



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

# MASTER BUSSINES INNOVATION

## TESINA FINAL DE MASTER

“INNOVACIÓN EN EL DISEÑO DE PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE SUPLANTACIÓN DE LA IDENTIDAD DE SUSCRIPTORES Y USO PROHIBIDO DEL SERVICIO MÓVIL EN PENALES DEL ÁREA DE RIESGOS EN “ENTEL PERÚ S.A.”

Nombre: Jimmy George Robles  
Arenales  
Fecha: 15/07/2020



# Agradecimientos

"A Dios por cada día más de vida, a mis padres por su apoyo incondicional, a mi esposa por impulsarme en mi desarrollo profesional y a los profesores de todas las materias por su conocimiento compartido"



# INDICE

	Pag
Cap.1. Competencias adquiridas	
Cap.2. Desarrollo del trabajo	
Cap.3. Conclusiones del MBI	
Cap.4. Bibliografía	

## Anexos:

- Trabajo 1. La gestión de la innovación
- Trabajo 2. Metodologías y herramientas de metaplanificación
- Trabajo 3. El modelo EFQM. Metodología para la evaluación de la organización
- Trabajo 4. La innovación en la planificación estratégica
- Trabajo 5. La innovación en el modelo de negocio
- Trabajo 6. La innovación en la gestión de procesos
- Trabajo 7. La innovación en la gestión de operaciones
- Trabajo 8. La innovación en productos y servicios
- Trabajo 9. Innovar la innovación
- Trabajo 10. Benchmarking y herramientas de medición de la innovación.

# "TITULO DE LA TESINA"

## Capítulo 1. Competencias adquiridas

(Cumplimentar las 17 tablas que se presentan a continuación. Máximo 1 hoja por tabla) (tipo de letra Agency FB, 12)

### Asignatura: La gestión de la innovación

#### Descripción del taller realizado

Se realizó un "CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACION DETALLADA DE LA DIRECCIÓN EN EL MODELO EMOI" de forma individual identificando los principales puntos fuertes y débiles de mi organización, empresa de telecomunicaciones ENTEL PERU S.A., con respecto a la gestión de la innovación.

Se realizó el cuestionario a 5 persona de distintas áreas de la compañía, para analizar la gestión de la innovación de forma organizacional para calcular el promedio de las calificaciones del análisis realizado para obtener conclusiones cercanas a la realidad de la organización.

Finalmente, dado que somos una organización en crecimiento, **Entel S.A. tiene un nivel 3 de Gestión de la Innovación, según el modelo EMOI.**

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx.10 resultados)

1. "CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACION DETALLADA DE LA DIRECCIÓN EN EL MODELO EMOI"
2. La gestión por procesos como base para el sistema de gestión de la innovación
3. Metodología para la elaboración de procesos
4. Herramientas de innovación en la gestión de PROCESO
5. Herramientas de innovación en la gestión de PROYECTO
6. Innovar la INNOVACIÓN
7. La Propuesta de VALOR de la INNOVACIÓN
8. Competencias GRUPALES para la INNOVACIÓN
9. Competencias RELACIONALES para la INNOVACIÓN
10. Competencias COMUNES para la INNOVACIÓN

## Asignatura: Competencia: Concentración

### Descripción del taller realizado

Se realizó durante 7 días las siguientes técnicas:

Planificar las actividades del día al despertar

Enfocar el objetivo/actividad más importante del día

Realizar la técnica Pomodoro para mejorar productividad

Realizar 5 hábitos positivos

Realizar el "Diario de éxitos"

Meditar durante 20 minutos o practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir

Obtuve Beneficio mental al realizar el "círculo 99" sentí estado de paz y equilibrio, además,

Beneficio físico al realizar el "círculo 99" alejaba los dolores de pie, espalda y otros debido al frío (humedad).

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. EJERCICIO: Práctica de la relajación "El círculo 99"
2. EJERCICIO: Elaborar una lista con "5 hábitos positivos"
3. EJERCICIO: Práctica de Mindfulness
4. EJERCICIO: Distractores internos
5. EJERCICIO: Relajación-Concentración
6. Atención, aprendizaje y memoria
7. Atención y concentración
8. Clasificación de la atención
9. Estados mentales
10. Ondas cerebrales

## Asignatura: Competencia: Automotivación

### Descripción del taller realizado

Se realizó la "Rueda de Innovación" para detectar el punto a mejorar. Al realizar la Rueda de Innovación, detecté que tenía que mejorar mi Gestión del tiempo. Como primer paso, decidí comenzar con agregar hábitos potenciadores de voluntad y automotivación para lograrlo: Realizar actividad física y meditación.

Se desarrolló el método GROW sobre el objetivo a mejorar. Al desarrollar el método GROW pude interiorizar mis objetivos, beneficios, aprender de errores pasados y realizar un plan de acción que me ayude a conseguir mi meta.

Se describió la necesidad a satisfacer mediante el objetivo fijado, los valores asociados al mismo, los factores motivadores y desmotivadores propios que pueden facilitar o entorpecer el logro del objetivo, además, las técnicas y herramientas utilizadas para desarrollar el plan de acción y alcanzar el objetivo. A través de la técnica de los 3 pasos pude aprender a convertir una creencia en una creencia potenciadora.

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx.10 resultados)

1. EJERCICIO: La rueda de la innovación
2. EJERCICIO: Modelo GROW
3. EJERCICIO: Formación de valores y creencias
4. EJERCICIO: Técnica de los tres pasos
5. Necesidad
6. Pirámide de las necesidades
7. Auto-motivación
8. El proceso de motivación
9. Enfocarse en el objetivo
10. El poder de las creencias

## Asignatura: Competencia: Negociación

### Descripción del taller realizado

Se explicó un caso de Negociación real para la implementación de un proyecto entre distintas áreas de la compañía.

- Se describió el escenario de la negociación
- Se definieron las partes a Negociar, junto con sus características, necesidades y objetivos
- Se describió la situación de partida de la negociación
- Se explicó el proceso de negociación
- Se identificó aquello que ha estado bien hecho y aquello que hubiera sido mejorable
- Se describió de manera resumida los aprendizajes realizados
- Se explicó que el cierre alcanzado fue una situación de "ganar - ganar".

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. EL PROCESO NEGOCIADOR
2. PREPARACIÓN DEL "YO" PARA NEGOCIAR/ Preparación del equipo negociador
3. PREPARACIÓN DEL "YO" PARA NEGOCIAR/ Estilos - Actividad práctica
4. LA ANTESALA DE LA NEGOCIACIÓN/ Poder - Actividad práctica
5. LA ANTESALA DE LA NEGOCIACIÓN/ Relación - Actividad práctica
6. LA ANTESALA DE LA NEGOCIACIÓN/ Posicionamiento - Actividad práctica
7. LA SALA O NEGOCIACIÓN PROPIAMENTE DICHA/ Desarrollo - Actividad práctica
8. LA SALA O NEGOCIACIÓN PROPIAMENTE DICHA/ Cierre - Actividad práctica
9. LA SALA O NEGOCIACIÓN PROPIAMENTE DICHA/ Posiciones - Actividad práctica
10. LA SALA O NEGOCIACIÓN PROPIAMENTE DICHA/ Tácticas - Actividad práctica

## Asignatura: Competencia: Priorización

### Descripción del taller realizado

Se detalló un caso de Priorización real en la mesa de trabajo de un proyecto regulatorio de la compañía donde laboro:

1. Se describió el escenario
2. Se presentó el listado de alternativas a priorizar
3. Se presentaron los criterios
4. Se realizó el método rápido PACE con dos criterios
5. Se realizó el método avanzado Matriz de Priorización con todos los criterios
6. Se realizó la comparación de métodos y se concluyó que el método de la Matriz es más efectivo por tener criterios con poca correlación entre sí y bien definidos para ponderar.

Se concluyó:

El método PACE es factible cuando tiene sólo 2 criterios ó puede elegir los 2 criterios que puedan influir más en la priorización.

El método de la Matriz es más efectiva cuando tienes más criterios y la mesa de trabajo no puede decidir que 2 son los más influyentes, además, al incluir la probabilidad de éxito se hace más eficaz.

### Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. Diagrama PACE
2. Descripción matriz de priorización
3. Uso de matriz de priorización
4. Método de comparación pareada
5. Ventajas e inconvenientes de comparación pareada
6. Justificar la elección del método de priorización a usar
7. Métodos de priorización
8. Utilidad de la priorización
9. Tipo de indicadores
10. ¿Cómo trabajar con indicadores? Tablero de marcha

## Asignatura: Competencia: Gestión de conflictos

### Descripción del taller realizado

Se desarrolló un caso de Resolución de un Conflicto que se encontró en estado de Crisis, basado en una situación real de un proyecto regulatorio de la compañía donde laboro.

Se realizó lo siguiente:

1. Se definió qué caracteriza a las partes en Conflicto
2. Se describió la situación de partida del Conflicto, sus orígenes y su evolución
3. Se describió la reunión entre las partes (objetivo: salir de la crisis y de "curar" la relación)
4. Se describió aquello que ha estado bien hecho y aquello que es mejorable

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx.10 resultados)

1. PERCEPCIÓN DEL CONFLICTO EN LA ORGANIZACIÓN/
2. PERCEPCIÓN DEL CONFLICTO EN LA ORGANIZACIÓN/ Gestión
3. CAUSAS DEL CONFLICTO MÁS FRECUENTES/ Análisis
4. CAUSAS DEL CONFLICTO MÁS FRECUENTES/ Estructura
5. PREVENCIÓN DE SITUACIONES CONFLICTIVAS/ Empatía
6. PREVENCIÓN DE SITUACIONES CONFLICTIVAS/ Escucha
7. PREVENCIÓN DE SITUACIONES CONFLICTIVAS/ Asertividad
8. PREVENCIÓN DE SITUACIONES CONFLICTIVAS/ Peticiones
9. INTERVENCIÓN EN SITUACIONES CONFLICTIVAS/Espacios de confianza / Inteligencia Emocional
10. RESOLUCIÓN DE SITUACIONES CONFLICTIVAS

## Asignatura: Metodologías y herramientas de metaplanificación

### Descripción del taller realizado

Se implementó la matriz BCI para un caso real de la compañía donde trabajo, sobre los tipos de clientes de la base:

1. Se identificó los 3 factores de clasificación que se utilizó en la matriz BCI.
2. Se identificó los 3 niveles de cada uno de los factores identificados
3. Se creó una matriz BCI de 3 factores a 3 nivel y se ubicó sobre la matriz al menos 10 clientes diferentes de la organización

Se pudo obtener información valiosa, a los clientes top, se les debe fidelizar. Mientras que a los clientes intermedios se deben establecer mejoras en las ofertas. Finalmente, a los clientes III se podría evaluar hacerles un proceso de evangelización u optimizar la oferta comercial.

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. Matriz BCI
2. Matriz de clasificación de clientes
3. Mapa de empatía
4. Mapa de experiencia del cliente
5. Metodología de Kano
6. Modelo EFQM de excelencia
7. Herramientas para el cambio: mapa de actores y aliados
8. Matriz de Covey
9. Metodología 5s
10. Diagrama Ishikawa

## Asignatura: El modelo EFQM. Metodología para la evaluación de la organización

### Descripción del taller realizado

Se analizó un caso propuesto por el curso de la Empresa SA:

1. Se realizó un estudio de los resultados obtenidos con el objetivo fundamental de identificar los puntos fuertes y los puntos débiles de la organización, considerando el estudio tanto para la valoración media como para el porcentaje de desconocimiento.
2. Se propusieron 4 planes de mejora innovador:

Se propone adoptar herramientas de auto-gestión de horarios (marcación vía web o app), vacaciones, bolsa de trabajo interna y beneficios (documentos frecuentes, sistema de salud y capacitación vía cursos en línea) vía web y app para que los empleados sientan que se encuentran en una empresa innovadora.

Se propone implementar evaluaciones de desempeño anuales, se definen los objetivos al comenzar el periodo y se evalúan los objetivos cumplidos y desarrollo de habilidades durante su implementación. Además, detectar a los mejores de cada gerencia y generar bonificaciones anuales y plan de retención de talento.

Se propone implementar un concurso de ideas de innovación de las áreas de la compañía, cada líder debe proponer problemas que las ideas de innovación deben resolver. Las 3 ideas ganadoras se implementan y benefician al área, se premia a los finalistas con dispositivos móviles o relojes Smart u otro accesorio tecnológico.

Se propone colocar claramente, los objetivos de la compañía, si es necesario en los fondos de pantalla de las laptops o PCs. Se propone fomentar las capacitaciones internas, un líder puede capacitar a los demás en nuevas habilidades.

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. El modelo EFQM/ Metodologías de evaluación
2. El modelo EFQM/ Evaluación de la creatividad y la innovación
3. La evaluación de los líderes de la organización como responsables del sistema de gestión y sus resultados
4. La evaluación de los líderes de la organización en la implicación con su personal
5. La evaluación del proceso de desarrollo, revisión y actualización de la estrategia de la organización
6. La evaluación de los procesos de gestión del personal de la organización
7. La evaluación de los procesos de gestión de los recursos económico-financieros
8. La evaluación del diseño y la gestión de los procesos
9. La evaluación de la percepción del personal de la organización
10. La evaluación de los indicadores de rendimiento en el personal de la organización

**Asignatura: La innovación en la planificación estratégica**

Descripción del taller realizado

Se realizó una planificación estratégica para una empresa que propuse:

1. Se logró definir el sector en el que trabaja la empresa
2. Se logró definir el tipo de productos
3. Se definió la Misión, Visión y Valores de la empresa.
4. Se definió el área geográfica en la que se venderán los productos, identificar los canales de venta (tienda, on-line,...)
5. Se mostró el resultado de un análisis PEST
6. Se elaboró la estrategia según el modelo de Océanos azules

**Como en Casa** (Nombre de la empresa), inicia operaciones en un sector en crecimiento y se enfoca en el "insight" de tradición y homenaje a nuestras abuelitas. Se enfoca en un océano azul, la experiencia de servicio en los restaurantes,

Sin embargo, dado que el foco es brindar experiencia de costumbres peruanas, no se puede aprovechar la mano de obra barata que se ha generado por la migración venezolana.

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. DISEÑO/ Video: Ejemplo aplicación Análisis PEST
2. DISEÑO/ Video: Cadena de Valor
3. DISEÑO/ Video: Ejemplo aplicación 5 fuerzas de Porter
4. ELEMENTOS FILOSÓFICOS DE LA ESTRATEGIA/ Video: Gestión del cambio. Propósitos y valores
5. ELEMENTOS FILOSÓFICOS DE LA ESTRATEGIA/ Misión
6. ELEMENTOS FILOSÓFICOS DE LA ESTRATEGIA/ Visión
7. ELEMENTOS FILOSÓFICOS DE LA ESTRATEGIA/ Valores
8. Video: Océanos azules
9. DISEÑO: OBJETIVOS, PROYECTOS Y MEDIBLES/ Video: Definición de los objetivos estratégicos de la organización
10. IMPLEMENTACIÓN: ORGANIZACIÓN

**Asignatura:** La innovación en el modelo de negocio

### Descripción del taller realizado

Se mostró un ejemplo de los 24 modelos de negocio  
Se eligió 15 modelos de negocio y se indicó cómo obtienen "rentabilidad"  
Se eligió a Entel Perú SA y se definieron sus elementos del CANVAS MODELO DE NEGOCIO

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. La naturaleza de la Dirección Estratégica (Tendencias, Fuerzas de mercado, cambio, competidores, etc..y su repercusión en los negocios):
2. La naturaleza de la Dirección Estratégica (y su repercusión en los negocios II) (Fuerzas macro y micro, fuerzas de la industria, Entorno Competitivo, etc...:
3. Análisis de Modelos de Negocio: CANVAS/ Mapa de Empatía
4. Generación de la Idea de Negocio / Generar Ideas
5. Generación de la Idea de Negocio/II.- Story Telling: introducción
6. Generación de la Idea de Negocio / Canvas - Resumen
7. Patrones Canvas de diseño del modelo de negocio
8. Patrones Canvas de diseño del modelo de negocio/ Descripción: Caso Starbucks
9. Habilidades y actitudes para el directivo
10. Desarrollo de la habilidad de Negociación

## Asignatura: La innovación en la gestión de procesos

### Descripción del taller realizado

Se diseñó un procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los clientes en Entel Perú S.A. que cumplan con los requisitos de la norma ISO-9001 en el punto 9.1.2.

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. Principios de la gestión de calidad en la norma ISO-9001-2015
2. Enfoque a procesos en la norma ISO-9001-2015
3. Ciclo PDCA en la norma ISO-9001-2015
4. La gestión del riesgo en la norma ISO-9001-2015
5. Sistema de gestión de la calidad y sus procesos. Alcance
6. Proceso de gestión de riesgos y oportunidades
7. Gestión de los procesos de comunicación
8. Gestión de la Información documentada del sistema de gestión de calidad
9. Gestión del proceso de diseño y desarrollo de los productos y servicios
10. Gestión de los Procesos de seguimiento, medición, análisis y evaluación

## Asignatura: La innovación en la gestión de operaciones

### Descripción del taller realizado

Se Analizó el caso de rodillas de titanio Kapeju

Se Propusieron soluciones innovadoras

Se redujo la incertidumbre y se crearon nuevos procesos e indicadores:

#### Duración del ciclo: (anterior)

2.25 (urgente) ó

3.25 (no urgente)

Más el tiempo de devolución del hospital



#### Duración del ciclo: (nuevo)

3.75 (urgente) -> hasta 3 pedidos en 2 semanas

5.75 (no urgente) -> hasta 2 pedidos en 2 semanas

Todos los tipos de cajas de herramientas tienen al menos 2 unidades

### Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. Las Operaciones en nuestra organización
2. Las 5Vs
3. Ciclo de Vida de Producto y Dirección de Operaciones
4. Lead Time (Plazo de Entrega)
5. Razones para Automatizar
6. Ventajas e Inconvenientes del Outsourcing
7. Diseño de Puesto de Trabajo Ergonomía
8. Los 4 principios directores de la creación de flujo de valor
9. smed DRIGEN
10. beneficios SMED

## Asignatura: La innovación en productos y servicios

Descripción del taller realizado
<p>Se usó el MAPA de EXPERIENCIAS para detallar la trayectoria que un TURISTA realiza desde que DETECTA-ENCUENTRA el ALOJAMIENTO hasta que el PERSONAL del hotel le ATIENDE</p> <p>Se contestó el RETO “Qué ASPECTOS del SISTEMA HOTELERO habría que MEJORAR respecto a la asistencia del TURISTA” usando Diagrama de Afinidad</p> <p>Sobre el PRODUCTO “Mistura del Pueblo”, se usó la plantilla del STORYTELLING, para contar “CÓMO MEJORA EL TURISMO el servicio respecto a la ASISTENCIA al MERCADO LOCAL”</p>
Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx.10 resultados)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. MAPA DE EXPERIENCIAS/ Trayectoria del cliente</li> <li>2. MAPA DE EXPERIENCIAS/ Modelo Touchpoint</li> <li>3. DIAGRAMA DE AFINIDAD/ Modelo Brainstorming</li> <li>4. DIAGRAMA DE AFINIDAD/ Centrado en el usuario</li> <li>5. STORYTELLING/ Storyboard</li> <li>6. STORYTELLING/ Narrativa</li> <li>7. DESIGN THINKING/ Procesos</li> <li>8. DESIGN THINKING/ Construcción del método</li> <li>9. BLUEPRINT/ Strategy business</li> <li>10. SERIOUS PLAY/ Juego dramático</li> </ol>

<b>Asignatura: Innovar la innovación</b>
Descripción del taller realizado
No se realizó taller.

--

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx.10 resultados)

1. La matriz de TRIZ
2. Uso del sistema TRIZ
3. Planificación de un proyecto de tendencias según el método TRIZ y presentación de un proyecto
4. Planificación de los recursos humanos en un proyecto de tendencias método TRIZ
5. Planificación de infraestructuras en un proyecto de tendencias método TRIZ
6. Planificación de infraestructuras en un proyecto de tendencias método TRIZ II
7. Principios de invención y matriz de contradicciones caso práctico
8. Resolución de conflictos y resolución de contradicciones
9. Técnicas adicionales
10. Análisis de los recursos

**Asignatura:** Benchmarking y herramientas de medición de la innovación.

Descripción del taller realizado

No se realizó taller.

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. Indicadores para medir la capacidad de innovación
2. Indicadores para medir los outputs
3. Indicadores para medir la generación de valor
4. Modelo "Strategy Maps"
5. Gestión de la innovación: modelos e indicadores
6. Gap Analysis
7. Principales técnicas en el análisis avanzado
8. Ventajas e inconvenientes de las técnicas avanzadas
9. Tipos de Benchmarking
10. Beneficios del Benchmarking

**Asignatura:** La innovación en la gestión de proyectos.

Descripción del taller realizado

No se realizó taller.

--

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. Fases del proceso SCRUM: las Ceremonias
2. Elementos SCRUM: los Artefactos
3. Roles SCRUM
4. Aspectos generales
5. Kanban / Principios y valores
6. Kanban / Prácticas operativas y organizativas
7. Pasos para la puesta en marcha de un Kanban
8. Kanban / Métricas
9. Modelos de escalado
10. Agilidad en la gestión de proyectos

### **Asignatura:** La innovación en la priorización de proyectos

Descripción del taller realizado

No se realizó taller.

Qué es lo que usted ha APRENDIDO en esta ASIGNATURA (use la taxonomía de BLOOM)( máx,10 resultados)

1. MAPEO DE STAKEHOLDERS/ Matriz interés/poder
2. MAPEO DE STAKEHOLDERS/ Modelo de prominencia
3. Mapeo de stakeholders basado en Análisis de Redes Sociales
4. Decisiones difíciles
5. Concepto de Buena Decisión
6. Importancia de la toma de decisiones en Dirección de Proyectos.
7. Proceso de Decisión Multicriterio.
8. PROCESO ANALÍTICO JERÁRQUICO (AHP)
9. Análisis de stakeholders de la empresa
10. Grupos de interés o stakeholders de una empresa y "stakeholders engagement"

## **Capítulo 2. Desarrollo del trabajo (Detalle en la próxima hoja)**

### **2.1. Introducción**

### **2.2. Objetivos**

### **2.3. Metodología**

### **2.4. Resultados**

### **2.5. Conclusiones**

TESINA



Resolución

# TALLER

<b>Nombre de la asignatura</b>	Tesina
<b>Nombre del alumno</b>	Jimmy George Robles Arenales
<b>Fecha de realización</b>	06/07/2020

## INTRODUCCIÓN

Los procesos que se desean mapear utilizando la metodología Design Process Canvas pertenecen al área de Riesgos de una empresa de Telecomunicaciones como Entel Perú. El primer proceso, "Identificación de la suplantación de la identidad de suscriptores" tiene mucho impacto económico en la compañía, el usuario que es suplantado, deja una deuda en servicios y costo del equipo. Personas con poca ética suplantan identidades con la finalidad de adquirir un equipo de gama alta o media en los puntos de venta de Entel Perú y aprovecharse de los servicios de telecomunicaciones en ocasiones para actos ilícitos como extorsión.

Por otro lado, el segundo proceso "Uso Prohibido del servicio móvil en Penales" es una restricción regulatoria de uso de servicio móvil dentro de los centros penitenciarios. Cada empresa operadora de Perú debe detectar a las líneas y equipos que incurran en este escenario para cortarles el servicio. Si no se cumple oportunamente con la detección, el operador comete una falta grave ante el regulador y ante el estado peruano por ser facilitador de telecomunicaciones a una persona privada de sus derechos.

Me motiva realizar la metodología Design Process Canvas a ambos procesos mencionados anteriormente, debido a que son procesos importantes y con gran impacto en la empresa y la sociedad pero que demandan mucha operativa. Con los procesos ya mapeados, sería posible evaluar eficiencias en la terciarización en el primer proceso y la automatización total en el segundo proceso para generar ahorros económicos, de tiempo y eficiencia en el área de riesgos.

## OBJETIVOS

- Aplicar la metodología Design Process Canvas al proceso “Identificación de la suplantación de la identidad de suscriptores” perteneciente al área de Riesgos de la empresa de Telecomunicaciones como Entel Perú para evaluar eficiencias en la terciarización.
- Aplicar la metodología Design Process Canvas al proceso “Uso Prohibido del servicio móvil en Penales” perteneciente al área de Riesgos de la empresa de Telecomunicaciones como Entel Perú para evaluar la automatización total a través de un software.

