Países altamente avanzados digitalmente y que exhiben un gran impulso cuando hablamos de estrategias digitales. Se consideran los líderes en la búsqueda de la innovación en diversas áreas, cosechando los frutos de esas inversiones.

El desafío enfrentado por estos países altamente tecnológicos es mantener el motor de la innovación siempre funcionando, una vez que sostener ese ritmo acelerado de desarrollo requiere generar nuevas demandas para que no se corra el riesgo de estancamiento.

Los países que se encuentran en Stall Out viven hoy un estado de pleno avance digital, pero, exhiben un momento de desaceleración, una vez que mantener la innovación al alza es un gran desafío y la mayoría de las demandas internas ya están siendo suplidas.

Entre los principales países en este grupo están:

- Suecia;
- Noruega;
- Suiza;
- Dinamarca;
- Finlandia.

Como podemos observar, son todos los países de menor tamaño y población del norte de Europa. Para superar los desafíos para continuar innovando, esas naciones deberán reinventarse, apostando por alguna tecnología digital en ascenso para buscar eliminar los obstáculos que se impone a su crecimiento digital.

Los países que se encuentran en esa zona pueden utilizar su madurez digital, escala y red para reiventarse sus procesos y continuar creciendo digitalmente, transformando cada vez más su sociedad

## **Break Out**

Los países considerados Break Out son aquellos que consiguieron una puntuación muy baja en su proceso de transformación digital debido a varios factores, como falta de incentivo por parte del gobierno o incluso un desarrollo económico bajo.

Esto no significa que estos países no tengan un potencial para la transformación digital. En realidad, estas naciones tienen aún más oportunidades de crecimiento, pues su desarrollo tecnológico todavía está al principio.

La alta dinámica de los países que se encuentran en un estado de Break Out aliado a su gran potencial de crecimiento, debido al bajo desarrollo tecnológico, hacen que esos países, lugares interesantes para inversores que busquen altas tasas de retorno, están por supuesto abrazando los riesgos.

Uno de los principales problemas enfrentados en estos países es su infraestructura relativamente débil, de baja calidad institucional o incluso inexistente en algunos puntos de su territorio, lo que perjudica cualquier tipo de iniciativa de transformación digital.

Sin embargo, estos países pueden convertirse en el mercado digital en el futuro. Para tener idea, algunas de las naciones que componen ese grupo son:

- China;
- Rusia;
- México;
- La India.

Los ejemplos anteriores son de grandes economías, pero que todavía se encuentran en una zona de poco desarrollo digital, siendo los principales miembros del Break Out y con gran potencial para crecer, desde que inviertan en infraestructura.

### **Watch Out**

Los países que se encuentran en la zona de Watch Out poseen un bajo desarrollo digital y enfrentan un momento de pocas inversiones en tecnología, lo que perjudica su crecimiento y atractivo para los inversores.

Algunos de los países de esa zona incluso retroceden a su ritmo de digitalización, perdiendo oportunidades debido a graves problemas con infraestructura y cuestiones políticas.

Aunque algunos de ellos presenten soluciones creativas para los problemas estructurales enfrentados y las lagunas de infraestructura, además de posibles restricciones institucionales y baja demanda de los consumidores, la transformación digital no se encuentra en niveles fácilmente identificables.

La salida en este caso sería mejorar el acceso a Internet por parte de la población, así como la posibilidad de compra de dispositivos móviles, garantizando así que las personas puedan conectarse a la web móvil.

Entre los países que se encuentran en esta área de poco o ningún desarrollo digital están:

- Egipto;
- Pakistán;
- Sudáfrica;
- Argelia.

### **Stand Out**

Podemos considerar los países que se encuentran en la zona de Stand Out como graneros digitales de alta innovación, liderando la transformación digital a través de diversas nuevas tecnologías.

Son economías que se destacan por grandes inversiones en infraestructura y tecnología, lo que permitió la creación de un ambiente pleno y de estímulo a la innovación, lo que permite a estos países hoy estar a la vanguardia de la transformación digital.

Entre los principales países en esa zona de desarrollo podemos citar:

- Nueva Zelanda;
- Singapur;
- Reino Unido.

Algunas grandes economías como Estados Unidos, Alemania y Japón son altamente desarrolladas, pero ya encuentran algunos problemas en su desarrollo digital, mostrándose en la frontera entre las zonas de Stand Out y Stall Out.

Es decir, aunque estos países han sido los grandes impulsores de la transformación digital en el mundo durante algún tiempo, hoy se están acercando a una meseta, si se enfrenta a muchas otras naciones.

Para impedir que esto ocurra, los gobiernos de estos países deberían alentar cada vez más la competitividad e invertir en más procesos digitales para modernizarse y garantizar un entorno de innovación constante.

En el mundo, al analizar las cifras presentadas por la Harvard Business Review, podemos decir que Asia es una de las regiones que más atrae las miradas de los inversores, con China y Malasia pudiendo salir de la zona de Break Out y entrar en Stand Out a en cualquier momento debido a su alto potencial de desarrollo tecnológico.

Otro país que viene llamando mucho la atención de los inversores es la India. Con una de las mayores poblaciones del mundo, el país también tiene un gran potencial de desarrollo digital, que es barrado sólo por sus problemas de infraestructura. Sin embargo, el gobierno indio ya viene invirtiendo en esa área para minimizar los problemas enfrentados y garantizar la atracción de aportes de capital para el país.

En América latina, quien más viene destacándose entre los países es Bolivia y Colombia, ambas en la zona de Break Out y con potencial para adentrarse a Stand Out, una vez que sus gobiernos vienen invirtiendo cada vez más en políticas digitales y mejora de infraestructura.

Perú está en la zona de Watch Out, lo que demuestra que las inversiones en transformación digital en nuestro país todavía son bajas, pero tenemos un gran potencial de desarrollo para el futuro, siempre que con las políticas correctas

Según el reporte Management de GreenTarget 2017, el mercado global de consultoría de gestión vale aproximadamente US\$130 mil millones. La consultoría de operaciones ocupa la mayor parte del mercado, con un valor estimado de US\$70 mil millones, seguida por consultoría de recursos humanos y consultoría estratégica. Cada una con mercados de US\$30 mil millones. Aunque, solo en Estados Unidos, el segmento de consultoría digital y tecnológica lideró el mayor crecimiento, con un valor de US\$14,4 mil millones. Para esta firma, el segmento de las consultoras digitales es el único que se espera que experimente un crecimiento de dos dígitos hasta el 2018.

El futuro será digital. De eso ya no cabe duda. Según múltiples reportes de la consultora McKinsey, las grandes empresas tardaron en comprender el impacto de la tecnología digital en sus negocios

En el Perú, una encuesta realizada por IDC señala que más del 30% de los gerentes de grandes empresas ya está liderando procesos de la transformación digital. Y, a un 50%, le preocupa no hacer nada frente a los cambios que se avecinan

IDC LATIN ha divulgado sus predicciones sobre el impacto de la Transformación Digital en Latino América:

1. Para 2021, al menos 40% del PIB de América Latina se digitalizará, con un crecimiento en cada industria, impulsado por ofertas, operaciones y relaciones mejoradas digitalmente; en 2021, los inversionistas utilizarán métricas de penetración en la plataforma/ecosistema, de valor de los datos, y de intimidad con el cliente como factores de evaluación de las empresas.
2. Para 2020, el 40% de las empresas grandes de América Latina habrá articulado completamente una estrategia de plataforma tecnológica para la Transformación Digital (DX) de toda la organización, y estará en el proceso de implementar esa plataforma como el nuevo núcleo de TI para competir en la economía digital.
3. Para el 2021, el gasto de las empresas en servicios de nube, en hardware, y en software en América Latina, se duplicará con un crecimiento hacia más de los \$11 mil MDD, aprovechando el entorno: 10% en el borde, 15% en cómputo especializado (no x86), y más de 80% en *Multicloud*.
4. Para 2019, el 30% de las iniciativas de Transformación Digital utilizarán servicios de IA en América Latina; para 2020, el 50% de las aplicaciones empresariales comerciales usarán IA, más de la mitad de los consumidores interactuarán con *bots* de soporte al cliente, y más del 40% de los nuevos robots industriales aprovecharán la IA.
5. Para 2019, las aplicaciones empresariales se desplazarán hacia arquitecturas hiper-ágiles, con más del 50% de desarrollo de aplicaciones en plataformas en la nube (PaaS), usando microservicios y funciones, y con más de 70% de nuevos microservicios desplegados en *containers*.
6. Para 2021, las interfaces humano-digitales (HD) se diversificarán; 10% de los técnicos de servicio de campo y 15% de los trabajadores de información usarán realidad aumentada. Casi el 50% de las nuevas aplicaciones móviles usarán voz como interfaz primaria, y el 20% de las empresas de consumo que se encuentran entre el Top 3000 de América Latina utilizarán sensores biométricos para personalizar las experiencias.
7. Para 2021, una de cada 5 empresas que se encuentran en el Top 3000 de América Latina usará *Blockchain* como fundamento para la confianza digital a escala; para entonces, el 25% de los bancos transaccionales globales, cerca del 30% de las empresas de manufactura y comercio, y el 20% de las organizaciones de salud, usarán redes de *Blockchain*.
8. Para el 2019, 1 de cada 10 empresas grandes en América Latina generará “data como servicio” a partir de la venta de data bruta, métricas derivadas, *insights* y/o recomendaciones, cifra que representa el triple de lo observado durante 2017.
9. Las mejoras en herramientas de desarrollo simples (de bajo código o sin código, “*lowcode/nocode*”) expandirán el número de desarrolladores no tecnológicos en los próximos 36 meses. Para 2020, estos desarrolladores no tradicionales habrán

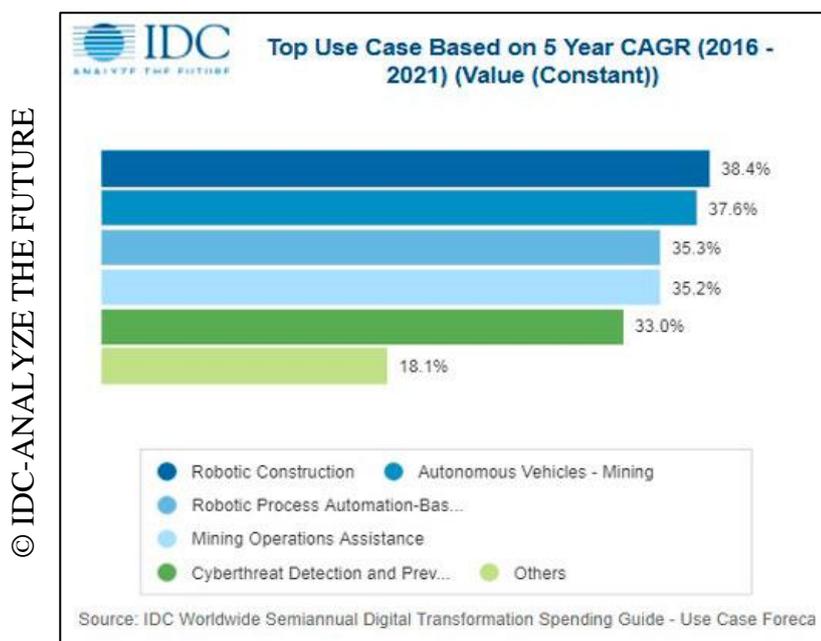
construido el 20% de las aplicaciones de negocio en uso en América Latina y el 30% de los atributos de nuevas aplicaciones.

**10.** Para el 2021, la mitad de las 2000 Empresas Globales con presencia en América Latina verán por lo menos el 20% de sus interacciones de servicios digitales provenir de ecosistemas API abiertos, amplificando su alcance digital mucho más allá de sus propias interacciones con clientes.

Perú no ha entrado aún de lleno en la era digital. Sólo el 51,7% de los peruanos utiliza habitualmente internet, cuando la cifra llega al 86% en países como España.

En cuanto a su utilización por parte de las empresas, los datos tampoco son alentadores: el 76% sólo usa internet para comunicarse vía correo electrónico o chat y sólo el 24% lo utiliza para vender productos y/o servicios; además, hay un gran número de compañías, principalmente las pymes, que no tienen página web y apenas un tercio de ellas utiliza las redes sociales para promocionarse.

Otro punto, es que cada prioridad estratégica incluye varios programas que luego están compuestos de casos de uso. Estos casos de uso son esfuerzos financiados discretamente que respaldan el objetivo de un programa y los objetivos estratégicos generales de una organización. Los casos de uso pueden considerarse como proyectos específicos que emplean recursos de las líneas de negocio y TI, como el hardware, software y servicios de TI. Los casos de uso que recibirán más financiamiento este año incluyen gestión de fletes (56 mil millones de dólares), manufactura robótica (43 mil millones de dólares), instrumentación de activos (43 mil millones de dólares) y operaciones autónomas (35 mil millones de dólares). Los casos de uso que tendrán el crecimiento en el gasto más rápido durante el periodo de pronóstico son construcción robótica (38,4% CAGR), vehículos autónomos - minería (37,6% CAGR) y procesamiento de quejas basado en RPA (35,5% CAGR) dentro de la industria de los seguros.



**FIGURA N° 3: TOP DE SERVICIOS DE TRANSFORMACION DIGITAL.**

- Basado en todos estos datos, tenemos una gran oportunidad de tener suceso con la consultoría Think Digi en Perú.

### II.1.5. Análisis FODA

El principal objetivo del DAFO es analizar los factores internos y externos clave que pueden tener un impacto directo o indirecto en Think Digi, a través de estudiar la viabilidad de proyectos, productos, personas, distribución, mercado, entre otros.

Nuestra planeación estratégica conlleva realizar un DAFO objetivo y autocrítico, y que este funcione como una herramienta poderosa para la toma de decisiones y convertirnos así en una empresa preventiva y proactiva.

En Think Digi, planeamos maximizar nuestras fortalezas, y para ello analizamos nuestros atributos y recursos internos que apoyan al resultado exitoso de nuestros servicios, y viceversa, analizamos atributos y recursos que estén funcionando en contra de los resultados exitosos.

Externamente buscamos capitalizar y atender las tendencias del mercado, así como prepararnos contra los factores que pueden eclipsar nuestro éxito.

En la siguiente matriz contestaremos las siguientes preguntas que nos ayudarán a ser mejores tomadores de decisiones:

- ¿Qué hacemos mejor que los demás?
- ¿Qué características nos conforman como una solución perfecta?
- ¿Qué características desaceleran nuestro crecimiento?
- ¿Dónde necesitamos mejora?
- ¿Qué necesidades o tendencias incrementarían nuestras ventas?
- ¿Qué ventajas tiene nuestra competencia?

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

NEGATIVO  
  
POSITIVO

INTERNO	EXTERNO
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los servicios de transformación digital con RPA tienen un Mercado reducido.</li> <li>• La expansión a México y Brasil está limitada a sus capitales</li> <li>• La cartera de clientes aún es pequeña</li> <li>• Poco personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen algunas empresas en Perú ya posicionadas en el mismo rubro</li> <li>• Los servicios de mantenimiento, Marketing Digital y Analítica Web pueden ser contratados con otras compañías</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Somos una de las pocas empresas de transformación digital con RPA, ofreciendo sus servicios en Lima y todo Perú.</li> <li>• Los productos y servicios a un precio relativamente menor que el mercado</li> <li>• Seguimiento pre y post de los resultados obtenidos con cada uno de los clientes</li> <li>• Estructura especializada en las diferentes ramas de servicio de los productos</li> <li>• El manejo de la compañía está en las manos de directores con experiencia</li> <li>• El riesgo de la compañía está dividida entre varios accionistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El crecimiento de demanda en estos productos y servicios es acelerado</li> <li>• Las pequeñas y medianas empresas en Perú, México y Brasil buscan ser más eficientes y competir contra las grandes empresas</li> </ul>

FIGURA N° 4: ANALISIS D-A-F-O.

## II.2. PLAN DE MARKETING OPERATIVO (MARKETING MIX)

### II.2.1. Estrategia de producto

*Think Digi* ofrece servicios de consultoría y transformación digital con el objetivo de solucionar problemas de ineficiencia en las empresas grandes, y a largo plazo de introducirse en el mercado de las medianas empresas, apoyándolas a tener una transición hacia procesos y actividades digitales que faciliten su toma de decisiones.

El resultado final de la consultoría debería reflejarse haciendo empresas más eficientes, competitivas, accesibles e innovadoras.

Nuestros servicios se ofrecen a través de consultores expertos en transformación digital, los cuales tienen como primera responsabilidad entender el negocio detalladamente, así como sus objetivos de transformación digital para así ofrecer soluciones dentro del presupuesto de las empresas.

A menudo, nuestros productos incluyen una variedad de soluciones digitales tales como accounting and finance software, database Management software, así como nuevas estrategias y protocolos en los procesos.

*Think Digi*, en comparación con otras consultoras cuenta con cloud consultants, mobility consultants y IT consultants que se encuentran certificados y avalados por las empresas líderes en la industria de Tecnologías de la Información, con las cuales tenemos partnership.

Además, tenemos como lema ajustarnos a las necesidades y presupuestos de sus clientes, buscando realizar esfuerzos en conjunto para conquistar el constante crecimiento por medio de la innovación permanente en los mercados que competimos.

### II.2.2. Estrategia de precios

Nuestra estrategia de precios está basada en variables tipo tiempo, esfuerzo, material intangible y tangible, siempre buscando ser transparentes con las necesidades de nuestros clientes. *Think Digi*, al ser una nueva alternativa para la solución de problemas de procesos digitales, busca penetrar en el mercado de pequeñas y medianas empresas en sus servicios de nivel bajo y medio, manejando precios un 10% menores a los de la competencia líder, pero con la mejor calidad en los servicios brindados.

El costo de hasta un 10% menos que la competencia se debe a que el 80% de nuestros trabajadores operan en modalidad teletrabajo, es decir desde sus casas, por lo cual es posible abaratar los costes de arrendamiento de una oficina más grande, ya que, estando instalados en San Isidro, la renta de nuestro local es alta.

Asimismo, el tercerizar algunos servicios también nos permite un ahorro sustancial en algunos servicios que ofrecemos en nivel bajo y medio.

Por otro lado, contamos con un servicio estrella en Transformación Digital y dirigido exclusivamente a empresas de gran envergadura, clasificación A1, entre nacionales y multinacionales por tener precios elevados.

### II.2.2.1. Especificación de los precios de la gama ofertada

A continuación, mostramos los precios que manejamos en cada uno de nuestros servicios:

**TABLA N° 2: ESPECIFICACIÓN DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS**

<b>Nombre del Servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
<b>Consultoría Estratégica Digital</b>	Estudio de mercado de la empresa del cliente y el sector en el que se desenvuelve (identificación de mercado objetivo, sondeo, fuentes secundarias y primarias)	\$2,400
	Análisis del comportamiento de la marca en medios sociales	\$240
	Estudio y análisis de las estrategias de venta empleadas	\$300
	Estudio y análisis de la reputación online	\$150
	Implementación de estrategia digital según las funciones de cada puesto dentro de la empresa del cliente	\$1,200
<b>Taller de Software</b>	Creación de plataformas de comercio electrónico	\$900
	Creación de Auto respondedor (gestor de e-mail marketing propio)	\$215
	Creación de sistema de envío de SMS masivo	\$600
	Creación de páginas web (hasta 20 páginas + formulario web y blog)	\$700
	Creación de Apps (pago único)	\$1,050
<b>Marketing Digital</b>	Administración de redes sociales: 3 en total. Incluye texto publicitario, diseño gráfico y audiovisual, monitoreo de consultas	\$1,050
	Creación y monitoreo de campañas publicitarias en Google Adwords de lunes a viernes durante 1 mes.	\$180
	Creación y monitoreo de campañas publicitarias en Facebook de lunes a viernes durante 1 mes	\$130

	Email marketing (3,000 envíos)	\$1,050
	SMS masivo (1,000 envíos)	\$35
	SEO (Search Engine Optimization), precio mostrado para un servicio de baja demanda.	\$3,000
<b>Analítica Web</b>	Las herramientas de “4Q de iPerceptions”, se encargan de encuestas para sitios web con la herramienta 4Q, que permite.	\$50
	Las herramientas de “Compete”, permiten un descubrimiento de palabras clave de los usuarios que visitan una web “x” de la competencia	\$300
	La herramienta Improvely, rastrear los clics, aspectos y ventas a través de tus anuncios online en un único lugar de Google Adwords, Anuncios de Facebook, banners, enlaces, campañas de email marketing	\$65
<b>Servicios Individuales por etapas en RPA</b>	Consultoría Estratégica (mapeado de proceso)	\$370
	Jefatura de Proyecto	\$500
	Tecnología de Sistemas	\$240
<b>(Robotic Process Automation)</b>	Análisis Funcional	\$150
	Análisis Programación	\$190
	Programación	\$300
<b>Clasificación de Complejidad por Niveles en RPA</b>	RPA Muy Sencillo	\$6,650
	RPA Sencillo	\$10,000
	RPA Medio	\$17,950
	RPA Complejo	\$26,200
	RPA Muy Complejo	\$43,500

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

De todos los precios mostrados, los Servicios Individuales por etapas en Automatización de Procesos Robóticos (RPA), y Clasificación de Complejidad por Niveles pertenecen a nuestro servicio estrella. A continuación, mostramos la explicación de estos servicios:

**TABLA N° 3: SERVICIO DE DESENVOLVIMIENTO DEL ROBOT**

		<u>Complejidad Muy Sencillo</u>	Complejidad Sencillo	Complejidad Medio	Complejidad Complejo	<u>Complejidad Muy Complejo</u>
TIPO DE ACTIVIDAD	PRECIO UNITARIO	Alcance en Unidades de Tiempo	Alcance en Unidades de Tiempo	Alcance en Unidades de Tiempo	Alcance en Unidades de Tiempo	Alcance en Unidades de Tiempo
Consultoría Estratégica	\$370	4	5	10	14	22
Jefatura de Proyecto	\$500	1	2	3	4	5
Tecnología de Sistemas	\$240	4	5	12	20	20
Análisis Funcional	\$150	2	4	5	5	12
Análisis Programación	\$190	3	4	6	8	10
Programación	\$300	10	16	28	42	84
Operación de Sistemas	N/A	-	-	-	-	-
Operación de Planta	N/A	-	-	-	-	-
<b>TOTAL UT's = Esfuerzo</b>		<b>24</b>	<b>36</b>	<b>64</b>	<b>93</b>	<b>153</b>
<b>IMPORTE TOTAL</b>		<b>\$6,650</b>	<b>\$10,000</b>	<b>\$17,950</b>	<b>\$26,200</b>	<b>\$43200</b>

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

### II.2.3. Estrategia de comunicación

Nuestra comunicación empieza con nuestros consultores, ya que son los que representan a *Think Digi* por medio de su experiencia y casos de éxito. Y precisamente son esos casos de éxito los que contamos presencialmente y a través de los medios digitales.

Es clave para *Think Digi*, detectar a su mercado meta y realizar estrategias tipo B2B (Business to Business) de manera accesible y sencilla. Nuestra estrategia primaria es la gente, a través de los cuales comunicamos nuestros productos y nuestra experiencia.

Nuestra estrategia secundaria es compartir contenido de utilidad que pueda ser práctico para nuestros clientes potenciales, a los cuales conocemos en foros como expos.

Tercero, contar con un sitio web y una cuenta en social media (LinkedIn & Facebook) de alta calidad en imagen e información para aquellos que requieran de nuestros servicios. Su función es atraer prospectos, generar engagement, y convertir las oportunidades digitales de los negocios en clientes.

En este mismo punto, contar con una estrategia de Search Engine Optimization con la cual los prospectos puedan encontrarnos en Google por medio de palabras clave. Y, por último, E-Mailing a toda empresa pequeña y mediana que busque mejorar su performance en los procesos de toma de decisiones.

#### II.2.4. Estrategia de distribución

*Think Digi*, operará en un canal directo, vendiendo los servicios directamente a las empresas que necesitan de una solución digital, a través de nuestros consultores de manera presencial o remota por medio de nuestros portales en línea. Además, lo haremos a través de nuestros partners comerciales y estratégicos, que con su fuerza de ventas actuarán como agentes de nuestros servicios. En retorno, nosotros actuaremos como agentes para servicios de nuestros partners.

Nuestro posicionamiento se basa en ser una nueva alternativa al alcance de los presupuestos de pequeñas y medianas empresas, sin dejar de ofrecerles servicios de calidad las 24 horas del día de manera remota o presencial.

#### II.2.5. Marca y Logo

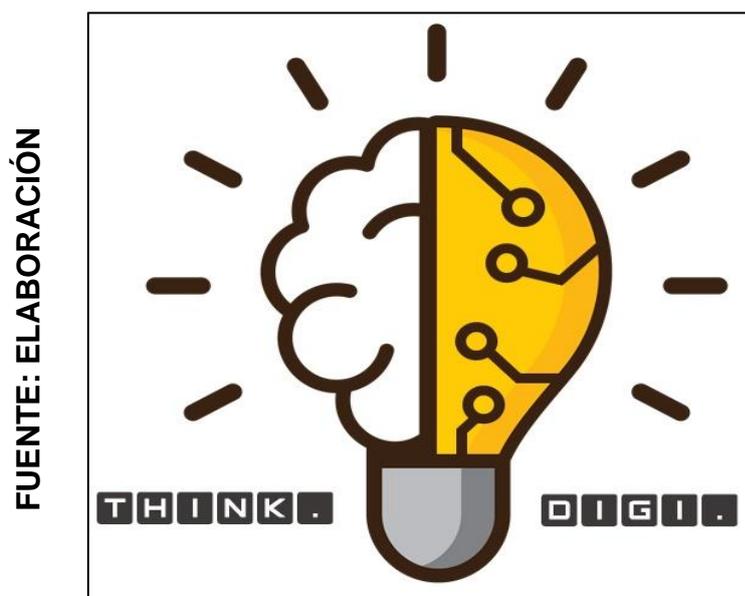


FIGURA N° 5: MARCA Y LOGO

### III. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Think Digi Solutions, sabe que el recurso más importante para lograr con éxito sus retos, son sus empleados, y por eso el plan de recursos humanos será basado en algunos pilares:

- ❖ Organización horizontal
- ❖ Procesos claramente establecidos
- ❖ Selección del personal con perfil necesario para lograr sus objetivos;

La empresa ha determinado dos líneas de negocios, donde tendremos “Dos” tipos de estructura organizacional, una dedicada a prestar los servicios y otra estructura, cuando somos contratados para crear un área de Transformación Digital dentro de la empresa de nuestros clientes. La manera operativa va a depender de como los clientes van a contratar nuestros servicios.

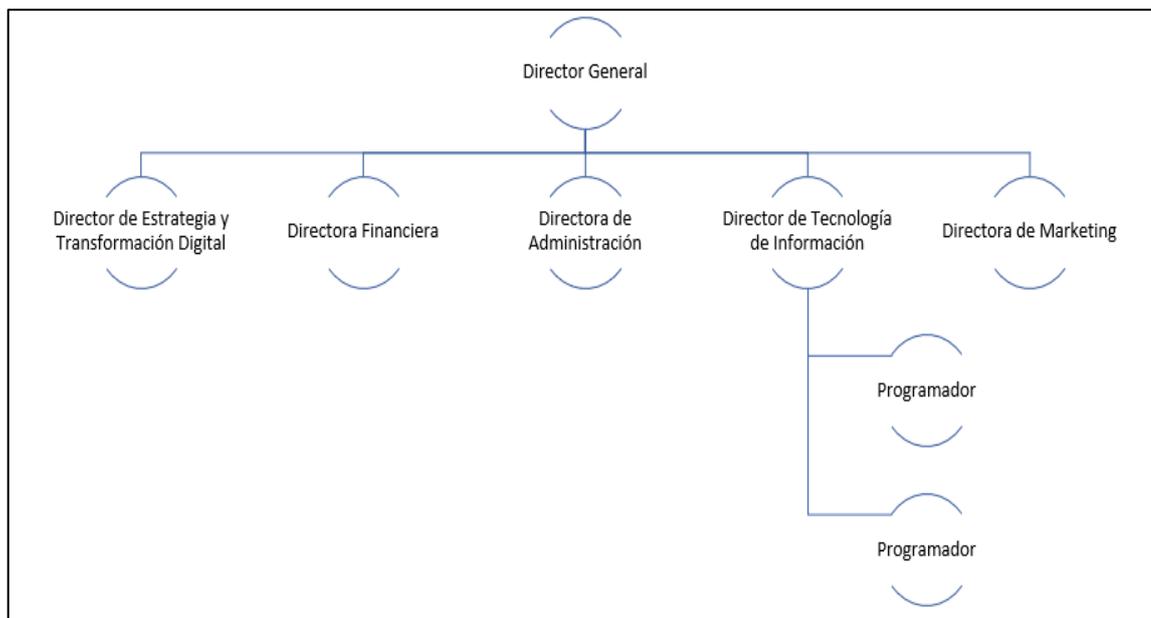
#### III.1. SISTEMAS ORGANIZACIONALES

##### III.1.1. ORGANIZACIÓN DE OFICINA ADMINISTRATIVA

Nuestro equipo quedará en una oficina administrativa que estará ubicada en la zona comercial del distrito de San Isidro, contará con un número determinado de posiciones de trabajos garantizado con toda la infraestructura necesaria para desarrollo de nuestros servicios (internet, telefonía, ordenadores, impresoras, etc).

Describimos la propuesta de organigrama Organizacional de la empresa:

FUENTE: ELABORACIÓN



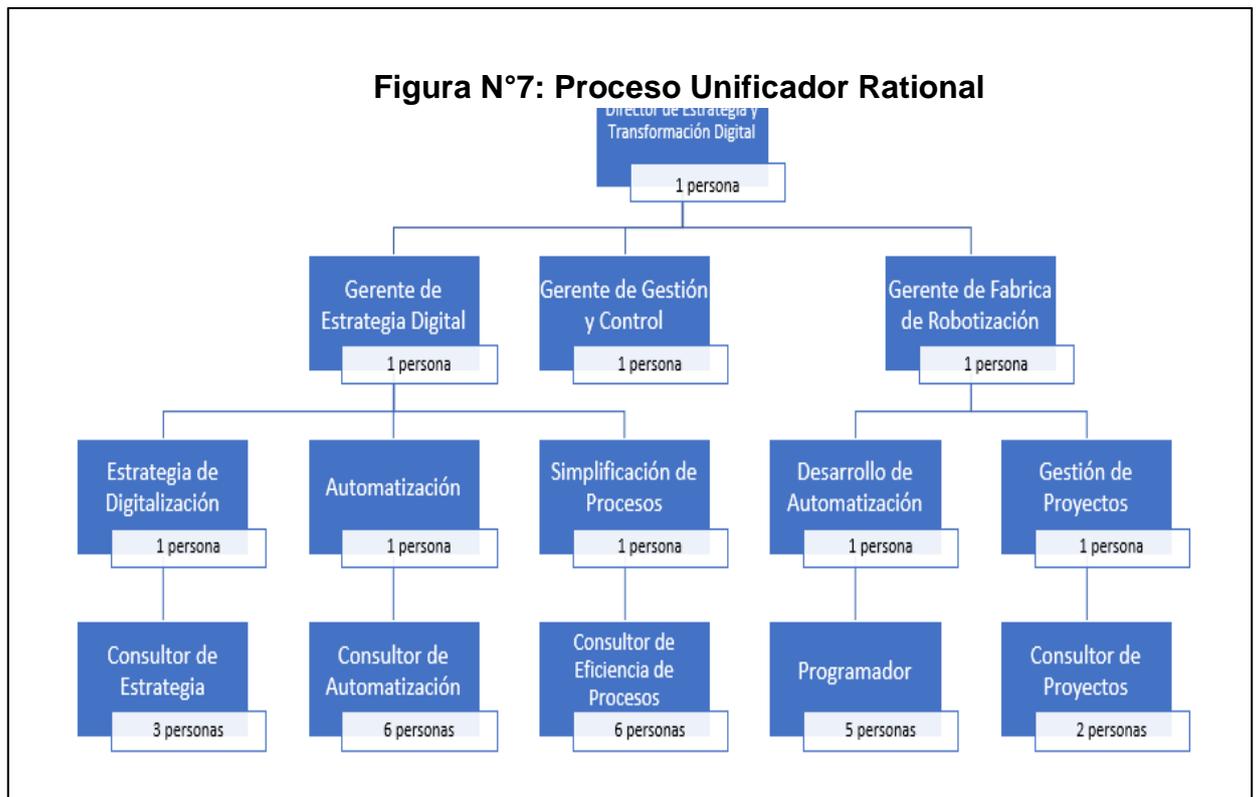
**FIGURA N° 6: ORGANIGRAMA DEL CORE DE LA EMPRESA.**

A medida que la empresa progresa con sus trabajos existe la idea de crecimiento de estructura organizacional previendo contrataciones de mano de obra adicionales para suplir la demanda de trabajo.