## METODOLOGÍA

- Se interiorizarán todos los conceptos de la herramienta Design Process Canvas
- Se generará el levantamiento de información a través de las personas que intervienen activamente en los procesos a través de entrevistas web
- Se completarán todos los componentes de la herramienta Design Process Canvas para ambos procesos
- Se analizarán los resultados para evaluar si se cumplieron los objetivos
- Se generan las conclusiones y siguientes pasos

RESULTADOS DESIGN PROCESS CANVAS (PPT interactiva, pulse F5 haga clic en  para ver detalle y clic para regresar)

"Gestión de la identificación de la suplantación de la identidad de suscriptores de Entel Perú SA a través de los reclamos atendidos"							
<b>Tipo de Proceso:</b> Apoyo para el proceso de la compañía "Atención de reclamos"		<b>Responsable:</b> Área de Prevención de Fraude de la Gerencia de Riesgos		<b>Legislación:</b> Condiciones de uso - Osiptel 		<b>Código:</b> 202007	<b>Fecha:</b> 15/07/2020
<b>Objetivos:</b> Detectar la suplantación de identidad de un cliente de Entel 		<b>Alcance:</b> Suscriptor   Atención al Cliente Socios Negocio   Proceso venta 		<b>Expectativa del Cliente:</b> Detección de la suplantación de identidad y Reversión de impactos al suscriptor 			
<b>Entradas:</b> Reclamo del cliente   Información para el caso			<b>Inicio:</b> Derivación del reclamo por suplantación al área			<b>Indicadores:</b> Reclamos atendidos/fundados   Apelaciones 	
<b>Salidas:</b> Resolución del caso   Acciones 			<b>Fin:</b> Conclusión del caso y ejecución de acciones 				
Controles	Como	MPDCA	Quién	Con qué	Cuando	Riesgos	Oportunidades
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 15%;"> <b>LECTURA DE CASO Y BÚSQUEDA DE DOCUMENTACIÓN (reclamo-audio)</b> </div> <div style="font-size: 2em;">→</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 15%;"> <b>BÚSQUEDA DE DOCUMENTACIÓN (orden de venta)</b> </div> <div style="font-size: 2em;">→</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 15%;"> <b>ANÁLISIS DE DOCUMENTACIÓN</b> </div> <div style="font-size: 2em;">→</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 15%;"> <b>RESOLUCIÓN Y DERIVACIÓN</b> </div> <div style="font-size: 2em;">→</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 15%;"> <b>SUSPENSIÓN DE LINEA Y BLOQUEO DE EQUIPOS</b> </div> <div style="font-size: 2em;">→</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 15%;"> <b>REVERSIÓN DE LA DEUDA</b> </div> </div>							
1	4	5.1	6	11	De ser fundado el caso se anula toda la deuda del cliente hacia Entel.		
2	4.1		7	12			
3	4.2		8	13			
3.1	4.3.1		9				
3.2	4.3.2		10				
3.3	4.3.3						
3.4		5.2					

**Tareas**

## Legislación

[Texto Único Ordenado de las Condiciones de Uso de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 138-2012-CD/OSIPTEL](#)

Normativa vigente del regulador de las telecomunicaciones de Perú, OSIPTEL. En esta norma se encuentran todos los lineamientos que las empresas de telecomunicaciones deben seguir en la relación con el usuario y otras empresas operadoras.

## Objetivos específicos

- Conseguir toda la evidencia relacionada al caso
- Analizar la información y detectar la suplantación de identidad
- Revertir los perjuicios al suscriptor (De ser el caso)
- Aplicar medidas correctivas a los actores que contribuyeron a la suplantación

## Alcance

- Suscriptor: Se resuelve el caso y se generan las acciones que revierten el perjuicio al cliente.
- Atención al Cliente: Se resuelve el caso en los plazos establecidos y pueden continuar con el proceso de atención del reclamo.
- Socio de Negocio: Se aplican las medidas correctivas y se sugieren puntos de mejora.
- Proceso de Venta: Si hay muchos casos de un escenario en particular, el área de Prevención de Fraude puede sugerir cambios en el Proceso de Venta de la compañía para evitar pérdidas mayores.

## Expectativa del cliente

- Suscriptor: Resolución del caso y se generación de las acciones que revierten el perjuicio al cliente.
- Atención al Cliente: Resolución del caso en los plazos establecidos
- Proceso de Venta: Mejora continua del Proceso para evitar pérdidas en la compañía.

## Entradas

- Reclamo del cliente: Caso ingresado por el cliente a través de los canales de atención (Llamada, web y whatsapp)
- Información del caso: Todo tipo de información relacionada al cliente y al proceso de venta (Orden de venta, Canal de atención, Comportamiento del cliente, etc)

## Salidas

- Resolución del caso: Fundado si con todo el análisis se concluye que el cliente fue suplantado, caso contrario Infundado.
- Acciones: Reversión de deudas al cliente, Acciones correctivas a los socios de negocio y retroalimentación al proceso de venta.

## Inicio

- Atención al cliente analiza el reclamo y concluye de que se trata de un caso relacionado a una suplantación de identidad, en consecuencia, deriva el caso al área de Riesgos.

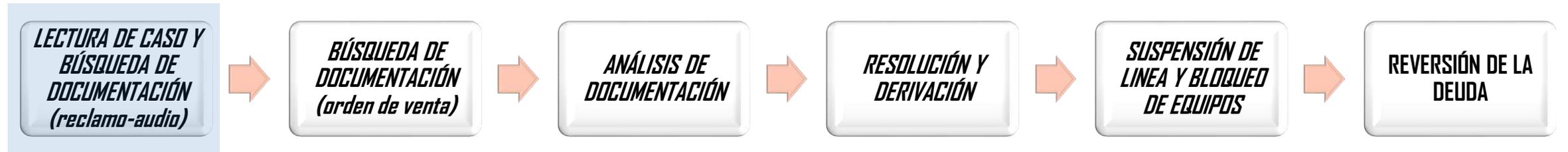
## Fin

- Declaración de un caso Fundado o Infundado y ejecución de acciones hacia el cliente o socio de negocio

## Indicadores

- Reclamos atendidos: Cantidad de reclamos que se resuelven por periodo (día, semana y mes)
  - Reclamos fundados: Cantidad de reclamos que tienen como resolución Fundado (Suplantación al cliente).
- Si el ratio:  $\text{Reclamos fundados} / \text{Reclamos fundados}$  es alto genera una alerta sobre el proceso de venta.
- Apelaciones: Son reclamos ingresados por segunda vez, es decir el suscriptor no está contento con la resolución de su caso.
- Si el número es alto genera alertas sobre el proceso de atención de casos del área de prevención de fraude.

# Tesina: Resolución



<b><u>Controles</u></b> Archivo Excel de seguimiento de atención de casos	<b><u>Como</u></b> En ppts siguientes	<b><u>MPDCA</u></b> Desarrollo	<b><u>Quién</u></b> Analista de atención de casos	<b><u>Con qué</u></b> Excel CRM de Entel Correos	<b><u>Cuando</u></b> Reclamo ingresado para análisis de Riesgos	<b><u>Riesgos</u></b> No leer el correo y no priorizar los casos	<b><u>Oportunidades</u></b>
--	--	-----------------------------------	--	---	--	---	-----------------------------

# 1. Verificar si se designó algún reclamo prioritario al correo

miércoles 22/01/2020 06:21 p.m.  
Alejandra Alvarez <aalvarez@rcpasesores.com>  
RE: REASIGNACION RIESGOS//GUSTAVO ADOLFO OROS HUALLPA//160343379

Para: 'Arteaga Arango, Miguel[RCP Asesores]'  
CC: 'Mayra Honorio'; 'Aldebaran Canturini'; 'Jharumy Amboloy'; 'Samir Salinas'; 'Vicky La Rosa'; riesgos.procesosreclamos@entel.pe; 'Angelica Santisteban'  
Respondió a este mensaje el 22/01/2020 07:10 p.m.

---

**Enviado el:** miércoles, 22 de enero de 2020 17:45  
**Para:** Angelica Santisteban  
**CC:** Mayra Honorio; Aldebaran Canturini; Jharumy Amboloy  
**ASUNTO:** REASIGNACION RIESGOS//GUSTAVO ADOLFO OROS HUALLPA//160343379  
**Importancia: Alta**

Buenas Tardes;

Angelica,

Tu apoyo por favor con la atención del caso, cliente indica que nunca solicito la linea en mención

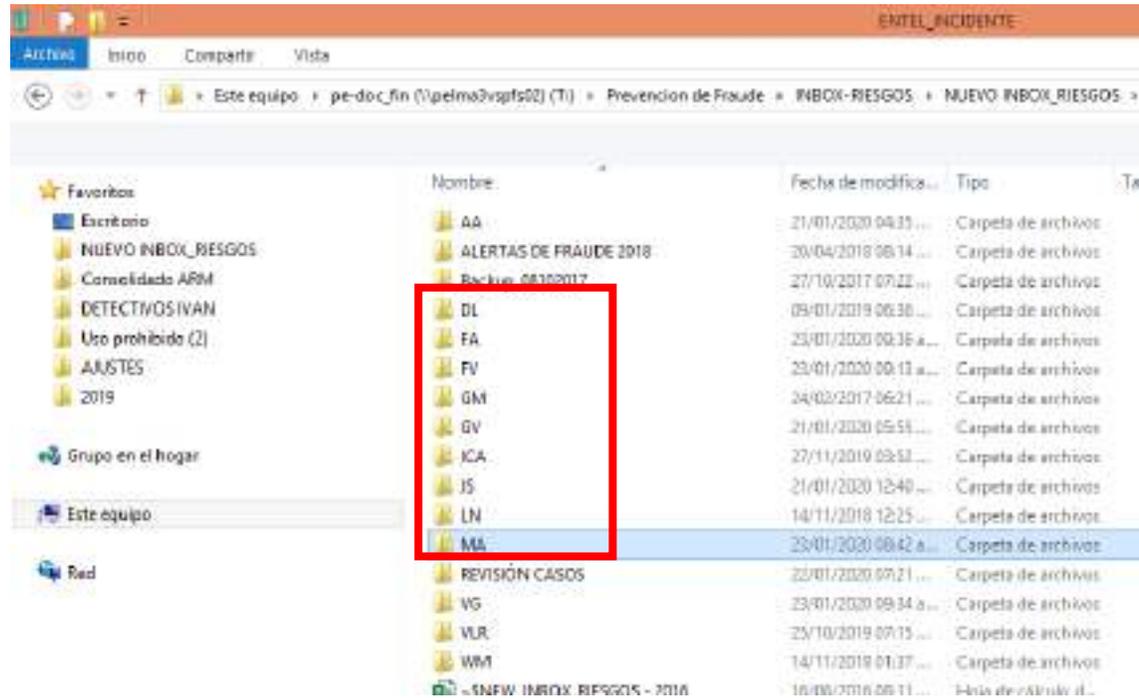
Se adjuntan los datos respectivos

NOMBRE: GUSTAVO ADOLFO OROS HUALLPA  
DNI: 47298728  
ORDEN: 615301792  
FECHA: 27/11/2019  
N°: 51923843083  
CREADO POR: EXTAPALMA-IS

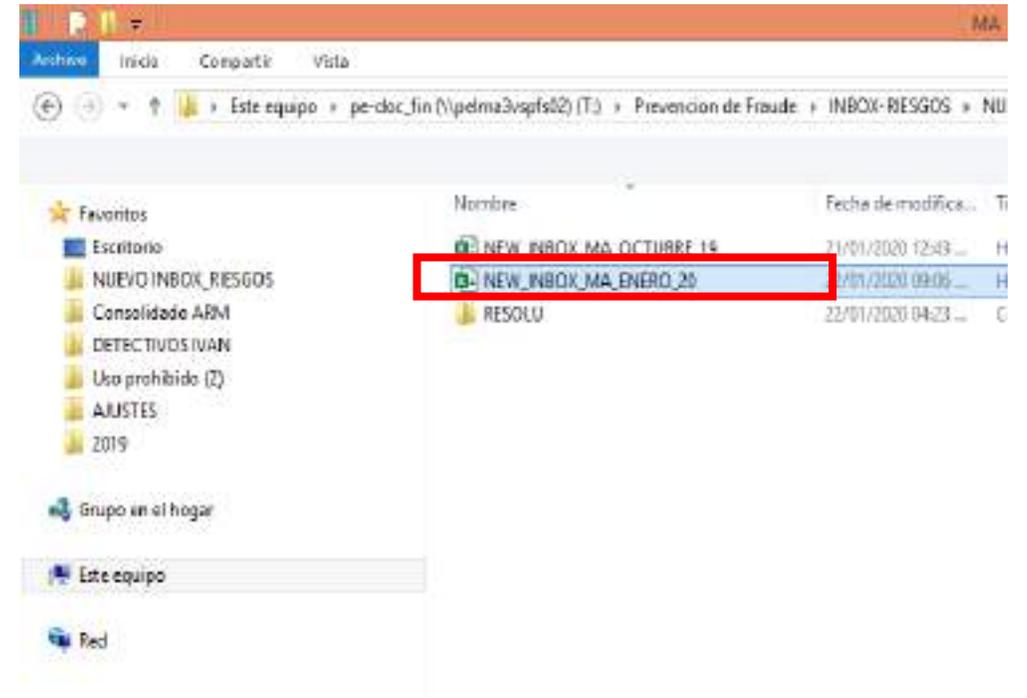
En el caso que no llegué prioridad, continuar con el paso 2; sino proceder a la resolución del mismo.

# 2. Ingresar a Excel de Reclamos

- 2.1. Ingresar a  
❖ NUEVO INBOX\_RIESGOS/ENTEL\_INCIDENTES/ \*\*  
(iniciales del nombre de analista)



- 2.2. Abrir el archivo: NEW\_INBOX\_MA\_\*\*MES\*\*20



Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer? Compartir

Pegar Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición

Arial 8 Ajustar texto General

Formato Dar formato Estilos de Insertar Eliminar Formato

Ordenar y Buscar y filtrar seleccionar

H328 KAREN PILAR LOZADA VILLARREYES

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R			
1	DÍAS	CODIG	FECHA	FECHACA	CODIGO	COMPANIA	DIRECCION	RUC	COMPANIA	CODIGO	CUENTA	COMP	TELEFONO	CONTRAT	CODIGO	FECHA	CODIG	SOLICI	TIPO	PROCES	GAM
305	6	1	159893342	15-ene-20	25	15-ene-20	13826314	DOREYDA SILVA TICONA	ROMEF CL MODESTO MC	10405618198		119842909	51960496804		47313095		51347481	DIGPOS0210	VENTA	MOVILES	
306	6	1	159899047	15-ene-20	33	15-ene-20	18522667	GUIANELLA ALEXANDRA GONZA	JR. ALMIRANTE C	76343036		120975507	51998363421		51133457		613678570	DIGPOS6136	VENTA	MOVILES	
307	6	0	159899047	15-ene-20	33	15-ene-20	18522667	GUIANELLA ALEXANDRA GONZA	JR. ALMIRANTE C	76343036		120975507	51922908947		51308116		614628671	DIGPOS6146	VENTA	MOVILES	
308	6	1	159900123	15-ene-20	76	20-ene-20	4188919	YULY DEL ROSARIO SUAREZ VEL	CL INACANATO	41269605		114744699	51923720001		51403481		615114823	DIGPOS6151	VENTA	MOVILES	
309	6	0	159900123	15-ene-20	76	20-ene-20	4188919	YULY DEL ROSARIO SUAREZ VEL	CL INACANATO	41269605		114744699	51923921319		51403523		615114824	DIGPOS6151	VENTA	MOVILES	
310	6	0	159900123	15-ene-20	76	20-ene-20	4188919	YULY DEL ROSARIO SUAREZ VEL	CL INACANATO	41269605		114744699	51946226038		51505861		615569920	DIGPOS6155	VENTA	MOVILES	
311	6	1	159923290	15-ene-20	97	15-ene-20	5582306	ALEJANDRA NOLE ORTEGA	AV LAS PALMER	10732174759		113810731	51934476666		15860223		20039225		27704078	VENTA	MOVILES
312	5	1	160005832	16-ene-20	0	16-ene-20	8560756	JOSE LUIS NAVARRO FLORES	AV ALEJANDRO E	70010061		119595054	51993308387		46511879		48891659	DIGPOS0175	PORTABILIDAD		
313	5	1	160009426	16-ene-20	114	16-ene-20	9112020	JUAN ANTONIO MUÑOZ ESPINOZ	JR LIMA 231 URB	9384362		120019509	51922243369		47816412		53151618	DIGPOS0231	VENTA	MOVILES	
314	5	1	160012266	16-ene-20	370	16-ene-20	3501185	JHENIFER EVELYN THALIA ARAU	AV HONORIO DEL	48577711		111937346	51947325436		7338570						
315	4	1	160162426	18-ene-20	29	18-ene-20	3918427	JHONSON HAILER ARAUJO GAR	PSJ LAS MARGA	70235148		121066837	51981295594		51497240		615517694	70235148	VENTA	MOVILES	
316	4	0	160162426	18-ene-20	29	18-ene-20	3918427	JHONSON HAILER ARAUJO GAR	PSJ LAS MARGA	70235148		121066837	51947398917		7728437		1424842	27681574	VENTA	MOVILES	
317	4	1	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	792025	CRISTHIAN YANDARY MOYANO	AVENIDA MARQL	40965746		11038644	51993286798		48296646		602104015	DIGPOS0261	PORTABILIDAD		
318	4	1	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	792025	CRISTHIAN YANDARY MOYANO	AVENIDA MARQL	40965746		11038644	51994072406		4269923						
319	4	0	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	792025	CRISTHIAN YANDARY MOYANO	AVENIDA MARQL	40965746		11038644	51998268663		2583198						
320	4	0	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	792025	CRISTHIAN YANDARY MOYANO	AVENIDA MARQL	40965746		11038644	51971798666		50586614		610888134	DIGPOS0371	PORTABILIDAD		
321	4	0	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	792025	CRISTHIAN YANDARY MOYANO	AVENIDA MARQL	40965746		11038644	51980534346		26743684						
322	4	0	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	792025	CRISTHIAN YANDARY MOYANO	AVENIDA MARQL	40965746		11038644	5.11981E+11		1262810						
323	4	1	160164021	18-ene-20	156	18-ene-20	2273607	LUIS ANGEL CABRERA MUNOZ	CL POMABAMBA	10777396		111355251	51947136473		4713534						
324	4	0	160164021	18-ene-20	156	18-ene-20	2273607	LUIS ANGEL CABRERA MUNOZ	CL POMABAMBA	10777396		111355251	51994220902		4714202						
325	4	0	160164021	18-ene-20	156	18-ene-20	2273607	LUIS ANGEL CABRERA MUNOZ	CL POMABAMBA	10777396		111355251	51994220894		4714178						
326	4	1	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754	KAREN PILAR LOZADA VILLARRI	JR VERACIDAD I	45586745		113827013	51924963949		51618258		616027295	43765202	VENTA	MOVILES	
327	4	0	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754	KAREN PILAR LOZADA VILLARRI	JR VERACIDAD I	45586745		113827013	51922849148		35823130		36369396	30554444	VENTA	MOVILES	
328	4	0	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754	KAREN PILAR LOZADA VILLARRI	JR VERACIDAD I	45586745		113827013	51964305124		15974682		20089625	31812732	PORTABILIDAD		
329	4	0	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754	KAREN PILAR LOZADA VILLARRI	JR VERACIDAD I	45586745		113827013	51934527943		15944236		20089536	37687630	VENTA	MOVILES	
330	4	0	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754	KAREN PILAR LOZADA VILLARRI	JR VERACIDAD I	45586745		113827013	51922849148		518246058		614297758	43759166	PORTABILIDAD		
331	4	0	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754	KAREN PILAR LOZADA VILLARRI	JR VERACIDAD I	45586745		113827013	51924958886		51618250		616027229	43765221	VENTA	MOVILES	
332	4	1	160183377	19-ene-20	0	19-ene-20	9565431	PABLO NEL AYALA MENDIETA	JR PUCALLPA 52	46436476		120359936	51959176149		49525714						
333	4	0	160183377	19-ene-20	0	19-ene-20	9565431	PABLO NEL AYALA MENDIETA	JR PUCALLPA 52	46436476		120359936	51923444034		51390827		615049944	DIGPOS6150	VENTA	MOVILES	
334	4	1	160191090	19-ene-20	97	19-ene-20	3150289	TOMAS VEGA YAURI	PSJ 7 AH JOSE C	10191355		119308585	51924874313		51606852		615979077	44799833	VENTA	MOVILES	Chip
335	3	1	160221978	20-ene-20	25	20-ene-20	4692933	SIMON OSCAR HUAMAN PALOM	JR LUIS GIRIBALC	10076142047		114464547	51992857968		19424842		22320366	80121547	PORTABILIDAD		
336	3	1	160222390	20-ene-20	145	20-ene-20	659648	ATILANO IGNACIO PERPETUA FI	MZ 73 - 6 PP.JJ S/	10328575553		117578086	51977434638		33931206		34078136		VENTA	MOVILES	
337	3	0	160222390	20-ene-20	145	20-ene-20	659648	ATILANO IGNACIO PERPETUA FI	MZ 73 - 6 PP.JJ S/	10328575553		117578086									
338	3	0	160222390	20-ene-20	145	20-ene-20	659648	ATILANO IGNACIO PERPETUA FI	MZ 73 - 6 PP.JJ S/	10328575553		117578086									

- ❖ Reclamos en verde, son ya solucionados
- ❖ Los días transcurridos se puede apreciar en la pestaña DÍAS, ubicada a la izquierda del archivo

# 3. Seleccionar Reclamo a atender, considerando las prioridades.

- 3.1. Con el número de incidente ingresar a PORTAL/INCIDENTES/DOCUMENTOS

- 3.2. Descargar archivos adjuntos

entel Revenue Assurance

Incidente ID: 18009428

Tema: VENTA / ALQUILER EQUIPOS

Tipo: RECLAMO

Inspeccionado: REVISION POR INDICIO DE FRAUDE

Estado: Abierto

Documentos

CIBL BSCS

1.2810908

**BSCS**

entel Revenue Assurance

Incidente ID: 18009428

Tema: VENTA / ALQUILER EQUIPOS

Tipo: RECLAMO

Inspeccionado: REVISION POR INDICIO DE FRAUDE

Estado: Abierto

Documentos

Doc.	Tipo de Documento	Incidente ID	Tema	Tipo	Inspeccionado	Fecha de Creación
						No se encontraron documentos.
RECLAMO	FORMULARIO	18009428	VENTA / ALQUILER EQUIPOS	RECLAMO	REVISION POR INDICIO DE FRAUDE	2020-01-16 10:15:02
RECLAMO	FORMULARIO	18009428	VENTA / ALQUILER EQUIPOS	RECLAMO	REVISION POR INDICIO DE FRAUDE	2020-01-16 10:15:28

### 3.3. Presionar el ícono de la lupa, luego unidades y servicios; para extraer el número de IMEI que se utilizará para corroborar en el punto 4

The screenshot shows a web application interface with a sidebar menu on the left and a main content area. The sidebar menu includes items like 'Incidentes', 'Compañía', 'Órdenes', 'Comunicaciones', 'Créditos', 'Adenda', 'Planes Tarifarios', 'INBOX', 'Configuración', 'Reportes', 'Clasificación de Riesgo', and 'Prepago'. The main content area is titled 'Compañía > Detalle' and contains a table with columns: ID, Cod. BSCS, Razón Social, and Nombre Com. The table has one row with values: 13826314, 1.19842909, [DOREYDA SILVA TICONA ROMERO](#), and DOREYDA SILVA TICO. Below this is a navigation bar with tabs: General, Mas ..., Direcciones, Contactos, Billing Accounts, Representantes Legales, Sites, Pendientes, Historial, **Unid./Serv.**, Consumo, Recibos, Adenda, and A. The 'Unid./Serv.' tab is highlighted with a red box. Below the navigation bar, there are two tabs: 'División Móvil' and 'División Internet'. The 'División Móvil' tab is active. Below this is another section titled 'Compañía > Unidades y Servicios' which contains a table with columns: Teléfono, Radio, Segmento de Consumidor, Modelo, Tipo de Equipo, SIM, **IMEI**, # Contrato, Fecha Contrato, and Meses Efectiv. The table has one row with values: 1, 51960496084, super chip e plus, Smart, 89511710100307740844, **SUPER3G03505184**, [\\$313095](#), 08/09/18, and 1. The 'IMEI' field is highlighted with a red box.

ID	Cod. BSCS	Razón Social	Nombre Com.
13826314	1.19842909	<a href="#">DOREYDA SILVA TICONA ROMERO</a>	DOREYDA SILVA TICO

General Mas ... Direcciones Contactos Billing Accounts Representantes Legales Sites Pendientes Historial **Unid./Serv.** Consumo Recibos Adenda A

División Móvil División Internet

Compañía > Unidades y Servicios									
Teléfono	Radio	Segmento de Consumidor	Modelo	Tipo de Equipo	SIM	<b>IMEI</b>	# Contrato	Fecha Contrato	Meses Efectiv
1 51960496084		super chip e plus	Smart	89511710100307740844	<b>SUPER3G03505184</b>	<a href="#">\$313095</a>	08/09/18	1	

# 3.4. Al descargar archivos, se tendrá en cuenta que se puede tratar de un reclamo DIGITAL, MANUAL O AUDIO

## RECLAMO MANUAL

**e) entel**  
Entel Perú S.A.  
Av. República de Colombia 101 - San Isidro, Lima  
Tel. 011 2611 1111

N° Reclamo  
160001720

**FORMULARIO DE RECLAMO: SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL /  
SERVICIO INTERNET MÓVIL**

Datos del Cliente

Razon o denominación social / Apellidos y nombres		RUC / D.N.I. / C.E.
* MUNOZ ESPINOZA, JUAN ANTONIO		09381362
Dirección		Teléfono de contacto
* AV DE LAS ARTES 360-362		983724180
Ciudad	Provincia	Departamento
* SAN BARTOLO	* LIMA	LIMA
Sitios, direcciones e internet		D.N.I. / C.E.

Autorizo ser notificado en la siguiente dirección de correo electrónico (usar letra impresa)

Juanantonio.munozespinoza@gmail.com

Datos del Reclamo

Pléase el motivo del reclamo y en los casos indicados con (\*), de ser posible, indicar los números telefónicos que se desconocen. Asimismo, de ser el caso, indicar la documentación adicional que presenta

\* Que nunca acepte este chip y que me esta generando devanos entre otros...

# RECLAMO DIGITAL

## ANEXO N° 2.2

### FORMULARIO DE RECLAMO: SERVICIO DE TELEFONÍA MOVIL

#### Datos de Usuario

Nombre del usuario	CLIENTE GENERICO						
Apellidos del usuario							
Tipo de documento de identidad	<input type="checkbox"/> DNI	<input type="checkbox"/> RUC	<input type="checkbox"/> CE	<input checked="" type="checkbox"/> X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N° de documento de identidad	44260563						
Dirección							
Distrito	SAN LUIS		Provincia	LIMA			
Autorizo ser notificado en la siguiente dirección de correo electrónico (opcional)	aldoob78@gmail.com						
N° de servicio público móvil (opcional)	923386992						

Precisar el motivo del reclamo y en los casos indicados con (\*), de ser posible, indicar los números telefónicos que se desconocen. Asimismo, de ser el caso, indicar la documentación adicional que presenta.

usurpacion de datos personales- para migrar de movistar a entel sin autorizacion 990793646

# RECLAMO POR AUDIO

Los reclamos por audio, ya sean recibidos al correo o extraídos de PORTAL/DOCUMENTOS deberán ser descargados para proceder a su resolución

Responder Responder a todos Reenviar

sábado 23/11/2019 11:33 a.m.

Contratacion de Servicio Nextel <contratacion.nextel@scc.com.pe>  
RE: SOLICITUD DE AUDIO//INC.155390890//RAY JULIAN PEREZ YALTA

Para VANESSA RUEDA

CC riesgos.procesosreclamos@entel.pe

 155390890.pptx  
2 MB

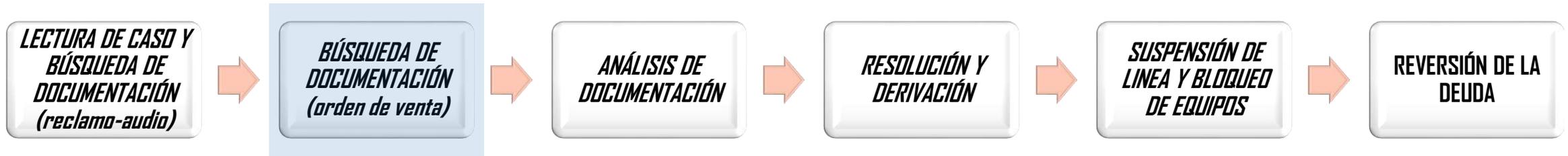
Se adjunta audio.

**Maria Bernarda Rivera Julio**  
Asesor Back Office Reclamos  
Gerencia de Operaciones  
Jr. España 382, 3er Piso Lima Perú

**SCC**  
Servicios Call Center del Perú

# Tesina: Resolución



<b><u>Controles</u></b> Archivo Excel de seguimiento de atención de casos	<b><u>Como</u></b> En ppts siguientes	<b><u>MPDCA</u></b> Desarrollo	<b><u>Quién</u></b> Analista de atención de casos	<b><u>Con qué</u></b> Excel CRM de Entel Correos Web Iron Mountain	<b><u>Cuando</u></b> Reclamo ingresado para análisis de Riesgos	<b><u>Riesgos</u></b> No encontrar documentación	<b><u>Oportunidades</u></b>
--	--	-----------------------------------	--	---	--	---	-----------------------------

# 4. Con el código de BSCS, ingresar a PORTAL / ÓRDENES

Menú

- Incidentes
- Compañías
- Órdenes**
- Comunicaciones
- Créditos
- Adenda
- Planes Tarifarios
- INBOX
- Configuración
- Reportes
- Clasificación de Riesgo
- Prepago

Órdenes > Buscar

Ingrese Criterios de Búsqueda - Datos de la Compañía

Criterio	Número	Cod. BSCS	* RUC/DNI/Otro	* Razón Social	Rango de Cuenta
N° Teléfono		1.17117864	44365580	EDWARD ROSSEAU RIVERA RODRIG	

Ingrese Criterios de Búsqueda - Datos de la Orden

N° Orden		<input checked="" type="checkbox"/> Ver todo el detalle de la Orden	N° Solicitud	
División de Negocio			Solución de Negocio	
Categoría			Sub Categoría	
<u>Unidad Jerárquica:</u>	VENTAS GERENCIA		Representante:	
Región			Tienda	
Estado			Creado por:	
N° Guía			Servicio Técnico:	<input type="checkbox"/>
N° Propuesta			Fecha de Creación	desde <input type="text"/> DD/MM/YYYY hasta <input type="text"/> DD/MM/YYYY

1. Órdenes
2. Ingresar código BSCS
3. Eliminar fechas
4. Buscar

## 4.1. Si el reclamo no cuenta con el N° de teléfono, verificar a cuál corresponde de acuerdo a la fecha de creación de la orden

3 elementos encontrados, mostrando todos los elementos.

Nro	Nro. Orden	Nro. Solicitud	RUC	Razon Social	Site	Categoria	Sub Categoria	Estado Orden	Vendedor	Dealer	Numero de Unidades	Creado Por	Fecha Creacion	Pago Web
1	611836232	P611836232	09384362	JUAN ANTONIO MUÑOZ ESPINOZA		SERVICIOS ADICIONALES	SOLICITA CAMBIO PLAN TARIFARIO	CERRADO			1	ROS	20/09/2019	No
2	53151618	DIGPOS02377218P	09384362	JUAN ANTONIO MUÑOZ ESPINOZA		VENTA MOVILES	POSTPAGO NUEVA & ADICION	CERRADO	MAIRA ALIDA RODRIGUEZ CELADITA		1	MRODRIGUE-TE	09/11/2018	No
3	53151669	P53151669	09384362	JUAN ANTONIO MUÑOZ ESPINOZA		PRORRATEO	PAGO ANTICIPADO DE PRORRATEO	CERRADO	MAIRA ALIDA RODRIGUEZ CELADITA		1	MRODRIGUE-TE	09/11/2018	No

- ❖ Si en la pestaña **Nro. Solicitud** lleva la palabra DIG por delante se tratará de una orden DIGITAL, sino será manual
- ❖ Si en la pestaña **Vendedor** se lee KONECTA O CALL CENTER (SCCP) se tratará de una orden por audio

## 4.2 Ingresar a la orden

- 4.2.1. Extraer los siguientes datos

ORDEN: 53151618 // MAIRA ALIDA RODRIGUEZ CELADITA - TIENDA V7 ( MRODRIGUE-TE) // 09/11/2018 // 51922243369

IMEI		SIM					
N°	IMEI	SIM	Bad SIM	Producto	Plan	Check	Número
<input checked="" type="radio"/> 1-1	SUPER3G0369604	89511710100304649436		SUPER CHIP ENTEL PL	Entel Chip 59.90 PL	N	51922243369

4.2.2. Corroborar que el N° de IMEI sea el mismo que el extraído en el punto 3.3

# PARA ORDENES DIGITALES

- 4.3.1 En la misma orden descargar los siguientes archivos

**entel** ANEXO 1 - SOLICITUD DE ACCESO AL SISTEMA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN INALÁMBRICA ENTEL - POSTPAGO Y CONTROL  
CANAL PERSONA Nº DIGPOS02377218P  
(UTILIZAR LETRA DE IMPRENTA - NO SE ACEPTAN ENMENDADURAS)

Canal/Zona/Dealer	Región/Tienda	Fecha
	TPF JR DE LA UNION2	09/11/2018
<b>Datos del Cliente</b>		
Nombre(s)	Apellidos	
JUAN ANTONIO	MUNOZ	
DNI <input checked="" type="checkbox"/> CE/CI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/>	Teléfono Fijo	Teléfono Móvil
09384362	914172487	
Dirección electrónica aleono959@GMAIL.COM		
<b>Direcciones</b> (En caso que el Cliente no complete la dirección de facturación, entrega y/o correspondencia, se entenderá que es el Domicilio legal)		
Dirección/Domicilio Legal	Av. <input type="checkbox"/>	Calle <input type="checkbox"/>
JR LIMA 231 URB CERCADO DE LIMA	Jr. <input checked="" type="checkbox"/>	Pasaje <input type="checkbox"/>
	Nro.	Piso Interior Mz Lote
		231
Urbanización	Distrito	Provincia
CERCADO DE LIMA	LIMA	LIMA
Departamento LIMA		
Referencia: AV BOLIVAR		
Dirección de Facturación/Entrega/Correspondencia	Av. <input type="checkbox"/>	Calle <input type="checkbox"/>
JR LIMA 231 URB CERCADO DE LIMA	Jr. <input checked="" type="checkbox"/>	Pasaje <input type="checkbox"/>
	Nro.	Piso Interior Mz Lote
		231
Urbanización	Distrito	Provincia
CERCADO DE LIMA	LIMA	LIMA
Departamento LIMA		
Referencia: AV BOLIVAR		

1	1	SUPER CHIP ENTEL PLUS	1.00	4.00	5.00				1.00	Entel Chip 59.60 PLUS	59.90
---	---	-----------------------	------	------	------	--	--	--	------	-----------------------	-------

Si es portabilidad se debe validar que hayan entregado completo los documentos :

❖ Anexo I y Anexo 50

Si es venta se debe validar que hayan entregado completo los documentos :

❖ Anexo I

# PARA ORDENES MANUALES

- 4.3.2 Al ingresar a la orden, no aparecerá documentación, por ello se asume que es manual

4.3.2.1 Ingresar a IRON MOUNTAIN, con el N° de DNI o RUC

3 elementos encontrados, mostrando todos los elementos.

Nro	Nro. Orden	Nro. Solicitud	RUC	Razon Social	Sit	Categoria	Sub Categoria	Estado Orden	Vendedor	Des
D1	607282668		10009846782	JOSE ADOLFO MUÑOZ OUVARES		PORTABILIDAD	CESION DE NUMERO A OTRO OPERADOR	CERRADO		
D2	000003060	DIGPYT03000772E	10009846782	JOSE ADOLFO MUÑOZ OUVARES		REPOSICION	CONSIN GARANTIA NEXTEL	CERRADO	CARMELA SORIA ZAMBRANO	
D3	005751915	P005751915	10009846782	JOSE ADOLFO MUÑOZ OUVARES		PORTABILIDAD	SOLICITUD DE PORTABILIDAD POSTPAGO	ANULADO	MELANE JOSELYN MULLER HERNANDEZ	
D4	24030603	00061128	10009846782	JOSE ADOLFO MUÑOZ OUVARES		PORTABILIDAD	SOLICITUD DE PORTABILIDAD POSTPAGO	CERRADO	METRO_ARZOBISPADO1	
D5	24087124	38984507	10009846782	JOSE ADOLFO MUÑOZ OUVARES		VENTA MOVILES	PREPAGO NUEVA & ADICION	CERRADO	METRO_ARZOBISPADO1	

## Consulta de Documentos

Oficina: (Seleccione)

**Dni / Ruc: 10108576881**

Nombre / Razon Social:

Nro Orden:

Nro Solicitud:

Codigo IM:

**Si es portabilidad se debe validar que hayan entregado completo los documentos :**

❖ Anexo 1 y Anexo 50

**Si es venta se debe validar que hayan entregado completo los documentos :**

❖ Anexo 1

Registros No Recibidos / en Validación

DniRuc	Cliente	NroOrden	NroSolicitud	FechaCreacion	Archivo	TipoOrden	CodTipoOrden	Match	Estado
10106576861	BERTHA MARIELA JARA BLANCO DE FARFAN	38929260	P38929260	05/10/2017	0306102017-44704-1	SOLIC DE PORTABILIDAD POSTPAGO	2068		No Recibido IM

(\*) Los Documentos Originales se encuentran en Poder del Cliente. (\*\*) Retiro Permanente.

Registros Definitivos en Custodia

Dni / Ruc	Nombre / Razón Social
10106576861	BERTHA MARIELA JARA BLANCO DE FARFAN

Productos de : BERTHA MARIELA JARA BLANCO DE FARFAN

▼ POSTPAGO

TL	Codigo IM	Fecha Recojo	Of.Procedencia	S	P	TS	Imagen	His	Pedir				
📁	NL	23086878	09/10/2017			***		📄					
Nro. Orden	Nro. Solicitud	Tipo Anexo	Fecha Operación	Estado Operación	Motivos	Observs.	Documentos	Detalle	Fecha	Numero	S	P	Imagen
38880376	P38880376	AX 1-ANEXO1	04/10/2017		Ver Motivos			📄	PORTABILIDAD				📄
								📄	ACCESO	04/10/2017			📄
								📄	DNI				📄

Si no se encuentran documentación y es del año 2015 hacia adelante, se deberá pedir al vendedor enviar documentación.

Si es en años menores al 2015, se deberá adjuntar en un Excel indicando fecha, orden y solicitud para derivar a PORTAL HISTORICO

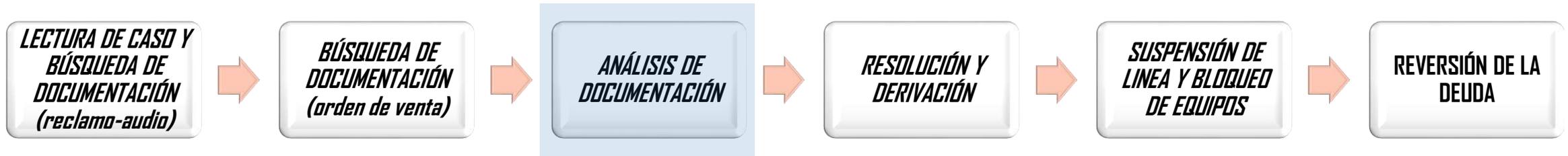
# PARA ORDENES POR AUDIO

- 4.3.3 Ingresar a la orden y verificar el vendedor al cual se deberá solicitar el audio para su respectiva revisión, si este no se encuentra adjunto.

Orden 615364230						
NRO. SOLICITUD	División	Categoría		Sub Categoría	Vendedor	
P615364230	Telefonía Móvil	CAMBIO DE MODELO		ENTRE TECNOLOGIAS DISTINTAS	VENDEDOR EXT	
Estado	CERRADO	Tienda	CALLCENTER	Región Trámite	LIMA	Dealer
Fecha Hora Firma	28/11/2019 14:40			Creado Por	RPENAKON-OUT	Fecha Creación 28/11/2019
<b>Descripción (Ver Notas)</b>						
CUALQUIER CONSULTA RESPECTO AL OFRECIMIENTO COMUNICARSE CON carlos zevallos (cazevallos@oper.grupokonecta.pe), Mauro Fernández (eynfemandez@oper.grupokonecta.pe), Omar Peña (Omar.Pena@entel.pe), Ericka Hurtado (ericka.hurtado@entel.pe)   back.office/back_renovacion@grupokonecta.pe						

Si no envía audio, trabajar con la descripción proporcionada

# Tesina: Resolución



<p><b><u>Controles</u></b> Archivo Excel de seguimiento de atención de casos</p>	<p><b><u>Como</u></b> En ppts siguientes</p>	<p><b><u>MPDCA</u></b> Desarrollo</p>	<p><b><u>Quién</u></b> Analista de atención de casos</p>	<p><b><u>Con qué</u></b> Excel CRM de Entel Mountain RENIEC Dígitos de control TD/RFT Puntos de venta recurrentes Pre- evaluaciones</p>	<p><b><u>Cuando</u></b> Reclamo ingresado para análisis de Riesgos y documentación hallada</p>	<p><b><u>Riesgos</u></b></p>	<p><b><u>Oportunidades</u></b></p>
--	--	---	--	---	--	------------------------------	------------------------------------

# 5.1 PARA ORDENES MANUALES Y DIGITALES

- Se analizará:
  - ❖ Firma, huella y dirección del DNI
  - ❖ Si orden es digital validar biométrico
  - ❖ Prueba dígitos de control en el DNI
  - ❖ Marcas de agua y líneas del fondo del DNI
  - ❖ Si el punto de venta es recurrente a reclamos
  - ❖ Las líneas registradas en otro operador
  - ❖ La realización de pagos
  - ❖ Si existiera fuga terminar o trafico cero
  - ❖ Validar con ordenes anteriores o muy parecidas
  - ❖ Realizar llamada al cliente en el caso de ser necesario
- Si se trata de una portabilidad:
  - ❖ Corroborar número de veces de pre- evaluaciones

elementos encontrados, mostrando todos los elementos.

Nro	Nro. Orden	Nro. Solicitud	RUC	Razon Social	Site	Categoria	Sub
				CESAR JUVENAL TANHAZO FUENTES		VENTA MOVILES	POST NUEV ADICI
				CESAR JUVENAL		VENTA	POST

**MANUAL**

**DIGITAL**

Nro	Nro. Orden	Nro. Solicitud	RUC
	611836232	P611836232	09
	53151618	DIGPOS02377218P	09

# A. Descargar los documentos adjuntos desde IRON MOUNTAIN

**e) entel** ANEXO 1 - SOLICITUD DE ACCESO AL SISTEMA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN INALÁMBRICA ENTEL - POSTPAGO Y CONTROL CANAL PERSONA

(UTILIZAR LETRA DE IMPRENTA - NO SE ACEPTAN ENMENDADURAS) N° 50917023

Canal/Zona/Dealer: TELEVENTAS      Región/Tienda: CALLCENTER\_SCCP      Fecha: 24 8 2016 v01

**Datos del Cliente**

Nombre(s): CESAR JUVENAL      Apellidos: TANDAZO FUENTES

DNI  CE/CI  Pasaporte       Teléfono Fijo:      Otros Teléfonos de contacto: 996304814 / 927358331      Dirección electrónica: CESAR\_TAMDAZO@HOTMAIL.COM

16400582

**Direcciones** (En caso que el Cliente no complete la dirección de facturación entrega y/o correspondencia, se entenderá que es el Domicilio legal)

**Dirección /Domicilio Legal**      Av.  Calle  Jr.  Pasaje       Nro      Piso      Interior      Mz      Lote

JR.LOS LAURELES 213 P.JOVEN SAN ANTONIO

Urbanización      Distrito: CHICLAYO      Provincia: CHICLAYO      Departamento: LAMBAYEQUE

Referencia:

**Dirección de Facturación/Entrega/Correspondencia**      Av.  Calle  Jr.  Pasaje       Nro      Piso      Interior      Mz      Lote

PASAJE UCAYALI 108 P.J.SAN ANTONIO

Urbanización      Distrito: CHICLAYO      Provincia: CHICLAYO      Departamento: LAMBAYEQUE

Referencia:

A 3CDRAS DE COLEGIO ELVIRA GARCIA GARCIA CRUCE DE INDEPENDENCIA Y FRANCISCO ORELLANA

1	ESIM3G0128NPL	1	4	5		0	1	ENTEL CHIP 49.90 PLUS	49.9
---	---------------	---	---	---	--	---	---	-----------------------	------

IMEI: SUPER3G03590623

- Se trabajará con información relevante como el N° de IMEI, el plan al cual pertenece, dirección, nombre, DNI, firma y huella.



B. Con la firma adjunta, se procederá hacer su comparación.

**FIRMA IRON M.**



**FIRMA RENIEC**



**FIRMA DEL RECLAMO**



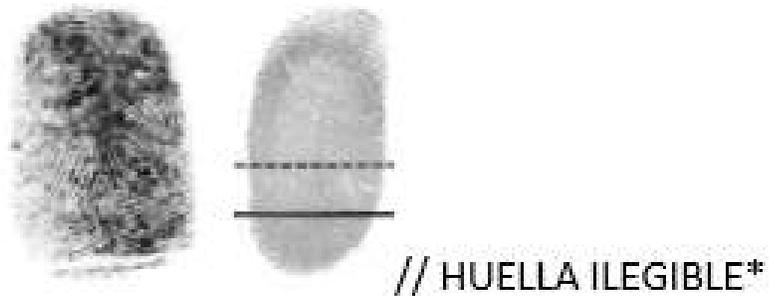
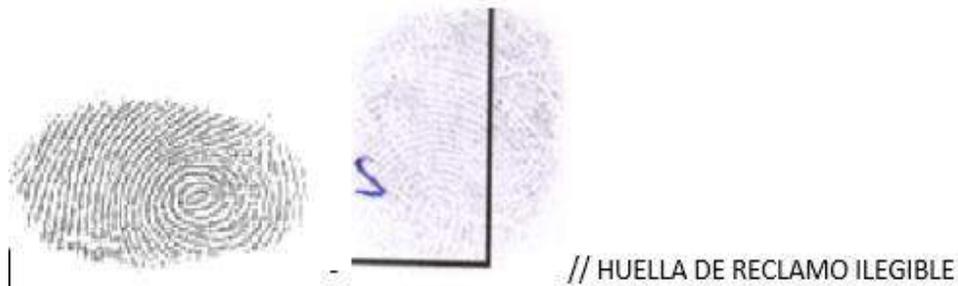
// FIRMAS SIMILARES

// FIRMAS difieren \*

# C. Se realizará la comparación de la Huella adjunta, con la proporcionada en el reclamo

**HUELLA IRON M.**

**HUELLA RECLAMO**



Tener en cuenta que:

- ❖ La huella puede variar en el momento de realizar el escáner y proporcionar un resultado distinto, por ello considerar más puntos de validación para dar por FUNDADA o INFUNDADA LA RESOLUCIÓN.

## D. Dirección del DNI

- D.2 Ingresar a RENIEC y corroborar si los datos difieren de los proporcionados

Fecha de Emisión:	24/01/2020
Restricción:	NINGUNA
Domicilio	
Departamento:	LAMBAYEQUE
Provincia:	CHICLAYO
Distrito:	CHICLAYO
Dirección:	JR.LOS LAURELES 213 P.JOVEN SAN ANTONIO

// MISMA DIRECCIÓN

Fecha de Emisión:	26/02/2019
Restricción:	NINGUNA
Domicilio	
Departamento:	LIMA
Provincia:	LIMA
Distrito:	SANTIAGO DE SURCO
Dirección:	AV. ANDRE S TINOCO 356 PLG. BENAVIDES

// DIRECCION DIFIERE

## E. Validación de biométrico

HUELLA LEGIBLE



HUELLA ADULTERADA



- Se tomará en cuenta que la huella se muestre legible, sin ninguna alteración u otro incidente que dificulte la visualización de esta.

# F. Prueba dígitos de control

- a. Ingresar el N° de DNI en la primera casilla verde
- b. Los dígitos del resultado deberán coincidir con los números del DNI en físico.

- F.1. Aplicar prueba dígitos de control para DNI azul

El DNI soporte de la venta es adulterado.