De acuerdo a lo comentado anteriormente, la estructura arriba mencionada es la estructura organizacional de nuestra empresa cuando vamos a prestar y desarrollar nuestros servicios de automatización de procesos para nuestros clientes.

Pero cuando somos contratados para prestar consultoría de creación de un área de Transformación Digital dentro de la empresa de nuestros clientes, la estructura necesaria para que todos los procesos sean correctamente aplicados, es la siguiente:

FUENTE: ELABORACIÓN



**FIGURA N° 7: ESPECIFICACION TECNICA DEL CORE.**

### III.2. ANALISIS Y DESCRIPCIONES DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

#### III.2.1. Descripción de puesto de trabajo

**Director General** – El director general será responsable de liderar la empresa garantizando que las metas sean alcanzadas y hacer con el grupo logre sus objetivos.

**Director de Estrategia y Transformación Digital** – Será responsable de conducir todas las directrices de Transformación Digital (Priorización de Proyectos y Estrategia de Implementación) dentro de la compañía y definir como la mejor manera de implementar los trabajos dentro de nuestros clientes.

**Directora Financiera** – Será encargada de todas las actividades relacionadas a contabilidad de la empresa, desde los recibimientos del pago hasta como hacer las cobranzas de nuestros clientes.

**Directora de Administración** – Será responsable por cuidar de todas las actividades administrativa dentro de Thinki Digi Solutions, desde las actividades de RRHH (interno dentro de la empresa hasta la contratación de las personas para trabajaren en nuestros clientes), también quedará encargada con los temas de Logística y Jurídico dentro de Thinki Digi Solutions.

**Directora de Marketing** – Será encargada de cuidar de las estrategias de promoción para la captación de clientela potencial, buscando los medios de difusión más adecuados. Organizará eventos de comercialización para captación y mantenimiento de clientela. Es responsable por hacer proponer y crear las acciones de Marketing Digital de Thinki Digi Solutions.

**Director de Tecnología de la Información** - Será responsable de los recursos informáticos de Thinki Digi Solutions y también coordinará los equipos de programadores para ejecutar los desarrollos de los proyectos internos y de nuestros clientes.

**Programador** – Será responsable de hacer toda la programación y construcción de la solución que sustituye a las personas que ejecutaban las tareas que van a ser automatizadas.

### III.2.2. Descripción de puesto de trabajo del área que será creada en la empresa

**Director de Estrategia y Transformación Digital** – Será responsable de conducir dentro de la compañía toda la estrategia de Digitalización y Transformación Digital. Será la persona responsable por diseminar la cultura de Transformación Digital dentro de las áreas que hagan parte de la compañía. Responderá por la frente en general de Transformación Digital de la compañía.

**Gerente de Estrategia Digital** – Será encargado de conducir los proyectos dentro de la compañía. Tendrá 3 Gerencias debajo de su coordinación, donde cada una de ellas tendrá frentes de trabajos distintas (Estrategia de Digitalización, Automatización y Simplificación de Procesos). Es responsable por la meta de ahorro de la compañía frente a la implantación de las automatizaciones.

**Jefe de Estrategia de Digitalización** – Será responsable de mapear las oportunidades de Automatización dentro de la compañía. Es la persona que hace el sondaje del proyecto, entiendo los beneficios y los ahorros estimados por la digitalización del proceso y prioriza la demanda con el timeline de Automatización y Simplificación de Procesos.

**Jefe de Automatización** – Es responsable por identificar las etapas y posibilidades de automatización de los procesos. Propone soluciones y maneras nuevas de ser hacer el trabajo garantizando cualidad mejor o igual que la manera anterior. Posee un equipo que trabaja en conjunto con el Jefe de Simplificación de Proceso.

**Jefe de Simplificación de Procesos** – Es responsable por mapear el proceso “AS IS” ejecutado por área, y aplicar las metodologías de Lean 6 Sigma, buscando simplificación del proceso. Posee un equipo que trabaja en conjunto con el timeline de Automatización.

**Gerente de Gestión y Control** – Es responsable por acompañar los resultados financieros que los proyectos automatizados irán generar para la compañía. Es responsable por reportar los indicadores para el comité directivo de la compañía.

**Gerente de Fabrica de Robotización** – Es responsable por conducir los desarrollos de automatizaciones mapeadas por los equipos de Automatización y Simplificación del Proceso y hacer la gestión. Identifica la necesidad de aumentar los equipos de programadores. Gerencia los robots creados y es responsable por el COE (Centro de Operaciones y Excelencia).

**Jefe de Desarrollo de Automatización** – Es responsable por conducir todo el desarrollo del proceso a ser automatizado. Sera encargado por hacer su equipo de programadores desarrollar las automatizaciones necesarias identificadas por el equipo de Automatización y Simplificación.

**Jefe de Gestión de Proyectos** – Será encargado de gestionar el proyecto aplicando la metodología de trabajo y gestión de proyectos (PMI o SCRUM). Reportará los avances de la fábrica para el Gerente de Estrategia Digital.

**Consultor de Automatización** – Será el responsable de identificar las etapas que pueden ser automatizadas en el proceso simplificado. Propone soluciones que consigan traer el resultado esperado y que consiga sustituir en algunos casos o reducir las personas que hagan la tarea automatizada.

**Consultor de Eficiencia en Procesos** – Es responsable de mapear el proceso, analizar los indicadores actuales y hacer medición de tiempo, aplicar la metodología Lean 6 Sigma y proponer un nuevo flujo de trabajo, cambiando el modelo actual “AS IS” para o “TO BE”.

**Consultor de Estrategia** – Es responsable por hacer el sondeo de las oportunidades dentro de la empresa, haz el mapeo del proceso macro, entiende los costos actuales que la area posee, y haz un Busines Plan con la oportunidad de SAVING. Prioriza los procesos que van a ser automatizados y simplificados de acuerdo con el resultado y beneficio financiero.

**Consultor de Proyectos** – Será encargado por gerenciar los proyectos con la fábrica de automatización, hará todo el control de las sprints, y coordinará el backlog de entregas del proyecto con la fábrica, hará también todo el alineamiento del proyecto con el cliente interno da empresa.

**Programador** – Sera responsable por hacer toda la programación y construcción de la solución que sustituir las personas que ejecutaban las tareas que van a ser automatizadas.

### III.3. PROCESO DE SELECCIÓN

Thinki Digi Solutions, procurará seleccionar y retener al personal altamente calificado, para ejecutar los trabajos que serán prestados, siempre verificando las competencias técnicas del personal, factores de motivación y evaluando el potencial individual, buscando crear un ambiente de trabajo constructivo, armónico, proyectando un clima laboral perfecto para el desarrollo de sus labores.

El proceso selectivo basará en:

- Desarrollo del Perfil – Crear un perfil que se adecue en el puesto deseado. Deberá contener una descripción de actividades que será realizada, responsabilidad, conocimientos necesarios para el buen desempeño del cargo. También debe especificar el paquete de beneficios y remuneración.
- Divulgación del Perfil – Esta es la etapa de divulgación del perfil, que será hecha en redes sociales o sitio en web enfocados para empleos.
- Triaren o Selección – en esta etapa el reclutador se encargará de seleccionar y elegir los profesionales que más se adecúan al puesto de trabajo.
- Contacto con el Candidato – Después de seleccionar al candidato iniciaremos la fase de contacto para agendar las entrevistas y realización de los tests. En esta fase es que será hecha un sondeo salarial. El candidato se debe encuadrar dentro del perfil que seguirá para la próxima fase.
- Test Psicométricos – En esta Fase serán aplicados los tests que medirán el conocimiento, raciocinio lógico y dinámicas comportamentales.
- Entrevista Individual y con el dueño de la empresa – En esta fase será investigado lo que el candidato tiene a ofrecer a la compañía Lo que va a contribuir con sus experiencias, siempre con una buena conversación y de manera estructurada. En algunos casos, es necesario pasar por más de una entrevista, pues en algunos casos el jefe también quiere conocer el candidato.
- Contratación – Después de la aprobación en la entrevista el candidato estará apto para ser efectivo y pasar por la fase de integración de la compañía.

### III.4. JORNADAS DE TRABAJO

En Thinki Digi se proyecta que los días laborales son de lunes a viernes, conforme la tabla abajo:

**TABLA N° 4: JORNADA LABORAL EN LA OFICINA ADMINISTRATIVA DE THINKI DIGI.**

Oficina Administrativa	Horario de Trabajo			
	Días	Entrada	Salida	Refrigerio
Personal	Lunes - Viernes	08:00 hr	17:30 hr	Libre elección
Personal	Lunes - Viernes	09:00 hr	18:30 hr	Libre elección
Personal	Lunes - Viernes	10:00 hr	19:30 hr	Libre elección
Personal	Lunes - Viernes	11:00 hr	20:30 hr	Libre elección

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

En Thinki Digi tenemos la flexibilidad con respecto de horarios para jornadas de trabajo, donde el empleado puede escoger el mejor horario desde que cumpla con una jornada de trabajo de 8 horas diarias pudiendo hacer hasta 01:30 (una hora y media) de almuerzo.

Es importante tener en cuenta que, en algunos proyectos, será necesario trabajar en los fines de semana, pero siempre será respetada la normativa de pago de horas extras o compensación, de acuerdo con lo que sea mejor para el trabajador.

Y cuando estamos hablando de crearse un área de Transformación Digital en un cliente o empresa, la jornada laboral será de acuerdo con lo que la empresa sigue, no será adoptada la jornada laboral de Thinki Digi.

**III.5. COSTOS DE LAS REMUNERACIONES**

**III.5.1. Remuneración en Oficina Administrativa**

Como muestra nuestro organigrama de la oficina administrativa para el primer año de operaciones, tenemos un cuadro de trabajo donde tenemos un director general y además 5 directores responsables por ejecutar las tareas designadas, además tenemos también dos programadores que ejecutarán las tareas de automatización. La tabla siguiente describe los costos gastos con el cuadro funcional de Thinki Digi.

**TABLA N° 5: NOMINA DE OFICINA ADMINISTRATIVA DE THINKI DIGI.**

NOMINA DE OFICINA ADMINISTRATIVA								
PUESTO	PLAZAS	SUELDO	GAST MES	GAST AÑO 0	GAST AÑO 1	GAST AÑO 2	GAST AÑO 3	GAST AÑO 4
Director General	1	\$2,500.00	\$2,500.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00
Directivos	5	\$2,000.00	\$10,000.00	\$120,000.00	\$120,000.00	\$120,000.00	\$120,000.00	\$120,000.00
Programadores	2	\$500.00	\$1,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$162,000.00</b>	<b>\$162,000.00</b>	<b>\$162,000.00</b>	<b>\$162,000.00</b>	<b>\$162,000.00</b>

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.**

Además, como política de empresa, se ha previsto un incremento salarial de 15% para aquellos que haya cumplido su segundo año de labores en la empresa, así también como tenemos el pago de bonus que puede variar de acuerdo con nuestros laborales y captación de contrato que puede llegar hasta 2,3 salarios mensuales.

Cabe mencionar que ante cualquier falta o incumplimiento de un trabajador se aplicaran las penalidades y las respectivas deducciones. (Ver ANEXO 2: MANUAL DE RECURSOS HUMANOS)

Cuando estamos hablando de la creación de un área de Transformación Digital en una empresa hay que tener en cuenta, la media de una nómina practicada en el mercadeo. Abajo Sigue una tabla propuesta para nuestro cliente contiendo los valores de costos media practicado en el mercadeo, para que pueden tener como sugerencia para elaborar su nómina:

**TABLA N° 6: NOMINA DEL CORE DE THINKI DIGI**

PUESTO	PLAZAS	SUELDO	GAST MES	GAST AÑO 0	GAST AÑO 1	GAST AÑO 2	GAST AÑO 3	GAST AÑO 4
Director de Estrategia y Transformación Digital	1	\$2,000.00	\$2,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00
Gerente de Estrategia Digital	1	\$1,500.00	\$1,500.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00
Jefe de Estrategia de Digitalización	1	\$1,000.00	\$1,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00
Consultor de Estrategia	6	\$500.00	\$3,000.00	\$30,000.00	\$37,500.00	\$52,500.00	\$78,375.00	\$126,030.00
Jefe de Automatización	1	\$1,000.00	\$1,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00
Consultor de Automatización	6	\$500.00	\$3,000.00	\$30,000.00	\$37,500.00	\$52,500.00	\$78,375.00	\$126,030.00
Jefe de Simplificación de Proceso	1	\$1,000.00	\$1,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00
Consultor de Eficiencia de Procesos	3	\$500.00	\$1,500.00	\$15,000.00	\$18,750.00	\$26,250.00	\$39,187.50	\$63,015.00
Gerente de Gestión y Control	1	\$1,500.00	\$1,500.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00
Gerente de Fábrica de Robotización	1	\$1,500.00	\$1,500.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00
Jefe de Desarrollo de Automatización	1	\$1,000.00	\$1,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00
Programador	5	\$500.00	\$2,500.00	\$25,000.00	\$31,250.00	\$43,750.00	\$65,312.50	\$105,025.00
Jefe de Gestión de Proyectos	1	\$1,000.00	\$1,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00
Consultor de Proyectos	2	\$500.00	\$1,000.00	\$10,000.00	\$12,500.00	\$17,500.00	\$26,125.00	\$42,010.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$248,000.00</b>	<b>\$275,500.00</b>	<b>\$330,500.00</b>	<b>\$425,375.00</b>	<b>\$600,110.00</b>

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

## IV. PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

### IV.1. Localización

De acuerdo con lo evaluado por los promotores, la empresa Thinki Digi tera su sede en la ciudad de Lima, se ubicará en el distrito de San Isidro.

La ubicación elegida es céntrica, una zona segura y está cerca de las principales empresas de Lima, donde podemos tener suceso en obtener una cartera de clientes para prestación de nuestros servicios.

### IV.2. Descripción del proceso productivo

Contamos con dos modelos de procesos y subprocesos productivos:

- a) Proceso Productivo dentro de Thinki Digi, esto es cuando prestamos servicios de Transformación Digital.
- b) Proceso Productivo en una empresa, cuando se crea una área de Transformación Digital y como debe priorizar sus demandas de automatizaciones.

#### IV.2.1. Procesos y Subprocesos dentro de Thinki Digi.

Después que cerramos nuestro contrato con nuestro cliente, nuestro flujo de trabajo se empieza y es compuesto por 5 grandes etapas que las describimos abajo:



**1. Priorización y Pré-Proyecto** – En esta etapa del flujo es donde entendemos la necesidad de nuestro cliente o área y lo que desea automatizar de su proceso, y los beneficios de este proyecto. Esta etapa sirve para que nosotros tengamos un primer contacto con la necesidad del cliente.

En esta etapa tenemos como entregables las documentaciones:

- Material de Sondaje
- Planilla de priorización

**2. Re-Ingeniería de Proceso** – Después de la aprobación en la etapa anterior, seguimos para etapa de mapeamiento de proceso, y mediciones necesarias para aplicación de herramientas de 6 Sigma.

También es realizado un SQUAD basado en la metodología “Design Sprint”, para proponer el flujo “TO BE” y escrita del documento de Análisis Procesual ( DAP).

En esta etapa tenemos como entregables las documentaciones:

- Mapa To BE
- DAP – Documento de análisis Procesual

3. **Discover** – En esta etapa del flujo es donde la fábrica empieza a entender las necesidades de automatización y realiza las capturas de telas e identifica las necesidades de accesos a los sistemas.

En esta etapa tenemos los siguientes entregables:

- DDT – Dibujo Técnico de la solución
- Backlog de entregables

4. **Design** – En esta etapa de la fábrica empieza a desarrollar toda la automatización y a testear con el cliente, trabajando en Sprint con la metodología SCRUM.

En esta etapa tenemos los siguientes entregables:

- DSA – Documento de solución de arquitectura

5. **Delivery** – En esta etapa del flujo es donde entregamos el proyecto para el cliente.

En esta etapa tenemos los siguientes entregables:

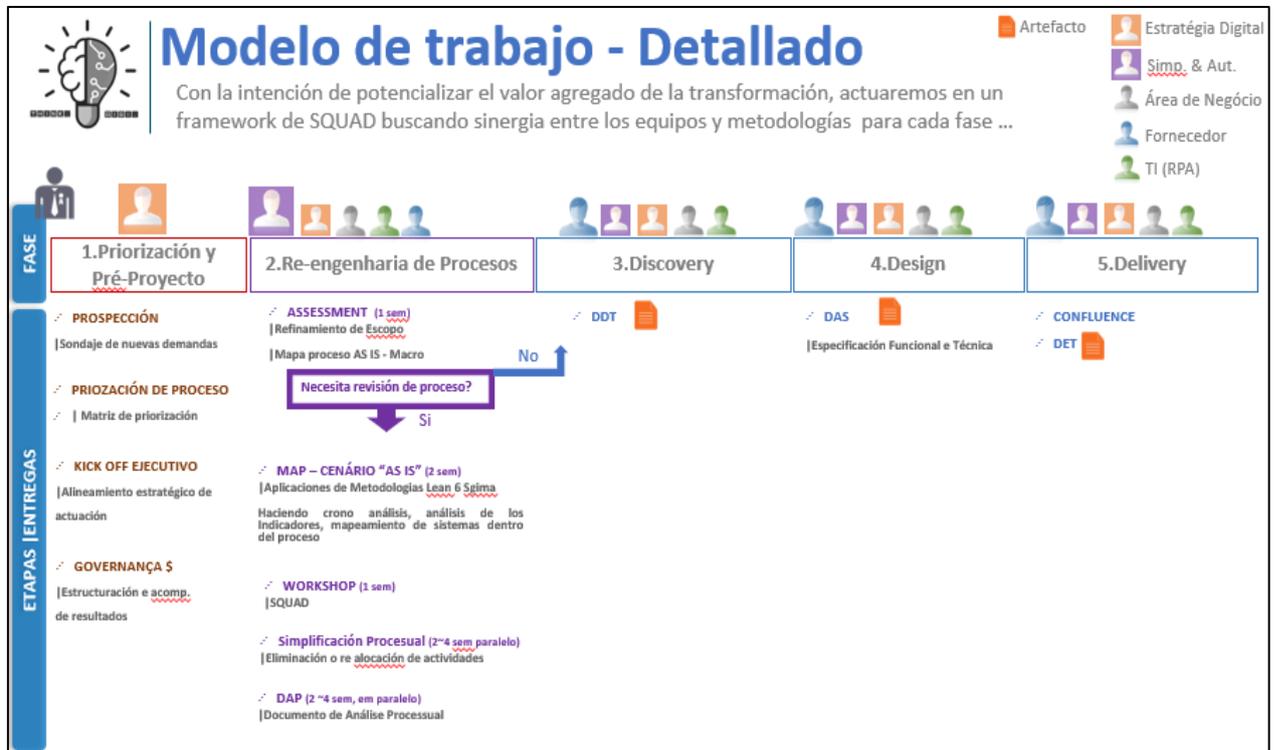
- DET – Documentación y Especificación Técnica para que el cliente consiga manejar sus robots.

Como estamos prestando servicios para nuestro cliente, toda la mantenimiento aún queda con nuestro equipo de trabajo, o sea, no repasamos el conocimiento de la operación.

#### **IV.2.2. Procesos para la creación de un área de Transformación Digital en una empresa.**

O proceso de ejecución es parecido con lo anterior, pero tenemos algunas particularidades, responsabilidades y roles que son hecho por personas y áreas diferentes, sigue abajo el dibujo de la estructura y roles:

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



**FIGURA N° 8: DETALLE DE LOS PROCESOS Y SUBPROCESOS DENTRO DE THINKI DIGI.**

**1. Priorización y Pré-Proyecto** – De acuerdo a lo que ya había sido comentado, esta etapa del flujo es donde entendemos la necesidad de nuestro cliente o área y lo que desea automatizar de su proceso, y los beneficios de este proyecto.

**Responsable:** Estrategia Digital  
**Entregable:** Material de Sondaje

**Prospección** – El equipo de estrategia digital agenda varias reuniones con las áreas internas de la empresa para entender onde tenemos oportunidades de reducción de costos o ahorros. Después de esta identificación, el consultor rellena un formulario de sondaje de proceso, contiendo algunas informaciones necesarias para una ficha de proyecto. Pide también para que el área rellene una matriz con las informaciones de costo operacional y oportunidad de ahorro.

**Responsable:** Estrategia Digital  
**Entregable:** Planilla de Priorización

**Priorización de Proceso** – Después de la matriz rellena, el área de estrategia, haz la priorización de las oportunidades mapeadas dentro de la empresa, y decide que iniciativa vas a ser priorizada.

**Responsable:** Estrategia Digital  
**Entregable:** Material de Sondaje para el equipo de Priorización y Automatización

**Kick Off Ejecutivo** – Así que la priorización es hecha, el área de estrategia haz un Kickoff ejecutivo de lo proyecto para alinear las expectativas y los próximos pasos. De esta manera también se divulga los plazos de las próximas etapas.

**Responsable:** Estrategia Digital

**Entregable:** Material de Kick Off y Abertura de Proyecto

**Gobernanza** – Es una etapa que es ejecutada después de Delivery, o sea, solo después que fue entregue la automatización, es hecha por el equipo de Gestión y Control con la finalidad de monitorear los ahorros.

**Responsable:** Gestión y Control

**Entregable:** No hay documento para rellenar, debes acompañar los resultados que el área reporta.

**2. Re-Ingeniería de Proceso** – Después de la aprobación en la etapa anterior, seguimos para etapa de mapeamiento de proceso, y mediciones necesarias para aplicación de herramientas de 6 Sigma.

Esta etapa es compuesta por las fases:

**Assessment** – En esta fase las equipos de Simplificación y Automatización empieza a mapear el proceso, y hacer las mediciones de tiempo necesaria, y también hacen la análisis de los indicadores actuales para verificar se existe otra oportunidad y cual etapa debe ser automatizada para generar ahorros de tiempo.

**Mapa do escenario AS IS** – Después del mapeo de proceso, es verificado se necesita de alguna simplificación o no. Caso no necesites de simplificación, la iniciativa pasa para la próxima etapa (Discovery).

Caso necesite de simplificación de proceso, el equipo construye un mapa llamado “VSM”, demostrando todo el retrabajo que existe y en que etapas ocurren.

**SQUAD** – En esta etapa es practicada la metodología llamada “Design Sprint”. Una metodología utilizada en Google y en otras empresas donde después de una semana la solución de algún problema es sanado.



FIGURA N° 9: AGENDA DEL SQUAD.

UADS:

Los entregables de esta etapa son:

**Simplificación Procesual** – El dibujo y las acciones de mejora de proceso que el área deberá implementar.

**DAP** – Documento de Análisis Procesual contiendo las automatizaciones y toda la descripción de la cadena del flujo, para la fábrica consiga entender el proceso y sus etapas.

**Responsable:** Simplificación y Automatización

3. **Discover** – En esta etapa del flujo es donde la fábrica empieza a entender las necesidades de automatización y realiza las capturas de telas y identifica las necesidades de accesos a los sistemas.

En esta etapa tenemos los siguientes entregables:

- DDT – Dibujo Técnico de la solución
- Backlog de entregables

4. **Design** – En esta etapa de la fábrica empieza a desarrollar toda la automatización y a testear con el cliente, trabajando en Sprint con la metodología SCRUM.

En esta etapa tenemos los siguientes entregables:

- DSA – Documento de solución de arquitectura

5. **Delivery** – En esta etapa del flujo es donde entregamos el proyecto para el cliente.

En esta etapa tenemos los siguientes entregables:

- DET – Documentación y Especificación Técnica para que el cliente consiga manejar sus robots.

Como estamos hablando de una fábrica interna, hay que crear documentos de las entregas para nuestro cliente, para que él consiga manejar (ligar o desligar) el robot, y de esta manera repasando el conocimiento de la operación.

**IV.2.3. Infraestructuras necesarias**

La Oficina va a contar con una sala reunión y 9 posiciones de puesto de trabajo conforme la figura abajo:



Figura 1

**FIGURA N°10: INFRAESTRUCTURAS.**

**IV.2.4. Costes de Operación**

Para determinar los costos de operación, se trabajará en base a los materiales e insumos a utilizar durante el año de operación

**V. PLAN ECONOMICO – FINANCIERO**

**V.1.La Inversión Inicial**

Este negocio tiene su origen en la creciente necesidad de automatizar procesos en las empresas en el Perú, con el objeto de obtener optimización de funciones, tiempo y espacio.

Para la inversión inicial, se ha llevado a cabo el aporte de los Socios por el monto de \$90,000, el cual se ha dividido en partes iguales.

Se trabaja sobre la base de promedios de todo lo costeadado y en moneda estandarizada: DÓLAR.

Para efectos del desarrollo del Plan Económico y Financiero y con fines académicos se ha estimado una inflación anual del 2.5%

**TABLA N° 7: INVERSION INICIAL**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNIT</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>INSTALACIÓN</b>			
ALQUILER OFICINA Y SERVICIOS	12	\$2,500.00	\$30,000.00
SISTEMA DE SEGURIDAD	12	\$500.00	\$6,000.00
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
EQUIPOS DE COMPUTO	8	\$1,000.00	\$8,000.00
SERVIDORES	2	\$10,000.00	\$20,000.00
IMPRESORAS MULTIFUNCION	2	\$1,500.00	\$3,000.00
SISTEMA DE PROYECCION	2	\$2,000.00	\$4,000.00
<b>INTANGIBLES</b>			
DESARROLLO DE SOFTWARES REDES	1	\$21,500.00	\$21,500.00
GASTOS DE PUBLICIDAD	1	\$2,500.00	\$2,500.00
<b>OTROS</b>			
TRAMITE DE APERTURA	1	\$1,000.00	\$1,000.00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$96,000.00</b>

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**V.1.1. Cuantía Total de Inversiones**

**TABLA N° 8: APORTES DE SOCIOS**

<b>APORTES DE SOCIOS</b>		
JESSICA AGUILAR	\$16,000.00	16.67%
FERNANDO CRUZ	\$16,000.00	16.67%
MARLITH CUIPAL	\$16,000.00	16.67%
SONIA NAJERA	\$16,000.00	16.67%
JUAN RAYMUNDO	\$16,000.00	16.67%
EDUARDO VIEGAS	\$16,000.00	16.67%
	<b>\$96,000.00</b>	<b>100.00%</b>

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**V.1.2. Calendario de Amortización de Inversiones**

Según las proyecciones, la devolución de la Inversión Inicial, será en 2 años de la siguiente manera:

**TABLA N° 9: AMORTIZACIÓN DE INVERSIONES**

<b>AMORTIZACIÓN DE INVERSIONES</b>			
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	
	<b>40%</b>	<b>60%</b>	
JESSICA AGUILAR	\$6,400.00	\$9,600.00	
FERNANDO CRUZ	\$6,400.00	\$9,600.00	
MARLITH CUIPAL	\$6,400.00	\$9,600.00	
SONIA NAJERA	\$6,400.00	\$9,600.00	
JUAN RAYMUNDO	\$6,400.00	\$9,600.00	
EDUARDO VIEGAS	\$6,400.00	\$9,600.00	
	<b>\$38,400.00</b>	<b>\$57,600.00</b>	<b>= \$96,000.00</b>

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**V.1.3. Cronología de Pagos a la Inversión**

La devolución de los Pagos corresponde según la Utilidad de cada año, por lo que se realizará en cada cierre del Ejercicio. La empresa iniciará operaciones en Enero 2019, por lo que el Resultado Neto al cierre del 2019 deberá ser repartido según Tabla anterior.

**TABLA N° 10: CRONOLOGÍA DE PAGOS A LA INVERSIÓN**

<b>AMORTIZACIÓN DE INVERSIONES</b>			
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	
	<b>40%</b>	<b>60%</b>	
	<b>02/01/2020</b>	<b>02/01/2021</b>	
JESSICA AGUILAR	\$6,400.00	\$9,600.00	
FERNANDO CRUZ	\$6,400.00	\$9,600.00	
MARLITH CUIPAL	\$6,400.00	\$9,600.00	
SONIA NAJERA	\$6,400.00	\$9,600.00	
JUAN RAYMUNDO	\$6,400.00	\$9,600.00	
EDUARDO VIEGAS	\$6,400.00	\$9,600.00	
	<b>\$38,400.00</b>	<b>\$57,600.00</b>	<b>= \$96,000.00</b>

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**V.1.4. Gastos de Establecimiento**

Los gastos de establecimiento ascenderían de forma mensual a aproximadamente en \$2,500 dólares.

**V.1.5. Clientes**

La empresa desarrolla la implantación de un Servicio en un plazo entre 1 semana a 5 meses, por lo que las cuentas por cobrar comerciales, se manejarán de la siguiente manera:

**TABLA N° 11: VENTAS POR COBRAR COMERCIALES**

<b>VENTAS POR COBRAR COMERCIALES</b>		
<b>IMPLEMENTACIÓN SENCILLA</b>	AL CONTADO	100%
<b>IMPLEMENTACIÓN COMPLEJA</b> (Según Avance)	AVANCE 1	40%
	AVANCE 2	30%
	AVANCE 3	20%
	AVANCE 4	10%

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**V.1.6. Existencias**

El negocio no desarrolla esta cuenta contable.

**V.1.7. Tesorería**

Se aperturarán Cuentas de Ahorro, y se desarrollará a través de la Plataforma de Banca por Internet para el manejo del flujo de efectivo.

Se recibirán abonos por servicios y pagos a proveedores, exclusivamente a través de depósitos en efectivo o transferencias de dinero entre cuentas.

Se facultará a la Directora de Administración en firma conjunta con la Directora de Finanzas para realizar los movimientos del Dinero.

**V.1.8. Proveedores**

Se acuerda, realizar el pago a proveedores al contado en un plazo no mayor a 7 días. Las facturas negociables recibidas, deberán especificar este método de pago.

**V.2. La Financiación**

El financiamiento de la Inversión Inicial, será realizado por los socios quienes han realizado un aporte total de \$96,000. No se requerirá financiamiento vía alguna Entidad Bancaria, lo cual generaría un gasto de interés financiero.

Para futuros proyectos, que corresponde la apertura de una oficina en Brasil y en México, también se realizará con recursos propios provenientes de los aportes de los socios y la rentabilidad proyectada cada año subsiguiente.

Los aportes de los accionistas/socios, son el resultado de los ahorros obtenidos por trabajos dependientes por más de 5 años y por herencias.

**V.2.1. Estructura Financiera**

<b>NECESIDADES DE FINANCIACIÓN DE INVERSIONES</b>				
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Inversión en Activos No Corrientes	\$35,000.00	\$38,500.00	\$46,200.00	\$60,060.00
Inversión en Activos Corrientes	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>IMPORTE A FINANCIAR</b>	<b>\$35,000.00</b>	<b>\$38,500.00</b>	<b>\$46,200.00</b>	<b>\$60,060.00</b>
	<b>\$179,760.00</b>			
<b>FUENTES DE FINANCIACIÓN DE INVERSIONES</b>				

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	2019	2020	2021	2022
Capital (Aportes Socios)	\$96,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Recursos Ajenos (Bancos)	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>FINANCIACIONES</b>				
REVISTAS	\$96,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00

**TABLA N° 12: NECESIDADES DE FINANCIACIÓN DE INVERSIONES**

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

El aporte de inversión inicial, cubrirá ampliamente la necesidad de financiamiento en el primer y segundo, en posterior, se trabajará con los recursos obtenidos propiamente del negocio.

**V.2.2. Condiciones de Financiamiento**

Nuestra empresa, al ser un servicio, básicamente se basa en los conocimientos y actualizaciones que reciban nuestros socios. Por lo que se tomó la decisión de no solicitar ningún préstamo a banco. Sin embargo, los socios, seremos proveedores de aportes en caso la empresa requiera alguna nueva inversión.

**V.2.3. Coste de Capital Medio Ponderado**

El Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPK), también conocido por su acrónimo en inglés de WACC por Weighted Average Cost of Capital, es simplemente el costo de las fuentes de capital, que se utilizaron en financiar los activos estructurales (permanentes o de largo plazo) de la firma. Entendiéndose estas fuentes en su forma más amplia posible, esto es como deuda y equilibrio.

Por lo anterior, es fácil de comprender que la generación de valor de la firma, está estrechamente ligada al WACC, pues, la riqueza del accionista, la misma que está atada al valor de la firma, se incrementa sí y sólo sí la rentabilidad que arroja esta, es superior a lo que costaron los recursos que se utilizaron para financiarla, es decir, si excede el WACC. En pocas palabras, este es la valla de rentabilidad que la firma debe superar para crear valor para los accionistas.<sup>24</sup>

$$WACC = \frac{D}{D+E} \times i \times (1 - tax) + \frac{E}{D+E} \times COK$$



### V.3.Los Estados Financieros Previsionales

#### V.3.1. Ingresos y Desglose por Áreas del Negocio - Primer Año de Actividad

**TABLA N° 13: PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 0 - 2019**

PROYECCION DE VENTAS AÑO 0 - 2019													
VENTAS UNIDADES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Consultoría Estratégica Digital	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	18
Taller de Software	1	0	1	0	2	1	2	1	3	2	3	2	18
Marketing Digital	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	18
Analítica Web	5	6	6	7	7	8	9	10	11	12	13	14	107
RPA Muy Sencillo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
RPA Sencillo	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	6
RPA Medio	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	6
RPA Complejo	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	6
RPA Muy Complejo	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	4
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>195</b>
VENTAS DOLARES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Consultoría Estratégica Digital	\$4,290.00	\$4,290.00	\$4,290.00	\$4,290.00	\$4,290.00	\$4,290.00	\$8,580.00	\$8,580.00	\$8,580.00	\$8,580.00	\$8,580.00	\$8,580.00	\$77,220.00
Taller de Software	\$3,465.00	\$0.00	\$3,465.00	\$0.00	\$6,930.00	\$3,465.00	\$6,930.00	\$3,465.00	\$10,395.00	\$6,930.00	\$10,395.00	\$6,930.00	\$62,370.00
Marketing Digital	\$5,445.00	\$5,445.00	\$5,445.00	\$5,445.00	\$5,445.00	\$5,445.00	\$10,890.00	\$10,890.00	\$10,890.00	\$10,890.00	\$10,890.00	\$10,890.00	\$98,010.00
Analítica Web	\$2,075.00	\$2,282.50	\$2,510.75	\$2,761.83	\$3,038.01	\$3,341.81	\$3,675.99	\$4,043.59	\$4,447.95	\$4,892.74	\$5,382.02	\$5,920.22	\$44,372.39
RPA Muy Sencillo	\$6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00	\$79,800.00
RPA Sencillo	\$0.00	\$10,000.00	\$0.00	\$10,000.00	\$0.00	\$10,000.00	\$0.00	\$10,000.00	\$0.00	\$10,000.00	\$0.00	\$10,000.00	\$60,000.00
RPA Medio	\$17,950.00	\$0.00	\$17,950.00	\$0.00	\$17,950.00	\$0.00	\$17,950.00	\$0.00	\$17,950.00	\$0.00	\$17,950.00	\$0.00	\$107,700.00
RPA Complejo	\$0.00	\$26,200.00	\$0.00	\$26,200.00	\$0.00	\$26,200.00	\$0.00	\$26,200.00	\$0.00	\$26,200.00	\$0.00	\$26,200.00	\$157,200.00
RPA Muy Complejo	\$0.00	\$0.00	\$43,500.00	\$0.00	\$0.00	\$43,500.00	\$0.00	\$0.00	\$43,500.00	\$0.00	\$0.00	\$43,500.00	\$174,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$39,875.00</b>	<b>\$54,867.50</b>	<b>\$83,810.75</b>	<b>\$55,346.83</b>	<b>\$44,303.01</b>	<b>\$102,891.81</b>	<b>\$54,675.99</b>	<b>\$69,828.59</b>	<b>\$102,412.95</b>	<b>\$74,142.74</b>	<b>\$59,847.02</b>	<b>\$118,670.22</b>	<b>\$860,672.39</b>

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

V.3.2. Evolución Prevista de la Cifra de Ventas

TABLA N° 14: EVOLUCION DE LA CIFRA DE VENTAS

Evolución Prevista de la Cifra de Ventas										
VENTAS UNIDADES	Año 0		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4	
	Ventas	Increment	Ventas	Increment	Ventas	Increment	Ventas	Increment	Ventas	Increment
Consultoría Estratégica Digital	18	0%	20	10%	24	20%	29	24%	38	29%
Taller de Software	18	0%	20	10%	24	20%	29	24%	38	29%
Marketing Digital	18	0%	20	10%	24	20%	29	24%	38	29%
Analítica Web	107	0%	118	10%	141	20%	175	24%	225	29%
RPA Muy Sencillo	12	0%	13	10%	16	20%	20	24%	25	29%
RPA Sencillo	6	0%	8	30%	12	60%	21	72%	40	86%
RPA Medio	6	0%	8	25%	11	50%	18	60%	31	72%
RPA Complejo	6	0%	8	25%	11	50%	18	60%	31	72%
RPA Muy Complejo	4	0%	5	25%	6	25%	8	30%	11	36%
<b>TOTAL</b>	<b>195</b>	<b>0%</b>	<b>218</b>	<b>17%</b>	<b>269</b>	<b>32%</b>	<b>349</b>	<b>38%</b>	<b>478</b>	<b>46%</b>

VENTAS DOLARES	Año 0		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4	
	Ventas	Increment	Ventas	Increment	Ventas	Increment	Ventas	Increment	Ventas	Increment
Consultoría Estratégica Digital	\$77,220.00	0%	\$84,942.00	10%	\$101,930.40	20%	\$126,393.70	24%	\$162,795.08	29%
Taller de Software	\$62,370.00	0%	\$68,607.00	10%	\$82,328.40	20%	\$102,087.22	24%	\$131,488.33	29%
Marketing Digital	\$98,010.00	0%	\$107,811.00	10%	\$129,373.20	20%	\$160,422.77	24%	\$206,624.53	29%
Analítica Web	\$44,372.39	0%	\$48,809.63	10%	\$58,571.55	20%	\$72,628.73	24%	\$93,545.80	29%
RPA Muy Sencillo	\$79,800.00	0%	\$87,780.00	10%	\$105,336.00	20%	\$130,616.64	24%	\$168,234.23	29%
RPA Sencillo	\$60,000.00	0%	\$78,000.00	30%	\$124,800.00	60%	\$214,656.00	72%	\$369,208.32	72%
RPA Medio	\$107,700.00	0%	\$134,625.00	25%	\$201,937.50	50%	\$323,100.00	60%	\$516,960.00	60%
RPA Complejo	\$157,200.00	0%	\$196,500.00	25%	\$294,750.00	50%	\$471,600.00	60%	\$754,560.00	60%
RPA Muy Complejo	\$174,000.00	0%	\$217,500.00	25%	\$271,875.00	25%	\$353,437.50	30%	\$459,468.75	30%
<b>TOTAL</b>	<b>\$860,672.39</b>		<b>\$1,024,574.63</b>	<b>17%</b>	<b>\$1,370,902.05</b>	<b>32%</b>	<b>\$1,954,942.55</b>	<b>38%</b>	<b>\$2,862,885.04</b>	<b>41%</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

V.3.3. Detalle y Justificación de Costes Fijos y Variables Operativos

**TABLA N° 15: DETALLE COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

DETALLE COSTOS FIJOS Y VARIABLES					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
<b>COSTOS FIJOS</b>					
PLANILLA GERENCIA	\$162,000.00	\$162,000.00	\$162,000.00	\$162,000.00	\$162,000.00
ALQUILER LOCAL Y SERVICIOS	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00
SISTEMAS DE SEGURIDAD	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$252,000.00</b>	<b>\$252,000.00</b>	<b>\$252,000.00</b>	<b>\$252,000.00</b>	<b>\$252,000.00</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
PLANILLA SUJETA A O/S	\$248,000.00	\$275,500.00	\$330,500.00	\$425,375.00	\$600,110.00
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$2,500.00	\$3,125.00	\$3,906.25	\$4,882.81	\$6,103.52
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$250,500.00</b>	<b>\$278,625.00</b>	<b>\$334,406.25</b>	<b>\$430,257.81</b>	<b>\$606,213.52</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

V.3.4. Balance de Apertura del Negocio

**TABLA N° 16: BALANCE DE APERTURA DEL NEGOCIO**

BALANCE DE APERTURA DEL NEGOCIO			
Al 01 de Enero del 2019			
Expresado en Dólares			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	\$0.00
BANCOS	\$0.00		
		<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	\$0.00
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
INMUEBLES MAQUINARIAS Y EQUIPO	\$35,000.00	CAPITAL	\$96,000.00
CARGAS DIFERIDAS	\$37,000.00		
INTANGIBLES	\$24,000.00		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$96,000.00</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$96,000.00</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

V.3.5. Balances Previsionales para el Horizonte Temporal

**TABLA N° 17: BALANCE GENERAL PROYECTADO**

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>					
Expresado en Dólares					
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
BANCOS Y EFECTIVO	\$9,886.15	\$48,825.39	\$49,937.43	\$149,450.46	\$276,624.15
CLIENTES	\$118,670.20	\$141,269.17	\$189,021.07	\$269,549.04	\$394,736.88
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>					
INMUEBLES MAQUINARIAS Y EQUIPO	\$35,000.00	\$40,950.00	\$54,054.00	\$74,594.52	\$105,178.27
DEPRECIACION	\$7,000.00	\$8,190.00	\$10,810.80	\$14,918.90	\$21,035.65
INTANGIBLES	\$24,000.00	\$28,080.00	\$37,065.60	\$51,150.53	\$74,679.77
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$187,556.35</b>	<b>\$259,124.56</b>	<b>\$330,078.10</b>	<b>\$544,744.55</b>	<b>\$851,219.07</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>					
IMPUESTOS POR PAGAR	\$13,846.91	\$31,657.37	\$70,223.43	\$134,623.36	\$226,565.72
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>					
CUENTAS POR PAGAR RELACIONADAS	\$38,400.00	\$57,600.00	0	0	0
<b>PATRIMONIO</b>					
CAPITAL	\$96,000.00	\$96,000.00	\$96,000.00	\$96,000.00	\$96,000.00
RENTABILIDAD	\$32,309.46	\$73,867.19	\$163,854.66	\$314,121.18	\$528,653.35
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$180,556.37</b>	<b>\$259,124.55</b>	<b>\$330,078.09</b>	<b>\$544,744.55</b>	<b>\$851,219.07</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

**TABLA N° 18: ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS PROYECTADO**

<b>ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS PROYECTADO</b>					
Expresado en Dólares					
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
VENTAS	\$860,672.39	\$1,024,574.63	\$1,370,902.05	\$1,954,942.55	\$2,862,885.04
COSTO DE VENTAS	\$404,516.02	\$481,550.08	\$644,323.97	\$918,823.00	\$1,345,555.97
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$456,156.37</b>	<b>\$543,024.55</b>	<b>\$726,578.09</b>	<b>\$1,036,119.55</b>	<b>\$1,517,329.07</b>
GASTOS DE VENTAS	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$410,000.00	\$437,500.00	\$492,500.00	\$587,375.00	\$762,110.00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$46,156.37</b>	<b>\$105,524.55</b>	<b>\$234,078.09</b>	<b>\$448,744.55</b>	<b>\$755,219.07</b>
GASTOS FINANCIEROS	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$46,156.37</b>	<b>\$105,524.55</b>	<b>\$234,078.09</b>	<b>\$448,744.55</b>	<b>\$755,219.07</b>
IMPUESTO A LA RENTA (30%)	\$13,846.91	\$31,657.37	\$70,223.43	\$134,623.36	\$226,565.72
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$32,309.46</b>	<b>\$73,867.19</b>	<b>\$163,854.66</b>	<b>\$314,121.18</b>	<b>\$528,653.35</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

**V.4.La Rentabilidad del Proyecto**

**V.4.1. Determinación de los Flujos de Caja**

**TABLA N° 19: FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>					
Expresado en Dólares					
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
<b>INGRESOS</b>	\$860,672.39	\$1,024,574.63	\$1,370,902.05	\$1,954,942.55	\$2,862,885.04
VENTAS	\$860,672.39	\$1,024,574.63	\$1,370,902.05	\$1,954,942.55	\$2,862,885.04
<b>EGRESOS</b>	\$912,916.02	\$1,010,680.08	\$1,178,893.57	\$1,577,889.04	\$2,212,929.49
<b>VARIABLES</b>	\$873,516.02	\$953,080.08	\$1,178,893.57	\$1,577,889.04	\$2,212,929.49
COMPRAS	\$404,516.02	\$481,550.08	\$644,323.97	\$918,823.00	\$1,345,555.97
PLANILLA	\$410,000.00	\$437,500.00	\$492,500.00	\$587,375.00	\$762,110.00
EQUIPOS	\$35,000.00	\$5,950.00	\$5,004.00	\$20,540.52	\$30,583.75
INTANGIBLES	\$24,000.00	\$28,080.00	\$37,065.60	\$51,150.53	\$74,679.77
<b>FIJOS</b>	\$39,400.00	\$57,600.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
TRAMITE APERT	\$1,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
PAGOS SOCIOS	\$38,400.00	\$57,600.00	0	0	0
<b>SALDO</b>	<b>-\$52,243.63</b>	<b>\$13,894.55</b>	<b>\$192,008.49</b>	<b>\$377,053.50</b>	<b>\$649,955.55</b>

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**V.4.2. Cálculo de Indicadores de Rentabilidad**

**TABLA N° 20: INDICADORES DE RENTABILIDAD – BENEFICIO NETO**

<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>			
BENEFICIO SOBRE VENTAS (BENEFICIO NETO /VENTAS)			
	<b>BENEFICIO NETO</b>	<b>VENTAS</b>	
AÑO 0	\$32,309.46	\$860,672.39	3.75%
AÑO 1	\$73,867.19	\$1,024,574.63	7.21%
AÑO 2	\$163,854.66	\$1,370,902.05	11.95%
AÑO 3	\$314,121.18	\$1,954,942.55	16.07%
AÑO 4	\$528,653.35	\$2,862,885.04	18.47%

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**TABLA N° 21: INDICADORES DE RENTABILIDAD – ROA**

<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>			
<b>ROA ( BENEFICIO NETO/ACTIVO TOTAL</b>			
	<b>BENEFICIO NETO</b>	<b>ACTIVO TOTAL</b>	
AÑO 0	\$32,309.46	\$187,556.35	0.17
AÑO 1	\$73,867.19	\$259,124.56	0.29
AÑO 2	\$163,854.66	\$330,078.10	0.50
AÑO 3	\$314,121.18	\$544,744.55	0.58
AÑO 4	\$528,653.35	\$851,219.07	0.62

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**TABLA N° 22: INDICADORES DE RENTABILIDAD – ROE**

<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>			
<b>ROE (BENEFICIO / CAPITAL)</b>			
	<b>BENEFICIO NETO</b>	<b>CAPITAL</b>	
AÑO 0	\$32,309.46	\$96,000.00	0.34
AÑO 1	\$73,867.19	\$96,000.00	0.77
AÑO 2	\$163,854.66	\$96,000.00	1.71
AÑO 3	\$314,121.18	\$96,000.00	3.27
AÑO 4	\$528,653.35	\$96,000.00	5.51

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**V.5. Análisis del Riesgo**

**V.5.1. Cálculo del Punto Muerto General**

El Punto Muerto se halla de la siguiente manera:

Margen = 0.47%

$$P.E. = \frac{CF}{\text{Margen}} = \frac{\$ 39,100}{0.47} = \$ 83,829$$

$$\text{Margen} \quad 0.47$$

Debemos vender \$83,829, para no perder ni ganar.

### **V.5.2. VAN y TIR**

Para saber si nuestro proyecto de Negocio es rentable, tenemos:

VAN: \$ 429,896.87

TIR: 57%

Por lo que sería una buena decisión iniciar este negocio en el Perú.

## VI. PLAN JURÍDICO-LEGAL

### VI.1. Trámites de constitución y primer establecimiento

El primer trámite consiste en definir la inscripción de la sociedad. En nuestro modelo de negocio optamos por una persona jurídica por que será constituida por más de un socio. La modalidad de Persona Jurídica representa a una organización con responsabilidad limitada y que tiene como objetivo social realizar actividades económicas. Bajo la legislación peruana existen varias modalidades y debido al tipo de negocio, los socios optarán por una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.).

#### VI.1.1. Características del S.A.C.

- Será constituido por un mínimo de dos accionistas y un máximo de veinte.
- Se impone el derecho de adquisición preferente por los socios, salvo que el estatuto disponga lo contrario.
- Se constituye por los fundadores al momento de otorgarse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones.
- El Capital Social está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes (en bienes y/o en efectivo) de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.
- Es una persona jurídica de Responsabilidad Limitada.
- No puede inscribir sus acciones en el Registro Público del Mercado de Valores.
- Predomina el elemento personal, dentro de un esquema de sociedad de capitales.
- Surge como reemplazo de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L.

#### VI.1.2. Denominación:

La denominación adoptada debe incluir la indicación “Sociedad Anónima Cerrada” o estar acompañada de su abreviatura: S.A.C.

#### VI.1.3. Órganos de La empresa:

- Junta General de Accionistas, es el órgano supremo de la sociedad. Está integrada por el total de socios que conforman la empresa.
- Gerente, es la persona en quien recae la representación legal y de gestión de la sociedad. El gerente convoca a la junta de accionistas.

- Subgerente, reemplaza al gerente en caso de ausencia.
- Directorio, el nombramiento de un directorio por la junta (ver S.A.C.) es facultativo (no es obligatorio).

## **VI.2. Cumplimiento de la normativa**

Abajo se describen los trámites para que sea creada una empresa S.A.C:

### **VI.2.1.Nombre:**

Se debe elegir un nombre vendedor, de preferencia relacionado al rubro en el que estará la empresa. El primer paso es acudir a los Registros Públicos “SUNARP” a verificar que no exista ese nombre o razón social. Allí se tramita lo que se conoce como RESERVA DE NOMBRE DE EMPRESA.

### **VI.2.2.La Minuta:**

Es un documento elaborado por un abogado donde consta la declaración del emprendedor por constituir una empresa.

Los elementos fundamentales en una minuta son:

- Los datos generales de cada socio (nombres, edades y DNI).
- El giro de la sociedad
- Tipo de empresa (E.I.R.L, S.A., S.A.C. o S.R.L)
- Fecha de inicio de las actividades.
- Domicilio comercial
- Nombre de la persona administrará la sociedad.
- Los aportes de cada socio si los hubiera.

### **VI.2.3.Elevar la Minuta a Escritura Pública:**

La minuta se lleva a una notaría para que el notario se encargue de elevarla a escritura pública ante los Registros Públicos (Sunarp).

### **VI.2.4.Inscribir Escritura Pública en Registros Públicos:**

Una vez que se lleva el documento certificado por el notario y se inscribe en Registros Públicos, la empresa ya existe.

### **VI.2.5.RUC:**

Con el registro de la empresa en Registros Públicos se solicita un número de RUC ante la Sunat.

### **VI.2.6.Régimen Tributario:**

En la misma Sunat, luego de obtener el RUC, se deberá determinar cuál será el régimen tributario al que uno se acogerá para el pago de impuestos, según el tamaño de la

empresa, como RUS, RER o Régimen General de Impuesto a la Renta.

#### **VI.2.7. Imprimir comprobantes:**

Con el Número de RUC se podrá acudir a una imprenta autorizada por la Sunat para imprimir boletas, facturas, guías de compra, entre otros.

#### **VI.2.8. Libros Contables:**

Se deberán comprar libros contables para llevar la contabilidad de la empresa, los que deberán ser previamente legalizados antes una notaría.

#### **VI.2.9. Essalud:**

En caso de que la empresa tenga trabajadores, estos deberán estar inscritos en el seguro social (ESSALUD ) con un formulario que se obtiene en la Sunat.

#### **VI.2.10. Licencia Municipal**

Se deberá tramitar la licencia de funcionamiento en el distrito donde la empresa estará ubicada. Los requisitos por lo general son:

- Copia del Certificado RUC
- Croquis de la ubicación de la empresa.
- Copia de escritura pública.
- Pago por derecho de licencia.

### **VI.3. Obstáculos legales a la actividad**

Los obstáculos legales están relacionados con la demora en la obtención de los permisos y la documentación necesaria para el inicio de las actividades, en el cronograma fue considerado los plazos establecidos por cara órgano y sin complicaciones graves que pueden retrasar la apertura de la consultoría.

### **VI.4. Diseño del sistema de gestión administrativa**

La Gestión Administrativa está basada enfocada para alcanzar el éxito de la empresa y en cierto número de pilares, como: Planeamiento, Estrategia, Dirección y Control.

**Planeamiento:** Este pilar enfocará para garantizar que la empresa está siguiendo con las políticas y objetivos diseñado por la organización.

**Estrategia:** Este Pilar enfocará en definir las metas prioritarias y gerenciar las tareas y proyectos del equipo, gerenciar conflictos y planear el futuro de la empresa.

**Dirección:** Este pilar estará enfocado en la realización de los planes que permitirá obtener resultados positivos de los empleados mediante la comunicación, supervisión y motivación. Garantizando que todos siéntanse haciendo parte de todo.

**Control:** Este pilar enfocara en mensurar, medir y corregir el desempeño de la estrategia asegurando que los objetivos de la empresa sean alcanzados.

**VI.5. Costes asociados a la gestión administrativa**

**TABLA N° 1: COSTOS DE APERTURA DE UN NEGOCIO**

<b>N°</b>	<b>ITEMS</b>	<b>COSTO</b>
1	Elaboración de la Minuta de Constitución de la sociedad	S/ 800,00
2	Elaboración de la escritura pública ante el Notario para darle	S/ 80,00
3	Inscripción de la sociedad en la SUNARP, en el Registro de	S/ 200,00
4	Obtener un R.U.C. en la SUNAT.	S/ 100,00
5	Autorización de planillas de pago por parte de la autoridad	S/ 40,50
6	Registrar trabajador dependiente ante ESSALUD (Seguro Social)	
7	Licencia de funcionamiento del local ante la Municipalidad	S/ 198,10
8	Autorización para Anuncios y Avisos Publicitarios	S/ 152,60
9	Legalizar los libros contables	S/ 231,00
10	De marca de Producto y/o servicio	S/ 1.604,97
<b>COSTOS TOTALES</b>		<b>S/ 3.407,17</b>

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

## VII. PLAN ESTRATÉGICO DE LA COMPAÑÍA

### VII.1. IDENTIFICACIÓN DE LA VISIÓN Y MISIÓN

**Misión:** Somos una empresa que se dedica a transformar los procesos dentro de las organizaciones, con experiencia innovadoras y digitales, haciendo con que la empresa se torne sustentable a largo plazo. Levantamos todos los días pensando en la mejor manera de promover cambios profundos, generando productividad y resultados en los negocios.

**Visión:** Buscamos estar entre las tres mejores empresas dentro de los próximos cinco años que ofrecen el mismo servicio en Perú. Queremos ser reconocidos por nuestros clientes y por el mercado, por prestar un servicio de calidad y con metodologías innovadoras, demostrando nuestra pasión por el futuro.

#### VII.1.1. Análisis de situación

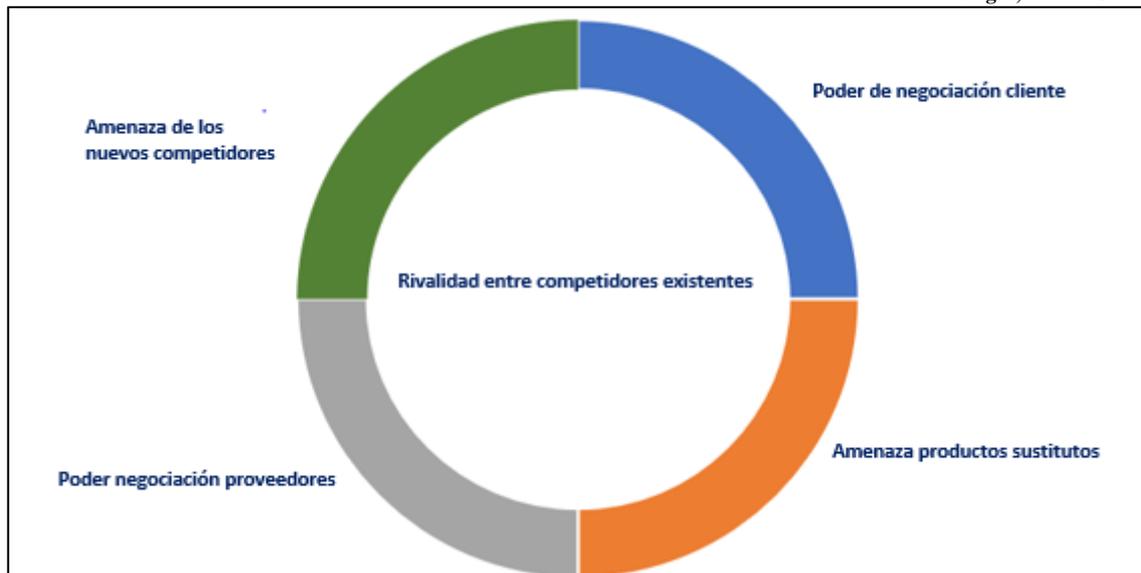
Vamos a analizar la interna y externa del negocio. Dentro del análisis externo utilizaremos para demostrar el macroentorno (PEST) y el microentorno (PORTER).

#### VII.1.2. Análisis interno – Fuerzas de porter

A través del modelo estratégico de las 5 fuerzas de Porter analizaremos el nivel de competencia.

En el Perú la temática de transformación digital está comenzando y sólo la mitad de las empresas peruanas utiliza internet y apenas un 24% usa la red para vender productos o servicios. La transformación digital ofrece grandes nichos de negocio. Perú avanza a paso firme en la transformación digital para aumentar la eficiencia del gobierno y proveer mejores servicios a sus ciudadanos y las empresas. Esto incluye un trabajo coordinado con las distintas dependencias del Estado en el cual la transformación digital es el vehículo clave para lograr el cambio.

© PORTER



**FIGURA N° 11: 5 FUERZAS DE PORTER**

- **AMENAZA DE POSIBLES NUEVOS COMPTIDORES**

Según Allen y Gorgeon (2003) mencionan:

Los sectores atractivos formados por industrias que tienen una alta rentabilidad, actúan como un imán para muchas empresas que ven en ellos nuevas oportunidades para aumentar sus beneficios y mejorar su posición competitiva. Sin embargo, la aparición de nuevos concurrentes en un sector suele ser una mala noticia para los ya establecidos. De hecho, los nuevos concurrentes normalmente aportan al sector no sólo nueva capacidad y una sed de cuota de mercado, sino también recursos significativos e ideas frescas sobre cómo competir. Todo esto tiende, claro está, a hacer bajar los precios o subir los costes para las empresas establecidas, reduciendo en última instancia la rentabilidad del sector en su conjunto.

Que la Transformación Digital es una realidad latente en la mayoría de las empresas resulta incuestionable. Somos una empresa nueva y pequeña, pero con calificaciones profesionales y conocimientos en diversas áreas donde podemos aportar soluciones, calidad de servicio y calidad personal. En Peru tenemos INDRA, Delloite como la principal competencia, pero Thinki Digi posee precios atractivos y mejores, para la prestación de servicios.

- **AMENAZA DE LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS**

Como nos explica Porter, M. (1997):

Los productos sustitutos o sustitutos son los productos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores, pero que se basan en una tecnología diferente. Estos productos constituyen una amenaza permanente en la medida en que la sustitución pueda hacerse siempre. Los productos sustitutos ayudan a hacer una pelea por precio por parte de los consumidores, porque a medida que el producto sustitutivo traiga

u ofrezca un precio más bajo, acaba siendo una alternativa para las empresas menores, pero con las empresas mayores (los consumidores mayores), son resistentes a este factor.

Cuando hablamos de transformación digital, los productos sustitutos, podrían ser herramientas free que tenemos en web, Google Adwords, algunas plataformas de desarrollo de aplicativos free. En Thinki Digi tenemos una idea de continuar innovando en nuestros productos y podemos hacer workshops demostrando el alcance de las herramientas free pero después mostrando lo que podemos ofrecer con nuestros recursos, siempre enfocado en la resolución de los problemas de los consumidores

- **EL PODER NEGOCIADOR DE LOS COMPRADORES**

Como nos define Porter, M. (1997):

Los compradores compiten en el sector industrial forzando la baja de precios, negociando por una calidad superior o más servicios y haciendo que los competidores compitan entre ellos, todo a expensas de lo rentable de la industrial. El poder de cada uno de los grupos importantes de compradores en el sector industrial depende de varias características de su situación de mercado y de la importancia relativa de sus compras al sector en comparación con el total de sus ventas.

En Thinki Digi los principales competidores son las empresas de consultorías y empresas del sector informáticos, que se caracterizan en tener sus operaciones en otros países, y pueden negociar su margen de precio, por tener gran ventaja de lucro proveniente sus otros contratos en otros clientes de diversos países. Para que podamos trabajar en este mercado, tenemos que trabajar con un precio X% mas bajo que nuestros competidores, y la medida que vamos haciendo nuestra entrega, aumentamos los precios basado en la cualidad de los servicios.

- **EL PODER NEGOCIADOR DE LOS PROVEEDORES**

Como nos explica Porter, M. (1997):

Los proveedores pueden ejercer poder de negociación sobre los que participan en un sector industrial amenazando con elevar los precios o reducir la calidad de los productos o servicios.

Los proveedores potenciales son empresas detentoras de las herramientas de automatización (BluPrism, Nice, Google, Facebook, etc), que también pueden adentrar en este mercado de consultoría Transformación Digital. Pero hoy estas empresas prefieren solo apenas ofrecer herramientas y generar sus ingresos a través de cobros por licencias de softwares.

- **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES**

La competencia entre empresas pertenecientes a un sector determina principalmente el nivel de rentabilidad del sector y la situación global de competitividad. La intensidad de la rivalidad entre empresas varía enormemente de un sector a otro, y con frecuencia se emplean adjetivos como “sanguinario”, “intenso”, “moderado”, o “débil”, para describir la intensidad de la competencia.

Todas las empresas competidoras de Thinki Digi tienen un posicionamiento en el mercado muy conocido, son consultorías ya establecidas en el ramo de prestación de servicios, y todas poseen el mismo rubro, y se hará más o menos fuerte las que quieren prestar servicios para grandes empresas. En Thinki Digi tenemos la competencia para prestar servicios para cualquier empresa y de cualquier porte, pero de acuerdo a nuestros colaboradores, tenemos una gran experiencia en el sector de Telecomunicaciones y Bancos, como también tenemos conocimientos en Marketing Digital. Muchos competidores, por querer ganar mercado, reducen los precios pero no entregan calidad de servicio, y en esto está basado nuestra estrategia: “Cobrar solo lo que es necesario”.

### VII.1.3. Análisis externo

Este análisis, se basará en el análisis PEST.

- **Entorno Político Legal**

Perú tiene más de dos décadas de régimen democrático, lo que ha permitido la estabilidad y la apertura de la economía, y la creación y desarrollo de una política de inclusión social con crecimiento económico. Con la reforma económica que se inició en la década del 90, los convenios de estabilidad política se forjaron como una importante herramienta que aseguró a los inversionistas que el estado no cambiaría las reglas de juego y convirtió en una de las naciones más atractivas para la inversión en Latinoamérica. En el año 2014 Moody's Investor elevó la clasificación crediticia de Baa2 a A3, convirtiendo al Perú en la categoría más alta de inversión.