DNI	45682385 <
DGTO CONTROL #1	5
NACIMIENTO	890321 <
DGTO CONTROL #2	1
CADUCIDAD	210722 <
DGTO CONTROL #3	4



# G. Validar marcas de agua del DNI

- G.1. Validar marcas de agua



Marca de agua del escudo del PERÚ visible en ambos lados del DNI

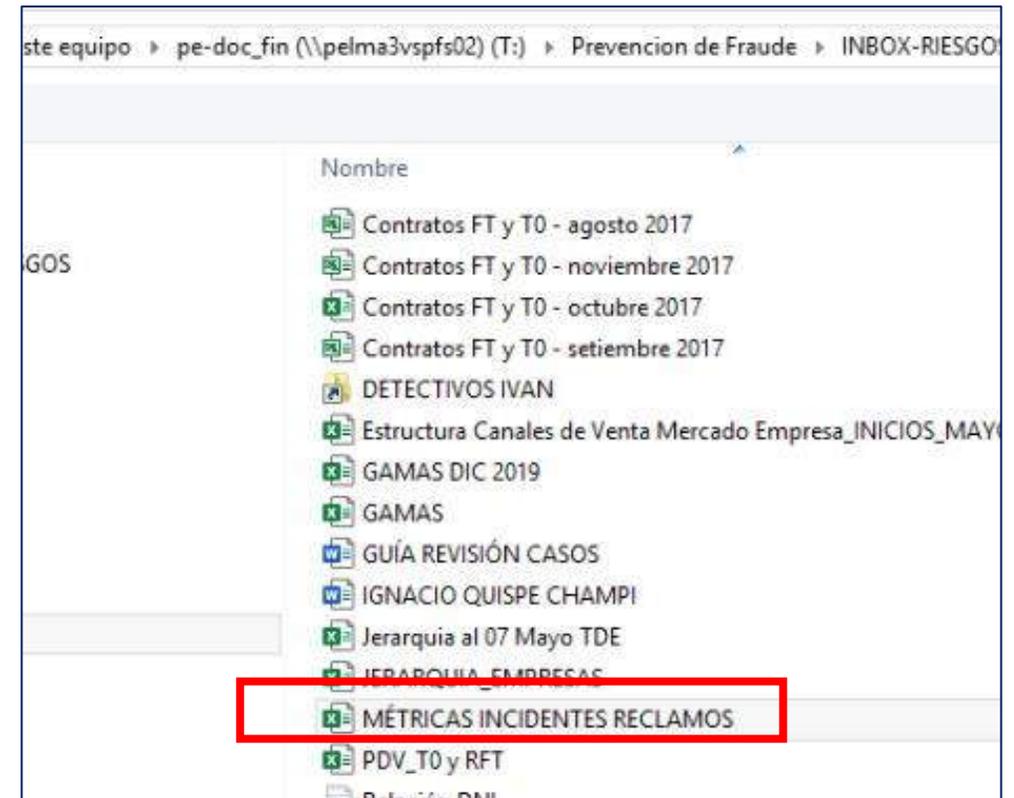


Marca de agua de MACHUPICCHU visible en DNI



# I. Evaluar si el punto de venta es recurrente.

- I.1 Ingresar a METRICAS INCIDENTES RECLAMOS
- Seguir la ruta:
  - ❖ T:\Prevencion de Fraude\INBOX-RIESGOS\NUEVO INBOX\_RIESGOS\ENTEL\_INCIDENTE\REVISIÓN CASOS



## 1.2. Ingresar el PUNTO DE VENTA a evaluar

Excel spreadsheet showing metrics for incidents. The table is summarized below:

	2017	2018	2019	Total general
	Enero	Marzo	Abril	
ISLA_OCIVICO1		1	1	2
METRO_CHORRILLOS2	2	1	1	4
<b>Total general</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>

La información de la tienda (PDV) a la que pertenece el caso, se extrae de la misma orden.

Pdv Recurrente?: SI

INDIVIDUAL	GENERAL
	13/6

Se considerará punto de venta reincidente si cuenta con 5 reclamos en general a más.

# J. Verificar si se registra con líneas adicionales de un operador distinto

- J.1 Ingresar a OSIPTEL con el número de DNI y comprobar por operador la cantidad de líneas, si estas existieran.



The image shows a screenshot of the OSIPTEL website. The main navigation menu is open, and the option "Consulta de equipos celulares robados, perdidos o recuperados" is highlighted with a red rectangular box. The website header includes the OSIPTEL logo, a search bar, and navigation links for "Tu Osiptel", "Usuarios", "Operadoras", and "Buscador de normas". The main content area features a large banner with the text "Verifica cuantas líneas de telefonía móvil tienes registradas a tu nombre" and a "Clic aquí" button. Below the banner, there are sections for "NOTICIAS" and "Servicios en Línea".

## J.2. Corroborar por cada operador



The screenshot shows the OSIPTEL website interface. At the top, there are browser tabs for 'verifica', 'verifica', and 'Consulta de línea | Bitel'. The main header features the OSIPTEL logo and navigation links: 'Contactanos', 'Mapa de Sitio', 'Accesibilidad', and 'English version'. Below the header, there are buttons for 'Tu OSIPTEL', 'Usuarios', and 'Empresas Operadoras'. A blue button indicates 'Me gusta 14 mil'. The main heading is 'Cuántas líneas de telefonía móvil tienes registrado a tu nombre'. Below this, a text block states: 'En estos enlaces puedes verificar cuántas líneas de telefonía móvil tienes registradas a tu nombre por operador.' A table titled 'Enlaces a operadoras' is highlighted with a red border, listing the following links:

Operador	Enlace
Claro	<a href="http://www.claro.com.pe/como-saber-de-lineas/">http://www.claro.com.pe/como-saber-de-lineas/</a>
Movistar	<a href="http://www.movistar.com.pe/atencion-al-cliente/conoce-tus-numeros-moviles">http://www.movistar.com.pe/atencion-al-cliente/conoce-tus-numeros-moviles</a>
Bitel	<a href="http://www.bitel.com.pe/consulta-lineas">http://www.bitel.com.pe/consulta-lineas</a>
Entel	<a href="http://www.entel.pe/app-privado/?app=consulta_lineas">http://www.entel.pe/app-privado/?app=consulta_lineas</a>
WawaCel	<a href="http://www.wawacel.com.pe/como-saber-de-lineas">http://www.wawacel.com.pe/como-saber-de-lineas</a>

Línea(S) en otro operador: SI

CLARO		MOVISTAR		BITEL	
PRE	POST	PRE	POST	PRE	POST
1	2				

# K. Se verificará si se realizó pago

- K.1. Esto se verificará en el estado de cuenta PORTAL/COMPAÑÍA/ESTADO DE CUENTA



252.09	<a href="#">Venta de equipo a Plazos</a>		
Depósito en Garantía (Dolares \$)		0.00	
Depósito en Garantía (Soles S/.)		0.00	
Grupo de Asesores	REGULARES 1		
Consultor	CARSA_AQPSJUANDIO		
Vence	Cargos	Abonos	Saldo
20/08/2015	100.94	0.00	100.94
27/12/2016	0.00	-100.94	0.00
			<b>S/0.00</b>

Se puede apreciar que el cliente no realiza pagos, por ello se asume que desconoce la línea; de lo contrario, se podrá asumir con un indicio a considerar INFUNDADA la resolución

# L. Trafico Cero y Fuga Terminal

- L.1. En un Excel copiar el numero de contrato

Portal\_Historico - Log In Portal Autoconsulta Tracking de Pedidos 32283540 Login (2) Iniciar sesión Ur

## Risk Inspector

Base de datos Control de Consumos Prevención de Fraudes Incidentes PF

Risk Inspector / Base de datos / Fuga de Terminales

Busqueda Rft

Seleccione archivo xls

Examinar...

El archivo no debe tener encabezado.

Buscar

Exportar

L.2. Ingresar a RISK INSPECTOR en donde subiremos el archivo Excel

Fuga terminal y trafico 0: OK

Contrato	Fuga de terminales	Tráfico Cero
47816412	No analizado	Línea realizó tráfico

Si la línea no presenta TD, se considera como un indicio para dar por FUNDADA LA RESOLUCIÓN.

# M. Corroborar el cargo de la recepción del equipo

- M.1. Verificar firma

- M.2. Verificar dirección

Dirección		Distrito	Provincia	Departamento		
JR CARHUAZ 1307 NULL Mz		BREÑA	LIMA	LIMA	LEGAL	
JR CARHUAZ 1307 NULL Mz		BREÑA	LIMA	LIMA	FACTURACION	
URBANIZACION MIRAMAR CALLE SAN MARTIN DE PORRES N° 180		SAN MIGUEL	LIMA	LIMA	ENTREGA USO	
Apellidos y Nombres		Área	Teléfono	Área	Fax	USR. FAC. GG.
OSCAR ANTONIO CORNEJO CHAVEZ						<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>

Ingresar a RENIEC con el N° de DNI y verificar que tanto el nombre, firma y huella correspondan al cliente

# N. Número de veces de pre-evaluaciones

- N.1. Con el N° de DNI ingresar a RISK

Risk Inspector

Base de datos Control de Consumos **Prevenção de Fraudes** Incidentes P

Risk Inspector / Prevenção de Fraudes / Búsqueda P

Búsqueda Preevaluaciones

RUC de compañía:

44768754

Buscar

Exportar

Correlativo	Nombre_cliente	Ruccompania	Tipodocumento
-	ALVARO VILLACORTA GANESSA	44768754	DNI
-	-	44768754	DNI

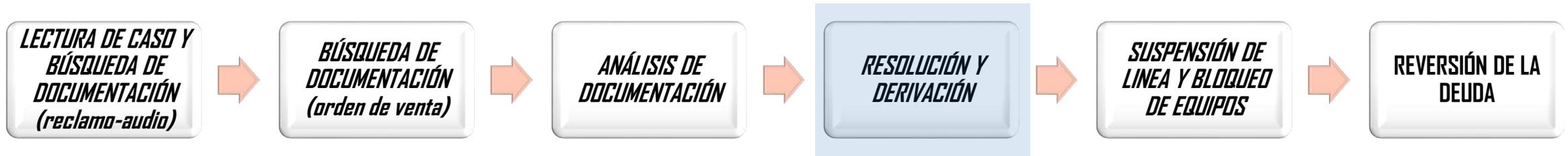
- N.2. Exportar a Excel el resultado, para evaluar fechas y tiendas

Correlativo	Nombre_cliente	Ruccompania	Tipodocumento	Promotor	Capacidaddeudamiento
-	CLAUDIA KELY ISACUPE CAMPO	48763692	DNI	ISLA_COVICOS	140
-	CLAUDIA KELY ISACUPE CAMPO	48763692	DNI	CALLCENTER_SCCP	0
-	CLAUDIA KELY ISACUPE CAMPO	48763692	DNI	CALLCENTER_SCCP	0

## 5.2 PARA ORDENES POR AUDIO

- A. Se procede a su verificación escuchando el audio, si no se llegó a recepcionarlo, se trabajará con la descripción.
  - A.1. Se valida que los datos proporcionados sean verídicos, esto en conjunto con lo registrado en RENIEC.
    - ❖ Nombre
    - ❖ Apellido
    - ❖ N° de DNI
    - ❖ Dirección
    - ❖ Fecha y lugar de nacimiento

# Tesina: Resolución



<p><b><u>Controles</u></b> Archivo Excel de seguimiento de atención de casos</p>	<p><b><u>Como</u></b> En ppts siguientes</p>	<p><b><u>MPDCA</u></b> Desarrollo</p>	<p><b><u>Quién</u></b> Analista de atención de casos</p>	<p><b><u>Con qué</u></b> Excel CRM de Entel Monto Gamas</p>	<p><b><u>Cuando</u></b> Reclamo ingresado para análisis de Riesgos, documentación hallada y analizada</p>	<p><b><u>Riesgos</u></b></p>	<p><b><u>Oportunidades</u></b></p>
--	--	---	--	---	---	------------------------------	------------------------------------

# 6. Declarar la resolución fundada o infundada, según sea el caso

Resolución es **FUNDADA** si:

- ❖ Al evaluar el DNI este ha sido adulterado.
- ❖ Si FIRMA y HUELLA difieren.
- ❖ Si se cuenta con 4 puntos fuertes en contra

De lo contrario es **INFUNDADA**

- 6.1. Abrir el archivo modelo resoluciones

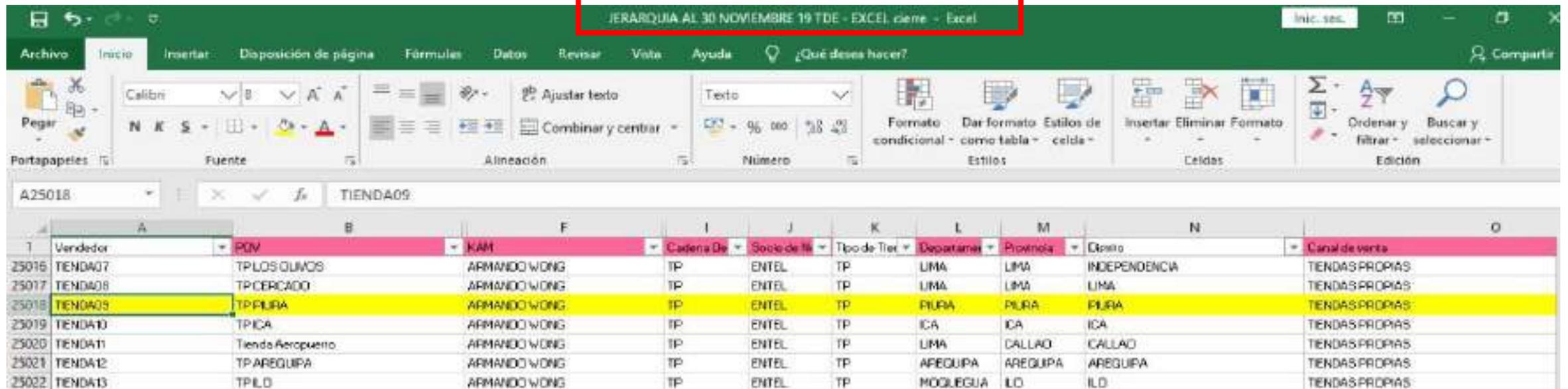


MODELOS DE  
RESOLUCIONES -  
ACTUALIZADO

- 6.2. Seleccionar el modelo indicado, dependiendo del tipo de orden a trabajar

# Si la resolución es FUNDADA:

- 7.1. Ingresar al documento JERARQUIA en donde se procederá a buscar al socio responsable que asumirá el importe a penalizar.

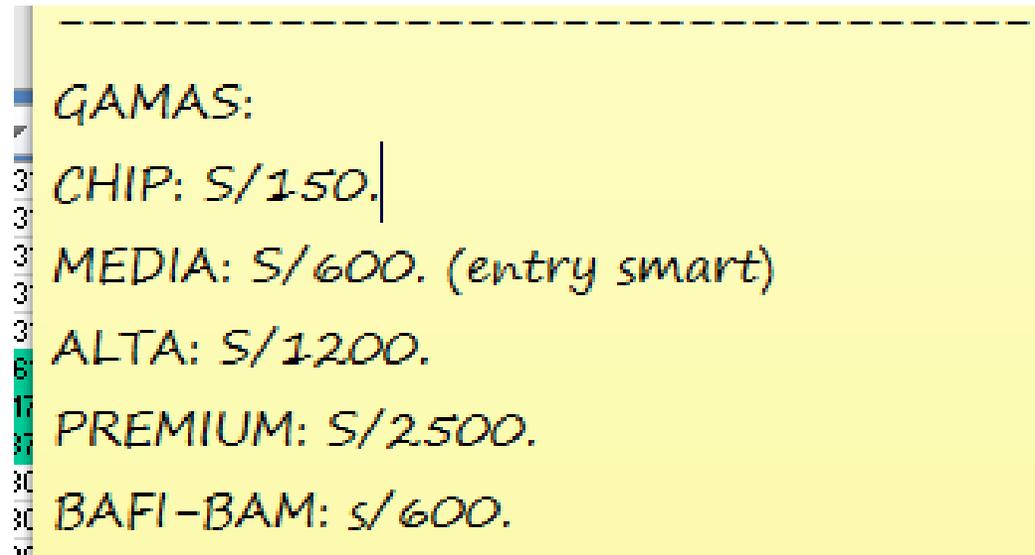


The screenshot shows the Microsoft Excel interface. The title bar at the top reads "JERARQUIA AL 30 NOVIEMBRE 19 TDE - EXCEL cierre - Excel" and is highlighted with a red rectangular box. Below the title bar is the ribbon with tabs for Archivo, Inicio, Insertar, Disposición de página, Fórmulas, Datos, Revisar, Vista, Ayuda, and ¿Qué desea hacer?. The ribbon includes various toolbars for text formatting, alignment, numbers, styles, cells, and editing. The main area displays a spreadsheet with columns A through O. The row for TIENDA09 is highlighted in yellow. The data in this row is as follows:

	A	B	F	I	J	K	L	M	N	O
1	Vendedor	PCV	KAM	Cadena De	Socio de	Tipo de	Departam	Provincia	Dpto	Canal de venta
25016	TIENDA07	TPLOS OLIVOS	ARMANDO WONG	TP	ENTEL	TP	LIMA	LIMA	INDEPENDENCIA	TENDAS PROPIAS
25017	TIENDA08	TPCERCADO	ARMANDO WONG	TP	ENTEL	TP	LIMA	LIMA	LIMA	TENDAS PROPIAS
25018	TIENDA09	TPPIURA	ARMANDO WONG	TP	ENTEL	TP	PIURA	PIURA	PIURA	TENDAS PROPIAS
25019	TIENDA10	TPICA	ARMANDO WONG	TP	ENTEL	TP	ICA	ICA	ICA	TENDAS PROPIAS
25020	TIENDA11	Tienda Aeropuerto	ARMANDO WONG	TP	ENTEL	TP	LIMA	CALLAO	CALLAO	TENDAS PROPIAS
25021	TIENDA12	TPAREQUIPA	ARMANDO WONG	TP	ENTEL	TP	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	TENDAS PROPIAS
25022	TIENDA13	TPILD	ARMANDO WONG	TP	ENTEL	TP	MOQUEGUA	ILD	ILD	TENDAS PROPIAS

## 7.2. Designar el monto que asumirá el socio, dependiendo a que gama corresponda el equipo

COBRO CASO FUNDADOS AL SOCIO:



A yellow sticky note with a dashed top border and a vertical ruler on the left side. The text is handwritten in black ink. The ruler has markings from 1 to 21. The text on the note is as follows:

1	GAMAS:
2	CHIP: S/150.
3	MEDIA: S/600. (entry smart)
4	ALTA: S/1200.
5	PREMIUM: S/2500.
6	BAFI-BAM: S/600.

7.3. Entel asumirá el costo sí:

- ❖ El socio es un vendedor, trabajador de Entel.
- ❖ Se declaró fundada por falta de documentos.
- ❖ Se presentó ordenes anuladas
- ❖ SAP
- ❖ Si el SOCIO ES ROM O MANPOWER, con órdenes de fecha "DICIEMBRE 2014" hacía atrás.

## 7.4. Cálculo del monto asumir

- 7.4.1. Ingresar a SINEX con el código BSCS para extraer la fecha de activación hasta la de suspensión para realizar el cálculo.
  - ESTE SE REALIZA CON LA CANTIDAD DE DÍAS ACTIVOS**

Ejemplo: Si el plan es de 29soles

ORDEN: 611121990 // SERVICIO\_GENERAL1 // 06/09/2019 // 51985324168

Nº	IMEI	IM	Red IM	Procedo	Plan	Check
1-1	0499C308047806	0991771010030570082		CHIPS	Prepago Simple 29	

Nº	Teléfono	Modo de Origen	Id. Subred	Est. Portabilidad
1-1	95510498	MOVIL PREPAGO	201808041003083	Proceso finalizado con éxito CICLO 4

08-09/19: 0 (09-09 / 08-10-19)  
08-10-19: 29 (09-10 / 08-11/19)  
ACTIVADO: 7/9/19  
SUSPENDIDO: 23/10/19:  
AJUSTE: 09/10/19 AL 23/10/19: 14 DIAS ACTIVO  
29/31\*14= 13.10

# 7.5. Enviar correo de resolución, adjuntando el sustento del porque se declaró fundada

viernes 27/12/2019 04:25 p.m.  
MIGUEL ARTEAGA <mariega@rcpasores.com>  
INDICIO DE FRAUDE: RONALD INCISO BENAVIDES // 158064678

ara: 'cal.gestionreclamospersonasext@entel.pe'; 'cal.gestionreclamospersonas@entel.pe'  
C: 'Delzo, Daniel'; 'Nuñez, Luisa'; 'Jackeline Ecenarro'; 'Angelica Santisteban'; 'Mayra Honorio'; 'porta\_konecta@grupokonecta.pe'; 'Portabilidad - Mercado Empresas'; 'Bautista, Manuel'

RONALD INCISO BENAVIDES anexo 50 - 42930626.pdf - 552 KB  
RONALD INCISO BENAVIDES anexo 1 - 42930626.pdf - 596 KB  
RONALD INCISO BENAVIDES anexo 50 - 560 KB  
RONALD INCISO BENAVIDES anexo 1 - 43002212.pdf - 604 KB

ORDEN: 43002212 - 42930626  
FECHA: 28/12/2017 - 26/12/2017  
PDV: OESCHLE\_IPLAZA2 - PLAZAVEA\_INDEPEN2

- Se puede observar que las imágenes de las huellas colocadas en el biométrico han sido sujetos de manipulación, lo que invalida la verificación.

Solicitud DIGPOS01068839P      Solicitud DIGPOS01062303P

- Se verifica que cliente cuenta con varias líneas en otros operadores - líneas pre y post.
- El PDV OESCHLE\_IPLAZA2 - PLAZAVEA\_INDEPEN2, es recurrente en reclamos.
- Se valida que el equipo y la línea se encuentra reportada como fuga de terminal y tráfico cero.
- Se observa que la dirección consignada en la solicitud no le corresponde al cliente.
- Información del correo electrónico que figura en formato digital es erróneo, se puede leer [RONALD\\_INCISO@GMAIL.COM](mailto:RONALD_INCISO@GMAIL.COM), cuando en el formato de reclamo se observa [RONAL\\_INCISO@HO](mailto:RONAL_INCISO@HO)

Se procede con el cargo a ROM por la línea reclamada, monto:

S/. 600 (SAMSUNG J5 2016 BLANCO)  
S/. 1200 (SAMSUNG GALAXY J7 2016 BLANCO)  
S/. 1200 (SAMSUNG GALAXY J7 2016 BLANCO)

• Se envía correo a:

❖ [cal.gestionreclamospersonasext@entel.pe](mailto:cal.gestionreclamospersonasext@entel.pe)

❖ [cal.gestionreclamospersonas@entel.pe](mailto:cal.gestionreclamospersonas@entel.pe)

Si el socio no es trabajador de ENTEL, se adiciona su correo para hacer envío del pago.

# Si la resolución es INFUNDADA:

- 7.1. Enviar correo de resolución, adjuntando el sustento del porque se declaró infundada

Responder Responder a todos Reenviar

Jueves 27/01/2020 09:16 a.m.

MIGUEL ARTEAGA <marteaga@rcpasesores.com>  
INDICIO DE FRAUDE: CESAR JUVENAL TANDAZO FUENTES // 159725051

Para: "cal.gestionreclamospersonas@entel.pe"; "cal.gestionreclamospersonasext@entel.pe"

CC: "daniel.dezo@entel.pe"; "Vicky La Roca Valenda"; "Castillo, Jesus Ivan"; "Jackeline Ecranero"; "Angelica Sanbiteran"; "Mayra Honorio"

CESAR JUVENAL TANDAZO FUENTES.TIF  
177 KB

Señores,

Se revisa el reclamo en mención y se observa lo siguiente:

**RECLAMO**

Titular de la cuenta indica que no reconoce la adquisición de la línea 933020056 que figura dentro de la orden siguiente:

ORDEN: 50917023  
FECHA: 24/08/2018  
PDV: ICAMUSME - CALLCENTER\_SCCP\_CHIC

- Los documentos apreciados en el sistema soportan la venta de la unidad señalada.
- Se verifica que la firma consignada en la solicitud es similar al del titular de la cuenta.
- Se verifica que la dirección legal consignada en la solicitud coincide con la indicada en RENIEC.
- La venta fue realizada con DNI vigente. (Coinciden dígitos de control) y no muestra señales de ser adulterado.