Luego de un accidentado y atípico proceso electoral, el Perú inició en julio de 2016, un nuevo gobierno a cargo del presidente de la República, Pedro Pablo Kuczynski Godard (PPK). El presidente Kuczynski, transmitió que continuará con la promoción de la inversión privada nacional y extranjera. Adicionalmente, mencionó que seguirá promoviendo la eficiencia en la ejecución del gasto público y el otorgamiento de concesiones al sector privado. En su primer mensaje a la nación expuso los seis temas, que a su parecer, eran de carácter urgente: (a) agua y desagüe para todos los peruanos, (b) educación pública de calidad, (c) servicio de salud pública sensible al enfermo, (d) formalizar el país, (e) construir infraestructura para el desarrollo, y (f) liberar a nuestra patria de la corrupción, de la discriminación, de la inseguridad y del delito.

- **Entorno Económico**

Durante los últimos años, el Perú ha logrado grandes avances en su desarrollo. Sus logros incluyen: tasas de crecimiento altas, una apertura económica, baja inflación, estabilidad macroeconómica, una política monetariamente prudente, reducción de la deuda externa y de la pobreza, y algunos avances en indicadores sociales muy importantes.

- La tasa de interés actualmente es de 2,75% basado en una tendencia a la baja de inflación, y se proyecta que la tasa de inflación interanual retorne al rango meta en el segundo trimestre y que gradualmente converja a 2% hacia fin de año.

- Respecto de la inflación, el Perú tiene una estimación de 2.35% de inflación para el presente año (menor a las proyecciones de meses anteriores). Según proyecciones del Banco Central de Reserva del Perú (BCR) se esperaba que este año la inflación tenga un porcentaje de 2.0%, lo cual ya tiene un porcentaje mucho más elevado al proyectado desde el año pasado (1.36%) o en los primeros meses, el cual correspondía a 1.80%. Para el próximo año, el porcentaje estimado es de 2.40%.
- La deuda para la Alianza del Pacífico hasta el 2017, ubica a Perú con un porcentaje de Perú 24.80%. Un porcentaje más bajo que los países Chile, Colombia, también debemos considerar el nivel de desarrollo industrial y social.
- Perú esta evaluado con un Índice de facilidad para hacer negocios, según el indicador del Banco Mundial, que evalúa la facilidad de hacer negocios o inversiones para los empresarios en relación a la regulación y protección de los derechos empresariales y de propiedad por país. En esta oportunidad, Perú se posiciona con un 82,44, solo detrás de Chile, México y Colombia.
- La tasa de desempleo anual, ha incrementado respecto del año anterior, situándose con un 8.10%, una cifra no muy alentadora, que esperamos pueda reducirse en los próximos meses y años. Del total de personas con edad de trabajar (7.67 millones), la población económicamente activa (PEA) es conformada por el 68,2% de la PET; es decir, 5.24 millones de personas.
- Según el MEF, para este año se espera un impulso de la inversión pública y la mejora de la actividad minera, que aumentarían en, al menos, un 4 % el crecimiento económico. A esto se le añade que el FMI pronostica un crecimiento para la región y el Caribe del 1,9 % (1,3 % en 2017) , lo que causará un efecto positivo en el país a diferencia del pasado año.

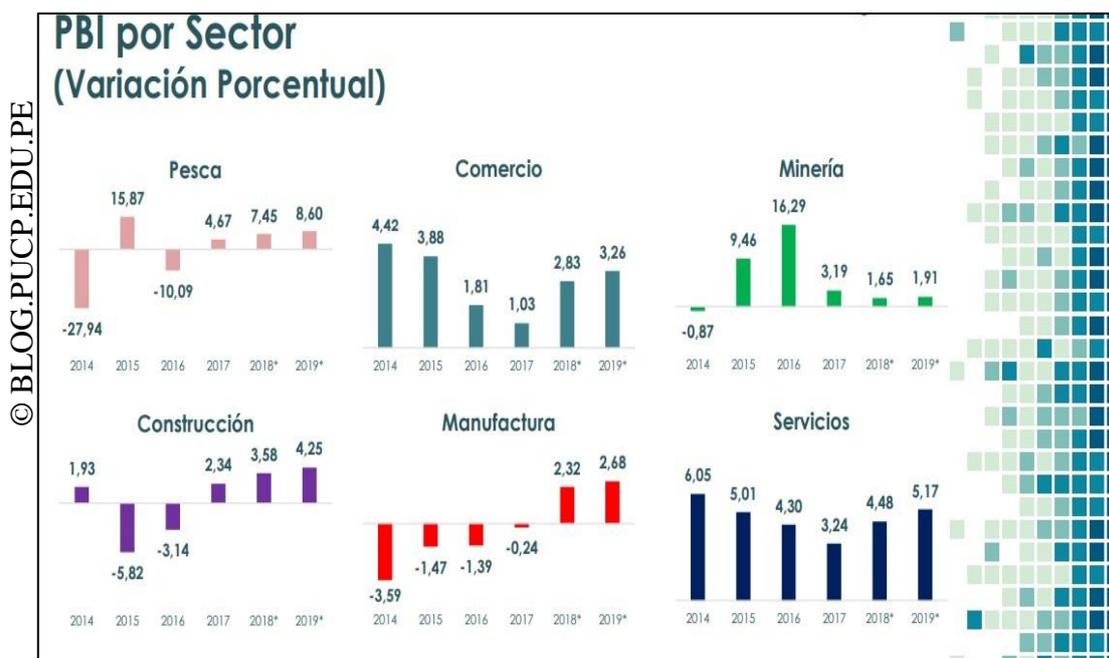


FIGURA N° 12: VARIACION PORCENTUAL DEL COMERCIO.

© BLOG.PUCP.EDU.PE

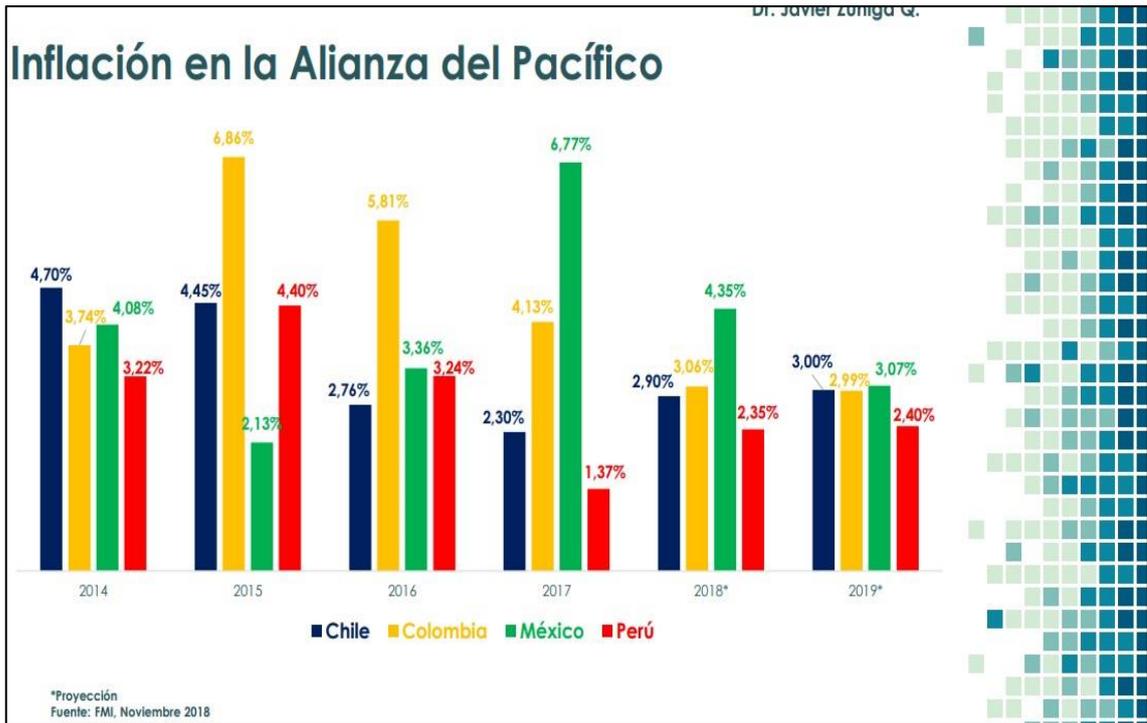


FIGURA N° 13: PORCENTAJE DE INFLACION.

© BLOG.PUCP.EDU.PE

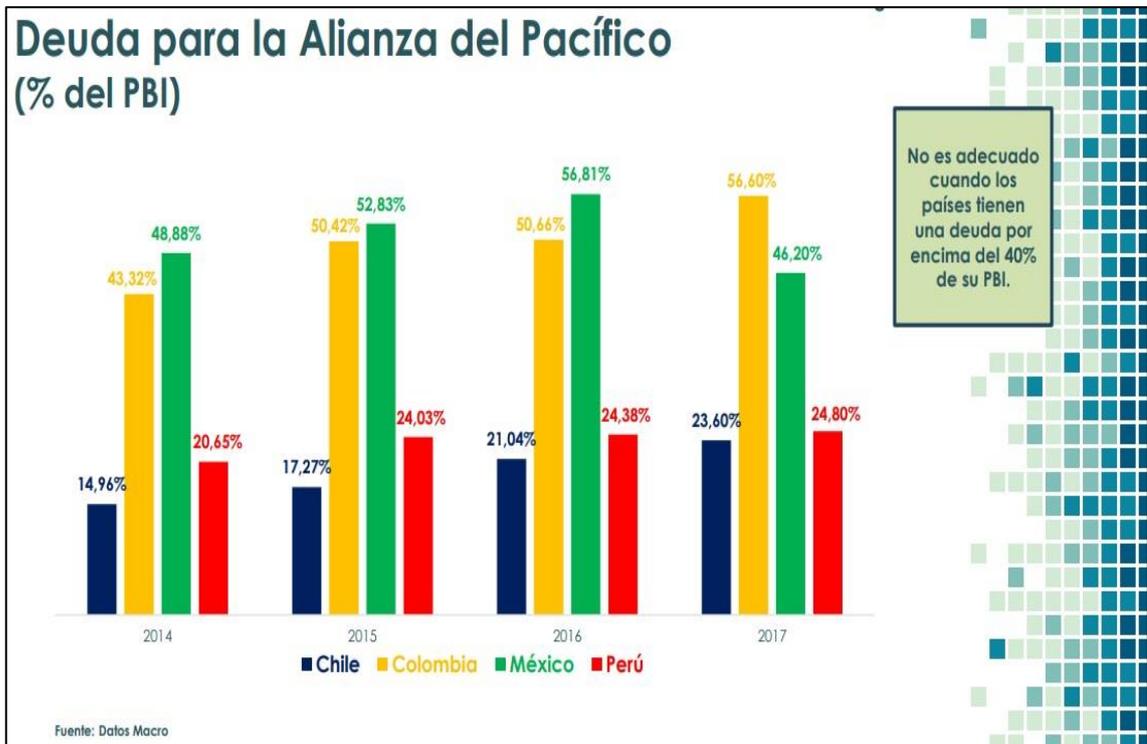


FIGURA N° 14: PORCENTAJE DEL PBI.

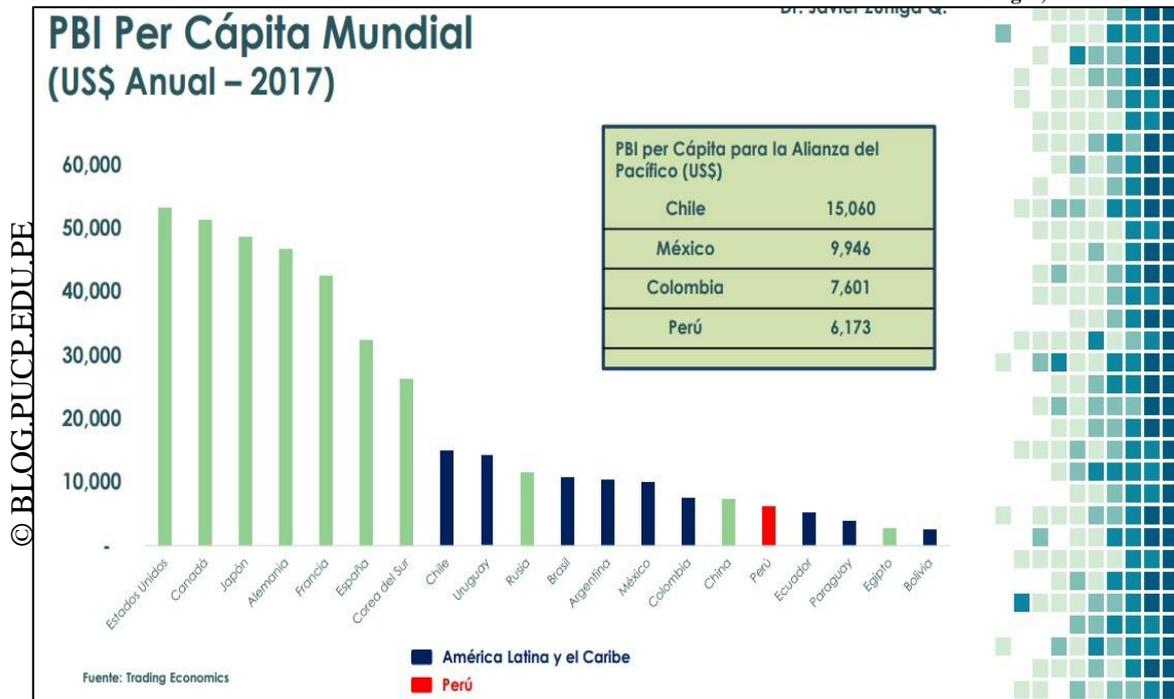


FIGURA N° 15: DOLARES GANADOS.

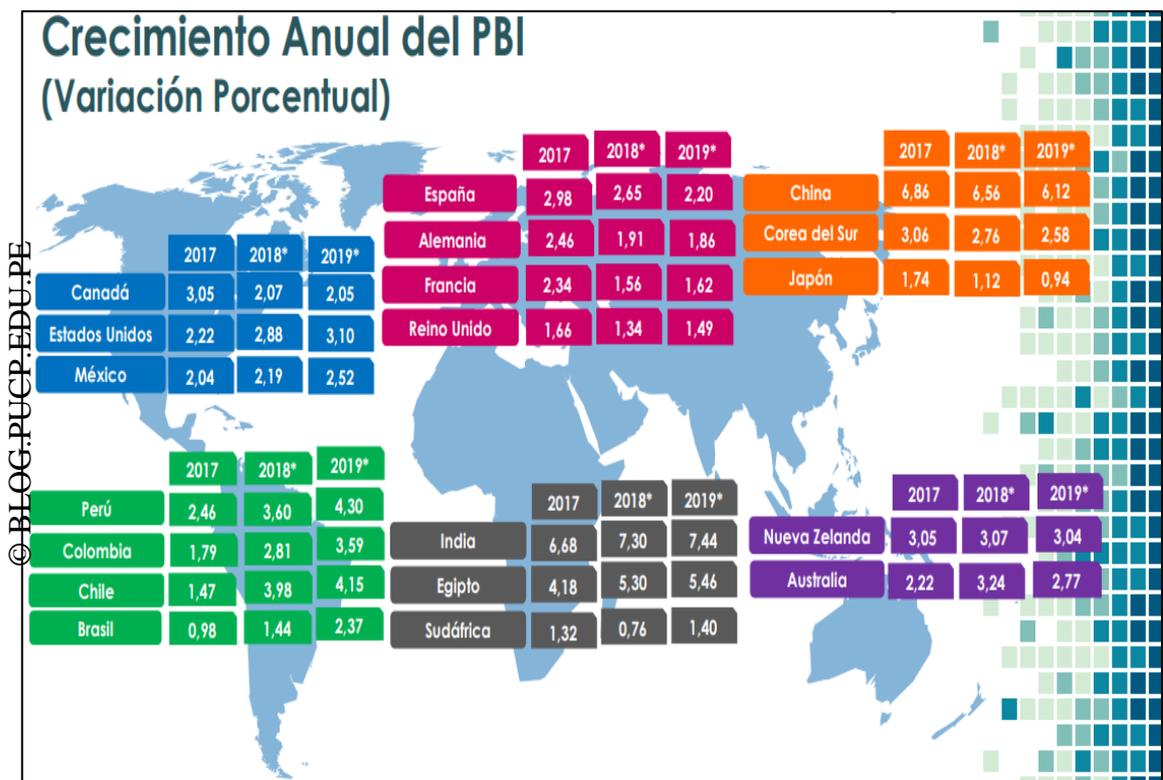


FIGURA N° 16: VARIACION PORCENTUAL.

- **Entorno Social**

La cobertura y la calidad de los servicios de agua y desagüe han mejorado tanto en áreas urbanas como rurales, tal como lo evidencia el incremento en horas diarias del servicio de agua, de 16 en 2011 a 19.2 en el 2013 en Lima, así como la disminución en la incidencia de alcantarillados obstruidos.

El Programa de Transporte Rural Descentralizado rehabilitó 3,277 kilómetros de carreteras rurales, lo que ha reducido el tiempo de viaje a las escuelas en 24.2 por ciento, lo que a su vez promovió un incremento de 19.2% en las tasas de matrícula escolar en los niños entre 2 a 18 años.

El gobierno incorporó un modelo de electrificación rural implementado en un proyecto financiado por el Banco para el desarrollo continuo del sector. El proyecto de Electrificación Rural proporcionó conexiones a redes convencionales y sistemas de energía renovable a más de 105,000 nuevas conexiones, sirviendo a un estimado de 450,000 personas.

Con un préstamo de US\$300 millones aprobado en setiembre de 2015, el Proyecto de la Línea 2 del Metro Lima reducirá drásticamente los tiempos de viaje en Lima, brindando un nuevo sistema de transporte que aliviará el tráfico y la contaminación de la ciudad.

EL INEI indicó que cerca de 264.000 peruanos salieron de la pobreza durante 2016. En el informe técnico "Evolución de la Pobreza Monetaria 2007-2016" se estima que en los últimos 10 años la pobreza se redujo en 28,4 puntos porcentuales, mientras que solo disminuyó 7,1 durante el último quinquenio.

El INEI reportó que en el trimestre de diciembre de 2016 y enero-febrero de 2017, la tasa de desempleo en Lima se ubicó en 7,7 por ciento y que es la tasa más alta desde el 2012.

Durante el 2012, la tasa de desempleo en Lima Metropolitana tuvo como nivel máximo 8,7 por ciento en el trimestre enero-febrero-marzo, el cual bajó a 8,1 por ciento entre febrero y abril de ese mismo año.

- **Entorno Tecnológico**

Los resultados del Ranking de Competitividad Digital Mundial 2018 del IMD y CENTRUM PUCP, mide la capacidad de un país de adoptar y explorar tecnologías digitales que permiten una transformación en las prácticas gubernamentales, en los modelos de negocios y en la sociedad en general. El Ranking de Competitividad Digital Mundial 2018 del IMD incorpora tres pilares: (a) Conocimiento, (b) Tecnología, y (c) Preparación para el Futuro.

Percy Marquina, Director General de CENTRUM PUCP señaló que “en esta nueva edición del *Ranking* de Competitividad Digital Mundial 2018, el Perú mejora en dos posiciones, del 58 al 60, principalmente debido a un mejor desempeño en el pilar Conocimiento, que pasa del puesto 62 al 60; y a una posición más estable en

Tecnología, que permanece en el puesto 57. Sin embargo, cae en posición del pilar Preparación para el Futuro dos posiciones, del puesto 58 al 60”.

Perú ha avanzado más en Conocimiento, en donde se muestra mejores desempeños en sus tres factores evaluados: Talento, Entrenamiento y Educación y Concentración Científica. Asimismo, se identifica las principales fortalezas en: Experiencia Internacional (24), Logros de Educación Superior (6) y Proporción alumno / maestro (Educación terciaria) (27). No obstante también se presenta las más claras debilidades en: Gestión de ciudades (62), Habilidades digitales/tecnológicas (61) y Formación de los Empleados (62).

En el pilar Tecnología, se ha mejorado en los factores Estructura Regulatoria (del puesto 51 al 49), Capital (48 al 47) y Estructura Tecnológica (del puesto 61 al 59). Dentro de sus factores se pueden identificar sus principales fortalezas: Leyes de Inmigración (12), Inversión en Telecomunicaciones (19). Asimismo, su principal debilidad: Suscriptores de banda ancha móvil (61).

En el último pilar Preparación para el Futuro, los cambios no resultan tan significativos como para mejorar en posición, aunque se mejora ligeramente en Actitudes Adaptativas (del puesto 61 al 59), mientras que se mantiene en la misma posición en Agilidad en los Negocios (50) y en Integración de TI (59). En este pilar la clara debilidad es La seguridad cibernética (60).

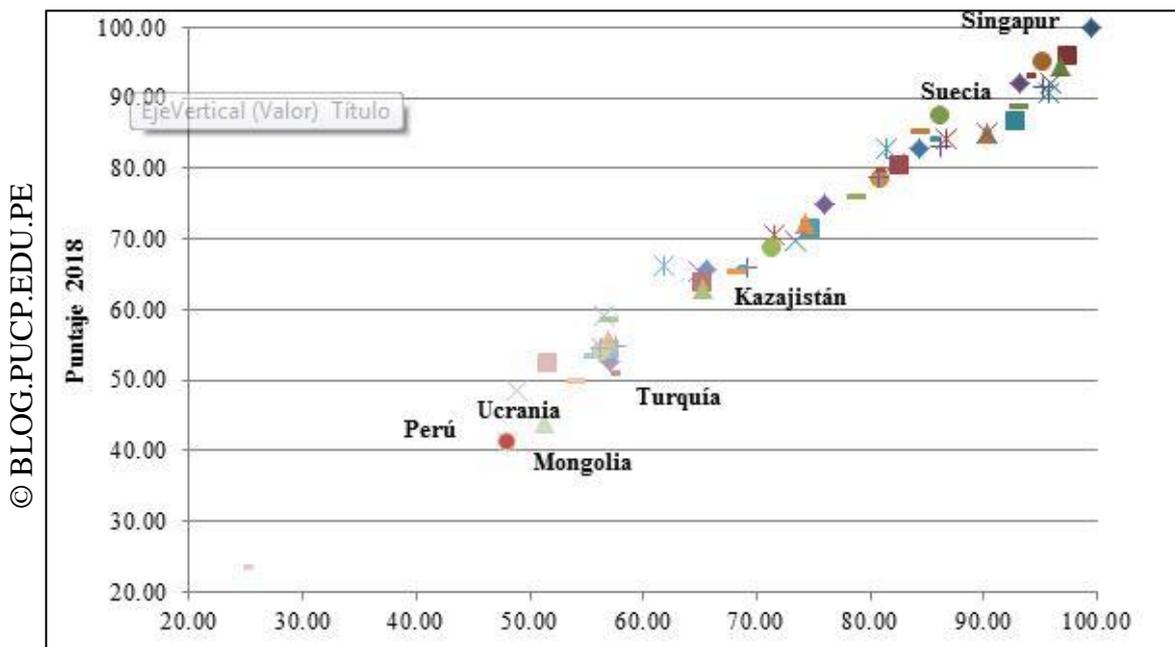


FIGURA N° 17: PAISES CON TRANSFORMACION DIGITAL

© BLOG.PUCP.EDU.PE

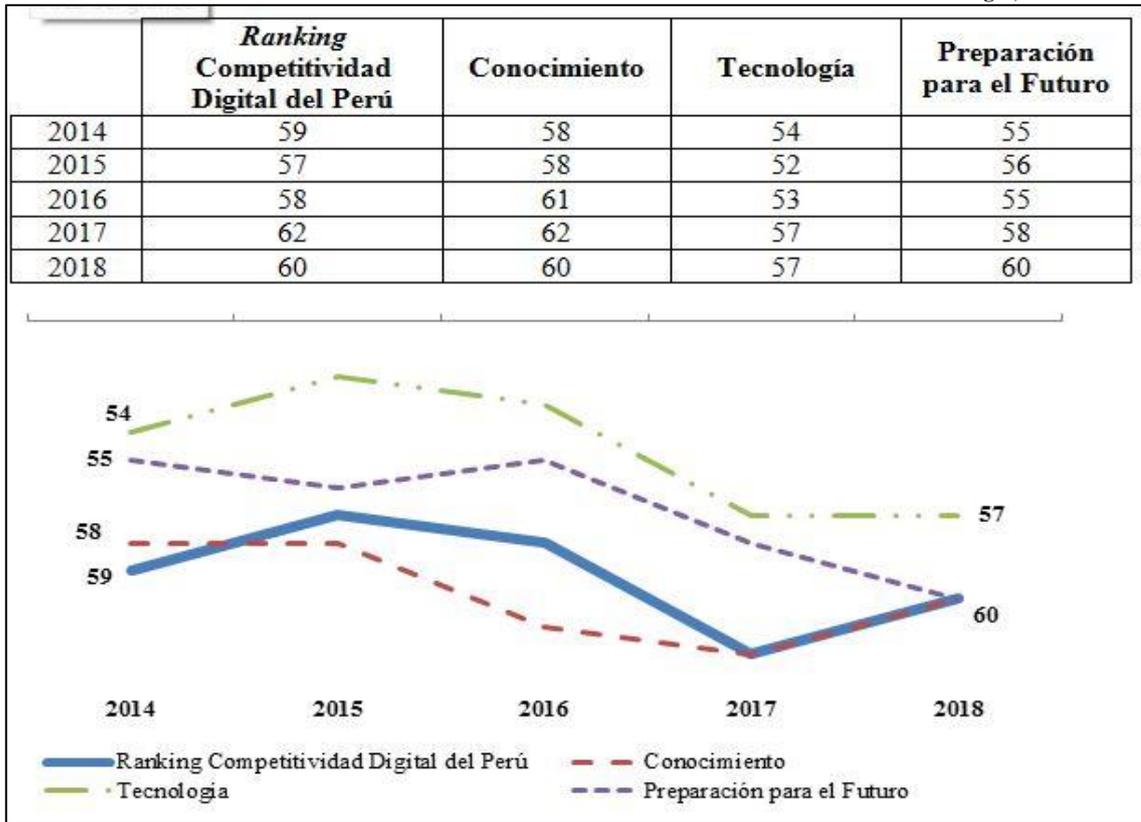


FIGURA N° 18: RANKING DE COMPETITIVIDAD DIGITAL EN PERU

© BLOG.PUCP.EDU.PE

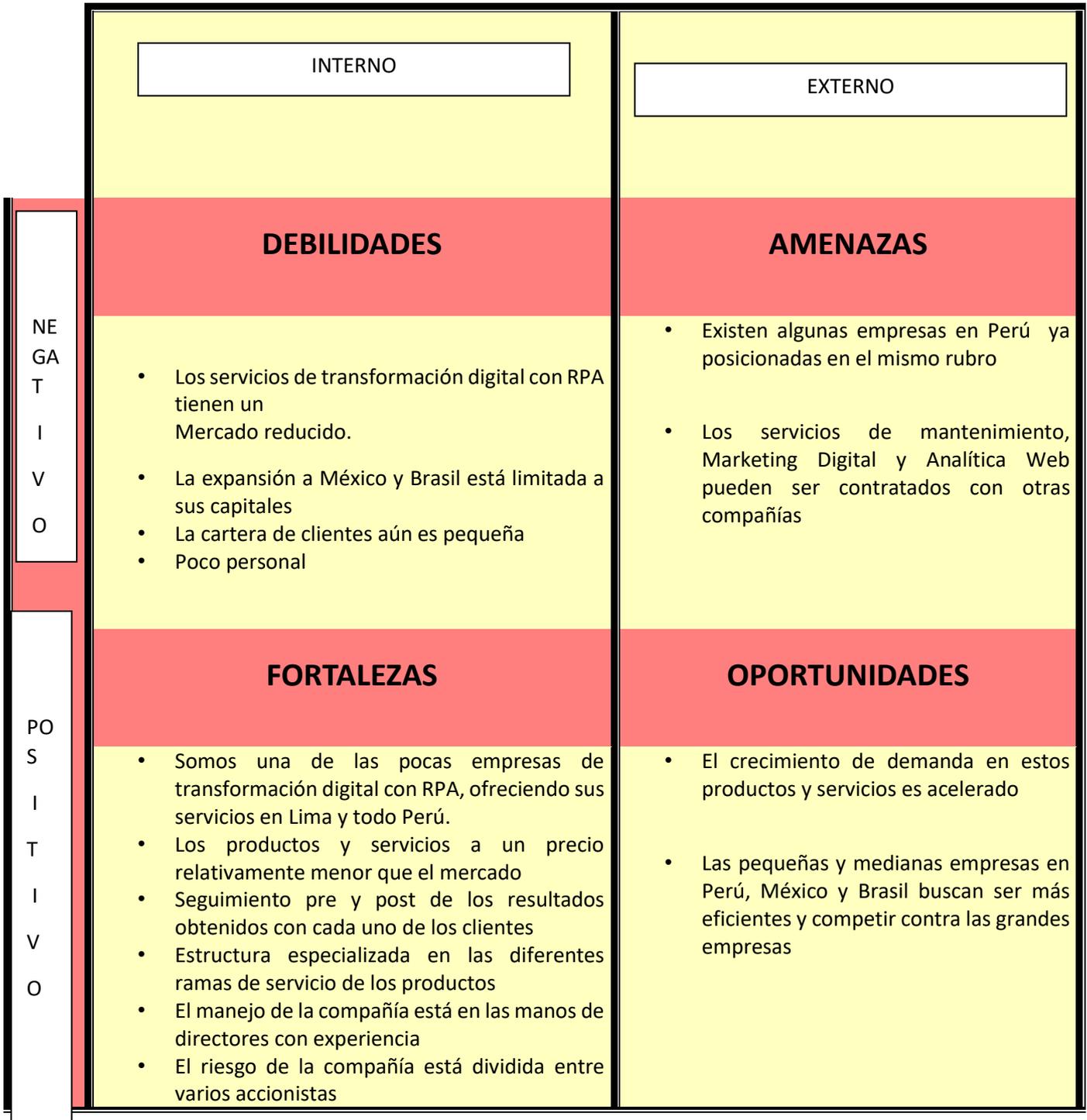
País	Puntaje		Cambio	País	Puntaje		Cambio	País	Puntaje		Cambio
	2018	2017			2018	2017			2018	2017	
Estados Unidos	100.00	95.41	4.59 ▲	Japón	82.17	78.09	4.08 ▲	Bulgaria	59.03	56.79	2.24 ▲
Singapur	99.42	100.00	-0.58 ▼	Bélgica	82.17	80.77	1.40 ▲	Croacia	57.53	54.81	2.72 ▲
Suecia	97.45	95.93	1.52 ▲	Luxemburgo	81.49	82.87	-1.38 ▼	Jordania	57.20	51.01	6.19 ▲
Dinamarca	96.76	94.52	2.24 ▲	Estonia	80.85	78.45	2.40 ▲	Hungría	57.10	58.49	-1.39 ▼
Suiza	95.85	91.99	3.86 ▲	Francia	80.75	78.81	1.94 ▲	Rumania	57.09	52.52	4.57 ▲
Noruega	95.72	90.79	4.93 ▲	Malasia	80.63	79.94	0.69 ▲	India	57.07	54.36	2.71 ▲
Finlandia	95.25	95.02	0.23 ▲	Qatar	78.87	76.08	2.79 ▲	Sudáfrica	56.88	55.70	1.18 ▲
Canadá	95.20	91.67	3.53 ▲	Lituania	76.06	75.02	1.04 ▲	Eslovaquia	56.54	59.27	-2.73 ▼
Holanda	93.89	93.22	0.67 ▲	China Continental	74.80	71.45	3.35 ▲	México	56.39	54.48	1.91 ▲
Reino Unido	93.24	88.94	4.30 ▲	España	74.27	72.09	2.18 ▲	Turquía	56.38	53.86	2.52 ▲
Hong Kong	93.13	92.13	1.00 ▲	Portugal	73.44	69.67	3.77 ▲	Grecia	56.29	54.42	1.87 ▲
Israel	92.92	86.66	6.26 ▲	República Checa	71.49	70.55	0.94 ▲	Chipre	54.89	53.50	1.39 ▲
Australia	90.23	85.00	5.23 ▲	Eslovenia	71.43	68.69	2.74 ▲	Argentina	54.16	49.80	4.36 ▲
Corea del Sur	87.98	82.96	5.02 ▲	Latvia	69.17	65.87	3.30 ▲	Filipinas	53.37	55.88	-2.51 ▼
Austria	86.77	84.12	2.65 ▲	Polonia	68.56	65.87	2.69 ▲	Brasil	51.69	52.29	-0.60 ▼
Taiwán	86.19	87.56	-1.37 ▼	Chile	68.38	65.38	3.00 ▲	Ucrania	51.29	44.00	7.29 ▲
EAU	86.16	83.14	3.02 ▲	Kazajistán	65.50	65.70	-0.20 ▼	Colombia	48.83	48.46	0.37 ▲
Alemania	85.41	84.10	1.31 ▲	Tailandia	65.27	63.77	1.50 ▲	<b>Perú</b>	<b>48.06</b>	<b>41.07</b>	<b>6.99</b> ▲
Nueva Zelanda	84.53	85.23	-0.70 ▼	Rusia	65.21	62.85	2.36 ▲	Mongolia	48.06	41.13	6.93 ▲
Irlanda	84.29	82.87	1.41 ▲	Italia	64.96	65.46	-0.50 ▼	Indonesia	45.78	44.22	1.56 ▲
Islandia	82.65	80.48	2.17 ▲	Arabia Saudita	61.87	66.12	-4.25 ▼	Venezuela	24.80	23.46	1.34 ▲

Nota: (▲) avanzó posiciones (▼) retrocedió posiciones y (-) se mantuvo en la misma posición.  
 Fuente: IMD World Digital Competitiveness Ranking 2018

El **FIGURA N° 19: TOP DE SERVICIOS DE TRANSFORMACION DIGITAL MUNDIAL.** ación hasta

el 175% de beneficio tributario a aquellas empresas que ejecuten proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación.

**VII.1.4. Análisis DAFO**



## VII.2. Objetivos y estrategias

### VII.2.1. La matriz MCP

Al pasar de los años, los cambios se hacen más rápidos y bruscos, y Think Digi necesita no únicamente conocer la situación propia, si no entender más a fondo a la competencia, en orden de permanecer en el mercado y destacar con una o más ventajas competitivas.

A través de la MCP, obtendremos KPI's como participación del mercado, rango de productos, reputación de la marca/compañía, entre otros que sean relevantes para la industria en la que participamos. Es importante dejar asentado que existe mucha data confidencial que solo tienen las grandes empresas, por lo cual la lectura será más de guía que definitiva.

El primer paso es definir a los competidores, y evaluarlos con base a sus características que los hacen fuertes y las que podrían hacerlos débiles. Cada uno de estos factores que influyen en el desempeño serán calificados en una escala de menor a mayor importancia de manera subjetiva, ya que los resultados de evaluación serán con base a la información pública expuesta en fuentes secundarias, el criterio de los directivos de Think Digi y algunos dueños y directivos de empresas pequeñas y medianas que son usuarios o potenciales usuarios de productos y servicios de transformación digital.

Esta Matriz aportará un panorama general de donde estamos parados en comparación con nuestros competidores.

**TABLA N° 23: MCP**

MCP									
Empresa	Empresa 1 - All Consulting			Empresa 2 - Canvia			Empresa 3 - Neo		
Factores críticos de éxito	Calificación	Importancia	Resultado Final	Calificación	Importancia	Resultado Final	Calificación	Importancia	Resultado Final
Reputación de la marca	0.1	2	0.2	0.1	5	0.5	0.1	4	0.4
Publicidad y Marketing	0.1	4	0.4	0.1	4	0.4	0.15	4	0.6
Participación del mercado (Percepción)	0.1	4	0.4	0.1	4	0.4	0.1	4	0.4
Servicios de calidad	0.15	4	0.6	0.2	2	0.3	0.15	4	0.6
Bajo costo	0.15	3	0.45	0.1	4	0.4	0.1	1	0.1
Promociones	0.1	3	0.3	0.2	3	0.2	0.1	3	0.3
Tiempo de realización de trabajo	0.1	4	0.4	0.10	4	0.4	0.1	2	0.2
Personal bien pagado	0.1	3	0.3	0.1	1	0.1	0.1	4	0.4
Comunicación	0.1	2	0.2	0.1	5	0.5	0.1	4	0.4
Total	1	29	3.25	1	32	3.20	1	30	3.40

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

### VII.2.2. Definir las estrategias corporativas

Las estrategias corporativas propuestas son las siguientes:

- Posicionamiento en el mercado de Consultoría: aumentar la participación de mercado, generando foros de debates con la temática Transformación Digital, presentando las mejores prácticas empleada en el mundo, generando confianza en la marca;
- Publicidad: Generar materiales, books, ebooks en la web para promover sus productos, y compartir conocimientos, buscando nuevos clientes.
- Participación en Mercado: Aumentar la participación en el mercado a través de prestación de servicio, donde el cliente, solo paga cuando empieza a tener una margen de ahorro en su proceso.
- Personal bien pagado: Tener una política de remuneración donde sus empleados reciban una porcentaje del valor de contrato cerrado.
- Tiempo de Ejecución de servicio: Reducir el tiempo de trabajo basado en nuevas metodologías del mercado (Design Sprint, Squad, DevOps, etc).

### VII.3. Definir las estrategias competitivas

Las estrategias competitivas propuestas son las siguientes:

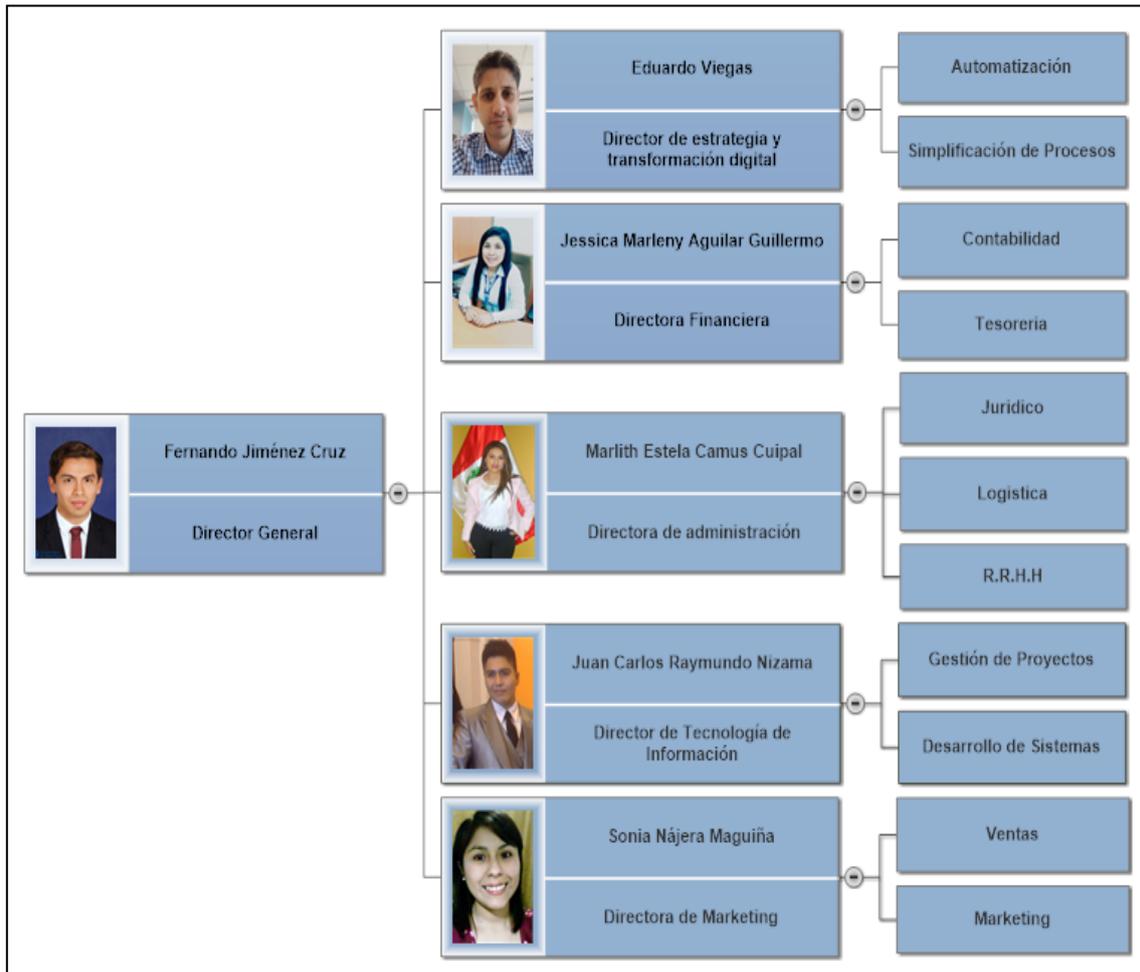
- Ofrecer productos que complementen la necesidad del cliente, por ejemplo, si vamos a ofertar una analítica Web, podemos también ofertar un SEO.
- Precios competitivos con un servicio de eficiente y con alta calidad de productos.
- Realizar encuestas continuamente para medir el grado de satisfacción del cliente.
- Capacitar al personal en nuevas tendencias y herramientas.
- Tiempo de Ejecución de servicio:

**VII.4. Implantar la estrategia**

Para implantar la estrategia de empresa, elaboramos un plan de implementación donde las actividades para creación de la empresa serán de responsabilidad de cada integrante y socio de Thinki Digi.

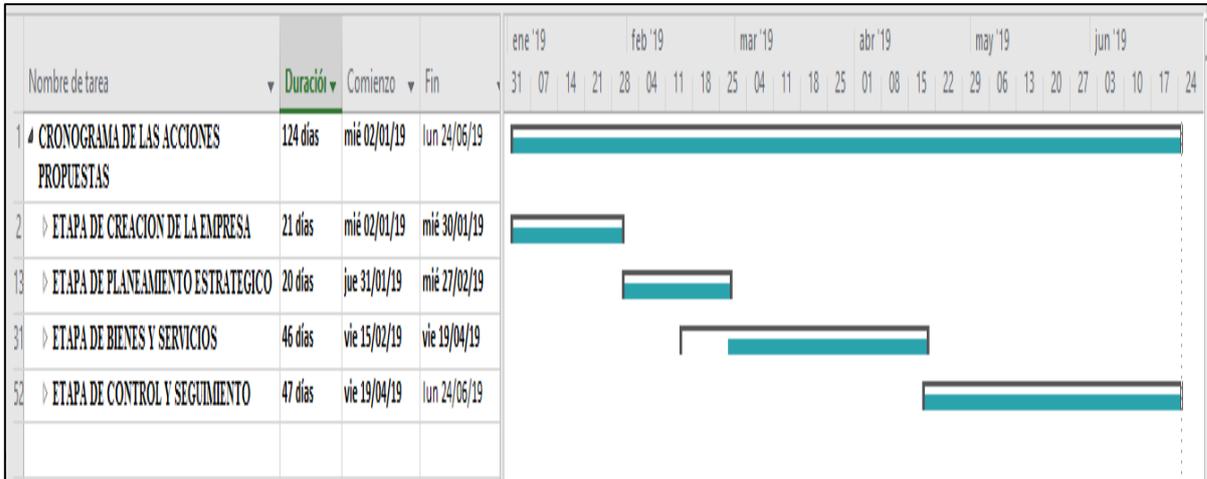
**VII.4.1. Designar el/los responsable/s de la implantación estratégica**

Los responsables de implantar la estrategia son los siguientes integrantes presentados abajo de acuerdo con el organigrama:



**VII.4.2. Elaborar un cronograma de las acciones propuestas**

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



**FIGURA N° 20: CRONOGRAMA DE ACCIONES PROPUESTAS**

**VII.4.3. Designar los recursos para la ejecución de la estrategia.**

Los recursos para ejecutar la estrategia se indican en el siguiente cuadro de acuerdo con el cronograma elaborado en el punto anterior:

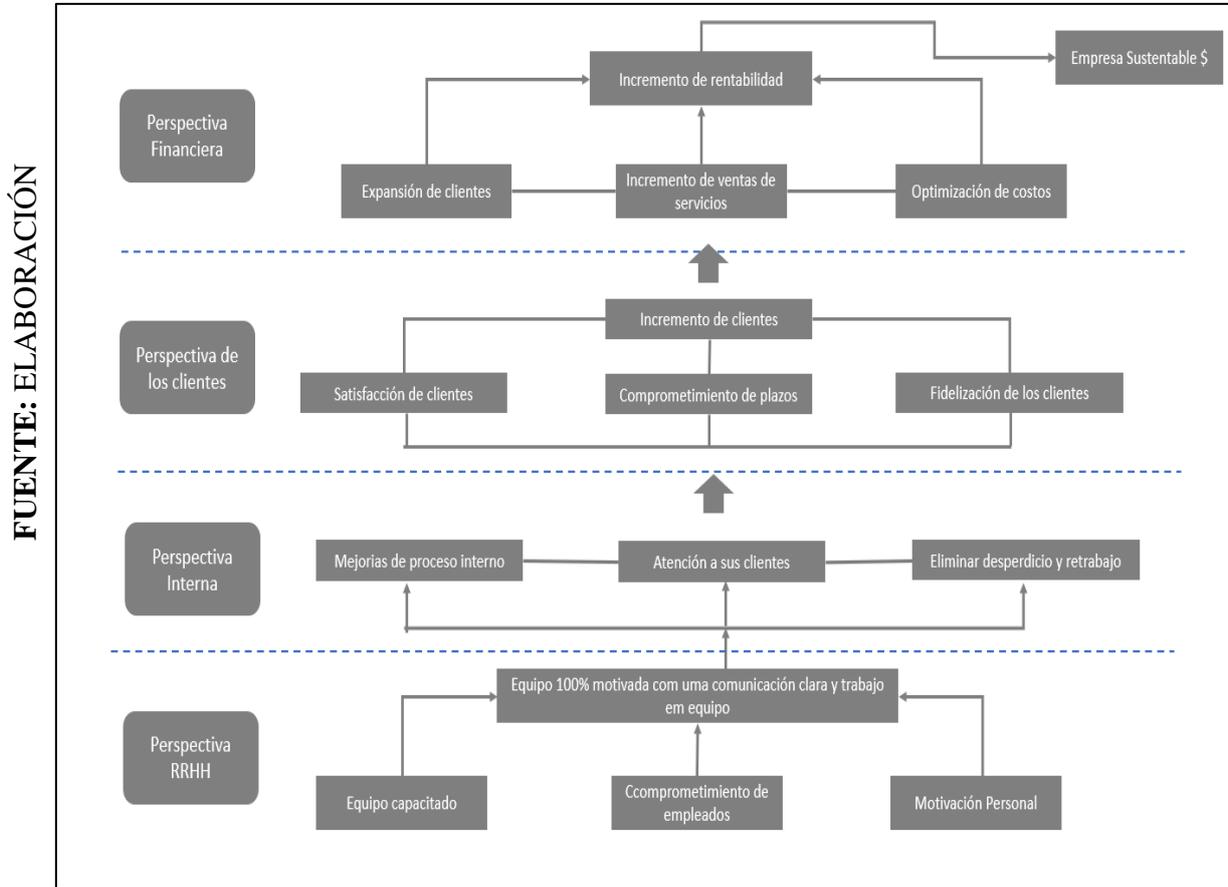
**TABLA N° 24: DESIGNACION DE RECURSOS**

INTEGRANTES	ESTRATEGIAS
EDUARDO VIEGAS	INTERNAS / RECURSOS
JUAN CARLOS RAYMUNDO NIZAMA	INTERNAS / RECURSOS
JESSICA MARLENY AGUILLAR GUILLERMO	FINANCIERA
SONIA NÁJERA MAGUIÑA	CLIENTES
FERNANDO JIMÉNEZ CRUZ	CLIENTES
MARLITH ESTELA CAMUS CUIPAL	FINANCIERA

**Fuente:**  
 Elaboración Propia

**VII.4.4. Elaborar un Cuadro de Mando Integral.**

VII.4.5. Sobre las perspectivas del cuadro de mandos tenemos:



**FIGURA N° 21: CUADRO DE MANDO INTEGRAL**

**Perspectiva Financiera:** Buscar la maximización de ingresos en Thinki Digi para expansión de cuadro personal y crecimiento futuro, aumento de las ventas, midiendo siempre la rentabilidad.

**Perspectiva de los Clientes:** Con un enfoque en los clientes visando calidad de en la prestación de servicios, precio, fidelización e imagen de Thinki Digi.

**Perspectiva Interna:** Para mensurar y controlar los tiempos de entregas de los proyectos, monitorizando los procesos internos, relacionamiento con los clientes, la relación de calidad-precio competitivo, conocer al cliente y satisfacer sus necesidades.

**Perspectiva RRHH:** Se basa en cómo se utiliza los activos intangibles que es el personal que trabaja en Thinki Digi. Como están trabajando, su motivación, compromiso con la empresa y con su meta de vida, visando siempre reforzar e invertir para crear un valor futuro que beneficiará a la empresa.

**VII.5. Controlar**

Para controlar la estrategia de la empresa, y su avance en el mercado, el cuadro de mando generado para controle establecen algunos indicadores que ayudaran a medir los objetivos planteados para ejecución del proyecto.

**VII.6. Fijar indicadores de control y medir los resultados**

A continuación, se presentan los indicadores propuestos para controlar y medir los resultados de cada ejercicio, el cual será de gran ayuda para mejorar cada perspectiva, y realizar la corrección de ruta, garantizando la sustentabilidad de la empresa delante el mercado. **Fuente:**

**TABLA** **N° 25:**  
● Semáforo menor que 85%    ● Semáforo mayor que 85%    ● Semáforo mayor que 95%

PERSPECTIVA	OBJETIVO	INDICADOR	CÓDIGO	TIPO	META	<span style="color: red;">●</span>	<span style="color: yellow;">●</span>	<span style="color: green;">●</span>
CLIENTES	Incrementar clientes	Participación en el mercado	CL1	%	5%	70%	85%	95%
CLIENTES	Incrementar clientes	Incremento transaccional al mês	CL2	%	15%	70%	85%	95%
CLIENTES	Fidelizar los clientes	# de visitas mensuales	CL3	#	6	70%	85%	95%
CLIENTES	Satisfacción de los clientes	# de reclamos	CL4	%	2%	70%	85%	95%
CLIENTES	Satisfacción de los clientes	# entregas dentro del plazo	CL5	#	100%	70%	85%	95%
RECURSOS	Personal Capacitado	# personas capacitada anual	RE1	%	100%	70%	85%	95%
RECURSOS	Comprometimiento con trabajo	Tardanzas al mês	RE2	%	8%	70%	85%	95%
RECURSOS	Personal Motivado	# falta al mês	RE3	%	100%	70%	85%	95%
RECURSOS	Personal Motivado	% pesquisa de clima organizacional	RE4	%	8%	70%	85%	95%
INTERNA	Optimizar los procesos internos	# de procesos optimizados	IN1	%	85%	70%	85%	95%
INTERNA	Optimizar los procesos internos	# de entregas dentro del plazo	IN2	%	95%	70%	85%	95%
FINANCIERA	Mejorar la productividad	% pago de horas extras	FI1	%	2%	70%	85%	95%
FINANCIERA	Expansión de clientes	% Incremento de ventas	FI2	%	15%	70%	85%	95%
FINANCIERA	Incremento de ventas y servicios	# de ventas de servicios mês	FI3	%	20%	70%	85%	95%
FINANCIERA	Optimización de costos	% Reducción de gastos operativos	FI4	%	5%	70%	85%	95%
FINANCIERA	Optimización de costos	% Producción por empleado	FI5	%	10%	70%	85%	95%
FINANCIERA	Incremento de rentabilidad	EBTIDA DIRETO	FI6	SOLES	170%	70%	85%	95%
FINANCIERA	Incremento de rentabilidad	TICKET MEDIO	FI6	SOLES	S/. 20000	70%	85%	95%

**INDICADORES DE CONTROL Y MEDICION DE RESULTADOS**

**Elaboración Propia**

## VIII. PLAN DE CONTINGENCIAS

### VIII.1. Previsión del Escenario más desfavorable

El objetivo del plan de contingencia es asegurar que ante cualquier escenario que arriesgue la continuidad de la empresa, pueda responder adecuadamente ante las eventualidades, de tal forma que el flujo de operaciones en general se mantenga activo.

### VIII.2. Medidas a adoptar en esta situación

Según se presente cada situación, se proponen las siguientes medidas a adoptar:

- a) No alcanzar las ventas previstas: Existirán ciclos del negocio en los cuales no podremos llegar a obtener la venta estimada. Por ello, en estos periodos, se invertirá en la contratación de un bloque de promotores de venta. De persistir la contracción en las ventas, se procederá a realizar un nuevo estudio de mercado, para implementar nuevos servicios a ofrecer. Recordemos que nuestra línea de negocio tiene que estar constantemente a la vanguardia de necesidades digitales de toda índole.
- b) Condiciones macroeconómicas adversas: Al ser un país en desarrollo gran parte de su estabilidad económica depende también de la estabilidad de cada uno de sus socios estratégicos, por lo que la economía Peruana y en general de Latinoamérica, se puede denominar estable.
- c) Condiciones naturales: Se contratará un seguro contra todo riesgo de tipos naturales y accidentes. Este
- d) Nuevos competidores: Ante la presencia de nuevas propuesta, debemos vincular y fidelizar a cada uno de nuestros clientes. Ofreciéndole un excelente post venta y mantener la disposición como antes de cerrar el contrato.

## CONCLUSIONES

Este proyecto ha logrado demostrar que, como los emprendedores, si descubren que existe una oportunidad de mercadeo que está en gran expansión y que tienen la solución para tal, para entregar lo que sea necesario para sus clientes, y que pueden desarrollar sus ideas de acuerdo con la creación de la empresa y posterior con las entregas de sus productos y servicios.

### **Viabilidad a medio y largo plazo del proyecto**

De acuerdo con el análisis realizado sobre los cálculos presente en este proyecto podemos concluir que existe un alto grado de viabilidad del mismo tanto en el mediano como en el largo plazo, una vez que existe una tendencia de digitalización de actividades por las empresas, lo que permitirá lograr la cuota de mercado esperada y así alcanzar en el mediano plazo una rentabilidad después de impuestos superior a un margen por encima del 5%. Bastante aceptable para la mayoría de rubros que suelen crear.

### **Viabilidad a corto plazo del proyecto**

El proyecto prevé rentabilidad desde el primer año de funcionamiento, la cual es del 3.75%. Se puede esperar que se cumpla con las proyecciones estimadas de prestaciones de servicios, dado que las mismas han sido elaboradas siempre con precaución dado que es una variable crucial del proyecto. No obstante, como se pudo observar en el escenario pesimista y en el plan de contingencia, se puede acomodar su estructura para adaptarse a las variaciones de la demanda.

### **Propuesta abierta o cerrada**

La propuesta del equipo es abierta, dado que pretende la expansión de la marca Thinki Digi en Mexico y Brasil. Además, está en los planes la prestación de servicios internacional a través del modelo de parecerías, enseñando la metodología de trabajo de Thinki Digi en otros países.

Resumiendo, este proyecto ha conseguido agrupar en un solo trabajo los procesos requeridos para la constitución de una empresa de transformación digital, los pasos que se necesitan seguir cuando algún emprendedor tiene una idea que quiere poner en marcha, y ha demostrado como la realización de un proyecto de estas magnitudes es, en un principio, completamente complejo pero viable.

## BIBLIOGRAFIA

<http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

<https://archivo.gestion.pe/noticia/283455/peru-tercer-mejor-pais-hacer-negocios-region?ref=gesr>

<http://blog.pucp.edu.pe/blog/competenciayconsumidor/2018/11/19/peru-economico-en-el-2018-analisis-de-la-economia-peruana-a-noviembre-de-2018/>

<https://es.panampost.com/karina-martin/2018/03/02/crecimiento-economico-peru-mayor-latinoamerica/?cn-reloaded=1>

<https://elcomercio.pe/economia/peru/economia-peruana-espera-2018-noticia-485553>

<http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#2>

<https://www.telesurtv.net/news/Situacion-economica-y-social-de-Peru-a-un-ano-de-Kuczynski-20170727-0066.html>

[http://www.centrumaldia.com/Ranking\\_de\\_Competitividad\\_Digital\\_Mundial\\_2018](http://www.centrumaldia.com/Ranking_de_Competitividad_Digital_Mundial_2018)

ANEXOS

ANEXO 1: ESTUDIOS Y EXPERIENCIA PROFESIONAL DE LOS PROMOTORES

**ING. CIP.  
JUAN CARLOS  
RAYMUNDO NIZAMA**



SOLTERO, PERUANO, 26 AÑOS.  
 AV. MICAELA BASTIDAS, 1200 –  
 BLOCK G10 – DEPARTAMENTO 102.

19-11-1991 977-189-680  
 jraymenton19@gmail.com  
 linkedin.com/in/jc-raymundo-nizama

**Conocimientos**

- Microsoft Office ●●●●●
- Sistemas Operativos ●●●●●
- Gestión de Procesos ●●●●●
- Gestión de Proyectos ●●●●●
- Base de Datos ●●●●●
- Rup, Scrum, UML ●●●●●
- Q.A. ●●●●●
- Programación ●●●●●
- Iso 9001 – G.C. ●●●●●
- Auditoria ●●●●●
- Iso 27001 – SGTI ●●●●●
- Adm. y Dirección ●●●●●
- Babok, kanban ●●●●●
- Itil, cobit ●●●●●

**Skills**

- Organización ●●●●●
- Comunicación ●●●●●
- Trabajo en Equipo ●●●●●
- Innovador ●●●●●
- Compromiso ●●●●●
- Responsabilidad ●●●●●
- Liderazgo ●●●●●

**Logros**

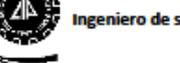
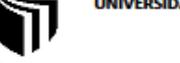
- Implementación De Un Módulo Para El Registro Diario De Atención Y Otras Actividades En La Unidad De Manejo De Seguros Públicos Y Privados (His) - INSN – Breña 2017.
- Implementación Del Mapro Del Área De Desarrollo De Sistemas - INSN – Breña 2017.
- Implementación Del Plan De Trabajo Para La Realización Del Foda De La OEI - INSN – Breña 2017.
- Proceso De Reingeniería Para El Control Y Seguimiento De Los Proyectos - INSN – Breña 2017.
- Sistema Web En El Proceso De Gestión Administrativa Para La Capacitación Del Plan De Desarrollo De Las Personas (PDP) - INSN – Breña 2016.
- Implementación De Los Cronogramas En Los Proyectos - INSN – Breña 2016.
- Implementación De La Acta De Constitución (Project Charter) - INSN – Breña 2016.
- Implementación De La Metodología De Desarrollo De Sistemas (Rup) - INSN – Breña 2016.
- Implementación Del Modelo De Investigación De Un Proyecto - INSN – Breña 2016.

**Perfil**  
 Ingeniero de Sistemas Colegiado con experiencia en Desarrollo de Software (JAVA, .NET, PHP), Motores de Base de Datos (SQL SERVER, MySQL, ORACLE), Metodologías de Des (RUP, SCRUM, XP, kanban), Gestión de Proyectos (PMBOK), BABOK, ITIL, COBIT, Con Calidad de Software, QA, Auditoria, Administración y Dirección, Gestión de Procesos Ofimática Avanzado, Ingles Intermedio y con capacidad de trabajar en equipo y asumir lideraz los conocimientos, actitudes, habilidades y valores que la empresa requiere.

**EXPERIENCIA**

-  CACSO PNP "SANTA ROSA DE LIMA" LTDA - (05/18 – Actual)  
Cargo: Supervisor De Proyectos.
-  INSTITUTO NACIONAL DE SALUD DEL NIÑO – SAN BORJA (02/18 – 05/18) - Cargo: Analista De Indicadores.
-  EUROIDIOMAS Y EUROTRAD - (08/16 – 07/17)  
Cargo: Consultor Y Jefe De Proyecto.
-  INSTITUTO NACIONAL DE SALUD DEL NIÑO – BREÑA (06/15 – 01/17) - Cargo: Analista Funcional.
-  AMBIDES Y (ODS) - (02/15 – 04/15)  
Cargo: Encargado De Sistemas e Informática.
-  UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA - (08/10 – 12/14)  
Cargo: Analista De Q.A Y Sistemas - (01/12 – 12/14).  
Cargo: Asistente De Sistemas (08/10 – 12/11).

**FORMACIÓN ACADÉMICA**

-  EUROPEAN CENTRE OF INNOVATION AND MANAGEMENT - ESPAÑA  
Maestría en Gestión Pública. – Finaliza. 07 - 19
-  EUROPEAN OPEN BUSINESS SCHOOL - ESPAÑA  
Experto en Tecnología de Información. – Finaliza. 07 - 19
-  EUROPEAN OPEN BUSINESS SCHOOL - ESPAÑA  
MBA – Master en Alta Dirección de Empresas. – Finaliza. 02 - 19
-  PREMIUM CULTURAL INSTITUTE  
Especialista en Ingles, Preparación TOEFL - Finaliza. 05 - 20
-  COLEGIO DE INGENIEROS DEL PERU.  
Ingeniero de sistemas Numero de Registro - N°200401. Culminado: 05 - 2017
-  UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO. - (TITULO) – TESIS Culminado: 12 - 2016.  
Bachiller. Culminado: 09-2016  
Egresado. Culminado: 12-2015

**Idiomas**  
 Inglés – Básico - intermedio

**Cursos Complementarios**

- Introducción Al Desarrollo Web (2º P) - U. De Alicante - 11/17 - 40 Hs.
- Analítica Web - EOI "España" - 10/17 - 40 Hs.
- Introducción Al Desarrollo Web (1º P) - U. De Alicante - 10/17 - 40 Hs.
- E-Commerce - EOI "España" - 10/17 - 40 Hs.
- Administración y Dirección De Empresas - U. Complutense De Madrid - 02/16 - 40 Hs.
- Especialista Comunicación Y Redes Inalámbricas - U. Cesar Vallejo - 04/13 - 160 Hs.

# Fernando Jiménez Cruz

7 de marzo de 1994

Category Management Specialist



## EDUCACIÓN

Universidad Rey Juan Carlos & European Open Business School  
 Madrid, España

Master in Business Administration Febrero 2018 – 2019

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey  
 Campus Ciudad de México

Licenciado en Mercadotecnia Agosto 2012- Mayo 2017

Universidad de Deusto

Campus Bilbao, España

Administración de Empresas y Desarrollo Directivo Enero – Julio 2016

## EXPERIENCIA

### Nestlé México

#### Category Management Intern

Canal Tradicional

Septiembre 2014–Junio 2017

- Creación de mapas esquemáticos de nuestras categorías basados en ventas, rentabilidad y árbol de decisión del shopper. Generando una estrategia correcta por tipo de cliente, mejorando la visibilidad y participación en anaquel de nuestros productos.
- Análisis de la información de clientes; seguimientos market share, rollbacks (Nestlé y competencia). Generando Insights para acelerar el desarrollo de nuestras marcas.
- Análisis potencial de las tiendas con Demos y generar KPI's de venta objetivo

#### Category Management Analyst

Central

Julio 2017– Junio 2018

- Creación y análisis de la Información Nielsen (base de ventas canal moderno) y generación de KPI's (precio por kg, precio por taza, crecimiento, market share, total categoría y Nestlé) estratégicas para la toma de decisiones del área y las negocios de la empresa.
- Generar una herramienta de consulta interna que contenga toda la información referente a una categoría, desde tendencias, consumidor, shopper, mercado, entendimiento de nuestras marcas, canales & competencia. De manera resumida en documento de consulta digital.
- Creación de selling stories para nuevos productos; Investigación de mercados meta, potencial de venta, asignación de categoría, ubicación en punto de venta, y forecast a 5 años.
- Comunicación y selección de proveedores de estudios de mercado & visibles en colaboración con marketing, shopper y consumer marketing insights.
- Análisis de elasticidad de precio, y gap óptimo para nuestro portafolio vs la competencia.

#### Category Management Specialist - Nutrilion

Canal Tradicional Julio 2018- Octubre 2018

- Generación de estrategias para el punto de venta de clientes mayoristas en diferentes regiones del país, en la categoría de Nutrición (Fórmulas Infantiles, Alimentos Infantiles, & Lácteos polvo), con base en ventas, rentabilidad y árbol de decisión del Shopper. Logrando capitalizar oportunidades y desarrollar la categoría.
- Business/Category Review con clientes externos e internos, con base en la construcción de presentaciones por medio de análisis de información de ventas, tendencias & resultados de estrategias implementadas.
- Creación de surtidos & portafolios eficientes a partir del análisis de las ventas del cliente & del mercado, con los cuales se buscan altas & bajas de productos que beneficien a la categoría en el punto de venta.