De acuerdo con lo anterior se rechaza el reclamo en mención y se declara **infundado**.

Se envía correo a:

- ❖ [cal.gestionreclamospersonasext@entel.pe](mailto:cal.gestionreclamospersonasext@entel.pe)
- ❖ [cal.gestionreclamospersonas@entel.pe](mailto:cal.gestionreclamospersonas@entel.pe)

# 8. Guardar resolución en PORTAL

- 8.1. En comentarios se copia lo mismo que se envió al correo, desde a quien va dirigido hasta la firma del analista

Portal Autoconsulta | Tracking de Pedidos | 32255940 | Login (2) | Iniciar sesión | Urbano Holding | Ltrix XenApp - Aplicacio... | Central de Riesgo | Cuántas líneas de telefoni...

**Descripción**  
Nombre (s) completos y DNI del Reclamante: JUAN ANTONIO MUÑOZ ESPINOZA, 95384362  
Teléfono de contacto del reclamante: 987724180  
Correo electrónico de notificación: juanantonioespinozagmail.com  
Número Entel por el cual reclama: 92243389  
Concepto Reclamado: cliente indios que nunca solicitó un chip postpago por lo cual le esta generando deuda.

**División de negocio**  
TELEFONIA MÓVIL

**Tema**  
VENTA / ALQUILER EQUIPOS

**Tipo**  
RECLAMO

**Especificación**  
REVISIÓN POR INDICIO DE FRAUDE

**Resolución**  
RESERVADO

**Prioridad**  
2 - Media

**Región del incidente**  
LIMA

**Impacto en Cobranza**  
Excluir al cliente del pro

**Estado**  
Abierto

**Inbox Responsable**  
RIESGOS

**Siguiente Inbox**  
RECLAMOS EXT PER

**Creado por**  
PFERNAND2-TE

**Asignado a**  
DDELZO

**CAMPD ESTADISTICO**  
CAP

**Reclamo Por**  
AMR

**Comentario**  
Miguel Arceaga A.  
Atención de Reclamos \_RP Consultores & Soluciones  
Av. Roca Toro 740 - San Luis

Fecha/Hora	Instancia	Tipo	Neo Reclamo Inicial	Resolución	Resuelto por	Fecha Resolución	Clasificación
18/01/2020 15:05	Tra instancia	Reclamo	INDICADOR	INFUNDADO			

8.2. En resolución se coloca de acuerdo al estado que corresponda

# 9. Guardar la resolución por cada nombre de cliente a la que corresponda.

- Seguir la siguiente ruta.

The screenshot shows a Windows File Explorer window with the following path: Este equipo > pe-doc\_fin (\\pelma3vspfs02) (T:) > Prevencion de Fraude > INBOX-RIESGOS > NUEVO INBOX\_RIESGOS > ENTEL\_INCIDENTE > MA. The file list contains the following items:

Nombre	Fecha de modifica...	Tipo	Tamaño
NEW_INBOX_MA_OCTUBRE_19	21/01/2020 12:43 ...	Hoja de cálculo d...	3,228 KB
NEW_INBOX_MA_ENERO_20	27/01/2020 01:33 ...	Hoja de cálculo d...	207 KB
RESOLU	27/01/2020 12:44 ...	Carpeta de archivos	

# 10. Actualizar base de datos

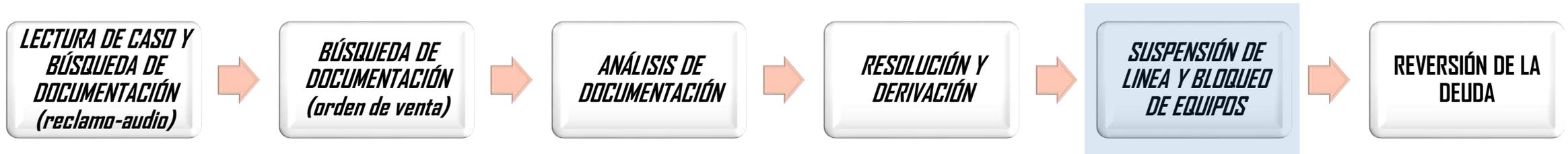
- 10.1. Ingresar al Excel **NEW\_INBOX\_MA\_\*\*MES\*\*20**, dar el formato de color verde para registrar como atendido

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1	DI	CODIG	FECHA	FECHACA	CODIGOCON	COMPANIA	DIRECCION	RUCCOMPAT	CODIGOCUENTACOMP	TELEFONCONTRAT	CODIG	FECHA	CODIG	SOLICI	TIPOPROCES	GAM		
305	6	159893342	15-ene-20	25	15-ene-20	13828314 DORREYDA SILVA TICOMA ROMEI CL MODESTO MC		1040561898	119842309	51960496084	47313095		51347481	DIGPOS0210	VENTA MOVILES			
306	6	159893047	15-ene-20	33	15-ene-20	18522667 GUJANELLA ALEXANDRA GONZF JR. ALMIRANTE C		76343036	120975507	51996363421	51133457		613678570	DIGPOS6136	VENTA MOVILES			
307	6	159893047	15-ene-20	33	15-ene-20	18522667 GUJANELLA ALEXANDRA GONZF JR. ALMIRANTE C		76343036	120975507	51922308947	51303916		614629871	DIGPOS6146	VENTA MOVILES			
308	6	159300123	15-ene-20	76	20-ene-20	4189919 YULY DEL ROSARIO SUAREZ VEL CL INACANATO		41263605	114744639	51923720001	51103491		61514822	DIGPOS6151	VENTA MOVILES			
309	6	159300123	15-ene-20	76	20-ene-20	4189919 YULY DEL ROSARIO SUAREZ VEL CL INACANATO		41263605	114744639	5192321319	51403523		61514822	DIGPOS6151	VENTA MOVILES			
310	6	159300123	15-ene-20	76	20-ene-20	4189919 YULY DEL ROSARIO SUAREZ VEL CL INACANATO		41263605	114744639	51946226038	51905881		615563920	DIGPOS6155	VENTA MOVILES			
311	6	159322390	15-ene-20	97	15-ene-20	5582306 ALEJANDRA NOLE ORTEGA AV LAS PALMER		10732174759	113810721	51934476666	15980223		20039225	27704078	VENTA MOVILES			
312	5	160026426	16-ene-20	0	16-ene-20	3561766 JOSE LUIS HANARRO FLORES AV ALJAMBRON E		70070061	119939064	5199320937	44501978		44889258	DIGPOS0376	PORTABILIDAD			
313	5	160009426	16-ene-20	114	16-ene-20	9112020 JUAN ANTONIO MUÑOZ ESPINOZ JR LILMA 231 URB		9384362	120019509	51922243369	47816412		53151618	DIGPOS0231	VENTA MOVILES			
314	5	160012268	16-ene-20	370	16-ene-20	3501185 JHENIFER EVELYN THALIA ARAK AV HONORIO DEL		48577711	11937346	51947325436	7338570							
315	4	160162426	18-ene-20	29	18-ene-20	3918427 JHONSON HALLER ARAUJO GAR PSJ LAS MARGA		70235168	121066937	51961295634	51497240		615517634	70235149	VENTA MOVILES			
316	4	160162426	18-ene-20	29	18-ene-20	3918427 JHONSON HALLER ARAUJO GAR PSJ LAS MARGA		70235168	121066937	51947395917	7723437		14249462	27691574	VENTA MOVILES			
317	4	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	732025 CRISTHIAN YANDARY MOYANO AVENIDA MARQL		40965746	11039844	51993286798	48296446		602104016	DIGPOS0261	PORTABILIDAD			
318	4	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	732025 CRISTHIAN YANDARY MOYANO AVENIDA MARQL		40965746	11039844	51994072406	4269923							
319	4	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	732025 CRISTHIAN YANDARY MOYANO AVENIDA MARQL		40965746	11039844	51996269663	2983198							
320	4	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	732025 CRISTHIAN YANDARY MOYANO AVENIDA MARQL		40965746	11039844	5197799666	50595814							
321	4	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	732025 CRISTHIAN YANDARY MOYANO AVENIDA MARQL		40965746	11039844	51980624346	26743684		610888134	DIGPOS0377	PORTABILIDAD			
322	4	160163805	18-ene-20	0	18-ene-20	732025 CRISTHIAN YANDARY MOYANO AVENIDA MARQL		40965746	11039844	511981E-11	1262810							
323	4	160164021	18-ene-20	156	18-ene-20	2273607 LUIS ANGEL CABRERA MUNOZ CL POMABAMBA		10777396	111935251	51947136473	4713534							
324	4	160164021	18-ene-20	156	18-ene-20	2273607 LUIS ANGEL CABRERA MUNOZ CL POMABAMBA		10777396	111935251	51994220902	4714202							
325	4	160164021	18-ene-20	156	18-ene-20	2273607 LUIS ANGEL CABRERA MUNOZ CL POMABAMBA		10777396	111935251	51994220994	4714175							
326	4	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754 KAREN PILAR LOZADA VILLARRI JR VERACIDAD I		45586745	113827013	51924963949	51618258		616027295	43765202	VENTA MOVILES			
327	4	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754 KAREN PILAR LOZADA VILLARRI JR VERACIDAD I		45586745	113827013	51922843148	35823100		36389396	30554444	VENTA MOVILES			
328	4	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754 KAREN PILAR LOZADA VILLARRI JR VERACIDAD I		45586745	113827013	51984305124	15974682		20089625	3181732	PORTABILIDAD			
329	4	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754 KAREN PILAR LOZADA VILLARRI JR VERACIDAD I		45586745	113827013	51934527943	15944236		20089936	37637630	VENTA MOVILES			
330	4	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754 KAREN PILAR LOZADA VILLARRI JR VERACIDAD I		45586745	113827013	51922843148	51246058		614297758	43759166	PORTABILIDAD			
331	4	160181905	19-ene-20	56	19-ene-20	1635754 KAREN PILAR LOZADA VILLARRI JR VERACIDAD I		45586745	113827013	51924958886	51618250		616027229	43765221	VENTA MOVILES			
332	4	160183277	19-ene-20	0	19-ene-20	9565431 PABLO NEL AYALA MENDIETA JR PUCALLPA S2		44436476	120359936	51959176149	49525714							
333	4	160183277	19-ene-20	0	19-ene-20	9565431 PABLO NEL AYALA MENDIETA JR PUCALLPA S2		44436476	120359936	51923440034	51369027		61604944	DIGPOS6160	VENTA MOVILES			
334	4	160191030	19-ene-20	37	19-ene-20	3150293 TOMAS YEGA YALUP PSJ J AH JOSE J		1019126	119309595	51924874310	51606362		61973077	44798831	VENTA MOVILES	Chp		
335	3	160221978	20-ene-20	25	20-ene-20	4692933 SIMON OSCAR HUAMAN PALOM JR LUIS GRIBALC		1007642047	114464547	51992857988	1942484		22320366	8012547	PORTABILIDAD			
336	3	160222390	20-ene-20	145	20-ene-20	659646 ATLANO IGNACIO PERPETUA FI MZ 73 - 6 PP JI SJ		10328575553	117678086	51977434638	33393206		34078136		VENTA MOVILES			
337	3	160222390	20-ene-20	145	20-ene-20	659646 ATLANO IGNACIO PERPETUA FI MZ 73 - 6 PP JI SJ		10328575553	117678086	51977434638	33393206		34078393		VENTA MOVILES			
338	3	160222390	20-ene-20	145	20-ene-20	659646 ATLANO IGNACIO PERPETUA FI MZ 73 - 6 PP JI SJ		10328575553	117678086	511934E-11	1050302							

Se modifican las pestañas de:

- ❖ Motivo de reclamo
- ❖ Fecha de análisis
- ❖ Fecha de salida
- ❖ Resolución
- ❖ Cargos (si estos existieran)

# Tesina: Resolución



<u>Controles</u>	<u>Como</u>	<u>MPDCA</u>	<u>Quién</u>	<u>Con qué</u>	<u>Cuando</u>	<u>Riesgos</u>	<u>Oportunidades</u>
Archivo Excel de seguimiento de atención de casos	En ppts siguientes	Desarrollo	Analista de atención de casos	Excel CRM de Entel BSCS FMS WEDO	Reclamo con resolución FUNDADO		

# 11. Suspensión de línea (resoluciones fundadas)

Comprobar el estado de la línea mediante SINEX

**11.1. Si línea se encuentra desactivada, no se procede a realizar ningún cambio**

Contrato: 29971469    Ciclo: 04    Modelo: huawei y5 ii wt  
Fecha: 21/01/2017    Sim/Imei: 89511710120240082245    Vendedor: TIENDA05  
**Estado: Desactivado**    Motivo: Morosidad    Imei(Cóndor): 869889029897564  
Plan Tarifario: Entel Control 79.90    Renta Básica: 67.71  
Plan:    Sin Prorrateo: Inactivo

**Consumo del Mes (Minutos) Ciclo no Facturado**

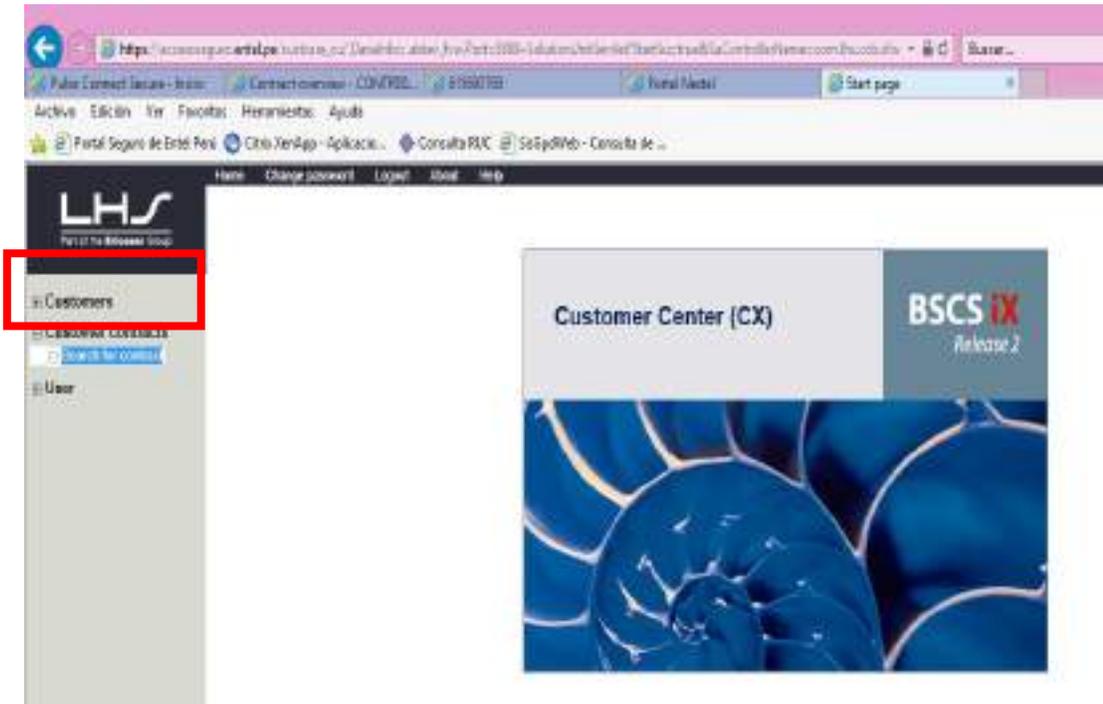
Conexión Directa:		Interconexión Telef.:	
Privado:	Grupal:	Local:	VoIP:
CDI HB:	CDI HC:	Móvil: 0:00	Fijo: 0:00
Comunidad:		LDN:	LDI:
Roaming		COMUNIDADES:	

**11.2. SI RESOLUCIÓN ES FUNDADA, SUSPENDER POR FRAUDE EN VENTAS**

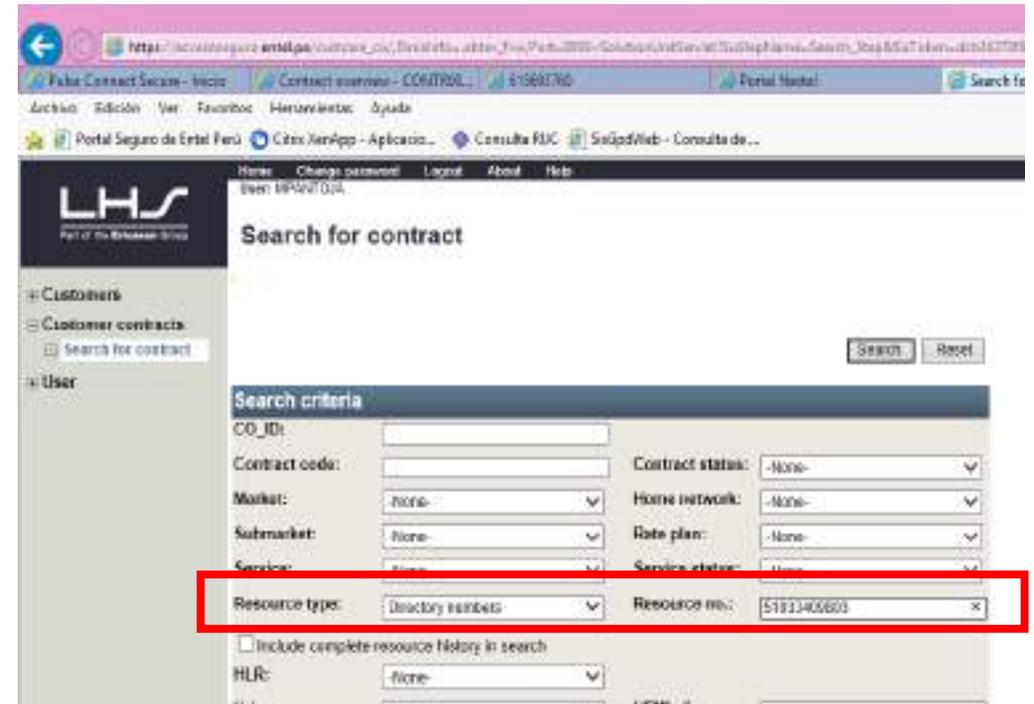
- A. Sí esta ACTIVO, se suspende por fraude en ventas en **BSCS**
- B. Sí esta suspendido por morosidad o robo, se activa y luego se cambia a fraude por ventas en **WEDO**
- C. Sí está suspendido por suspendido, se activa y luego se suspende por fraude en ventas en **BSCS**

# A. Sí se encuentra activo:

- A.1 Dirigirse a PORTAL- BSCS



- A.2 Colocar directory numbers and número de teléfono, con los dígitos 51 por delante, luego buscar.



# A. Sí se encuentra activo:

A.3. Dirigirse a **CONTRACT CODE**

User:  Search...

Max. search results:

**Search results**

**Contracts**  
Displayed: 1 - 1

Contract code	Contract status	Customer code	Public key	Resource type	Resource no.
CONTR0050896271	Suspended	1.14142637	CUST0004089024	Directory numbers	519334

https://accesoseguro.entel.pe/custcare\_cui/DanaInfo=abtev\_fwv;Port=8899+SolutionUnitServlet?NEXTSTEP=Search\_Step8F...

- A.4. Luego **STATUS AND MARKET** y **CHANGE CONTRACT STATUS**

LHS  
For all the Business Time

Home | Change password | Logout | About | Help

User: SPAN1314 | Customer code: 1.14142637 | Contract code: C0414000000011 | Customer public key: CUS1000000004 | Contracts: 1 active | Activator: Dec 3, 2018

### Contract overview - CONTR0050896271

Rate plan and services | **Status and market** | Pricing and billing | Contract requests

**Status**

Customer: HUMAN, ALICIA ESTHER, SECTOR 8 GRUPO 2 M2 N L1 T2, LIMA 16, PASADAJE EL PARADERO EL SOL Y LA FARMACIA

Contract status: Suspended

Reason for status: Suspension por fraude en ventas

Signed on: 03/12/2019

Customer overview | **Change contract status** | Change name | Show status history

**Minimum commitment**

Initial date: -

Ending date: -

Duration: -

**Sales contact**

First name: - Last name: -

Sales contact code: - [Sales contact history](#)

Change... Remove

# A. Sí se encuentra activo:

- A.5. Seleccionar **SUSPENDIDO POR FRAUDE EN VENTAS** y **OK**.

The screenshot shows a web browser window with the URL [https://accesoseguro.entel.pe/custcare\\_cu/Danainfo=abtev\\_fwv.Port=8899+SolutionUnitServlet?5u5tepName=StatusAndMarket\\_Link](https://accesoseguro.entel.pe/custcare_cu/Danainfo=abtev_fwv.Port=8899+SolutionUnitServlet?5u5tepName=StatusAndMarket_Link). The browser tabs include 'Pulse Connect Secure - Inicio', 'Contract overview - CONTR00...', and 'Portal Nestal'. The browser's address bar shows the URL. The browser's menu bar includes 'Archivo', 'Edición', 'Ver', 'Favoritos', 'Herramientas', and 'Ayuda'. The browser's toolbar shows 'Portal Seguro de Entel Perú', 'Citrix XenApp - Aplicacio...', 'Consulta RUC', and 'SisGpdWeb - Consulta de ...'. The browser's status bar shows 'User: MPANTOJA Customer code: 1.14142837 Contract code: CONTR0050896271 Customer public key: CUST0000'. The browser's page title is 'Change contract status'. The browser's page content includes a navigation menu with 'Home', 'Change password', 'Logout', 'About', and 'Help'. The browser's page content includes a sidebar with 'Customers', 'Customer contracts', 'Memos', and 'Network'. The browser's page content includes a main form with the following fields: 'Current status: Suspended', 'Reason for status: Suspension por fraude en ventas', 'Valid from: 14/01/2020 04:19:24 PM', 'New status: Active', 'Reason for status change: Activado', 'Network request priority for registration (Activation): 10', and 'Valid from:'. The 'OK' button is highlighted with a red box.

**Change contract status**

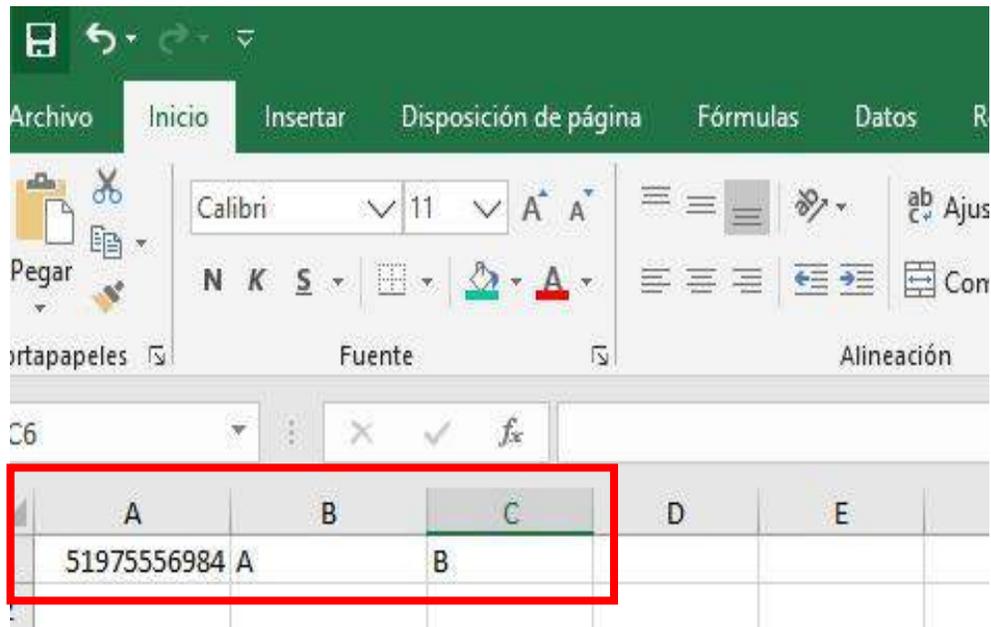
Current status: Suspended  
Reason for status: Suspension por fraude en ventas  
Valid from: 14/01/2020 04:19:24 PM

New status: Active   
Reason for status change: Activado

Network request priority for registration (Activation): 10  
Valid from:

## B. Sí esta suspendido por morosidad o robo

- B.1. En una hoja de Excel copiar el numero de teléfono a suspender con 2 espacios adicionales.