## EXTRA CURRICULAR

Coordinador de Asociación "Blue Motion" – Tecnológico de Monterrey

Representativo de Fútbol Americano Liga Mayor – Borregos Salvajes

Coach de Fútbol Americano Liga Infantil

Fotografía

## OBJETIVO

Preciso, creativo, propositivo, eficaz y estratégico. Mi objetivo es emplear mis aptitudes en materializar la visión, la misión, y valores del negocio. Soy partícipe de la cultura del diálogo, el respeto, la tolerancia y los beneficios del trabajo en equipo.

Practico la autoevaluación permanentemente de mis metas y las del negocio con objetividad, para así, superar las áreas de oportunidad con mis fortalezas y las del equipo.

Mi pasión y mis valores son parte de mi integridad personal, por ello son parte esencial en mi desempeño profesional.

## IDIOMAS

Español   
 Inglés 

## SOFTWARE

Access   
 Powerpoint   
 Excel   
 Euromonitor   
 Nielsen   
 Kantar   
 Prometeo   
 Photoshop   
 JDA 

## CURSOS

4C Selling	Nestlé 2018
Selling Story	Nestlé 2018
Finanzas básicas	Nestlé 2018
Administración de Finanzas	Nestlé 2018
Inteligencia de mercados	Tec de Mty 2017
Estrategias de precios	Tec de Mty 2016

## CONTACTO

 (+52 1) 55 3434 9554

 [fjimacruz@gmail.com](mailto:fjimacruz@gmail.com)

 [www.linkedin.com/in/fernandojimacruz](https://www.linkedin.com/in/fernandojimacruz)

 Fernandojimc

# Marlith Estela Camus Cuipal

## Economista



### FORMACIÓN:

**Universidad Rey Juan Carlos & European Business School / Madrid – España**

*Master in business administration Febrero 2018- 2019*

**Universidad Inca Garcilaso De La Vega / Lima – Perú**

*Licenciada en economía enero 2010 - 2015*

### OBJETIVO:

Aportar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos hasta el momento, en beneficio de la Institución y/o Empresa en la cual me pueda desarrollar. Para poder lograr conjuntamente beneficios organizacionales y personales trazados. Responsable, que gusta trabajar en equipo y en búsqueda de constante creación de valor.



### EXPERIENCIA:

**09.2015 – Actualidad TATA CONSULTANCY SERVICES**  
**(Proyecto Banco Pichincha)**

**Analista de operaciones**

Leasing

- Operaciones de cobranzas producto leasing.
- Actividades de modificación de contratos leasing y Resolución de contratos.
- Realización de actividades post-desembolso y mantenimiento de operaciones leasing.
- Seguimiento a las opciones de compra de bienes muebles e inmuebles.
- Revisión de Carpetas de las solicitudes de arrendamiento financiero y sus derivados.
  - Custodia y entrega de cheques a los proveedores.
  - Escaneo y digitalización de actas de transferencias.
  - Realizar cualquier otra actividad asignada por el área.

**10.2013 – 09.2014 WKD CORPORATION SAC**

**Asistente administrativo y**

Financiero

- Manejo de flujo de caja.
- Organización y archivo de los expedientes de los clientes.
- Dpto. de Recursos humanos: Elaborar documentos administrativos.
- Realización de cheques y pagos a proveedores y personal.
- Dpto. de



### IDIOMAS:

Español ●●●●●●●●

Ingles ●●●●●●●●



### Conocimiento de programas:

Word ●●●●●●●●

Power Poit ●●●●●●●●

Excel ●●●●●●●●



### Intereses:

Tecnología 

Tenis 

música 

## Directora de Marketing Digital

Sonia Emma Nájera Maguiña

Fecha de nacimiento: 24/10/87

Dirección: Los Artesanos 122, Urb. Matellini - Chorrillos

Móvil: 993340124 (Claro - RPC)

E-mail: [sonya24@gmail.com](mailto:sonya24@gmail.com)

DNI: 44785565

Blog personal: [www.sonyann.blogspot.com](http://www.sonyann.blogspot.com)

Bachiller en Ciencias de la Comunicación con 10 años de experiencia como Directora de Campañas de Marketing Digital, Community Manager y Redactora Web SEO. Manejo de redes sociales más comerciales a nivel senior: Facebook, Instagram, Google +, LinkedIn y Twitter; aplicaciones de Google y uso de herramientas multimedia.

Cuento con profundos conocimientos sobre Marketing Digital y habilidades en el campo de producción y audiovisuales.

### Formación académica

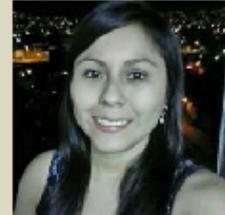
Superior: Universidad Alas Peruanas - Bachiller en Ciencias de la Comunicación - 2011

Secundaria: Colegio Experimental de Aplicación, La Cantuta - 2003

Primaria: Colegio Peruano Canadiense Antonianas de María - 1998

### Cursos y Seminarios:

- UdeMy | Curso Facebook Ads 2017: Domina el Marketing en Facebook - Junio 2017 (5 horas de duración)
- IAB Spain | Curso básico de Marketing Digital del Programa Actívate de Google - Noviembre 2016 (40 horas de duración)
- C4E Consulting Services España | Seminario online “Trabajar como Community Manager, el nacimiento de una nueva profesión” – Agosto 2012 (10 horas lectivas)
- TAC (Technological American Center) | Google Workshop it Sessions en UNE Enrique Guzmán y Valle - Julio 2011 (80 horas académicas)
- UNE Enrique Guzmán y Valle | Curso de capacitación y actualización docente en Inglés – Enero/Febrero 2011 (360 horas académicas)
- USMP | Primer seminario de periodismo digital y blogs - Setiembre 2009 (80 horas académicas)



### Cualidades

*Disciplinada  
 Honesta  
 Puntual  
 Proactiva  
 Respetuosa  
 Responsable*

Lima - Perú

Lima - Perú

## Eduardo Viegas



Casado, brasileño, 36 años  
Rua Padre Adelino, 415 – apto 166  
São Paulo – SP – 03303-000

55 11 996775649

viegas.edu@gmail.com

@viegasedu

linkedin.com/in/eduardo-viegas-76601ab

### Conocimientos

- Microsoft Office ●●●●○
- Windows ●●●●●
- Microsoft Visio ●●●●○
- Microsoft Project ●●●●○
- SQL, ACCESS ●●○○○
- CSS, HTML, JAVA ●○○○○
- Growth Hacking ●●○○○
- Marketing Digital ●●○○○
- Design Thinking ●●●●○
- Gamification ●●●●○

### Skills

- Organización ●●●●○
- Comunicación ●●●●●
- Trabajo en Equipo ●●●●●
- Resolución de Problemas ●●●●○
- Comprometimiento ●●●●●
- Responsabilidad ●●●●●
- Ger. de tiempo ●●●●○
- Liderazgo ●●●●○
- Ger. Proyectos ●●●●○

### Informaciones Relevantes

Soy voluntario en programa de enseñanza de la Fundación Telefonica (THINK BIG) para jóvenes de las ETECs, compartiendo herramientas y conocimientos de "Emprendedorismo".  
Yellow Belt Certificado en proceso Lean 6 Sigma.

### Perfil

17 años de experiencia profesional en el mercado de las telecomunicaciones, en las áreas operativas y comerciales, desarrollando el pensamiento lógico, gestión de productos, liderazgo, marketing relacional, desarrollo e implementación de nuevos productos y servicios, hoy mantengo la posición de Especialista en Transformación Digital en la junta directiva de estrategia.

Una buena experiencia en el desarrollo e implementación de nuevos productos y proyectos en el área de internet de banda ancha y televisión de pago, y ahora en actuando con Transformación Digital.

### Experiencia \*

#### Telefónica – Telesp Telecomunicações de SP (Out/99 – Actual)

- Especialista em Transformação Digital (Oct/18 – Actual)
- Consultor de Proyectos (May/18 – Oct/18)
- Consultor Especialista de Marketing (Jul/10 – May/18)
- Analista Desarrollo de Nuevos Negocios (Oct/07 – Jul/10)
- Analista de Negocios (Mar/05 – Oct/07)
- Asistente Técnico de Calidad (Oct/99 – Mar/05)

#### Telefónica



#### Lucent Technologies (03/98 – 07/99)

- Asistente Administrativo (03/98 – 07/99)

\* Vide verso

### Formación Académica



#### European Open Business School - Espanha

Experto Creatividad, Innovación y Emprendimiento  
Año de conclusión: Cursando - 2019



#### European Open Business School - Espanha

MBA - Máster en Alta Dirección de Empresas  
Año de conclusión: Cursando - 2019



#### Fundação Getúlio Vargas

MBA en Gestión de Negocios  
Año de conclusión: 2011



#### Universidade Santa Cecília

Ingeniería Eléctrica modalidad Electrónica  
Año de conclusión: 2007



### Cursos Complementares

- SCRUM MASTER – Adaptworks – Jul/18 – 16 hs
- PO – Adaptworks – Jul/18 – 16 hs
- Marketing Digital – Universitas Telefonica – Fev/18 – 30 hs
- Oportunidades de Negocios em IOT – Univ. Tecnologia Chile – Jan/18 – 60 hs
- Growth Hacking – Universitas Telefonica – Nov/17 – 30 hs
- Introducción a la Gamification – Univ. Oberta Catalunya – Out/17 – 20 hs
- Design Thinking – Politécnica de Madrid – Ago/17 – 20 hs
- Técnicas Criatividade – Faculdade Cantabria – Jul/17 – 20 hs
- Visão Sistêmica / Tomada de Decisão – Insight – Nov/16 – 24 hs
- Lean 6 Sigma – Telefonica – Mai/16 – 8 horas
- Gerenciamento de Projetos:
  - INDG – Jul/08 – 16 hs
  - IBTA – Abr/11 – 24 hs



### Idiomas

Inglés – Básico

Espanhol – Intermediário



28 años

*Dirección*  
 Oscar Benavides  
 163 Carabayllo -  
 Lima

*Teléfono*  
 01-5473112

*Teléfono Móvil*  
 943151927

*Email*  
[jessicaaguilarguillemo@gmail.com](mailto:jessicaaguilarguillemo@gmail.com)



## Jessica Marleny Aguilar Guillermo

### Licenciada en Administración de Empresas

Especializada en Finanzas - 8 años de experiencia

Licenciada en Administración de Empresas de la Universidad Nacional del Callao con Mención en Finanzas. Conocimientos en Banca y Finanzas, Comercio Exterior, Logística, Marketing, Recursos Humanos.

Proactiva, analítica, capacitada para manejo de personal, trabajo bajo presión, orientada a resultados y con grandes deseos de superación.

### Formación Académica

- 2018 - ACT **Master en Alta Dirección Empresarial**  
 Escuela Open Business School en convenio con la Universidad Rey Juan Carlos de España - Postgrado
- 2013 - 2013 **Diplomado en Supply Chain Management**  
 Universidad Nacional de Ingeniería  
 Unidad de Postgrado
- 2007 - 2011 **Licenciatura en Administración de Empresas**  
 Universidad Nacional del Callao  
 Facultad de Ciencias Administrativas
- 2001 - 2005 **Técnica en Manejo de Ordenadores, Diseño Gráfico y Analista de Sistemas**  
 I.E. Presentación de María

### Experiencia Profesional

- 2016 - ACT **BBVA Continental SA**  
 Cargo: Ejecutivo de Banca Negocios  
 Funciones: Gestionar cartera de clientes buscando incrementar su vinculación y rentabilidad a través de acciones comerciales personalizadas.  
 Planificar la gestión, elaboración y presentación de propuestas a riesgos, cobranza a clientes, gestión de vencidos, así como el registro y ordenamiento de la base de datos y files de clientes correspondientes a su cartera, manteniendo documentación actualizada.  
 Gestionar permanentemente el riesgo vencido de los clientes de la cartera, con el fin de planificar y ejecutar las acciones necesarias para la recuperación.  
 Vigilar permanentemente el riesgo vivo de los clientes de cartera, actuando preventivamente ante alertas de riesgo, adelantándose a posibles deterioros de la calidad de riesgos de la cartera.  
 Venta de Productos Intangibles

## 1. HORAS LABORALES

La semana laboral estándar es de 40 horas, de lunes a viernes. La horas de oficina son de lunes a viernes de 08:30 am a 8:30 pm con un receso de 1 hora y media para el almuerzo (siendo de libre elección entre 12:00 am hasta las 02:00 pm)

Todo trabajo de horas extras que se traduzca en una obligación de pago de horas extras debe tener autorización previa del Director General. Las horas extras se pagan por cualquier tiempo trabajado en exceso de cuarenta (40) horas trabajadas por semana para trabajadores con contrato fijo.

Pero También tenemos la política de banco de horas, si el empleado optar por esta política, puede hacer por día solamente 2 horas adicionales de banco de horas y cambiar estas horas por días de huelga. Si por ventura el empleado no disfrutar de estas horas dentro de un periodo de 60 días, será debitado el pago en su salario.

## 2. PENALIDADES

Abajo será descrito el mecanismo disciplinario caso el trabajador tenga alguna falta, será aplicadas las penalidades impuesta por la empresa, estas son:

### Faltas leves

- La impuntualidad o falta de asistencias injustificadas de asistencia.
- Actitudes o palabras desconsideradas contra otras personas de la empresa.
- Las ofensas verbales o físicas al empresario o a las personas que trabajan en la empresa o a los clientes.
- Cualquier otra conducta contraria a la buena convivencia en el día a día de la empresa

### Faltas graves

- Faltar 2 días enteros en el plazo de 1 mes.
- La disminución continuada y voluntaria en el rendimiento de trabajo normal o pactado.

### Faltas muy graves

- La embriaguez habitual o toxicomanía si repercuten negativamente en el trabajo.
- El acoso por razón de origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual y el acoso sexual o por razón de sexo al empresario o a las personas que trabajan en la empresa.

Ante estos incumplimientos de parte del trabajador la empresa ha previsto las siguientes penalidades o sanciones:

- Ante la comisión de una falta leve, la sanción puede consistir en una amonestación laboral y en suspensión del empleo y sueldo de hasta 2 días.
- Ante la comisión de una falta grave, la sanción será de la suspensión del empleo y el sueldo hasta por de 20 días.

- Ante la comisión de una falta muy grave, la sanción será de inhabilitar al empleado para el ascenso a un mejor puesto, así como la suspensión del empleo y el sueldo hasta por 6 meses.
- Ante la persistencia de las faltas la empresa puede abstenerse de contar con los servicios del trabajador.

### 3. CÓDIGO DE VESTIR

La empresa tiene una política moderna de vestir “Viene de Ti”. Se entiende que “Viene de Ti” permite que lo empleado venga de la manera que desear, desde que no estea con algo que pudiese ser considerado como ofensivo para otras personas de la oficina administrativa.

Thinki Digi cree que no es un traje que hará con que las personas cumplan con sus tareas y metas, por lo tanto permite que se traga su pero en la oficina, creando un ambiente donde el profesional pueda se sentir en su segunda casa.

### 4. SEGURIDAD

Todos los empleados son responsables de mantener un ambiente seguro y de reportar cualquier posible problema rápidamente. Si algo representa algún riesgo debe ser reportado para que el sector administrativo pueda tomas la medidas de correcciones.

### 5. DIAS LETIVOS Y TIEMPO FUERA DE TRABAJO

a.

En Thinki Digi seguimos el calendario peruano de días festivos, por lo tanto tenemos los siguientes feriados:

- 1 de enero: Año Nuevo
- 29 de marzo: Jueves Santo
- 30 de marzo: Viernes Santo
- 1 de April: Domingo de Resurrección
- 1 de mayo: Dia del Trabajo
- 13 de mayo: Dia de las Madres
- 24 de junio: Fiesta de San Jua
- 29 de junio: San Pedro y San Pablo
- 28 de julio: Independencia del Peru
- 29 de julio: Fiestas Patria
- 30 de agosto: Santa Rosa de Lima
- 8 de octubre: Combate Naval de Angamos
- 1 de noviembre: Día de Todo los Santos
- 8 de diciembre: Dia de la Inmaculada Concepción
- 24 de diciembre: Noche Buena
- 25 de diciembre: Navidad

Caso los días festivos sean en Martes o Jueves, tenemos dos días puentes para descanso o sea:

- Feriado en martes el profesional quedará en casa el día de lunes también.
- Feriado en jueves el profesional quedará en casa el día de viernes también.

b. VACACIONES

Los empleados que completan un año de trabajo podrán disfrutar de su periodo de ferias que será de 30 días, pudiendo ser descorridos o no, desde que el empleado salga en el año siguiente. EL uso de tiempo de vacaciones depende de la obtención de grupo de directivos.

La manera que el trabajador vas a utilizar sus días es decidida por ello, también puede vender una parte de sus días para la empresa, pero siempre respetando la tabla abajo:

Tabla X : Periodo de Vacaciones

Tiempo de Vacaciones	1° Periodo	2° Periodo	Días para retribución
30 días	20	10	0
	15	15	0
	10	20	0
20 días]	10	10	10
	5	15	10
	15	5	10
10 días	10	0	20
	5	5	20
0 días	0	0	30

c. PERMISO POR ENFERMEDAD

Todos los empleados a tiempo completo o a tiempo parcial son elegibles para Permiso por Enfermedad. Los empleados reciben Permiso por Enfermedad pagado en una base proporcional.

El Permiso por Enfermedad pagado será utilizado solamente para lo siguiente:

- Enfermedad o incapacidad actual.
- Para cuidar de un miembro enfermo de la familia inmediata del empleado.

La familia inmediata es definida como el cónyuge de vida, hijos, padres y hermanos del miembro del personal. Para recibir Permiso por Enfermedad pagado por una enfermedad/incapacidad que dure cinco días consecutivos o más, el empleado debe obtener una certificación médica.

d. PERMISO PERSONAL / DE EMERGENCIA

Una emergencia permite a los miembros del personal ocuparse de sus asuntos personales y familiares que solamente pueden ser atendidos durante horas laborales.

Por ejemplos:

- Para atender asuntos escolares de hijos o hermanos dependientes.
- Para cerrar la compra o venta de una casa.
- Problemas de vivienda.
- Preparaciones de boda.
- Citas médicas y dentales de menos de 3 horas

Esta modalidad puede ser solicitada e veces al año y no será hecho ningún descuento de la nómina. Si el empleado posee horas adicionales, como un banco de horas, puede pedir días adicionales para tratar de sus asuntos particulares también.

## 6. PROGRAMAS DE SALARIOS Y EVALUACIONES

### a. Periodo de Pago

El pago es realizado una vez al mes, siempre en el primer día útil de cada mes.

### b. Pago de salario

Se pagará a través de depósito electrónico en sus cuentas

### c. Impuestos

La empresa retendrá impuestos sobre la renta y pensión de acuerdo con las leyes laborales del país, si corresponda el caso.

### d. Evaluaciones de desempeño

La empresa fomenta que sea hecha una evaluación entre los pares dentro de la empresa. Esta evaluación será para corregir cualquier cambio comportamental de nuestros empleados. Esta evaluación será entregada al Director General que irá analizar y tomar las medidas necesarias para resolver cualquier conflicto interno.

### e. Revisión de Salarios

El área administrativa estará encargada de revisar los rangos de salarios a cada año, tanto para corregir la inflación tanto como aumentar por meritocracia.

Los aumentos por merito puede ocurrir en cualquier mes del año, desde que la empresa tenga recursos o disponibilidad de fondos para hacerlos.

## 7. PROCESO SELECTIVO

El proceso selectivo de THINKI DIGI se dará a través de entrevista y cuando todos llegaren a un acuerdo de que el cuadro de empleados deberá crecer.

Thinki Digi busca en el mercadeo profesionales que posee las características necesarias para realizar las funciones desde que las mismas no haga duplicar funciones.

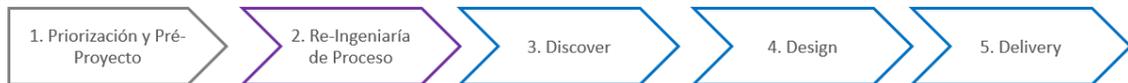
ANEXO 2: FLUJO DE TRABAJO OPERATIVOS Y DOCUMENTACIONES

1. MACRO PROCESSO



## Modelo de trabajo - Macro

PROCESO MACRO de la cadena de trabajo de Thinki Digi y de la implementación de una area en la empresa



En esta etapa del flujo es donde entendemos la necesidad de nuestro cliente o área que desea automatizar su proceso, y los beneficios de este proyecto.

- Salidas de Documentación:**
- Material de Sondaje
  - Planilla de Priorización

Después de la aprobación en la etapa anterior, seguimos para etapa de mapeamiento de proceso, y mediciones necesaria para aplicación de herramientas de 6 Sigma. También es realizado un SQUAD basado en la metodología "Design Sprint", para proponer el flujo "TO BE" y escrita del documento de Análisis Procesual ( DAP).

- Salidas de Documentación:**
- Mapa To BE
  - DAP

En esta etapa del flujo es donde la fabrica empieza a entender las necesidades de automatización y realiza las capturas de telas y identifica las necesidades de accesos a los sistemas.

- Salidas de Documentación:**
- DDT – Dibujo Técnico
  - Backlog de entregas

En esta etapa del la fabrica empieza a desarrollar todo la automatización y a testear con el cliente, trabajando en Sprint con la metodología SCRUM.

- Salidas de Documentación:**
- DSA – Doc. Solución de Arquitectura

En esta etapa del flujo es donde entregamos el proyecto para el cliente.

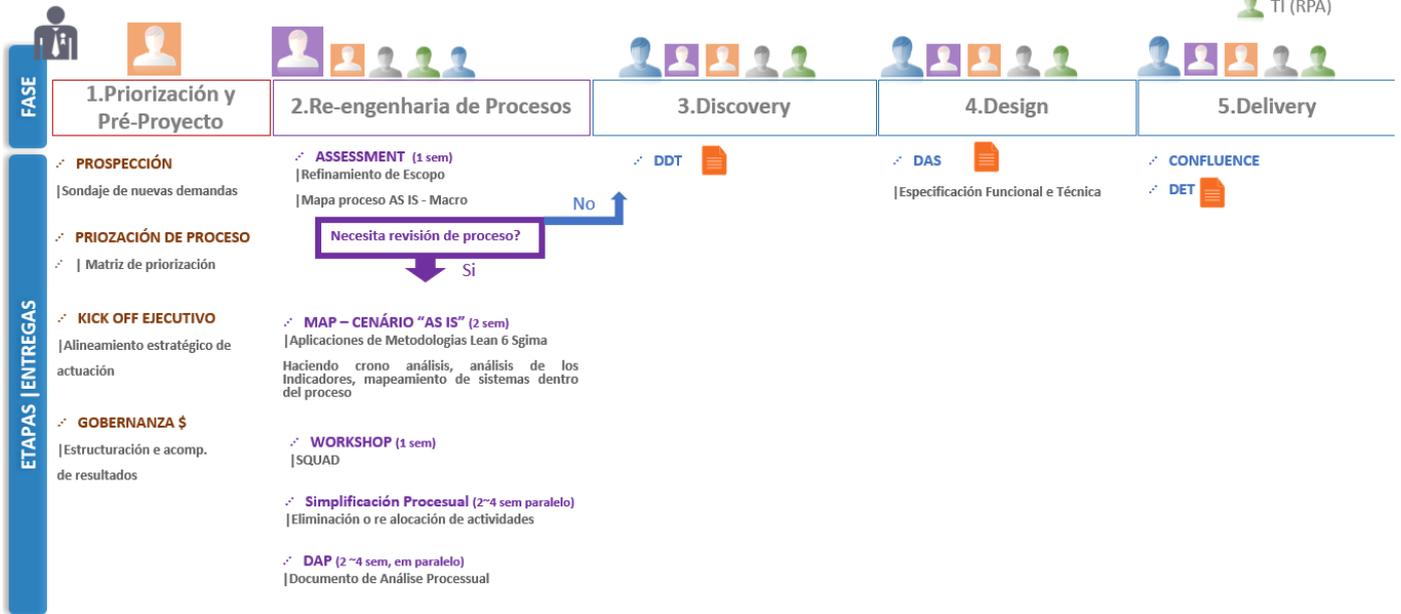
- Salidas de Documentación:**
- DET – Doc. Especificación Técnica par que el cliente consiga manejar cualquier pane con los robots.



# Modelo de trabajo - Detallado

Con la intención de potencializar el valor agregado de la transformación, actuaremos en un framework de SQUAD buscando sinergia entre los equipos y metodologías para cada fase ...

- Artefacto
- Estrategía Digital
- Simp. & Aut.
- Área de Negócio
- Proveedor
- TI (RPA)



## 2. MATERIAL DE SONDAJE



# Nombre de la Iniciativa

Sondaje – Descripción y Alcance



**Alcance:**

**Macro Actividad:**

**Objetivo:**

Costo da operación: R\$ xxMM/aa      Estimativa Ahorro: R\$ xx MM/aa

Sistema Envolvidos

Stakeholders



# Resultado Financiero - Ejemplo



	Contracto As Is	To Be Simplificado	To Be Automatizado	Reducción	To Be + 20%**	Reducción
<b>Tiempo</b>	xx:xx:xx	yy:yy:yy	zz:zz:zz	ww:ww:ww	kk:kk:kk	ll:ll:ll
<b>Costo Estimado*</b>	US\$ x.xxx.xxx,xx	US\$ y.yyy.yyy,yy	US\$ z.zzz.zzz,zz	US\$ w.www.www,ww	US\$ k.kkk.kkk,kk	US\$ l.lll.lll,ll
			Reducción A% = y,y M			Reducción de B% = y,y M

\* Costo medio informado pela área  
 \*\* Adición de 20% de Tempo Improductivo  
 \*\*\* Erros, portabilidad e contestación

### 3. AGENDA DEL SQUAD



## Agenda la Semana del SQUAD

Cronograma – Semana Workshop simplificación e automatización



Periodo	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5
<b>Mañana</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción (Metodología, objetivos e expectativa)</li> <li>- Validación do mapa do proceso/VSM</li> <li>- Coleta de percepciones, sugerencias e eventuales complementaciones de equipe/alcance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brainwriting de soluciones</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Detalle de las soluciones (Como, Responsable, Cuando, Esfuerzo, Impacto)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición do plano de implementación (clasificación das acciones, correlación e ordenamiento das implementaciones)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dibujo do TO-BE do proceso (L4)</li> <li>- Montaje da presentación de resumo ejecutivo</li> </ul>
<b>Tarde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brainwriting de causas em cada etapa do proceso, siguiendo o mapa do proceso</li> <li>- Consolidación de causas e nivelación do entendimiento</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brainwriting de soluciones</li> <li>- Nivelación do entendimiento</li> <li>- Consolidación e clasificación das soluciones propuestas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Detalle de las soluciones (Como, Responsable, Cuando, Esfuerzo, Impacto)</li> <li>- Priorización das soluciones (esfuerzo x impacto)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propuesta TO-BE (Mapa/VSM do nuevo proceso, considerando factibilidad do plano de acción)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Validación do material final con participantes</li> <li>- Reunión de cierre con executives</li> <li>- Celebración</li> </ul>



**A. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>❖ Nombre del Puesto</b>	<b>DIRECTOR DE GENERAL</b>	
<b>❖ Remuneración</b>	<b>\$ 30,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
<b>❖ Superior Directo</b>	<b>CONSEJO DE ADMINISTRACION</b>	
<b>❖ Área a la que Pertenece</b>	<b>DIRECCION GENERAL</b>	
<b>❖ Personal a su cargo</b>	<b>7</b>	
<b>❖ Número de Plazas</b>	<b>1</b>	
<b>1.2. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado.		
<b>1.3. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
<b>Actividades / Tareas</b>		
➤ Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.		
➤ Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.		
➤ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.		
➤ Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.		
➤ Coordinar con los directores Ejecutivo de las oficinas realizar propuestas para el mejoramiento de procesos y el aumentar el Número de los clientes.		
➤ Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.		
➤ Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.		
➤ Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.		
<b>1.4. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>		
➤ IDIOMA	AVANZADO	
➤ EXPERIENCIA	2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.	
➤ CERTIFICACIONES		
<b>1.5. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>		
➤ Indispensable dominio del inglés, competencias digitales formación continua, visión y estrategia para el cambio, integración Prioritaria en el comité ejecutivo liderazgo, alta capacidad de convencimiento, eficacia e influir en cada contrato		
<b>1.6.</b>		
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>	
	DIRECCIÓN GENERAL	
<b>1.7. CONDICIONES DE TRABAJO</b>		
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la Dirección General.		
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.		