B.2. Ingresar a WEDO para subir dicho archivo de Excel

# B. Sí esta suspendido por morosidad o robo

1. Informes
2. Acciones
3. Acciones masivas
4. Acción: **SUSPENDER POR FRAUDE**
5. Send
6. Submit



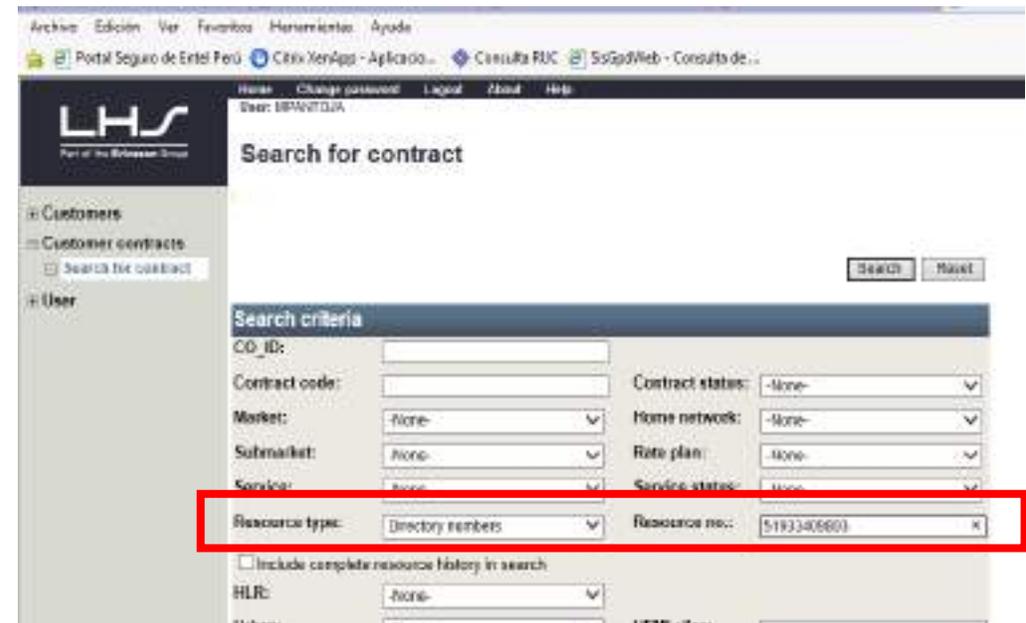
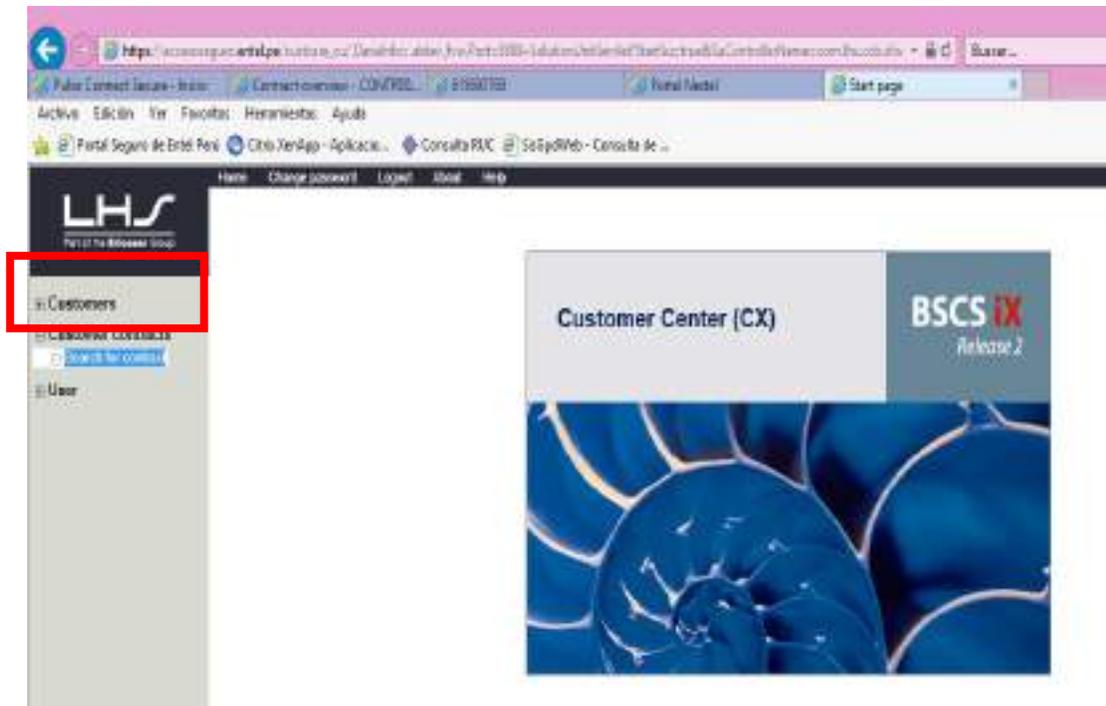
A screenshot of a web application interface. The browser address bar shows '172.29.8.77:8080/web/guest/informes#/2/default'. The page title is 'Acciones | Acciones Masivas'. On the left is a vertical sidebar with various menu items: 'Acciones', 'OSIPTEL', 'Financiera', 'Tráfico 0 (IMEI)', 'Tráfico 0 (MSISDN)', 'Overview', 'OSIPTEL - Penales', and 'Casos'. The 'Acciones' item is circled in red with a '1' next to it. The main content area is titled 'Acciones Masivas' and contains instructions for blocking equipment, blocking services, sending SMS, and suspending lines. The 'Acción' dropdown menu is circled in red with a '4' next to it. At the bottom right, there are 'Submit', 'Cancel', and 'Dismiss' buttons. A red arrow points from the Excel icon to the 'Attachments' section of the form.

# C. Sí está suspendido por suspendido

- C.1. Activar línea

C.1.1. Dirigirse a PORTAL- BSCS

C.1.2. Colocar directory numbers and número de teléfono, con los dígitos 51 por delante, luego buscar.



# C. Sí está suspendido por suspendido

C.1.3. Dirigirse a **CONTRACT CODE**

User:  Search...

Max. search results:

**Search results**

**Contracts**  
Displayed: 1 - 1

Contract code	Contract status	Customer code	Public key	Resource type	Resource no.
CONTR0050896271	Suspended	1.14142637	CUST0004089024	Directory numbers	519334

https://accesoseguro.entel.pe/custcare\_cui/DanaInfo=abtev\_fwv;Port=8099+SolutionUnitServlet?NEXTSTEP=Search\_Step8F...

• C.1.4. Luego **STATUS AND MARKET** y **CHANGE**

LHS  
For all the Business Time

Contract overview - CONTR0050896271

Rate plan and services | **Status and market** | Pricing and billing | Contract history

**Status**

Customer: HUMAN, AUCIA ESTHER, SECTOR 8 GRUPO 2 MZ N L T 12, LIMA 16, PASADUO EL PARADISO EL SOL Y LA FARMACIA

Contract status: Suspended

Reason for status: Suspension por fraude en ventas

Signed on: 03/12/2019

Customer overview | **Change contract status** | Change name | Show status history

**Minimum commitment**

Initial date: -

Ending date: -

Duration: -

**Sales contact**

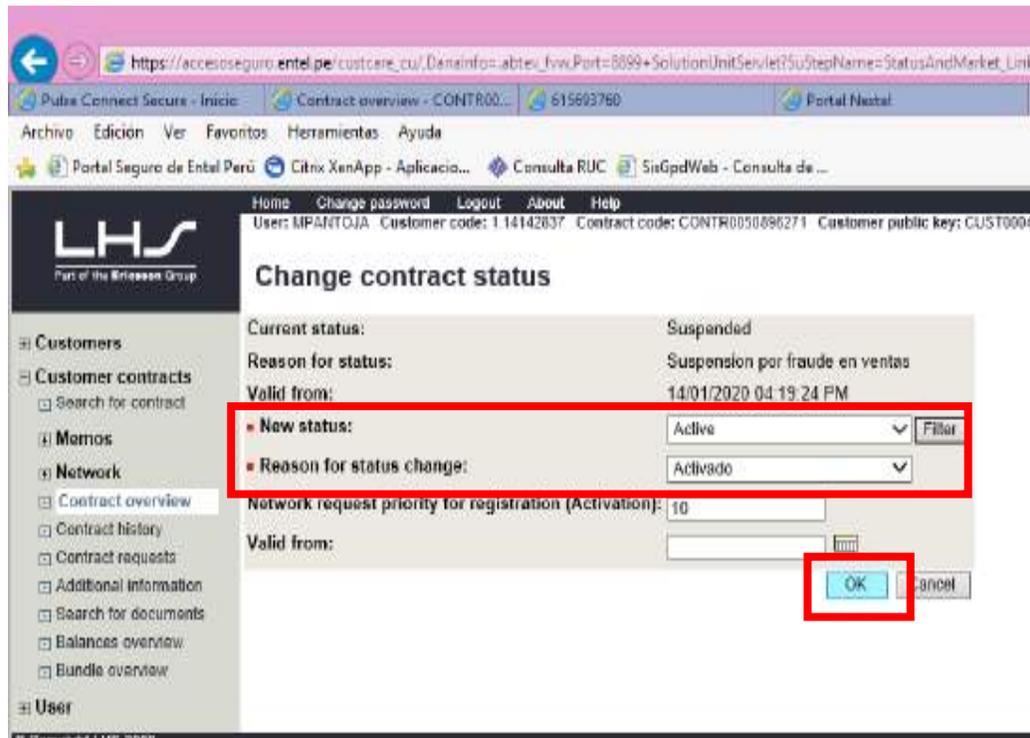
First name: - Last name: -

Sales contact code: - [Sales contact history](#)

Change... Remove

# C. Sí está suspendido por suspendido

- C.1.5. Seleccionar **ACTIVADO** y **OK**.



Change contract status

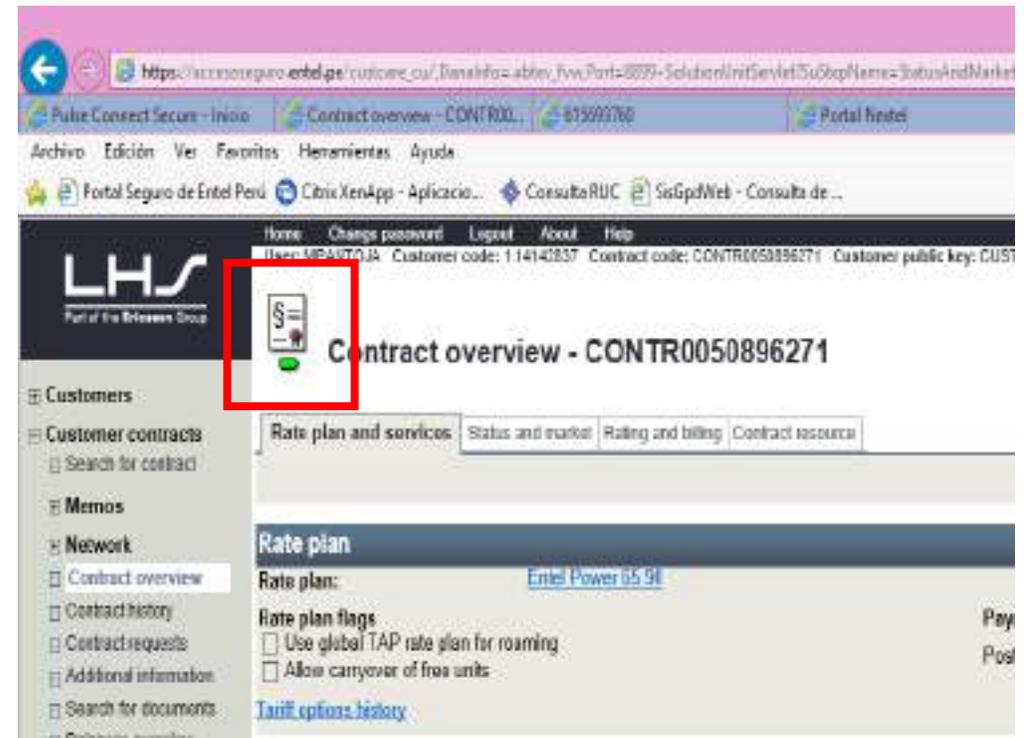
Current status: Suspended  
Reason for status: Suspension por fraude en ventas  
Valid from: 14/01/2020 04:19:24 PM

• New status: Active   
• Reason for status change: Activado

Network request priority for registration (Activation): 10

Valid from:

- C.1.6. Verificar que el icono se encuentre en verde para validar la activación



Contract overview - CONTR0050896271

Rate plan and services:

Rate plan  
Rate plan: [Entel Power 65 9L](#)

Rate plan flags  
 Use global TAP rate plan for roaming  
 Allow carryover of free units

[Tariff options history](#)

# C. Sí está suspendido por suspendido

- **C.1. Desactivar línea**

❖ Aplicar mismos pasos desde el PUNTO A.1 hasta A.5

# 12. Enviar correo a **APROVISIONAMIENTO**

- 12.1. En un cuadro adjuntar las números a desactivar junto con su propio número de contrato.

Responder Responder a todos Reenviar

martes 07/01/2020 07:36 p.m.

MIGUEL ARTEAGA <marteaga@rcpasesores.com>  
DESACTIVACIÓN DE LINEAS DE FRAUDE

Para **aprovisionamientopersonas.desactivaciones@entel.pe'**

CC 'VANESSA RUEDA'; 'vlarosa@rcpasesores.com'

Sres. Buenas noches,

Por favor su apoyo con la desactivación de las siguientes líneas por FRAUDE EN VENTAS:

TELEFONO	CONTRATO
975727778	51631953
979601609	51631998
949675767	51631925
201077908	51343894
998241400	50942880
994057486	50826417

# 13. ANALISTA – Envía correo con el número de incidente y N° de IMEI a Supervisora, encargada del bloqueo de equipos

Responder Responder a todos Reenviar

viernes 24/01/2020 07:18 p.m.

MIGUEL ARTEAGA <marteaga@rcpasesores.com>

**BLOQUEO**

Para 'Vicky La Rosa Valencia'

INCIDENTE	IMEI
160191090	SUPER3G03497365
158917497	001502502932520
158919989	355849052100907
158919989	355849052100824
158923523	001502099348520
159730576	866171024165799
159730576	SUPER3G00933357
159730576	359459078476251
159436566	SUPRC3G00571033
160010123	AB6170044279437

RESULTADOS DESIGN PROCESS CANVAS (PPT interactiva, pulse F5 haga clic en  para ver detalle y clic para regresar)

"Gestión de la detección de Uso Prohibido del servicio móvil en Penales por suscriptores de Entel Perú SA"							
<b>Tipo de Proceso:</b> Apoyo para el proceso de la compañía "Uso Prohibido"		<b>Responsable:</b> Área de Prevención de Fraude de la Gerencia de Riesgos		<b>Legislación:</b> Condiciones de uso - Osiptel 		<b>Código:</b> 202007	<b>Fecha:</b> 15/07/2020
<b>Objetivos:</b> Detectar el uso en Penales de celulares de los clientes de Entel 		<b>Alcance:</b> Suscriptor  Atención al Cliente Regulación 		<b>Expectativa del Cliente:</b> Detección de uso prohibido del servicio móvil en penales por suscriptores de Entel 			
<b>Entradas:</b> Alertas de uso			<b>Inicio:</b> Llegada de alertas de uso			<b>Indicadores:</b> Nro de líneas/equipos suspendidos 	
<b>Salidas:</b> Reporte a legal 			<b>Fin:</b> Notificación al área regulatoria 				
Controles	Como	MPDCA	Quién	Con qué	Cuando	Riesgos	Oportunidades
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 10px; width: 20%; text-align: center;">                     Analista recibe correo con reportes analizar  </div> <div style="font-size: 2em; color: orange;">➔</div> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 10px; width: 20%; text-align: center;">                     Completar y validar información requerida por cada reporte  </div> <div style="font-size: 2em; color: orange;">➔</div> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 10px; width: 20%; text-align: center;">                     Proceder a suspender líneas y bloquear equipos  </div> <div style="font-size: 2em; color: orange;">➔</div> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 10px; width: 20%; text-align: center;">                     Verificar el estado de suspensión y/o bloqueo realizado                 </div> <div style="font-size: 2em; color: orange;">➔</div> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 10px; width: 20%; text-align: center;">                     Envío de reporte al área regulatoria  </div> </div>							
1  2  3   Líneas   Equipos		4  5  6  7  8  9  10 		1  2  3   4  Líneas   Equipos		1  2  3   Líneas   Equipos	Tareas

## Legislación

[Texto Único Ordenado de las Condiciones de Uso de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de Consejo Directivo N° 138-2012-CD/OSIPTEL](#)

Normativa vigente del regulador de las telecomunicaciones de Perú, OSIPTEL. En esta norma se encuentran todos los lineamientos que las empresas de telecomunicaciones deben seguir en la relación con el usuario y otras empresas operadoras.

## Objetivos específicos

- Analizar las alertas de uso generadas
- Suspender línea y bloquear equipos que realizan tráfico en los penales

## **Alcance**

- Analizar las alertas de uso prohibido
- Notificar al área regulatoria sobre las acciones realizadas

## **Expectativa del cliente**

- Área regulatoria: Todas las líneas que realizan tráfico en los penales, por normativa de Osiptel, deben ser suspendidas y se debe generar el bloqueo de los IMEI's.

## Entradas

- Alertas de uso: Casos detectados por la herramienta de fraude FMS

## Salidas

- Reporte a legal: Se notifica al área regulatoria sobre las acciones realizadas

## Inicio

- Las alertas de uso prohibido generadas por la herramienta se generan todos los días a la 1pm

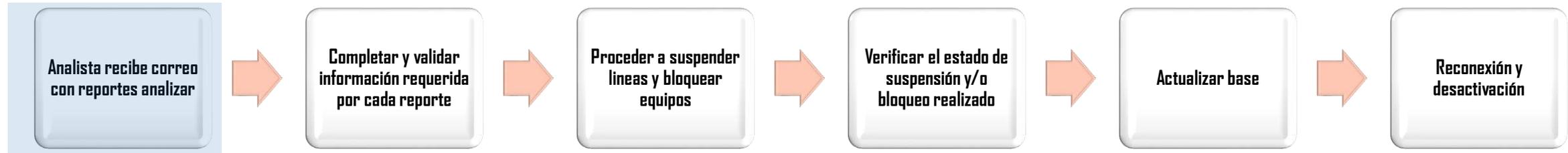
## Fin

- Luego del análisis y acciones sobre las alertas, se envía un correo electrónico al área regulatoria

## Indicadores

- Nro de líneas suspendidas: Cantidad de líneas suspendidas diariamente.
- Nro de equipos bloqueados: Cantidad de equipos bloqueados diariamente.

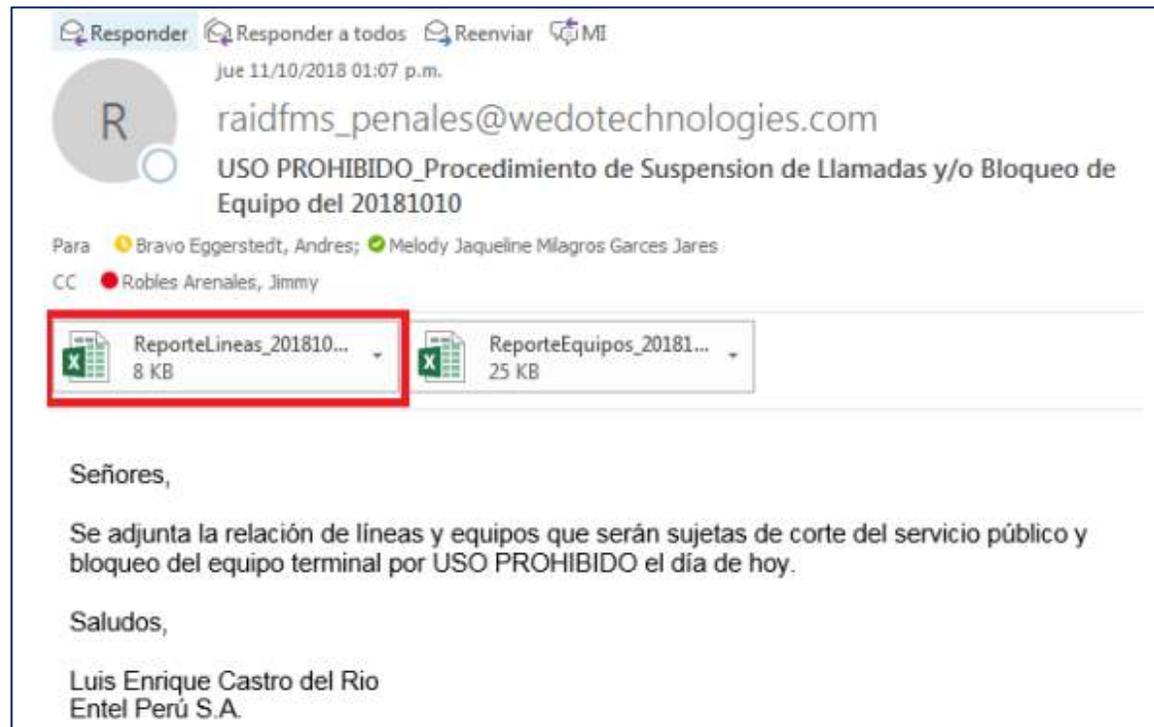
# Tesina: Resolución



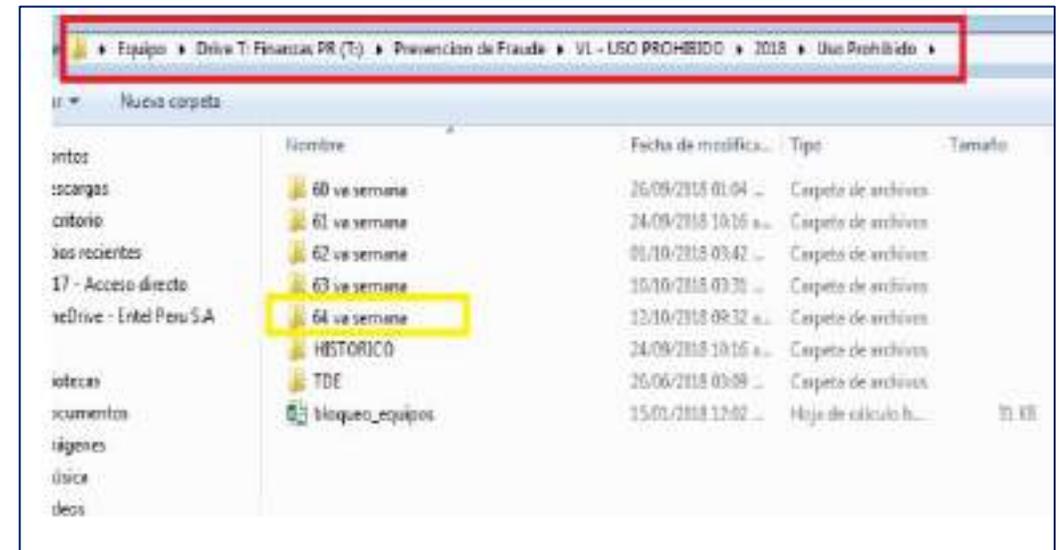
<b><u>Controles</u></b> Archivo Excel de seguimiento de atención de casos	<b><u>Como</u></b> En ppts siguientes	<b><u>MPDCA</u></b> Desarrollo	<b><u>Quién</u></b> Analista de atención de casos	<b><u>Con qué</u></b> Excel Correos	<b><u>Cuando</u></b> Recepción del correo de la herramienta	<b><u>Riesgos</u></b> No leer el correo y no atender los casos	<b><u>Oportunidades</u></b>
--	--	-----------------------------------	--	---	--	---	-----------------------------

# REPORTE DE LÍNEAS POSTPAGO

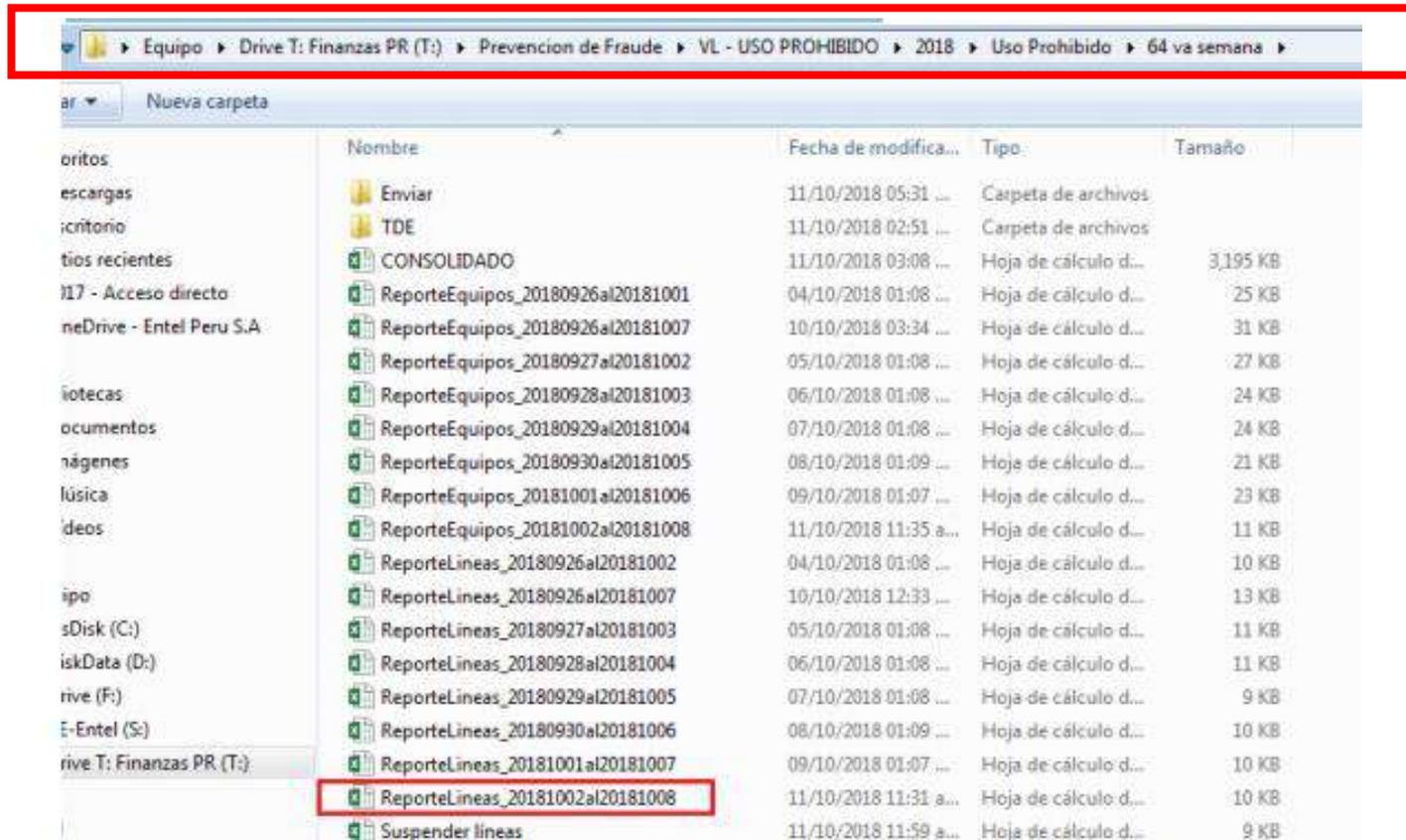
- 1. Descargar reportes que llegaron por correo



- 2. Crear una nueva carpeta en la ruta, con el nombre de su respectiva semana (TODOS LOS DÍAS LUNES)



# 3. Guardar los 4 reportes en la carpeta correspondiente, con los nombres indicados



❖ ReporteLineas\_\*\*

❖ ReporteEquipos\_\*\*

**En la carpeta TDE:**

❖ ReporteLineasPrepago\_\*\*

❖ ReporteEquiposPrepago\_\*\*

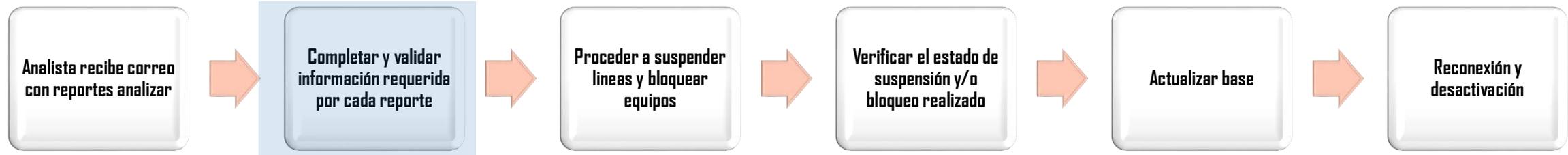
Nombre	Fecha de modifica...	Tipo	Tamaño
PER_20_SPRN_20181015	15/10/2018 12:51 ...	Documento de tex...	4 KB
ReporteEquipos_Prepago_20181004al20181010	15/10/2018 10:36 a...	Hoja de cálculo d...	26 KB
ReporteEquipos_Prepago_20181004al20181012	15/10/2018 12:00 ...	Hoja de cálculo d...	22 KB
ReporteEquipos_Prepago_20181005al20181011	13/10/2018 01:15 ...	Hoja de cálculo d...	20 KB
ReporteEquipos_Prepago_20181006al20181012	14/10/2018 01:19 ...	Hoja de cálculo d...	33 KB
ReporteLineas_Prepago_20181004al20181010	15/10/2018 10:36 a...	Hoja de cálculo d...	29 KB
ReporteLineas_Prepago_20181004al20181012	15/10/2018 12:00 ...	Hoja de cálculo d...	21 KB
ReporteLineas_Prepago_20181005al20181011	13/10/2018 01:15 ...	Hoja de cálculo d...	19 KB
ReporteLineas_Prepago_20181006al20181012	14/10/2018 01:19 ...	Hoja de cálculo d...	36 KB
Suspender_lineas_TDE	15/10/2018 12:47 ...	Hoja de cálculo d...	10 KB

Para optimizar el procedimiento, se recomienda crear 2 archivos adicionales:

- ❖ ReporteLineasGenerales\_\*\*
- ❖ ReporteEquiposGenerales\_\*\*

Los cuales serán enviados en adelante

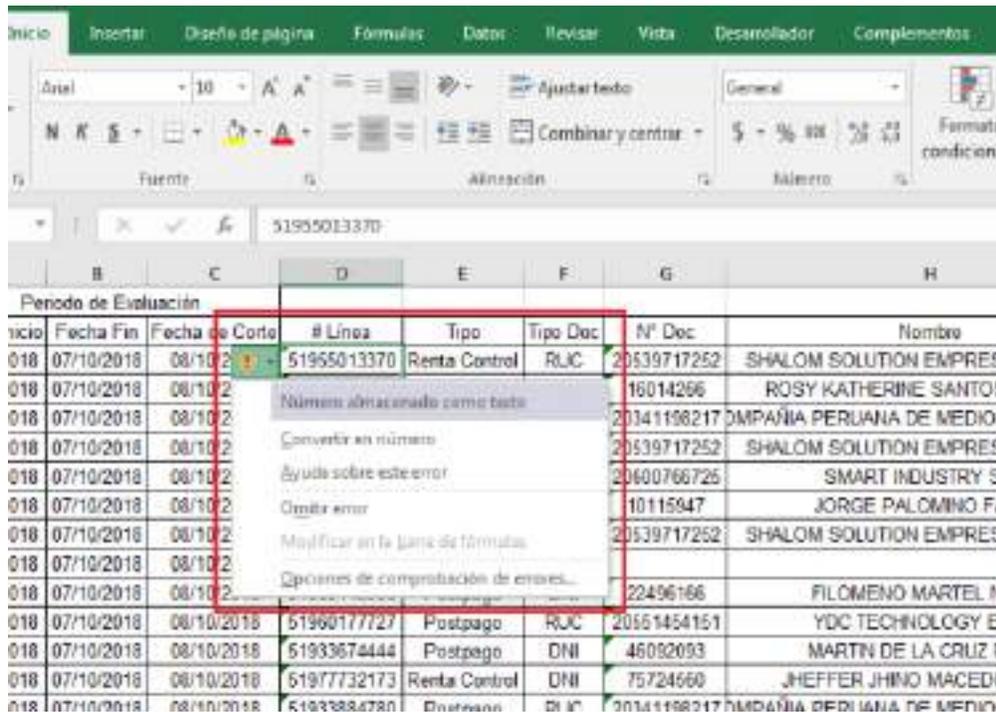
# Tesina: Resolución



<p><b><u>Controles</u></b>          Archivo Excel de seguimiento de atención de casos</p>	<p><b><u>Como</u></b>          En ppts siguientes</p>	<p><b><u>MPDCA</u></b>          Desarrollo</p>	<p><b><u>Quién</u></b>          Analista de atención de casos</p>	<p><b><u>Con qué</u></b>          Excel          Correos          FMS          SIEBEL          Risk Inspector</p>	<p><b><u>Cuando</u></b>          Recepción del correo de la herramienta y la información no esta completa</p>	<p><b><u>Riesgos</u></b>          Error humano al completar la información</p>	<p><b><u>Oportunidades</u></b>          Toda la información debe estar completa, se debe automatizar todo el flujo</p>
---	---	--	---	---	---	--	--

# 4. Abrir el reporte a trabajar

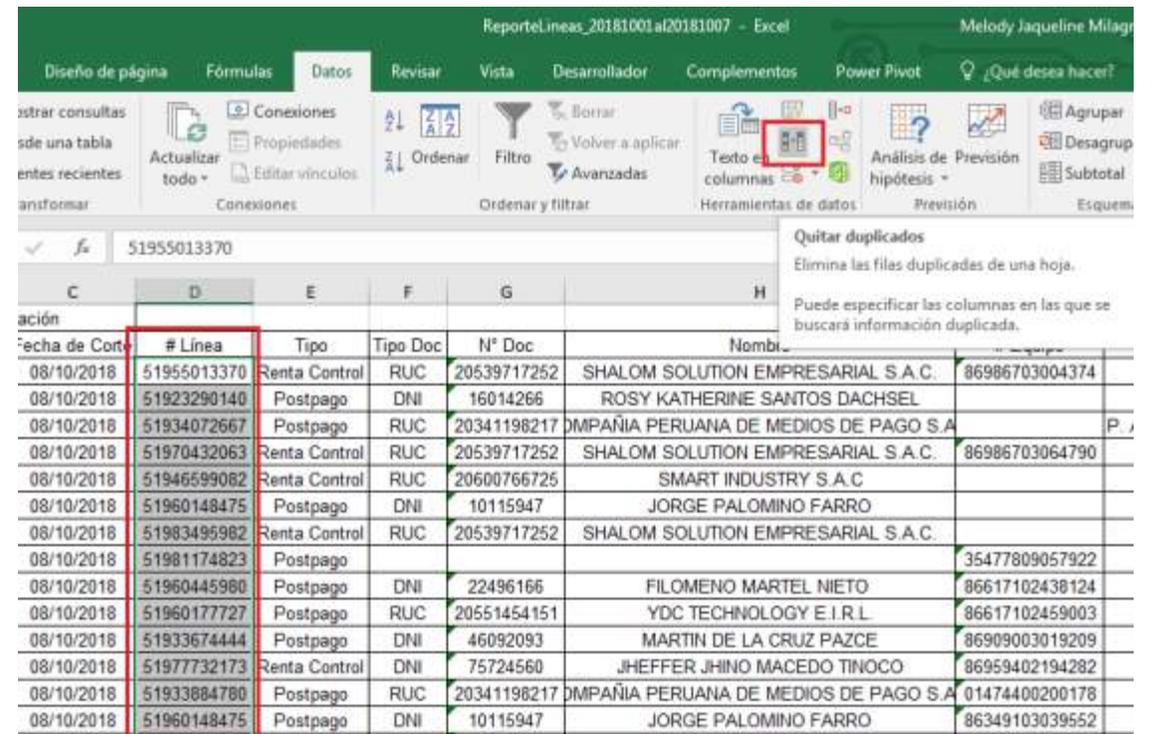
## 4.1. Convertir todas las líneas en formato número



The screenshot shows the Excel interface with the 'Datos' ribbon selected. A context menu is open over a cell containing the text '51955013370'. The menu options include: 'Número almacenado como texto', 'Convertir en número', 'Ayuda sobre este error', 'Omitir error', 'Modificar en la lista de fórmulas', and 'Opciones de comprobación de errores...'. The 'Convertir en número' option is highlighted.

Inicio	Insertar	Diseño de página	Fórmulas	Datos	Revisar	Vista	Desarrollador	Complementos
Período de Evaluación								
Inicio	Fecha Fin	Fecha de Corte	# Línea	Tipo	Tipo Doc	N° Doc	Nombre	
018	07/10/2018	08/10/2018	51955013370	Renta Control	RUC	20539717252	SHALOM SOLUTION EMPRES	
018	07/10/2018	08/10/2018	16014266			16014266	ROSY KATHERINE SANTOS	
018	07/10/2018	08/10/2018	Número almacenado como texto			20341198217	COMPAÑIA PERUANA DE MEDIOS DE PAGO S.A.	
018	07/10/2018	08/10/2018	Convertir en número			20539717252	SHALOM SOLUTION EMPRES	
018	07/10/2018	08/10/2018	Ayuda sobre este error			20600766725	SMART INDUSTRY S.A.C	
018	07/10/2018	08/10/2018	Omitir error			10115947	JORGE PALOMINO FARRO	
018	07/10/2018	08/10/2018	Modificar en la lista de fórmulas			20539717252	SHALOM SOLUTION EMPRES	
018	07/10/2018	08/10/2018	Opciones de comprobación de errores...			22496166	FILOMENO MARTEL NIETO	
018	07/10/2018	08/10/2018	51960177727	Postpago	RUC	20551454151	YDC TECHNOLOGY E.I.R.L.	
018	07/10/2018	08/10/2018	51933674444	Postpago	DNI	46092093	MARTIN DE LA CRUZ PAZCE	
018	07/10/2018	08/10/2018	51977732173	Renta Control	DNI	75724560	JHEFFER JHINO MACEDO TINOCO	
018	07/10/2018	08/10/2018	51933884780	Postpago	DNI	10115947	JORGE PALOMINO FARRO	

## • 4.2. Eliminar líneas duplicadas



The screenshot shows the Excel interface with the 'Datos' ribbon selected. The 'Quitar duplicados' task pane is open on the right, displaying the message: 'Elimina las filas duplicadas de una hoja. Puede especificar las columnas en las que se buscará información duplicada.' The table below has several rows highlighted in red, indicating they are identified as duplicates.

Fecha de Corte	# Línea	Tipo	Tipo Doc	N° Doc	Nombre	
08/10/2018	51955013370	Renta Control	RUC	20539717252	SHALOM SOLUTION EMPRESARIAL S.A.C.	86986703004374
08/10/2018	51923290140	Postpago	DNI	16014266	ROSY KATHERINE SANTOS DACHSEL	
08/10/2018	51934072667	Postpago	RUC	20341198217	COMPAÑIA PERUANA DE MEDIOS DE PAGO S.A.	
08/10/2018	51970432063	Renta Control	RUC	20539717252	SHALOM SOLUTION EMPRESARIAL S.A.C.	86986703064790
08/10/2018	51946599082	Renta Control	RUC	20600766725	SMART INDUSTRY S.A.C	
08/10/2018	51960148475	Postpago	DNI	10115947	JORGE PALOMINO FARRO	
08/10/2018	51983495982	Renta Control	RUC	20539717252	SHALOM SOLUTION EMPRESARIAL S.A.C.	
08/10/2018	51981174823	Postpago				35477809057922
08/10/2018	51960445980	Postpago	DNI	22496166	FILOMENO MARTEL NIETO	86617102438124
08/10/2018	51960177727	Postpago	RUC	20551454151	YDC TECHNOLOGY E.I.R.L.	86617102459003
08/10/2018	51933674444	Postpago	DNI	46092093	MARTIN DE LA CRUZ PAZCE	86909003019209
08/10/2018	51977732173	Renta Control	DNI	75724560	JHEFFER JHINO MACEDO TINOCO	86959402194282
08/10/2018	51933884780	Postpago	RUC	20341198217	COMPAÑIA PERUANA DE MEDIOS DE PAGO S.A.	01474400200178
08/10/2018	51960148475	Postpago	DNI	10115947	JORGE PALOMINO FARRO	86349103039552

# 5. Eliminar líneas que ya se encuentran suspendidas en el CONSOLIDADO

- 5.1. Abrir el archivo CONSOLIDADO, realizar el cruce de la columna líneas (del archivo reporte), con la columna Líneas (de la pestaña Líneas del consolidado)

C	D	E	F	G
Fecha de Co	# Línea		Tipo	Tipo D
14/10/2018	=BUSCARV(D3,[CONSOLIDADO.xlsx]Líneas!\$D:\$D,1,0)			
14/10/2018	51947359846		Postpago	DNI
14/10/2018	51960466759		Postpago	DNI
14/10/2018	51970353751		Postpago	DNI
14/10/2018	51922910261		Full Prepago	DNI
14/10/2018	51960148475		Postpago	DNI
14/10/2018	51981256847		Postpago	DNI
14/10/2018	51970347370		Postpago	DNI

- 5.2. Las líneas que crucen se eliminan del reporte y trabajar con las restantes

14/10/2018	51946417347	51946417347	Renta Control
14/10/2018	51946521112	51946521112	Renta Control
14/10/2018	51947359846	51947359846	Postpago
14/10/2018	51955251237	51955251237	Postpago
14/10/2018	51955330941	51955330941	Full Prepago
14/10/2018	51960148475	51960148475	Postpago
14/10/2018	51960466759	51960466759	Postpago
14/10/2018	51960615525	51960615525	Renta Control
14/10/2018	51970353751	51970353751	Postpago
14/10/2018	51970746417	51970746417	Postpago
14/10/2018	51970820478	51970820478	Postpago
14/10/2018	51977404443	51977404443	Postpago
14/10/2018	51977453869	51977453869	Postpago
14/10/2018	51981256847	51981256847	Postpago
14/10/2018	51981309679	51981309679	Postpago
14/10/2018	51981527987	51981527987	Postpago
14/10/2018	51970347370	#N/A	Postpago
14/10/2018	51933375112	#N/A	Renta Control

## 5. Completar datos de los números que no cuente con toda la información

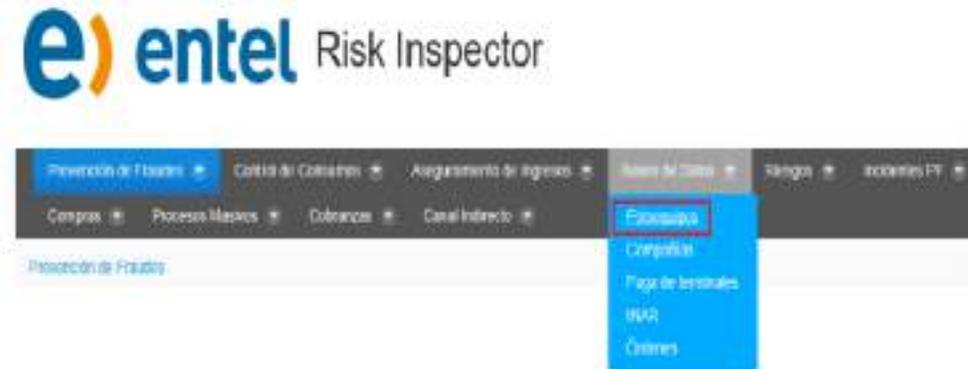
	L	M	E	F	M	N	I	J
	Fecha de Co	# Línea	Tipo	Tipo D. J.	N° Doc	Nombre	# Equipo	Penal
18	10/02/2018	51923903577	Postpago				35191007516328	E.P. DE HUAF
18	10/02/2018	51975542435						P. ANEXO MUJERES DE
18	10/02/2018	51942787142						E.P. HUARA
18	10/02/2018	51972181657	Full Prepaid	PM	7406796	VICTOR JOSE RODRIGUEZ SANCHEZ	01437100177717	E.P. DE CHOS AY

# 6. Ingresar a RISK INSPECTOR

- 6.1. Copiar las líneas a buscar y pegarlas (sin 5l adelante) en un Excel, el cual debe estar guardado como .xls

	A	B
1	968204481	
2	946304709	
3	981215539	
4	922234098	
5	924022986	
6		
7		
8		

- 6.2. Base de datos -> foto equipo



## 6.3. Adjuntar el Excel con las líneas en formato xls, buscar y exportar.

Foto Equipos

Seleccione archivo xls

 Examinar...

El archivo no debe tener encabezado y debe tener extensión .xls

Campo filtro

Teléfono

Buscar para

Mes actual

 Buscar

 Exportar

Compañía	Teléfono	Estado del contrato	Fecha de activación - contrato	Fecha larga - contrato	Ciclo facturación - contrato	Código BSCS - contrato	Plan Tarifario	Código plan telefónico BSCA	Nro cuenta responsable	Fecha activación - contrato	Tipo persona	RUC - empresa
CELIA GEMMA ROMAN ENCALADA	98204481	Activo	-	02-JUL-18	04	46932600	Internet 2Mbps R.	2271	1.14791101	02-JUL-18	Natural	71091
MARIA CLEOPE ZARE DE MAS	946304709	Activo	-	07-AUG-18	04	47034188	Internet 2Mbps R.	2271	1.16077591	07-AUG-18	Natural	258321
MIRIAM PILAR CARDENAS MEZA	981215539	Activo	-	05-AUG-18	04	46941839	Internet 2Mbps R.	2271	1.16098109	05-AUG-18	Natural	10541
JONATHAN BENJAMIN ARREDONDO OROSCO	924020900	Activo	-	15-JUL-17	03	27911594	Internet Hogar 2Mbps	2150	1.16215791	12-NOV-16	Natural	445241
JAMES ROMEL RAMOS GUTIERREZ	922204000	Activo	-	19-JUL-17	03	54878648	Internet 2 Mbps	2218	1.177583291	13-JUL-17	Natural	43641

# 7. Ingresar información extraída de RISK INSPECTOR

D	E	F	G	H	I	J
# Línea	Tipo	Tipo D	N° Doc	Nombre	# Equipo	Penal
51923903577	Full Prepago	DNI	75724583	ANDHY FRANK CACHA ESPINOZA	35191007516328	E.P. DE HUARAZ
51975542435						P. ANEXO MUJERES DE CHOI
51942787142						E.P. HUARAL
51972181653	Full Prepago	DNI	75063235	VICTOR JOEL RODRIGUEZ SANCHEZ	01427400477743	E.P. DE CHICLAYO (PICS

- Si existieran números sin información reportada por RISK INSPECTOR, proceder a buscarlas en la plataforma de SIEBEL

# 8. Ingresar SIEBEL

← → ↻ 🏠 siebel.entel.pe/ecommunications\_esn/start...

entel Archivo Edición Ver Desplazarse Consulta

Activo:

🏠 Página inicial 📱 Cuentas 🔄 Solicitud de servicio

Lista

Todos los activos en distintas organizaciones ▼

ID de servicio	Plan	Estado	Subestado
51912710271			

Página inicial Cuentas Solicitud de servicio Actividades Activos Fallos

Página inicial de cuentas Lista de cuentas

### Detalles de la cuenta

Actualizar Cuenta

Identificación del Cliente

Nombre: DEYBI DAVID RETO SANDOVAL

Tipo de documento: DNI Forma jurídica: Persona

Número de documento: 40670538 Naturaleza jurídica:

Contacto principal: DEYBI DAVID RETO Condición tributaria:

Fecha de nacimiento: 17/12/1994

Información del Contacto

Dirección: AY SANTA ROSA NRO-150

Región/Departamento: PIURA Número:

Provincia: SULLANA Correo electrónico:

Ciudad/Distrito: SULLANA IP de teléfono: +51968742664

Estado

Cuenta desde: 26/04/2017

Estado: Activo

Fecha de activación: 26/04/2017

Fecha de suspensión: 30/03/2020 18:00

Segmentación

Segmento: Plata

VP:

VJC:

Tipo Cliente VIP:

Tarjeta Entel Visa

Estado TCV:

Fecha de estado:

Información Puntos Zona

Número de miembro:

Nombre de programa:

Segmento Zona:

Tipo de miembro:

Se extrae la información requerida para completar los campos faltantes, en el caso que no se encuentre información; proceder a eliminar la fila de dicha línea

# 9. Analizar líneas de RUC 20

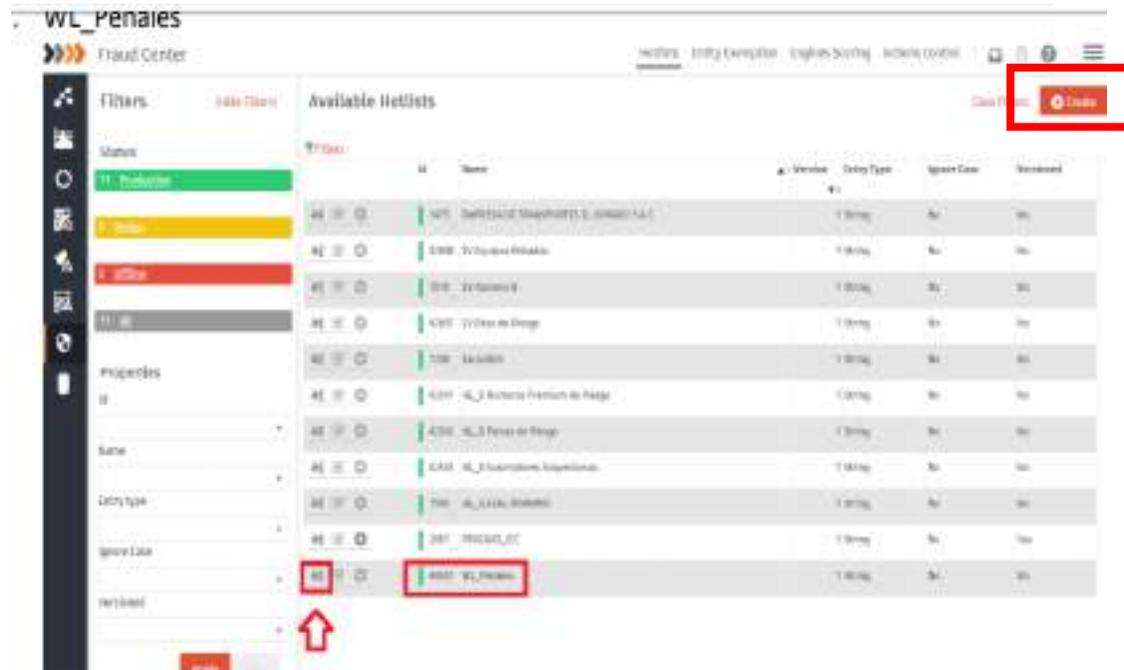
- 9.1. Buscar el tipo de plan al que pertenecen dichas líneas.