**PERFIL DEL PUESTO**

2.1. PERFIL DEL PUESTO			
❖ Estudios	Ingenierías, Economista, abogado, administrador, contador, Mercadotecnia, marketing, ciencias de la comunicación		
❖ Especialidad	Administración de empresas y desarrollo directivo		
❖ Experiencia	Gestión de proyectos, ERP		
❖ Otros estudios	Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.		
2.2. COMPETENCIAS BASICAS			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
COMPETENCIAS - VALORES			
1. Probidad y conducta.		X	
2. Vocación de servicio público.			X
3. Sensibilidad social.		X	
4. Lealtad institucional			X
5. Ética profesional.			X
COMPETENCIAS - GENERICAS			
1. Manejo Informático a nivel usuario		X	
2. Conocimiento de las reglas de negocio			X
2.3. COMPETENCIAS ESPECIFICAS			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
COMPETENCIAS DE GESTIÓN			
1. Gestión por Resultados.			X
2. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
3. Control del Clima Laboral			X
4. Constante capacitación.			X
COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO			
1. MOTIVACION LABORAL			X
2. CLIMA ORGANIZACIONAL			X
COMPETENCIAS PERSONALES			
1. Objetividad del Logro			X
2. Capacidad Autocritica		X	
3. Tolerancia al Estrés			X
4. Manejo de los Errores Personales			X
5. Iniciativa e Interés			X
6. Auto Organización.			X

B. DESCRIPCION DEL PUESTO



<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>	
❖ <b>Nombre del Puesto</b>	<b>DIRECTOR DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN</b>
❖ <b>Remuneración</b>	<b>\$ 24,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>
❖ <b>Superior Directo</b>	<b>DIRECTOR GENERAL</b>
❖ <b>Área a la que Pertenece</b>	<b>OFICINA DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN</b>
❖ <b>Personal a su cargo</b>	<b>2</b>
❖ <b>Número de Plazas</b>	<b>1</b>
<b>1.2. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>	
<p>Tiene como finalidad liderar la implementación ágil de servicios TIC innovadores, con altos estándares de calidad, confiables, disponibles y seguros; mantenerlos actualizados y velar por contar una infraestructura tecnológica con la capacidad adecuada para garantizar los niveles de disponibilidad, seguridad y desempeño requeridos por los servicios TIC. Todo bajo unos procesos de gestión basados en las mejores prácticas establecidas en marcos internacionales de gobierno de TI y de gestión de servicios TIC.</p>	
<b>1.3. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<b>Actividades / Tareas</b>	
➤ Proveer los medios programáticos y operativos adecuados, para el alcance de los objetivos y metas institucionales.	
➤ Coordinar la aplicación de los sistemas informáticos, así como equipamiento correspondiente en todas las unidades administrativas.	
➤ Proveer de los servicios informáticos y de telecomunicaciones a las diferentes oficinas y áreas administrativas.	
➤ Administrar las licencias de software y realizar la distribución de éstas, de acuerdo con su disponibilidad.	
➤ Dirigir y coordinar los procesos de mantenimiento preventivo, correctivo y actualización a la infraestructura tecnológica y software implementados.	
➤ Vigilar la operación de las redes y sistemas institucionales de comunicación de datos, texto, video y voz, así como todos aquellos elementos que intervienen directamente en su operación y funcionamiento.	
➤ Revisar periódicamente el desempeño de los sistemas en operación y bases de datos.	
➤ Realizar acciones para promover el uso y aprovechamiento adecuados de las tecnologías de la información.	
➤ Realizar los estudios de impacto económico y funcional de programas y proyectos de innovación y desarrollo tecnológico.	
➤ Realizar el seguimiento y evaluación de los rendimientos en materia de tecnologías de la información y comunicaciones.	
<b>1.4. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>	
➤ <b>IDIOMA</b>	<b>INTERMEDIO - AVANZADO</b>
➤ <b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 5 años en sector informático y 3 años en gestión de proyectos.
➤ <b>CERTIFICACIONES</b>	
<b>1.5. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>	

➤ <a href="#">Gestión de la información para la mejora del proceso de toma de decisiones</a> , <a href="#">Tecnologías de información y Gestión del Conocimiento</a> , <a href="#">Auditoría de los Sistemas de Información en la Organización</a> , <a href="#">Objetivos de la Auditoría de los Sistemas de Información</a>	
<b>1.6. SUPERVISIÓN</b>	
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerencia de Gestión de Proyectos.</li> <li>❖ Gerencia de Desarrollo de Sistemas.</li> <li>❖ Gerencia de Plataforma de Redes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ DIRECCIÓN GENERAL</li> </ul>
<b>1.7. CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.1. PERFIL DEL PUESTO</b>			
❖ Estudios	Ingeniería de sistema, software o seguridad de información		
❖ Especialidad	Gestión de Proyectos, Tecnología de información o tecnología cloud		
❖ Experiencia	Gestión de proyectos, ERP		
❖ Otros estudios			
<b>2.2. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
1. Probidad y conducta.		<b>X</b>	
2. Vocación de servicio público.	<b>X</b>		
3. Sensibilidad social.		<b>X</b>	
4. Lealtad institucional			<b>X</b>
5. Ética profesional.			<b>X</b>
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
1. Manejo Informático a nivel usuario			<b>X</b>
2. Conocimiento de las reglas de negocio			<b>X</b>
<b>2.3. COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
1. Gestión por Resultados.			<b>X</b>
2. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			<b>X</b>
3. Control del Clima Laboral		<b>X</b>	
4. Constante capacitación.			<b>X</b>
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
1. MOTIVACION LABORAL		<b>X</b>	
2. CLIMA ORGANIZACIONAL		<b>X</b>	
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			

1. Objetividad del Logro			X
2. Capacidad Autocritica		X	
3. Tolerancia al Estrés		X	
4. Manejo de los Errores Personales			X
5. Iniciativa e Interés		X	
6. Auto Organización.			X

**C. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ Nombre del Puesto	<b>DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL</b>	
❖ Remuneración	<b>\$24,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ Superior Directo	<b>DIRECTOR GENERAL</b>	
❖ Área a la que Pertenece	<b>OFICINA DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL</b>	
❖ Personal a su cargo	<b>0</b>	
❖ Número de Plazas	<b>1</b>	
<b>1.2. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Gestionar capacidades digitales a procesos, productos y activos para mejorar la eficiencia, mejorar el valor para el cliente, gestionar el riesgo y descubrir nuevas oportunidades de generación de ingresos.		
<b>1.3. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
<b>Actividades / Tareas</b>		
➤ Planificar el proceso de inicio de cada proyecto: políticas e inducción.		
➤ Organizar las prioridades de cada actividad.		
➤ Manejar el presupuesto de cada proyecto individualmente.		
➤ Realizar las labores de administración del recurso humano.		
➤ Velar por el cumplimiento de las condiciones laborales en cada uno de los proyectos.		
➤ Evaluar mensualmente el desempeño de cada uno de los colaboradores de los proyectos.		
➤ Elaborar reportes de rendimiento del proyecto y del personal del proyecto.		
➤ Garantizar la utilización de los procedimientos y políticas de trabajo para cada uno de los proyectos.		
➤ Realizar reuniones informativas, de convivencia y desarrollo con el personal de cada proyecto.		
➤ Supervisar la realización de las actualizaciones de los sistemas.		
➤ Otorgar la capacitación necesaria de los nuevos sistemas, equipos o actualizaciones.		
➤ Desarrollar sistemas y automatizaciones que permitan mayor eficacia.		
➤ Analizar y supervisar las implementaciones de las nuevas aplicaciones o sistemas.		
➤ Asistir en el diseño de nuevos programas.		
<b>1.4. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>		
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO	
➤ EXPERIENCIA	Mínimo 5 años en el mercado de telecomunicaciones	
➤ CERTIFICACIONES	Scrum master, Marketing digital, Growth Hacking	
<b>1.5. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>		

➤ Transformación Digital impulsada por los Datos, La transformación digital en un mundo impulsado por los datos, Transformación en una compañía DATA-DRIVEN. Inteligencia de Negocio, Big Data.				
<b>1.6.SUPERVISIÓN</b>				
<table border="1"> <tr> <th>Supervisa a:</th> <th>Supervisado por:</th> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ GERENCIA DE ESTRATEGIA DIGITAL.</li> <li>❖ GERENCIA DE GESTIÓN Y CONTROL.</li> <li>❖ GERENCIA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ DIRECCIÓN GENERAL</li> </ul> </td> </tr> </table>	Supervisa a:	Supervisado por:	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ GERENCIA DE ESTRATEGIA DIGITAL.</li> <li>❖ GERENCIA DE GESTIÓN Y CONTROL.</li> <li>❖ GERENCIA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ DIRECCIÓN GENERAL</li> </ul>
Supervisa a:	Supervisado por:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ GERENCIA DE ESTRATEGIA DIGITAL.</li> <li>❖ GERENCIA DE GESTIÓN Y CONTROL.</li> <li>❖ GERENCIA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ DIRECCIÓN GENERAL</li> </ul>			
<b>1.7.CONDICIONES DE TRABAJO</b>				
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de estrategia y transformación digital				
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.				

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.1. PERFIL DEL PUESTO</b>			
❖ Estudios	Ingeniería electrónica, software, telecomunicación, robótica.		
❖ Especialidad	MBA en gestión de Negocios, Scrum master,		
❖ Experiencia	Gestión de proyectos, ERP, marketing, analista de negocios.		
❖ Otros estudios			
<b>2.2. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
1. Probidad y conducta.		X	
2. Vocación de servicio público.		X	
3. Sensibilidad social.		X	
4. Lealtad institucional			X
5. Ética profesional.			X
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
1. Manejo Informático a nivel usuario			X
2. Conocimiento de las reglas de negocio			X
<b>2.3. COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
1. Gestión por Resultados.			X
2. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
3. Control del Clima Laboral		X	
4. Constante capacitación.			X
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
1. MOTIVACION LABORAL		X	
2. CLIMA ORGANIZACIONAL		X	
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
1. Objetividad del Logro			X
2. Capacidad Autocritica		X	

3. Tolerancia al Estrés		X	
4. Manejo de los Errores Personales			X
5. Iniciativa e Interés		X	
6. Auto Organización.			X

**D. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ Nombre del Puesto	<b>DIRECTOR DE FINANZAS</b>	
❖ Remuneración	<b>\$24,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ Superior Directo	<b>DIRECTOR GENERAL</b>	
❖ Área a la que Pertenece	<b>OFICINA DE FINANZAS</b>	
❖ Personal a su cargo	<b>0</b>	
❖ Número de Plazas	<b>1</b>	
<b>1.2. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Es la encargada de una decisión relevante en materia de inversión o financiación en la empresa. Se ocupa de la gestión, el control y el análisis financiero dentro de una organización, aunque también existen algunos especializados en finanzas.		
<b>1.3. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
<b>Actividades / Tareas</b>		
➤ Asimismo, debe analizar y decidir cuáles son las mejores fuentes de financiación , tanto de la actividad (circulante) como de las inversiones .		
➤ Es responsable de tomar las decisiones de inversión, analizando los beneficios de las distintas alternativas .		
➤ Controlar la contabilidad capturando, verificando, midiendo y plasmando <b>todos los costes</b> que se producen en la actividad de la empresa. Elaborar cuentas de resultados y balances periódicos.		
➤ No solo hay que capturar los costes, también hay que analizarlos y gestionarlos. Tomar decisiones en base a ellos (cuando abandonar una línea de negocio, externalizar un servicio, etc. )		
➤ Se deben elaborar presupuestos. <a href="#">Indispensable el de tesorería</a> , pero también los de ventas, gastos internos, personal, gastos externos...		
➤ Debe gestionar el riesgo de la empresa. Analizar y descubrir las posibles amenazas para la supervivencia de la empresa (tipos de cambio si operamos en otras divisas, evolución de los tipos de interés de la deuda, vigilancia de los impagos de clientes		
<b>1.4. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>		
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO	
➤ EXPERIENCIA	Mínimo 5 años en el mercado de financiero o banca	
➤ CERTIFICACIONES	Supply Chain Management	
<b>1.5. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>		
➤ En contabilidad (análisis numérico, utilización de hojas de cálculo, etc.) dado que su trabajo, como hemos explicado antes, requiere controlar el rendimiento de la empresa y establecer determinados indicadores. Gestión y liderazgo. Habilidades de comunicación, Destreza en las nuevas tecnologías, Capacidad para hacer frente a la presión y a las críticas		
<b>1.6. SUPERVISIÓN</b>		

Supervisa a:	Supervisado por:
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ GERENCIA DE CONTABILIDAD.</li> <li>❖ GERENCIA DE TESORERÍA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ DIRECCIÓN GENERAL</li> </ul>
1.7.CONDICIONES DE TRABAJO	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Finanzas.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

2.1.PERFIL DEL PUESTO			
❖ Estudios	Ingeniería Económica, Administrador, Contador, Economista.		
❖ Especialidad	Supply Chain Management		
❖ Experiencia	Gestión de indicadores, herramientas financieras, base de datos		
❖ Otros estudios	SQL Server, Visual Basic		
2.2.COMPETENCIAS BASICAS			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
COMPETENCIAS - VALORES			
1. Probidad y conducta.		X	
2. Vocación de servicio público.	X		
3. Sensibilidad social.		X	
4. Lealtad institucional			X
5. Ética profesional.			X
COMPETENCIAS - GENERICAS			
1. Manejo Informático a nivel usuario		X	
2. Conocimiento de las reglas de negocio			X
2.3.COMPETENCIAS ESPECIFICAS			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
COMPETENCIAS DE GESTIÓN			
1. Gestión por Resultados.			X
2. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
3. Control del Clima Laboral		X	
4. Constante capacitación.			X
COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO			
1. MOTIVACION LABORAL			X
2. CLIMA ORGANIZACIONAL			X
COMPETENCIAS PERSONALES			
1. Objetividad del Logro			X
2. Capacidad Autocritica			X
3. Tolerancia al Estrés		X	
4. Manejo de los Errores Personales			X
5. Iniciativa e Interés		X	
6. Auto Organización.			X

**E. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ Nombre del Puesto	<b>DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN</b>	
❖ Remuneración	<b>\$ 24,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ Superior Directo	<b>DIRECTOR GENERAL</b>	
❖ Área a la que Pertenece	<b>OFICINA DE ADMINISTRACIÓN</b>	
❖ Personal a su cargo	<b>0</b>	
❖ Número de Plazas	<b>1</b>	
<b>1.2. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Dirigir y supervisar el pleno cumplimiento de las, normas, políticas y procedimientos administrativos, jurídicos, logísticos registrando los controles necesarios que garanticen la capacidad (rentabilidad) económica y financiera de la organización.		
<b>1.3. FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>		
<b>Actividades / Tareas</b>		
➤ Administrar y controlar con base en los lineamientos y políticas establecidas la prestación de los servicios médicos		
➤ Celebrar los contratos de prestación de servicios personales y/o profesionales que requieran las necesidades del servicio		
➤ Vigilar en coordinación con las demás unidades administrativas, el cumplimiento de las condiciones que rigen de manera general para todos los trabajadores del Organismo		
➤ Con el concurso de la Unidad Jurídica, coordinar la elaboración de los reglamentos interiores del trabajo, seguridad e higiene, capacitación y desarrollo, así como de los manuales de organización y procedimientos de las diferentes unidades administrativas		
➤ Implementar y mantener los sistemas y procedimientos para el pago de remuneraciones y salarios y otorgamiento de prestaciones, control de altas y bajas, jubilaciones, sanciones, liquidaciones y jornadas de trabajo de los empleados de INTERAPAS		
➤ Contar con poder amplio de administración, con todas las facultades generales y especiales que requieran poder o cláusula especial conforme a la ley, girando con cargo a éstas e informando de su manejo al Director General		
➤ Coordinar la recepción, custodia y desembolso de efectivo y valores, así como el registro logístico de los movimientos efectuados		
➤ Otras actividades requeridas por la junta directiva relativas a su cargo.		
<b>1.4. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>		
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO	
➤ EXPERIENCIA	Mínimo 5 años en el sector	
➤ CERTIFICACIONES		
<b>1.5. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>		
➤ Supervisar que la asignación, registro y ejercicio de los recursos, se realicen en apego a la normatividad que aplica para cada fuente de ingreso, con la finalidad de contar con información veraz y oportuna para la toma de decisiones.		
<b>1.6. SUPERVISIÓN</b>		
<b>Supervisa a:</b>		<b>Supervisado por:</b>
❖ GERENCIA JURÍDICA. ❖ GERENCIA DE LOGÍSTICA.		❖ DIRECCIÓN GENERAL

❖ GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS
<b>1.7. CONDICIONES DE TRABAJO</b>
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Administración.
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.1. PERFIL DEL PUESTO</b>			
❖ Estudios	Ingeniería Económica, Administrador, Contador, Economista.		
❖ Especialidad	operaciones		
❖ Experiencia	Administración de empresas, recursos administrativos.		
❖ Otros estudios			
<b>2.2. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
1. Probidad y conducta.		X	
2. Vocación de servicio público.		X	
3. Sensibilidad social.			X
4. Lealtad institucional			X
5. Ética profesional.			X
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
1. Manejo Informático a nivel usuario	X		
2. Conocimiento de las reglas de negocio			X
<b>2.3 COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
1. Gestión por Resultados.			X
2. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.		X	
3. Control del Clima Laboral			X
4. Constante capacitación.			X
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
1. MOTIVACION LABORAL			X
2. CLIMA ORGANIZACIONAL			X
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
1. Objetividad del Logro			X
2. Capacidad Autocritica		X	
3. Tolerancia al Estrés			X
4. Manejo de los Errores Personales			X
5. Iniciativa e Interés		X	
6. Auto Organización.			X

**F. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ Nombre del Puesto	<b>DIRECTOR DE MARKETING</b>	
❖ Remuneración	<b>\$ 24,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ Superior Directo	<b>DIRECTOR GENERAL</b>	
❖ Área a la que Pertenece	<b>OFICINA DE COMERCIAL</b>	
❖ Personal a su cargo	<b>0</b>	
❖ Número de Plazas	<b>1</b>	
<b>1.2. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Es el proceso de desarrollo de estrategias y planificación de productos o servicios, publicidad, promociones, ventas para llegar al segmento de clientes deseado. Dependiendo de la industria,		
<b>1.3. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
<b>Actividades / Tareas</b>		
➤ Planificar el proceso de inicio de cada campaña.		
➤ Organizar las prioridades de cada actividad.		
➤ Generación de carteras de clientes		
➤ Diseñar e implementar el plan de marketing de la organización		
➤ Definir las <a href="#">estrategias de marketing</a> para la oferta de productos o servicios de la empresa.		
➤ Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto del departamento, bajo unos estándares de eficiencia y optimización de recursos.		
➤ Analizar las acciones del departamento y evaluar y controlar los resultados de las mismas.		
➤ Dirigir y liderar el equipo de trabajo.		
<b>1.4. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>		
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO	
➤ EXPERIENCIA	4 años en marketing	
➤ CERTIFICACIONES		
<b>1.5. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>		
Sistemas de reportes, mediciones, retroalimentación y control, Gestión de marketing internacional, Planificación de la implementación, Estrategia de marketing, Auditoría de marca		
<b>1.6. SUPERVISIÓN</b>		
<b>Supervisa a:</b>		<b>Supervisado por:</b>
❖ GERENCIA DE VENTAS. ❖ GERENCIA DE MARKETING.		❖ DIRECCIÓN GENERAL
<b>1.7. CONDICIONES DE TRABAJO</b>		
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.		
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.		

**PERFIL DEL PUESTO**

**2.1. PERFIL DEL PUESTO**

❖ Estudios	ciencias de comunicación, mercadotecnia, administración y marketing		
❖ Especialidad	Marketing digital		
❖ Experiencia	Dominio en redes sociales, SEO, herramientas Multimedia		
❖ Otros estudios			
<b>2.2. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
1. Probidad y conducta.			<b>X</b>
2. Vocación de servicio público.		<b>X</b>	
3. Sensibilidad social.		<b>X</b>	
4. Lealtad institucional			<b>X</b>
5. Ética profesional.			<b>X</b>
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
1. Manejo Informático a nivel usuario	<b>X</b>		
2. Conocimiento de las reglas de negocio		<b>X</b>	
<b>2.3 COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
1. Gestión por Resultados.			<b>X</b>
2. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			<b>X</b>
3. Control del Clima Laboral		<b>X</b>	
4. Constante capacitación.		<b>X</b>	
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
1. MOTIVACION LABORAL		<b>X</b>	
2. CLIMA ORGANIZACIONAL		<b>X</b>	
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
1. Objetividad del Logro			<b>X</b>
2. Capacidad Autocritica		<b>X</b>	
3. Tolerancia al Estrés			<b>X</b>
4. Manejo de los Errores Personales			<b>X</b>
5. Iniciativa e Interés		<b>X</b>	
6. Auto Organización.		<b>X</b>	

**B.1. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ Nombre del Puesto	<b>GERENCIA DE ESTRATEGIA DIGITAL</b>	
❖ Remuneración	<b>\$ 18,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ Superior Directo	<b>DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL</b>	
❖ Área a la que Pertenece	<b>ÁREA DE ESTRATEGIA DIGITAL</b>	
❖ Personal a su cargo	<b>18</b>	
❖ Número de Plazas	<b>1</b>	

<b>1.2. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>	
Dirigir y formar digitalmente a los trabajadores o futuros empleados de la empresa. Deberá conocer todos los departamentos de la empresa y saber qué se realiza en cada uno de ellos.	
<b>1.3. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<b>Actividades / Tareas</b>	
➤ Implementaciones y supervisión de implementación en clientes.	
➤ Automatización de procesos internos y externos para captación y gestión de clientes.	
➤ Investigación de mercados y análisis de las estrategias de la competencia.	
➤ Realización y presentación de propuestas de marketing para potenciales clientes.	
➤ Investigación de mercados y análisis de las estrategias de la competencia.	
➤ Auditorías y reportes de marketing en medios digitales	
➤ Realizar reuniones informativas de desarrollo con el personal de cada proyecto.	
➤ Diseño de planes estratégicos, manuales, procesos y recursos de trabajo para clientes	
<b>1.4. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>	
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO
➤ EXPERIENCIA	4 AÑOS
➤ CERTIFICACIONES	
<b>1.5. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>	
Conocimientos online: E-Mail Marketing, Redes Sociales, SEO, SEM, SMM, RTB, Afiliación, Display, Inbound/Outbound, <a href="#">Social Media</a> , CRM, Community Management, Branding online, UX (usabilidad), Mobile Marketing, conocimientos generales de programación y/o CMS (wordpress, joomla, html5, etc). También, es recomendable que este tipo de perfiles dominen o tengas nociones de <a href="#">Big Data</a> , tan importante en la estrategia de cada empresa. Conocimientos offline: Marketing Mix, Gestión de Proyectos, Financieros, Relaciones Públicas.	
<b>1.6. SUPERVISIÓN</b>	
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>
❖ ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN. ❖ AUTOMATIZACIÓN. ❖ SIMPLIFICACIÓN DE PROCESOS.	❖ DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
<b>1.7. CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.1. PERFIL DEL PUESTO</b>	
❖ Estudios	1.1.1 <a href="#">Master en Marketing Digital</a> , <a href="#">MBA especializado en Marketing Digital.</a>
❖ Especialidad	Tecnología de información o tecnología cloud
❖ Experiencia	
❖ Otros estudios	
<b>2.2. COMPETENCIAS BASICAS</b>	

	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
1. Probidad y conducta.		X	
2. Vocación de servicio público.	X		
3. Sensibilidad social.		X	
4. Lealtad institucional			X
5. Ética profesional.			X
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
1. Manejo Informático a nivel usuario			X
2. Conocimiento de las reglas de negocio			X
<b>2.3. COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
1. Gestión por Resultados.			X
2. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
3. Control del Clima Laboral		X	
4. Constante capacitación.			X
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
1. MOTIVACION LABORAL			X
2. CLIMA ORGANIZACIONAL			X
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
1. Objetividad del Logro			X
2. Capacidad Autocritica			X
3. Tolerancia al Estrés			X
4. Manejo de los Errores Personales			X
5. Iniciativa e Interés		X	
6. Auto Organización.			X

**B.1-1. DESCRIPCION DEL PUESTO**

1.1. IDENTIFICACIÓN		
❖ Nombre del Puesto	JEFE DE ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN	
❖ Remuneración	\$ 12,000 ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN	
❖ Superior Directo	GERENCIA DE ESTRATEGIA DIGITAL	
❖ Área a la que Pertenece	ÁREA DE ESTRATEGIA DIGITALIZACION	
❖ Personal a su cargo	3	
❖ Número de Plazas	1	
<b>1.8. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		

Mantener los procesos por el cual las empresas reorganizan sus métodos de trabajo y estrategias, para obtener más beneficios gracias a la implementación de las nuevas tecnologías.	
<b>1.9. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<b>Actividades / Tareas</b>	
➤ Formación digital de las personas	
➤ Conocimiento de las herramientas digitales	
➤ Brand Awareness o Reconocimiento de Marca	
➤ Ser Innovador	
➤ Utilización del Big Data	
➤ Compromiso del equipo directivo	
➤ Mejora en la comunicación con los clientes	
➤ Acceso a nuevas oportunidades de negocio	
➤ Alarga la vida de la empresa	
➤ Reduce costos	
➤ Facilita la captación de personal cualificado	
<b>1.10. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>	
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO
➤ EXPERIENCIA	3 años en digitalización y planificación estratégica
➤ CERTIFICACIONES	
<b>1.11. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>	
➤ Indispensable el desarrollo de análisis de datos, migración de datos y reconocimiento de indicadores de eficacia y efectividad.	
<b>1.12. SUPERVISIÓN</b>	
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>
❖ CONSULTOR DE ESTRATEGIA.	❖ GERENCIA DE ESTRATEGIA DIGITAL
<b>1.13. CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.3. PERFIL DEL PUESTO</b>			
❖ Estudios	Ingenierías		
❖ Especialidad	Tecnología de información o tecnología cloud		
❖ Experiencia	Big data, Inteligencia de negocio, Scrum.		
❖ Otros estudios			
<b>2.4. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
6. Probidad y conducta.			<b>X</b>

7. Vocación de servicio público.		X	
8. Sensibilidad social.			X
9. Lealtad institucional			X
10. Ética profesional.			X
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
3. Manejo Informático a nivel usuario			X
4. Conocimiento de las reglas de negocio			X
<b>2.4. COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
5. Gestión por Resultados.			X
6. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
7. Control del Clima Laboral		X	
8. Constante capacitación.			X
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
3. MOTIVACION LABORAL		X	
4. CLIMA ORGANIZACIONAL			X
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
7. Objetividad del Logro			X
8. Capacidad Autocritica			X
9. Tolerancia al Estrés			X
10. Manejo de los Errores Personales			X
11. Iniciativa e Interés			X
12. Auto Organización.			X

**B.1-1-1. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ <b>Nombre del Puesto</b>	<b>CONSULTOR DE ESTRATEGIA</b>	
❖ <b>Remuneración</b>	<b>\$ 6000 ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ <b>Superior Directo</b>	<b>COORDINADOR ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN</b>	
❖ <b>Área a la que Pertenece</b>	<b>ÁREA DE ESTRATEGIA DIGITAL</b>	
❖ <b>Personal a su cargo</b>	<b>0</b>	
❖ <b>Número de Plazas</b>	<b>3</b>	
<b>1.14. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Mantener y garantizar los desarrollos de las automatizaciones y gestionar los proyectos para que se cumplan los plazos con el cliente final.		

<b>1.15. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<b>Actividades / Tareas</b>	
➤ Crear un clima y un ambiente de confianza y respeto a la forma de trabajar de cada persona dentro de los equipos de trabajo y las relaciones inter tareas.	
➤ Motivar a los colaboradores y equipos para identificar, analizar y Resolver problemas.	
➤ Ayudar a la resolución de problemas en equipo por medio de un Análisis de las causas del problema	
➤ Evaluar el desempeño de cada uno de los colaboradores de los proyectos.	
➤ Trabajar de forma consciente en la formación y desarrollo de los colaboradores y directivos.	
➤ Realización del mapeo de procesos de los clientes para la estructura de las estrategias	
➤ Análisis de oportunidades e identificación de resultados de los indicadores	
<b>1.16. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>	
➤ IDIOMA	INTERMEDIO
➤ EXPERIENCIA	3 años en el puesto de Planificación estratégica
➤ CERTIFICACIONES	
<b>1.17. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>	
➤ Indispensable conocimiento de software, innovación en el desarrollo transcendental para el logro de un proyecto o un desarrollo de sistemas.	
<b>1.18. SUPERVISIÓN</b>	
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>
	❖ ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN
<b>1.19. CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.5. PERFIL DEL PUESTO</b>			
❖ Estudios	Todas las Ingenierías, administración.		
❖ Especialidad	Tecnología de información o tecnología cloud		
❖ Experiencia	Gestión de proyectos, ERP		
❖ Otros estudios			
<b>2.6. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
11. Probidad y conducta.		<b>X</b>	
12. Vocación de servicio público.	<b>X</b>		
13. Sensibilidad social.		<b>X</b>	
14. Lealtad institucional			<b>X</b>
15. Ética profesional.			<b>X</b>
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			

5. Manejo Informático a nivel usuario			X
6. Conocimiento de las reglas de negocio			X
<b>2.5. COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
9. Gestión por Resultados.			X
10. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
11. Control del Clima Laboral			X
12. Constante capacitación.			X
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
5. MOTIVACION LABORAL			X
6. CLIMA ORGANIZACIONAL			X
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
13. Objetividad del Logro			X
14. Capacidad Autocritica		X	
15. Tolerancia al Estrés			X
16. Manejo de los Errores Personales			X
17. Iniciativa e Interés			X
18. Auto Organización.			X

**B.1-2. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ <b>Nombre del Puesto</b>	<b>JEFE DE AUTOMATIZACIÓN</b>	
❖ <b>Remuneración</b>	<b>\$ 12000 ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ <b>Superior Directo</b>	<b>GERENTE DE ESTRATEGIA DIGITAL</b>	
❖ <b>Área a la que Pertenece</b>	<b>ÁREA DE ESTRATEGIA DIGITAL</b>	
❖ <b>Personal a su cargo</b>	<b>6</b>	
❖ <b>Número de Plazas</b>	<b>1</b>	
<b>1.20. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
<p>Estos cambios son también destacables en multitud de campos que abarcan los negocios, pero también son especialmente notorias en todos los procesos que afectan a la gestión de la información y de los datos que dispone el negocio en concreto. Así como también es destacable y notorio en muchas de las funciones administrativas que desarrolla uno y cada uno de los negocios de nuestro entorno, de los países desarrollados, y también en los países en vías de desarrollo.</p>		

<b>1.21. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<b>Actividades / Tareas</b>	
➤ Mejorar la productividad de la empresa, reduciendo los costes de la producción y mejorando la calidad de la misma.	
➤ Mejorar las condiciones de trabajo del personal, suprimiendo los trabajos penosos e incrementando la seguridad.	
➤ Realizar las operaciones imposibles de controlar intelectual o manualmente.	
➤ Mejorar la disponibilidad de los productos, pudiendo proveer las cantidades necesarias en el momento preciso.	
➤ Simplificar el mantenimiento de forma que el operario no requiera grandes conocimientos para la manipulación del proceso productivo.	
➤ Integrar la gestión y producción.	
<b>1.22. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>	
➤ IDIOMA	AVANZADO
➤ EXPERIENCIA	3 años en el puesto de Automatización.
➤ CERTIFICACIONES	
<b>1.23. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>	
➤ Indispensable conocimiento de control y seguimiento de Notificaciones y Alertas, Modulo Gestión de Incidentes, Problemas y del Cambio, Gestión y Configuración de Activos, Visualización de Tablero de Actividades, Flujos de trabajo pre-configurados, Escalamiento, Reportes básicos, Gestión de Niveles de Servicio, Automatización muy básica de servidores, basada	
<b>1.24. SUPERVISIÓN</b>	
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>
❖ CONSULTOR DE AUTOMATIZACIÓN	❖ DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
<b>1.25. CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.7. PERFIL DEL PUESTO</b>			
❖ Estudios	Ingeniería		
❖ Especialidad	Tecnología cloud, Automatización		
❖ Experiencia	Big Data, Inteligencia Artificial, BPM		
❖ Otros estudios			
<b>2.8. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
16. Probidad y conducta.		<b>X</b>	
17. Vocación de servicio público.	<b>X</b>		
18. Sensibilidad social.		<b>X</b>	
19. Lealtad institucional			<b>X</b>
20. Ética profesional.			<b>X</b>

COMPETENCIAS - GENERICAS			
7. Manejo Informático a nivel usuario			X
8. Conocimiento de las reglas de negocio			X
2.6. COMPETENCIAS ESPECIFICAS			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
COMPETENCIAS DE GESTIÓN			
13. Gestión por Resultados.			X
14. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
15. Control del Clima Laboral		X	
16. Constante capacitación.			X
COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO			
7. MOTIVACION LABORAL		X	
8. CLIMA ORGANIZACIONAL		X	
COMPETENCIAS PERSONALES			
19. Objetividad del Logro			X
20. Capacidad Autocritica		X	
21. Tolerancia al Estrés		X	
22. Manejo de los Errores Personales			X
23. Iniciativa e Interés		X	
24. Auto Organización.			X

**B.1-2-1. DESCRIPCION DEL PUESTO**

1.1. IDENTIFICACIÓN	
❖ Nombre del Puesto	CONSULTOR DE AUTOMATIZACIÓN 
❖ Remuneración	\$ 6000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN
❖ Superior Directo	COORDINADOR DE AUTOMATIZACIÓN
❖ Área a la que Pertenece	ÁREA DE ESTRATEGIA DIGITAL
❖ Personal a su cargo	0
❖ Número de Plazas	6
1.26. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA	
responsable en identificar las etapas que pueden ser automatizadas en el proceso simplificado. Propone soluciones que consigan traer el resultado esperado y que consiga sustituir en algunos casos o reducir las personas que hagan la tarea automatizada.	
1.27. FUNCIONES ESPECIFICAS	
Actividades / Tareas	
➤ Detección de anomalías para evitar interrupciones del servicio.	
➤ Inteligencia para clasificar y canalizar las tareas.	
➤ Predicción del rendimiento para impulsar mejoras.	
➤ Marcos comparativos para evaluar el rendimiento frente al de sus competidores.	

➤ Reestructuración de los procesos.	
➤ Evaluar de las políticas de la empresa..	
➤ Elaborar reportes de rendimiento del proyecto y del personal del proyecto.	
➤ Garantizar la utilización de los procedimientos y políticas de trabajo para cada uno de los proyectos.	
<b>1.28. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>	
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO
➤ EXPERIENCIA	5 años en el puesto
➤ CERTIFICACIONES	
<b>1.29. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>	
➤ Indispensable conocimiento de Modulo Gestión de Incidentes, Problemas y del Cambio, Gestión y Configuración de Activos, Visualización de Tablero de Actividades, Flujos de trabajo pre-configurados, Escalamiento, Reportes básicos, Gestión de Niveles de Servicio, Automatización	
<b>1.30. SUPERVISIÓN</b>	
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>
	❖ DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL. ❖ ÁREA DE ESTRATEGIA DIGITAL
<b>1.31. CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.9. PERFIL DEL PUESTO</b>			
❖ Estudios	Ingeniería		
❖ Especialidad	Tecnología cloud, Automatización		
❖ Experiencia	Big Data, Inteligencia Artificial, BPM		
❖ Otros estudios			
<b>2.10. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
21. Probidad y conducta.			<b>X</b>
22. Vocación de servicio público.			<b>X</b>
23. Sensibilidad social.		<b>X</b>	
24. Lealtad institucional			<b>X</b>
25. Ética profesional.			<b>X</b>
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
9. Manejo Informático a nivel usuario			<b>X</b>
10. Conocimiento de las reglas de negocio			<b>X</b>
<b>2.7. COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			

17. Gestión por Resultados.		X	
18. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
19. Control del Clima Laboral		X	
20. Constante capacitación.			X
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
9. MOTIVACION LABORAL			X
10. CLIMA ORGANIZACIONAL			X
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
25. Objetividad del Logro			X
26. Capacidad Autocritica		X	
27. Tolerancia al Estrés			X
28. Manejo de los Errores Personales		X	
29. Iniciativa e Interés			X
30. Auto Organización.			X

**B.1-3. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ Nombre del Puesto	JEFE SIMPLIFICACIÓN DE PROCESOS	
❖ Remuneración	\$ 12,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN	
❖ Superior Directo	GERENTE DE ESTRATEGIA DIGITAL	
❖ Área a la que Pertenece	ÁREA DE ESTRATEGIA DIGITAL	
❖ Personal a su cargo	6	
❖ Número de Plazas	1	
<b>1.32. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
<p>lograr una aplicación más efectiva con muchas técnicas que facilitan la labor de análisis y estudios que se realizan para lograr la simplificación del trabajo, se aplican secuencialmente y a criterio del investigador, las cuales pueden ayudar a comprender o cuestionar cada uno de los aspectos evaluados</p>		
<b>1.33. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
<b>Actividades / Tareas</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Reducir al mínimo el esfuerzo requerido para llevar a cabo una determinada tarea, ya sea mental o física.</li> <li>➤ Mejorar el funcionamiento organizacional, a través de métodos tales como la redistribución de funciones, la eliminación, reducción y combinación de fases de una actividad o labor y la nivelación o tabulación del trabajo.</li> </ul>		

➤ Optimización y aprovechamiento de los recursos disponibles.	
➤ Mejorar el flujo o secuencia del trabajo dentro de todas las áreas que la integran.	
➤ Reducción del número y el costo de las operaciones administrativas, mediante la disminución de trámites y la combinación, unión ó eliminación de formas impresas.	
➤ Mejor aprovechamiento del recurso humano, al reducir desplazamientos y tiempos innecesarios.	
➤ Satisfacción del personal con su trabajo y mayor disposición del mismo al encomendarle una labor o tarea.	
➤ Mejora la supervisión, ya que se estimula la iniciativa personal del trabajador.	
➤ Mejor atención al público, al disminuir el tiempo dedicado a las actividades de trámite de documentos y trabajo rutinario.	
➤ Renovación del interés del empleado por su trabajo, resultado de una comprensión más clara del objetivo de su tarea y de su relación con otros trabajos dentro de la oficina.	
<b>1.34. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>	
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO
➤ EXPERIENCIA	4 años en el puesto
➤ CERTIFICACIONES	
<b>1.35. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>	
➤ Indispensable conocimiento del desarrollo de La medición del trabajo, Cuadro de distribución del trabajo, Estudios de tiempos y movimientos, Diagrama de procedimientos o procesos, desarrollo de Flujogramas, Grafica de la distribución física de la oficina y distribución en planta, Diagrama de recorrido, Grafica de Gantt, Grafica CPM , Grafica PERT.	
<b>1.36. SUPERVISIÓN</b>	
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>
❖ CONSULTOR DE EFICIENCIA DE PROCESOS.	❖ DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
<b>1.37. CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.11. PERFIL DEL PUESTO</b>			
❖ Estudios	todas las ingenierías		
❖ Especialidad	Gestión de procesos o BPM		
❖ Experiencia	Gestión de Procesos y Gestión de Proyectos.		
❖ Otros estudios			
<b>2.12. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
26. Probidad y conducta.		<b>X</b>	

27. Vocación de servicio público.	X		
28. Sensibilidad social.		X	
29. Lealtad institucional			X
30. Ética profesional.			X
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
11. Manejo Informático a nivel usuario			X
12. Conocimiento de las reglas de negocio			X
<b>2.8. COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
21. Gestión por Resultados.			X
22. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
23. Control del Clima Laboral		X	
24. Constante capacitación.			X
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
11. MOTIVACION LABORAL		X	
12. CLIMA ORGANIZACIONAL		X	
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
31. Objetividad del Logro			X
32. Capacidad Autocritica		X	
33. Tolerancia al Estrés		X	
34. Manejo de los Errores Personales			X
35. Iniciativa e Interés		X	
36. Auto Organización.			X

**B.1-3-1. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ Nombre del Puesto	<b>CONSULTOR DE EFICIENCIA DE PROCESOS</b>	
❖ Remuneración	<b>\$ 6000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ Superior Directo	<b>COORDINADOR SIMPLIFICACIÓN DE PROCESOS</b>	
❖ Área a la que Pertenece	<b>ÁREA DE ESTRATEGIA DIGITAL</b>	
❖ Personal a su cargo	<b>0</b>	
❖ Número de Plazas	<b>6</b>	
<b>1.38. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Transformar la empresa, eso supone que la empresa deberá cambiar en lo necesario para que las tecnologías digitales pasen a formar parte tanto de la organización, como del funcionamiento, como de la propia filosofía de la empresa, con el objeto de <b>mejorar el negocio.</b>		
<b>1.39. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
<b>Actividades / Tareas</b>		
❖ Analizar el alcance posible de los proyectos de sistemas que consideren inversiones.		

❖ Participa en la planeación para que los requerimientos de hardware y software se encuentren Disponible en las fechas que serán utilizados.	
❖ Establece un plan estratégico para el inicio y desarrollo de los sistemas por diseñar.	
❖ Analiza cargas de trabajo del personal bajo su dirección, estableciendo equilibrios necesarios.	
❖ Observa que los procedimientos se conduzcan con calidad, seguras y bajo control.	
❖ Coordina juntas con los usuarios para ver resultados si satisfacen los requerimientos de información.	
❖ Informa de compromisos adquiridos, logros, y cualquier dato de importancia para el director de automatización.	
❖ Establece mecanismos de medición para detectar desviaciones en los calendarios, para establecer correctivos oportunos.	
❖ Establece mecanismos de medición para detectar desviaciones en los calendarios, para establecer correctivos oportunos.	
❖ Evaluar periódicamente el nivel técnico de su personal.	
❖ Observa que los procedimientos se conduzcan con calidad, seguras y bajo control.	
❖ Participa en el desarrollo de metodologías de Trabajo.	
❖ Precisa objetivos, alcances, normas y políticas que regirán cada sistema.	
<b>1.40. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>	
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO
➤ EXPERIENCIA	3 años en el puesto
➤ CERTIFICACIONES	
<b>1.41. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>	
➤ Indispensable conocimiento de las automatizaciones de los procesos destinado en los rubros bancarios, telecomunicaciones, hospitalarios, diseñando mapa de procesos y estructuras de transformación digital.	
<b>1.42. SUPERVISIÓN</b>	
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>
	❖ DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL. ❖ ÁREA DE ESTRATEGIA DIGITAL
<b>1.43. CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.13. PERFIL DEL PUESTO</b>			
❖ Estudios	Ingenierías. Licenciaturas		
❖ Especialidad	Gestión de Procesos y Proyectos		
❖ Experiencia	Bpm, gestión de procesos		
❖ Otros estudios			
<b>2.14. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
31. Probidad y conducta.			<b>X</b>

32. Vocación de servicio público.		X	
33. Sensibilidad social.		X	
34. Lealtad institucional			X
35. Ética profesional.			X
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
13. Manejo Informático a nivel usuario		X	
14. Conocimiento de las reglas de negocio			X
<b>2.9. COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
25. Gestión por Resultados.			X
26. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.		X	
27. Control del Clima Laboral			X
28. Constante capacitación.			X
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
13. MOTIVACION LABORAL		X	
14. CLIMA ORGANIZACIONAL			X
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
37. Objetividad del Logro			X
38. Capacidad Autocritica			X
39. Tolerancia al Estrés		X	
40. Manejo de los Errores Personales			X
41. Iniciativa e Interés			X
42. Auto Organización.		X	

**B.2. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ Nombre del Puesto	<b>GERENCIA DE GESTIÓN Y CONTROL DE PROYECTOS</b>	
❖ Remuneración	<b>\$ 18,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ Superior Directo	<b>DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL</b>	
❖ Área a la que Pertenece	<b>ÁREA DE GESTIÓN Y CONTROL</b>	
❖ Personal a su cargo	<b>0</b>	
❖ Número de Plazas	<b>1</b>	
<b>1.2. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Garantizar el diseño y la implementación de herramientas de gestión que permitan llevar a cabo la medición, seguimiento y monitoreo de la gestión a todos nuestros clientes, a través de la efectiva evaluación que conforma su estructura orgánica.		
<b>1.3. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		

<b>Actividades / Tareas</b>	
➤ Planificar, organizar, dirigir y controlar la ejecución y seguimiento de un sistema de control de gestión que permita evaluar y medir el desempeño organizacional	
➤ Asesorar en el proceso de formulación de las definiciones estratégicas relativas al sistema de medición de metas y objetivos; proponiendo las medidas preventivas y correctivas que aseguren el logro de los objetivos del Plan Estratégico.	
➤ Asegurar el mantenimiento actualizado del Cuadro de Mando Institucional, como asimismo el sistema de indicadores de gestión a los efectos del control del cumplimiento de los objetivos del Plan Estratégico.	
➤ Participar en el diseño, ejecución y seguimiento de los procesos asociados a la gestión de calidad conforme a los requisitos de las Normas ISO.	
➤ Centralizar y monitorear la información estadística producida en toda la institución a efectos de coordinar la planificación de estudios, proyecciones y la presentación de reportes estadísticos requeridos.	
➤ Proponer e implementar un adecuado sistema de control interno en concordancia con las políticas de riesgos fijadas.	
➤ Apoyar a las unidades administrativas en la identificación de sus productos/servicios principales y de sus metas de gestión.	
➤ Formular las propuestas necesarias para asegurar el efectivo funcionamiento del sistema de control en los procesos operativos del BHU, realizando recomendaciones y participando oportunamente en la definición e implementación de medidas correctivas.	
➤ Propiciar instancias de sensibilización y capacitación dirigidas a todos los niveles de la organización, que fomenten el desarrollo de una cultura de medición de resultados, mejora continua, proactividad y eficacia en la gestión.	
➤ Implementar y cumplir las políticas, metodologías y procedimientos definidos por el Área Riesgos.	
➤ Generar reportes de los resultados de su gestión.	
➤ Optimizar la gestión del personal bajo su dependencia.	
<b>1.4. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>	
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO
➤ EXPERIENCIA	5 años en el puesto
➤ CERTIFICACIONES	
<b>1.5. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>	
➤ Indispensable conocimiento de los sistemas de información, operatividad de los áreas de nuestros clientes, gestión en calidad (Normas ISO) desarrollo de mapas estratégicos, De diseño de tableros de control, De metodología de Cuadro de Mando Integral, De sistemas de procesamiento de datos, De formulación y evaluación de proyectos	
<b>1.6. SUPERVISIÓN</b>	
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>
	❖ DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
<b>1.7. CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>14.1. PERFIL DEL PUESTO</b>	
❖ Estudios	Ingenierías. Licenciaturas

❖ Especialidad	Iso 9001, Iso 27001 o Bpm		
❖ Experiencia	Bpm, gestión de procesos		
❖ Otros estudios			
<b>14.2. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
1. Probidad y conducta.		X	
2. Vocación de servicio público.			X
3. Sensibilidad social.		X	
4. Lealtad institucional			X
5. Ética profesional.			X
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
1. Manejo Informático a nivel usuario			X
2. Conocimiento de las reglas de negocio			X
<b>2.3. COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
1. Gestión por Resultados.			X
2. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
3. Control del Clima Laboral			X
4. Constante capacitación.			X
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
1. MOTIVACION LABORAL		X	
2. CLIMA ORGANIZACIONAL		X	
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
1. Objetividad del Logro			X
2. Capacidad Autocritica		X	
3. Tolerancia al Estrés			X
4. Manejo de los Errores Personales			X
5. Iniciativa e Interés			X
6. Auto Organización.			X

**C.1. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ Nombre del Puesto	<b>GERENCIA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN</b>	
❖ Remuneración	<b>\$ 18,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ Superior Directo	<b>DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL</b>	
❖ Área a la que Pertenece	<b>ÁREA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN</b>	
❖ Personal a su cargo	<b>9</b>	
❖ Número de Plazas	<b>1</b>	

<b>1.2. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>	
Se encargará totalmente en realizar los procesos automáticamente de las actividades que típicamente son repetitivas y basadas en reglas de operación. La ejecución de estas actividades se realiza normalmente en Centros de Servicios Compartidos o dentro del back office de las empresas.	
<b>1.3. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<b>Actividades / Tareas</b>	
➤ Re-ingeniería de los procesos básicos mientras se automatiza la función.	
➤ Menor dependencia en la capacidad de escalar mano de obra para generar ingresos y utilidades; la automatización mejora las capacidades de los recursos actuales.	
➤ Capacidad de asignar un responsable para un problema de negocio dependiendo de su naturaleza.	
➤ Desarrollo de aplicaciones y tecnologías de robótica en una célula flexible de 4 robots manipuladores. Esta célula está diseñada para la realización de actividades de colaboración Multi - robot.	
➤ Desarrollo de aplicaciones con un robot ligero para tareas de manipulación colaborativa e interacción humano-robot.	
➤ Participación en proyectos de I+D+i de fabricación aeronáutica	
➤ Preparación de propuestas de proyectos de I+D+i de ámbito tanto regional, como nacional o europeo	
➤ Trabajo dentro de un equipo multidisciplinar en la realización de desarrollos y proyectos tecnológicos para el área de Automatización y Robótica. El principal objetivo del grupo es la transferencia de tecnología de la Academia a la Industria con el fin de mejorar los procesos productivos e incrementar la eficiencia y productividad de la industria aeronáutica principalmente.	
➤ Aplicación en procesos de cadena de suministro	
➤ Diseño de herramientas y utillajes para robots.	
<b>1.4. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>	
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO
➤ EXPERIENCIA	5 años
➤ CERTIFICACIONES	
➤ CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS	
➤ Indispensable conocimiento de software La electricidad y la electrónica industrial, La neumática industrial, La oleohidráulica, Los <a href="#">PLCs</a> (autómatas programables), El avance de las comunicaciones, La robótica industrial.	
<b>1.5. SUPERVISIÓN</b>	
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>
❖ <b>DESARROLLO DE AUTOMATIZACIÓN.</b> ❖ <b>PROGRAMADOR.</b>	❖ <b>DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL</b>
<b>1.6. CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

2.1. PERFIL DEL PUESTO			
❖ Estudios	Ingeniero industrial, telecomunicación, mecánico o similar		
❖ Especialidad	robótica y automatización, Análisis cinemático y dinámico de manipuladores		
❖ Experiencia	Inteligencia artificial, robótica y automatización		
❖ Otros estudios			
2.2. COMPETENCIAS BASICAS			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
COMPETENCIAS - VALORES			
1. Probidad y conducta.		X	
2. Vocación de servicio público.			X
3. Sensibilidad social.		X	
4. Lealtad institucional			X
5. Ética profesional.			X
COMPETENCIAS - GENERICAS			
1. Manejo Informático a nivel usuario			X
2. Conocimiento de las reglas de negocio			X
14.3. COMPETENCIAS ESPECIFICAS			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
COMPETENCIAS DE GESTIÓN			
1. Gestión por Resultados.			X
2. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
3. Control del Clima Laboral		X	
4. Constante capacitación.			X
COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO			
1. MOTIVACION LABORAL		X	
2. CLIMA ORGANIZACIONAL			X
COMPETENCIAS PERSONALES			
1. Objetividad del Logro			X
2. Capacidad Autocritica			X
3. Tolerancia al Estrés			X
4. Manejo de los Errores Personales			X
5. Iniciativa e Interés		X	
6. Auto Organización.			X

**C.3-1. DESCRIPCION DEL PUESTO**

1.1. IDENTIFICACIÓN	
❖ Nombre del Puesto	JEFE DESARROLLO DE AUTOMATIZACIÓN



❖ Remuneración	<b>\$ 12,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ Superior Directo	<b>GERENCIA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN</b>	
❖ Área a la que Pertenece	<b>ÁREA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN</b>	
❖ Personal a su cargo	<b>5</b>	
❖ Número de Plazas	<b>1</b>	
<b>1.7. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Mantener y garantizar los desarrollos de las automatizaciones y gestionar los proyectos para que se cumplan los plazos con el cliente final.		
<b>1.8. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
<b>Actividades / Tareas</b>		
➤ Planificar el proceso de inicio de cada proyecto: políticas e inducción.		
➤ Organizar las prioridades de cada actividad.		
➤ Manejar el presupuesto de cada proyecto individualmente.		
➤ Realizar las labores de administración del recurso humano.		
➤ Velar por el cumplimiento de las condiciones laborales en cada uno de los proyectos.		
➤ Evaluar mensualmente el desempeño de cada uno de los colaboradores de los proyectos.		
➤ Elaborar reportes de rendimiento del proyecto y del personal del proyecto.		
➤ Garantizar la utilización de los procedimientos y políticas de trabajo para cada uno de los proyectos.		
➤ Realizar reuniones informativas, de convivencia y desarrollo con el personal de cada proyecto.		
➤ Supervisar la realización de las actualizaciones de los sistemas.		
➤ Otorgar la capacitación necesaria de los nuevos sistemas, equipos o actualizaciones.		
➤ Desarrollar sistemas y automatizaciones que permitan mayor eficacia.		
➤ Analizar y supervisar las implementaciones de las nuevas aplicaciones o sistemas.		
➤ Asistir en el diseño de nuevos programas.		
<b>1.9. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>		
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO	
➤ EXPERIENCIA	4 años	
➤ CERTIFICACIONES		
<b>1.10. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>		
➤ Indispensable conocimiento de software y hardware de automatización. Debe manejar todos los sistemas operativos (Windows, Macintosh, Linux). Debe saber de conexión de redes y servidores. Debe de manejar los lenguajes de programación más comunes del mercado.		
<b>1.11. SUPERVISIÓN</b>		
<b>Supervisa a:</b>		<b>Supervisado por:</b>
❖ PROGRAMADOR		❖ DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL. ❖ ÁREA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN
<b>1.12. CONDICIONES DE TRABAJO</b>		
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.		
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.		

**PERFIL DEL PUESTO**

2.3. PERFIL DEL PUESTO			
❖ Estudios	Ingeniería de sistema, software o seguridad de información		
❖ Especialidad	Tecnología de información o tecnología cloud		
❖ Experiencia	Gestión de proyectos, ERP		
❖ Otros estudios			
2.4. COMPETENCIAS BASICAS			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
COMPETENCIAS - VALORES			
6. Probidad y conducta.		X	
7. Vocación de servicio público.	X		
8. Sensibilidad social.		X	
9. Lealtad institucional			X
10. Ética profesional.			X
COMPETENCIAS - GENERICAS			
3. Manejo Informático a nivel usuario			X
4. Conocimiento de las reglas de negocio			X
14.4. COMPETENCIAS ESPECIFICAS			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
COMPETENCIAS DE GESTIÓN			
5. Gestión por Resultados.			X
6. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
7. Control del Clima Laboral		X	
8. Constante capacitación.			X
COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO			
3. MOTIVACION LABORAL		X	
4. CLIMA ORGANIZACIONAL		X	
COMPETENCIAS PERSONALES			
7. Objetividad del Logro			X
8. Capacidad Autocritica		X	
9. Tolerancia al Estrés		X	
10. Manejo de los Errores Personales			X
11. Iniciativa e Interés		X	
12. Auto Organización.			X

C.3-1-1. DESCRIPCION DEL PUESTO

1.1. IDENTIFICACIÓN	
❖ Nombre del Puesto	PROGRAMADOR
❖ Remuneración	\$ 6000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN
❖ Superior Directo	COORDINADOR DESARROLLO DE AUTOMATIZACIÓN
❖ Área a la que Pertenece	ÁREA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN



❖ Personal a su cargo	0
❖ Número de Plazas	5
<b>1.13. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>	
Desarrollar los software y sistemas de información de la Entidad a fin de garantizar su operatividad.	
<b>1.14. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<b>Actividades / Tareas</b>	
➤ Atender prioritariamente las modificaciones a los sistemas, aplicaciones, programas informáticos de uso operativo y de administración solicitadas por las dependencias de la Entidad, para una atención de calidad a los contribuyentes y administrados.	
➤ Recopila y analiza la información necesaria para el diseño del software requerido.	
➤ Diseña y propone la metodología para la elaboración del software requerido según su complejidad.	
➤ Elabora y ejecuta procedimientos para el mantenimiento de los software desarrollados.	
➤ Reporta los códigos fuente de los software desarrollados, bajo responsabilidad de destitución.	
➤ Documenta los programas desarrollados y confecciona los manuales de usuario respectivos.	
➤ Promueve y participa en reuniones técnicas de programación o sistematización de los procedimientos operativos de la Entidad.	
➤ Cumple las normas, lineamientos y estándares establecidos por la OTI para la elaboración de software.	
➤ Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral establecidos por la OTI.	
➤ Otras funciones compatibles o inherentes al cargo, o que le asigne el Jefe de la Oficina de Tecnologías de la Información.	
<b>1.15. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>	
➤ IDIOMA	AVANZADO
➤ EXPERIENCIA	3 años
➤ CERTIFICACIONES	
<b>1.16. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>	
➤ Indispensable conocimiento en PHP, Ruby, java, Linux, Bases de Datos Relacionales (Postgre SQL, MySQL, SQL Server, Oracle) Structures Query Language (SQL), pl-sql	
<b>1.17. SUPERVISIÓN</b>	
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>
	❖ DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL. ❖ ÁREA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN
<b>1.18. CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.	
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.	

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.5. PERFIL DEL PUESTO</b>			
❖ Estudios	Ingeniero de Sistemas, Ingeniería de Informática.		
❖ Especialidad	Diplomado o Curso en Gestión de Proyectos – PIM.		
❖ Experiencia	Inteligencia artificial, java, Oracle.		
❖ Otros estudios			
<b>2.6. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
11. Probidad y conducta.		X	
12. Vocación de servicio público.			X
13. Sensibilidad social.		X	
14. Lealtad institucional			X
15. Ética profesional.			X
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
5. Manejo Informático a nivel usuario			X
6. Conocimiento de las reglas de negocio			X
<b>14.5. COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
9. Gestión por Resultados.			X
10. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
11. Control del Clima Laboral		X	
12. Constante capacitación.			X
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
5. MOTIVACION LABORAL			X
6. CLIMA ORGANIZACIONAL		X	
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
13. Objetividad del Logro			X
14. Capacidad Autocritica			X
15. Tolerancia al Estrés			X
16. Manejo de los Errores Personales			X
17. Iniciativa e Interés			X
18. Auto Organización.			X

**C.3-2. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
❖ <b>Nombre del Puesto</b>	<b>JEFE GESTIÓN DE PROYECTOS</b>	
❖ <b>Remuneración</b>	<b>\$ 12,000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
❖ <b>Superior Directo</b>	<b>GERENTE DE FABRICA DE ROBOTIZACION</b>	
❖ <b>Área a la que Pertenece</b>	<b>ÁREA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN</b>	
❖ <b>Personal a su cargo</b>	<b>2</b>	
❖ <b>Número de Plazas</b>	<b>1</b>	
<b>1.19. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
<p>Analizar, asistir, realizar, participar y proponer diferentes proyectos de mejora e iniciativas de innovación y modernización de la Dirección de Tesorería, garantizando su correcta formulación e implementación oportuna, de acuerdo a los procedimientos establecidos y la normativa legal vigente, con el fin de contribuir a una eficiente gestión de los recursos.</p>		
<b>1.20. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
<b>Actividades / Tareas</b>		
➤ Planificar, gestionar y controlar los recursos y tareas necesarias para llevar a cabo los proyectos e iniciativas de innovación y modernización.		
➤ Alinear los proyectos con los objetivos estratégicos del cliente.		
➤ Estimar y manejar los tiempos y recursos físicos, financieros y humanos, así como su asignación a las tareas		
➤ Establecer métodos, técnicas y herramientas a utilizar por el equipo del proyecto		
➤ Supervisar el diseño, desarrollo, instalación y posterior mantenimiento de las soluciones		
➤ Vigilar que la calidad, costo y tiempo, se gestionen adecuadamente.		
➤ Capacitar al personal involucrado en la ejecución de los proyectos.		
➤ Formular, proponer y administrar mejoras a los procesos operativos Recaudaciones, Administración de Egresos, Contabilidad, Fondos Ajenos en Custodia y Cobranzas, para simplificar los servicios y renovar la atención al cliente.		
<b>1.21. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>		
➤ <b>IDIOMA</b>	<b>INTERMEDIO - AVANZADO</b>	
➤ <b>EXPERIENCIA</b>	<b>3 años</b>	
➤ <b>CERTIFICACIONES</b>		
<b>1.22. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>		
➤ Indispensable conocimiento de Proyectos de mejora ejecutados, Fichas de proyectos, Planes de acción, Informes técnicos sobre las funciones asignadas, Propuestas e implementación de mejora a los procesos y procedimientos, Análisis y propuestas de maximización de recursos.		
<b>1.23. SUPERVISIÓN</b>		
<b>Supervisa a:</b>		<b>Supervisado por:</b>
❖ <b>CONSULTOR DE PROYECTOS.</b>		❖ <b>DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL.</b>

❖ ÁREA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN
<b>1.24. CONDICIONES DE TRABAJO</b>
➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.

**PERFIL DEL PUESTO**

<b>2.7. PERFIL DEL PUESTO</b>			
❖ Estudios	Ingenierías. Licenciaturas		
❖ Especialidad	Gestión de Procesos y Proyectos, PMI, Scrum		
❖ Experiencia	Bpm, gestión de procesos		
❖ Otros estudios			
<b>2.8. COMPETENCIAS BASICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS - VALORES</b>			
16. Probidad y conducta.		<b>X</b>	
17. Vocación de servicio público.	<b>X</b>		
18. Sensibilidad social.		<b>X</b>	
19. Lealtad institucional			<b>X</b>
20. Ética profesional.			<b>X</b>
<b>COMPETENCIAS - GENERICAS</b>			
7. Manejo Informático a nivel usuario			<b>X</b>
8. Conocimiento de las reglas de negocio			<b>X</b>
<b>14.6. COMPETENCIAS ESPECIFICAS</b>			
	<b>NIVEL DE RELEVANCIA</b>		
	<b>MEDIANO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
<b>COMPETENCIAS DE GESTIÓN</b>			
13. Gestión por Resultados.			<b>X</b>
14. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			<b>X</b>
15. Control del Clima Laboral		<b>X</b>	
16. Constante capacitación.			<b>X</b>
<b>COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO</b>			
7. MOTIVACION LABORAL		<b>X</b>	
8. CLIMA ORGANIZACIONAL		<b>X</b>	
<b>COMPETENCIAS PERSONALES</b>			
19. Objetividad del Logro			<b>X</b>
20. Capacidad Autocritica		<b>X</b>	
21. Tolerancia al Estrés		<b>X</b>	
22. Manejo de los Errores Personales			<b>X</b>
23. Iniciativa e Interés		<b>X</b>	
24. Auto Organización.			<b>X</b>

**C.3-2-1. DESCRIPCION DEL PUESTO**

<b>1.1. IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>❖ Nombre del Puesto</b>	<b>CONSULTOR DE PROYECTOS</b>	
<b>❖ Remuneración</b>	<b>\$ 6000 DOLARES ANUALES MÁS GRATIFICACIÓN</b>	
<b>❖ Superior Directo</b>	<b>COORDINADOR GESTIÓN DE PROYECTOS</b>	
<b>❖ Área a la que Pertenece</b>	<b>ÁREA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN</b>	
<b>❖ Personal a su cargo</b>	<b>0</b>	
<b>❖ Número de Plazas</b>	<b>2</b>	
<b>1.25. OBJETIVO O FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Analizar, asistir, realizar, participar y proponer diferentes proyectos de mejora de acuerdo a los procedimientos establecidos y la normativa legal vigente, con el fin de contribuir a una eficiente gestión de los recursos.		
<b>1.26. FUNCIONES ESPECIFICAS</b>		
<b>Actividades / Tareas</b>		
➤ Ayudar a los colaboradores y equipos de trabajo a identificar los obstáculos y trabas que están impidiendo el logro de las metas que la empresa se ha propuesto cumplir.		
➤ Crear un clima y un ambiente de confianza y respeto a la forma de trabajar de cada persona dentro de los equipos de trabajo.		
➤ Ayudar a la resolución de problemas en equipo por medio de un análisis de las causas del problema y la generación de posibles soluciones, aportando su experiencia en este tipo de situaciones.		
➤ Proponer e intervenir en los posibles cambios organizacionales que resulten necesarios, aportando su visión objetiva para la resolución de estos conflictos.		
➤ Motivar a los colaboradores y equipos para identificar, analiza y Resolver problemas.		
➤ Realizar un seguimiento a las acciones que han sido pactadas por el equipo para efectuar los cambios; colaborar y prestar apoyo al equipo, pero sin llegar a ocupar el rol de un Supervisor.		
➤ Solucionar los problemas surgidos paso a paso sin saltarse ninguna etapa e intentando inculcar esta dinámica al resto de trabajadores implicados.		
➤ Trabajar de forma consciente en la formación y desarrollo de los colaboradores y directivos creando de esta manera una capacidad propia y permanente de cambio que asegure la irreversibilidad de estos.		
<b>1.27. REQUISITOS DE EVALUACIÓN</b>		
➤ IDIOMA	INTERMEDIO - AVANZADO	
➤ EXPERIENCIA	3 años	
➤ CERTIFICACIONES		
<b>1.28. CONOCIMIENTOS O COMPETENCIAS OBLIGATORIAS</b>		
➤ Indispensable conocimiento de Proyectos de mejora ejecutados, Fichas de proyectos, Planes de acción, Informes técnicos sobre las funciones asignadas, Propuestas e implementación de mejora.		
<b>1.29. SUPERVISIÓN</b>		
<b>Supervisa a:</b>	<b>Supervisado por:</b>	
	❖ DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL. ❖ ÁREA DE FÁBRICA DE ROBOTIZACIÓN	
<b>1.30. CONDICIONES DE TRABAJO</b>		

➤ <b>Lugar Físico:</b> el cargo se desarrollara principalmente dentro de las instalaciones de la oficina de Tecnología de Información.
➤ <b>Horario de trabajo:</b> lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, con 45 minutos de refrigerio.

**PERFIL DEL PUESTO**

2.9. PERFIL DEL PUESTO			
❖ Estudios	Ingenierías. Licenciaturas		
❖ Especialidad	Gestión de Procesos y Proyectos, PMI, Scrum		
❖ Experiencia	Bpm, gestión de procesos		
❖ Otros estudios			
2.10. COMPETENCIAS BASICAS			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
COMPETENCIAS - VALORES			
21. Probidad y conducta.		X	
22. Vocación de servicio público.	X		
23. Sensibilidad social.		X	
24. Lealtad institucional			X
25. Ética profesional.			X
COMPETENCIAS - GENERICAS			
9. Manejo Informático a nivel usuario			X
10. Conocimiento de las reglas de negocio			X
14.7. COMPETENCIAS ESPECIFICAS			
	NIVEL DE RELEVANCIA		
	MEDIANO	ALTO	MUY ALTO
COMPETENCIAS DE GESTIÓN			
17. Gestión por Resultados.			X
18. Identifica y prepone Indicadores de Resultados.			X
19. Control del Clima Laboral		X	
20. Constante capacitación.			X
COMPETENCIAS DE TRABAJO EN EQUIPO			
9. MOTIVACION LABORAL		X	
10. CLIMA ORGANIZACIONAL		X	
COMPETENCIAS PERSONALES			
25. Objetividad del Logro			X
26. Capacidad Autocritica		X	
27. Tolerancia al Estrés		X	
28. Manejo de los Errores Personales			X
29. Iniciativa e Interés		X	
30. Auto Organización.			X