Co	# Línea	Tipo	Tipo D.	N° Doc	Nomb
18	51970347370	Postpago	DNI	21520253	REYNA EBELIA CH
18	51933375112	Renta Control	DNI	29734806	JUAN EUDIS LA TO
18	51981325727	Postpago	DNI	44951506	VACTIERY BRISAIDA BE
18	51981428819	Renta Control	DNI	09332169	VICTOR RAUL SALVA
18	51934852919	Full Prepago	DNI	02147142	FRANCISCO HECTOR
18	51912944712	Renta Control	DNI	21248260	RONALD LUIS FIE
18	51936289925	Full Prepago	DNI	77705056	SANCHEZ AARON ANDI
18	51936081847	Full Prepago	DNI	70370462	ZOSIMO PIELAGO I
18	51955148935	Renta Control	DNI	09488933	CRISTINA MARTII
18	51960510893	Postpago	DNI	21260308	ARMANDO BALV
18	51947300712	Renta Control	DNI	40938058	EDWIN FRANCO N
18	51926630847	Renta Control	RUC	10414162199	ALDRIN MAX F
18	51933480603	Postpago	RUC	20452733006	MARKET JULI
18	51933624087	Postpago	RUC	20447728258	PROMEDICA
18	51960348262	Postpago	RUC	20341198217	COMPAÑIA PERUANA DE M
18	51981536129	Renta Control	RUC	20515849531	GLOBOKAS F

- 9.2. Ingresar dichas líneas a la plataforma de RISK INSPECTOR (paso 6)
- 9.3. Si las líneas buscadas son de plan tarifario tipo **M2M** o de las empresas **HERMES, PLENUM, YATEL, PODER JUDICIAL, INPE, EMBAJADA, COMISARIAS y ENTEL**; Se procede a retirar del reporte y registrarlas en la plataforma de **WEDO White list penales**

# 10. Ingresar a WEDO White list penales

- 10.1. Fraud center/ WL\_Penales/ Create



10.2. Completar los siguientes campos:

- ❖ Expired Date: 12/31/2020
- ❖ Value Type: Exact
- ❖ Description: Nombre de la compañía
- ❖ Value: El número de celular
- ❖ Reason: M2M o Monitoreo RUC20 (en caso ser las empresas mencionadas)

The screenshot shows the 'Add Hotlist Value' form. It has a title bar and a close button. Below the title, it says 'Fields marked with \* are mandatory'. The form contains several input fields: 'Expired Date' (with a calendar icon), 'Value Type \*' (a dropdown menu with 'Exact' selected), 'Description \*' (a text input field), 'Value \*' (a text input field), and 'Reason \*' (a text input field). At the bottom right, there are 'Save' and 'Close' buttons.

# REPORTE DE EQUIPOS POSTPAGO

- 1. Eliminar los números duplicados de la columna #Equipo

N° Doc	Nombre	# Equipo	Penal
21248260	RONALD LUIS FIERRO RICARDI	35660306816124	E.P. DE LA OROYA
10725814	SANDRA VELARDE VALERA	86617102437431	E.P. DE LURIGANCHO
20452733006	MARKET JULITA E.I.R.L.	86617102457876	Penal Ica
20447728258	PROMEDICAS S.R.L.	86909003018382	EP. DE JULIACA (LA CAPILLA)
41236515	MARIA CONCEPCION LLANQUE TICONA	86946304013852	E.P. DE TRUJILLO
08984756	RAUL FERNANDO TUESTA SHAPIAMA	86946304014593	E.P. DE SULLANA
16525550	MARIA EDELMIRA GARAY MONCADA	86617102525050	E.P. DE TRUJILLO
20100041953	RIMAC SEGUROS Y REASEGUROS	35950806032751	E.P. DE HUARAZ
21520253	REYNA EBELIA CHOQUE MARTINEZ	86617102521210	Penal Ica
09332169	VICTOR RAUL SALVADOR SALVADOR	86816903008236	E.P. MIGUEL CASTRO CASTRO
		01170800248538	E.P. DE LURIGANCHO
		01239000641671	Penal Virgen De Fatima
		01474400210093	E.P. DE HUARAZ
		01505200006501	E.P. PUERTO MALDONADO
		01505200015965	E.P. DE TARAPOTO
		01505200025773	E.P. DE SICUANI
		35205906172032	E.P. DE AYACUCHO (Yanamilla)
		35254909045928	E.P. DE TARMA
		35329107491436	E.P. DE HUARAZ
		35399207479581	E.P. DE AREQUIPA
		35720705816650	E.P. DE LURIGANCHO
		35752404074682	P. ANEXO MUJERES DE CHORRILLO
		35752404516238	E.P. DE HUARAZ

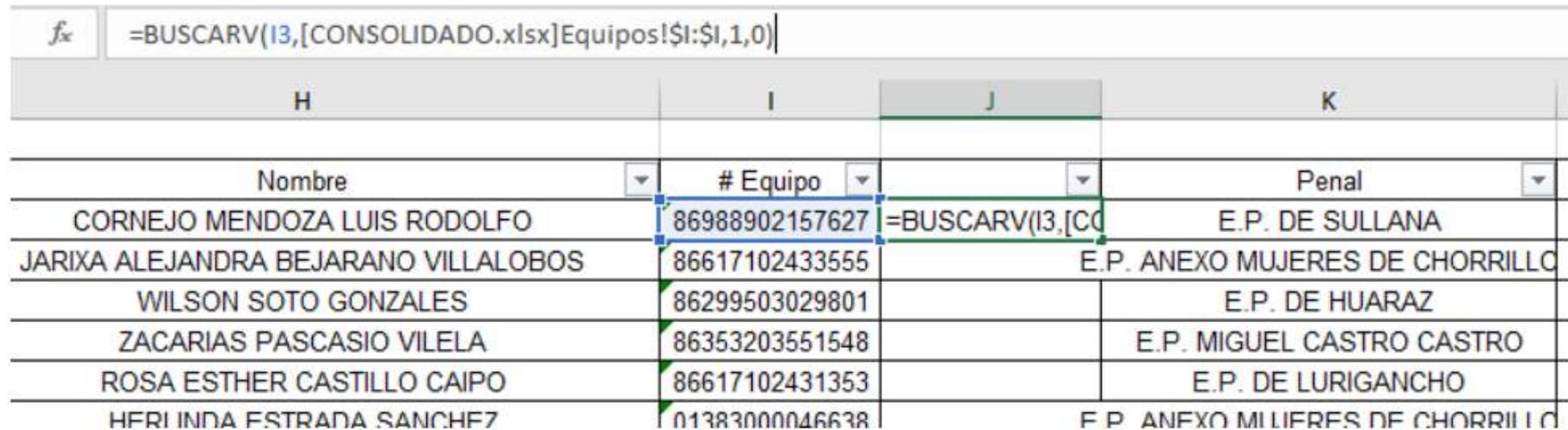
- 2. Completar los 15 dígitos del IMEI, ya que solo se observan 14.

- 2.1 Ingresar al Excel UP\_IMEI14, en donde bajo un formato ya establecido se obtendrá el dígito faltante. Copiar y actualizar el reporte

Imei 14	Digito	Imei 15
86617102231313	6	866171022313136
86617102232828	2	866171022328282
86617102281789	6	866171022817896
86617102283266	3	866171022832663
86617102284415	5	866171022844155
86617102296694	1	866171022966941
86617102302794	1	866171023027941
86617102343867	6	866171023438676
86617102347343	4	866171023473434
86617102349988	4	866171023499884

# 3. Eliminar líneas que ya se encuentran suspendidas en el CONSOLIDADO

- 3.1. Abrir el archivo CONSOLIDADO, realizar el cruce de la columna #Equipos (del archivo reporte), con la pestaña equipos del CONSOLIDADO



H	I	J	K
Nombre	# Equipo		Penal
CORNEJO MENDOZA LUIS RODOLFO	86988902157627	=BUSCARV(I3,[CO	E.P. DE SULLANA
JARIXA ALEJANDRA BEJARANO VILLALOBOS	86617102433555		E.P. ANEXO MUJERES DE CHORRILLO
WILSON SOTO GONZALES	86299503029801		E.P. DE HUARAZ
ZACARIAS PASCASIO VILELA	86353203551548		E.P. MIGUEL CASTRO CASTRO
ROSA ESTHER CASTILLO CAIPO	86617102431353		E.P. DE LURIGANCHO
HERRERA INDA ESTRADA SANCHEZ	01383000046638		E.P. ANEXO MILIFRES DE CHORRILLO

- 3.2. Las líneas que crucen se eliminan del reporte y trabajar con las restantes

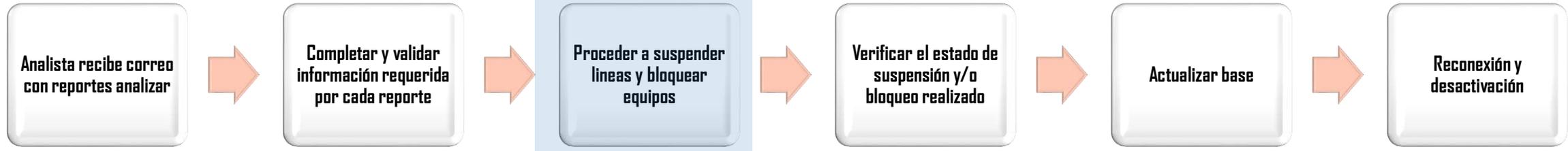
## 4. Al igual que en el reporte de líneas, se buscará completar la información

- 4.1. Copiar los IMEI en un Excel .xls, para proceder a buscarlos en RISK

The screenshot displays the RISK system interface. At the top, there is a navigation menu with options: 'Prevención de Fraudes', 'Control de Consumos', 'Aseguramiento de ingresos', 'Bases de Datos', 'Compras', 'Procesos Masivos', 'Cobranzas', and 'Casal Indirecto'. The 'Bases de Datos' menu is expanded, showing sub-options: 'Entregables', 'Compañías', 'Fuga de terminales', 'INAR', and 'Órdenes'. Below the menu, there is a section titled 'Crea Equipos' with a file selection area. The text 'Seleccione archivo xls' is followed by a text input field and an 'Examinar...' button, which is highlighted with a red arrow. Below this, a message states: 'El archivo no debe tener encabezado y debe tener extensión .xls'. There is a 'Campo filtro' section with a dropdown menu containing 'IMEI'. Below that is a 'Buscar para' section with a dropdown menu containing 'Mes actual'. At the bottom left, there is a blue 'Buscar' button highlighted with a red box.

- 4.2. Completar la información extraída, en el reporte a trabajar. **(Si no se cuenta con la información completa, suspender de todos modos)**
- 4.3. Analizar los equipos pertenecientes a RUC 20, en caso sea **M2M** o de las empresas **HERMES, PLENUM, YATEL, PODER JUDICIAL y ENTEL** se ingresarán a **WEDO White List Penales** (paso 11- Líneas Postpago)

# Tesina: Resolución



<b><u>Controles</u></b> Archivo Excel de seguimiento de atención de casos	<b><u>Como</u></b> En ppts siguientes	<b><u>MPDCA</u></b> Desarrollo	<b><u>Quién</u></b> Analista de atención de casos	<b><u>Con qué</u></b> Excel FMS SIEBEL	<b><u>Cuando</u></b> Luego de completar la base de líneas y equipos	<b><u>Riesgos</u></b> Error humano al completar al ingresar bases a FMS	<b><u>Oportunidades</u></b> Se debe automatizar todo el flujo
--	--	-----------------------------------	--	---	--	--	--

# SUSPENSIÓN DE LÍNEAS POSTPAGO

- 1. Copiar las líneas a un nuevo archivo de Excel con el siguiente formato:
  - En la primera columna siempre debe de estar en número con el 51 adelante y deben de tener llenas las columnas B y C, como se muestra en la imagen

	A	B	C
1	51934722843	AA	BB
2	51934755097	AA	BB
3	51936443513	AA	BB
4	51946397490	AA	BB
5	51946417347	AA	BB
6	51946521112	AA	BB
7	51955061855	AA	BB
8	51960615525	AA	BB
9	51977480021	AA	BB
10	51977506131	AA	BB
11	51977712325	AA	BB
12	51983436016	AA	BB

## 2. Ingresar a WEDO

- 2.1. Informes/ acciones/ acciones masivas



Show Filters

Acciones Masivas

# 3. Subir archivo de suspensión

- 3.1. En los campos completar :
  - ❖ Acciones: Suspende línea
  - ❖ Razón: Uso prohibido
  - ❖ Se adjunta el Excel
  - ❖ Send
  - ❖ Submit

**Acciones Masivas:**  
Elegir Equipo: Para el historial de equipos el archivo excel debe tener solamente la columna A con los IDs de los equipos a bloquear.  
Elegir Servicio: Para el historial de servicio el archivo excel debe tener solamente la columna A con el MSISDN de las líneas a bloquear.  
Enviar SMS: Para el envío de mensajes el archivo excel debe tener en la columna A el MSISDN de destino, en la columna B la mensaje y en la columna C la Area.  
Suspende Línea: Para la suspensión de líneas debe seleccionar la razón de suspensión y el archivo excel debe tener en la columna A el MSISDN a suspender, en la columna B la mensaje a enviar y en la columna C el área del SMS a enviar.

Acción +      Razón +  
Suspende Línea      No definido

**Adjuntar:**  
Plaza para adjuntar:  
Suspende línea.xlsx      ←

Enviar       Enter to Send       Resend        
Equipo All

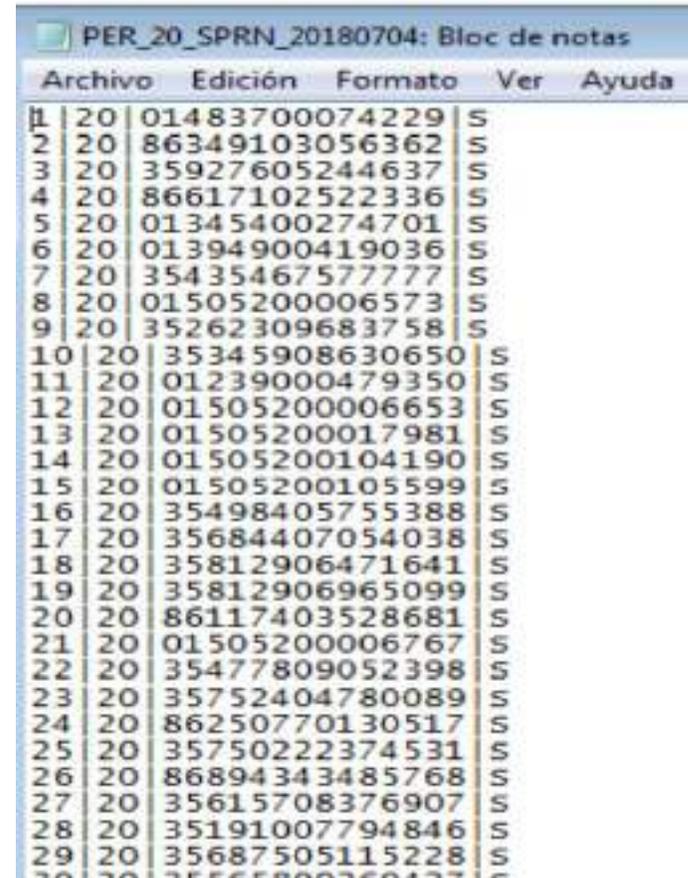
# BLOQUEO DE EQUIPOS

- 1. Juntar los IMEI tanto de equipos postpago y prepagos para mandar a suspender.
- 2. Copiar todos los IMEI y pegar en el Excel "Bloquear Equipos"
  - ❖ Columna A: Deberá aparecer números correlativos
  - ❖ Columna B: PRO
  - ❖ Columna D: S
  - ❖ Columna E se cuentan los dígitos de los IMEI, todos deberían de ser 15, en caso contrario se le agrega un cero por adelante.

	A	B	C	D	E	F
1	1	PRO	011970670669432	S	15	1 PRO 011970670669432 S
2	2	PRO	354684085151515	S	15	2 PRO 354684085151515 S
3	3	PRO	865772024139808	S	15	3 PRO 865772024139808 S
4	4	PRO	861359039265408	S	15	4 PRO 861359039265408 S
5	5	PRO	869781180099157	S	15	5 PRO 869781180099157 S
6	6	PRO	865772024470849	S	15	6 PRO 865772024470849 S
7	7	PRO	863532035613114	S	15	7 PRO 863532035613114 S
8	8	PRO	358102062798121	S	15	8 PRO 358102062798121 S
9	9	PRO	992123245787890	S	15	9 PRO 992123245787890 S
10	10	PRO	351707083092598	S	15	10 PRO 351707083092598 S
11	11	PRO	357722073493601	S	15	11 PRO 357722073493601 S
12	12	PRO	864303026604978	S	15	12 PRO 864303026604978 S
13	13	PRO	568262654816362	S	15	13 PRO 568262654816362 S
14	14	PRO	861103037502861	S	15	14 PRO 861103037502861 S
15	15	PRO	356560090788640	S	15	15 PRO 356560090788640 S
16	16	PRO	865434034219555	S	15	16 PRO 865434034219555 S
17	17	PRO	013334008438267	S	15	17 PRO 013334008438267 S

## 3. Copiar la columna F del Excel "Bloqueo Equipos"

- 3.1. Pegar los datos en un bloc de notas, guardar el archivo con el nombre "PER\_20\_SPRN\_2018MMDD"

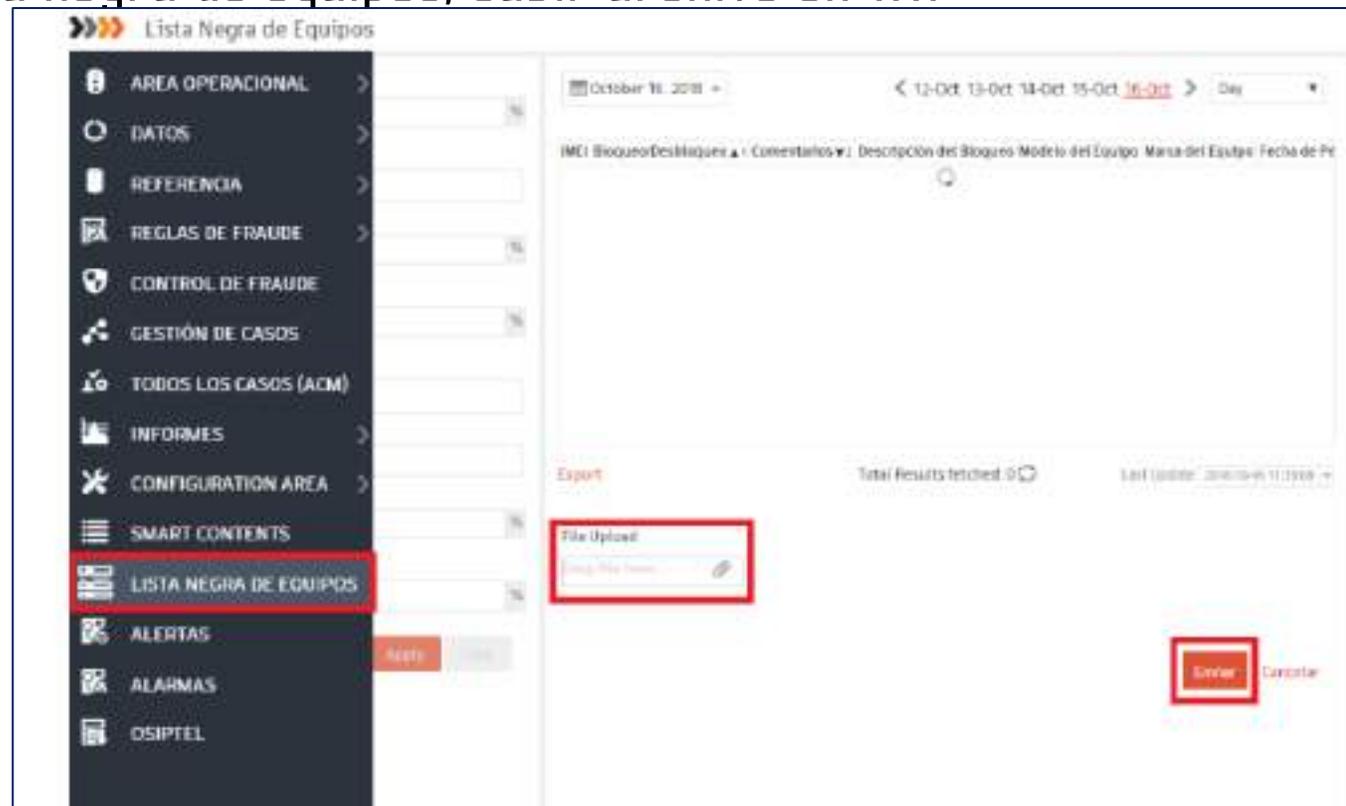


The screenshot shows a Notepad window titled "PER\_20\_SPRN\_20180704: Bloc de notas". The window contains a list of data rows, each with a line number, a two-digit number, a long alphanumeric string, and a single letter 'S'. The data is as follows:

Line	Code	Value	Status
1	20	01483700074229	S
2	20	86349103056362	S
3	20	35927605244637	S
4	20	86617102522336	S
5	20	01345400274701	S
6	20	01394900419036	S
7	20	35435467577777	S
8	20	01505200006573	S
9	20	35262309683758	S
10	20	35345908630650	S
11	20	01239000479350	S
12	20	01505200006653	S
13	20	01505200017981	S
14	20	01505200104190	S
15	20	01505200105599	S
16	20	35498405755388	S
17	20	35684407054038	S
18	20	35812906471641	S
19	20	35812906965099	S
20	20	86117403528681	S
21	20	01505200006767	S
22	20	35477809052398	S
23	20	35752404780089	S
24	20	86250770130517	S
25	20	35750222374531	S
26	20	86894343485768	S
27	20	35615708376907	S
28	20	35191007794846	S
29	20	35687505115228	S
30	20	35555800000000	S

# 4. Ingresar a WEDO TDE

- 4.1. Lista negra de equipos, subir archivo en TXT



# VERIFICAR SUSPENSIÓN DE LINEAS POSTPAGO

- 1. Para verificar la suspensión de dichas líneas se deberá de esperar alrededor 30 a 60 minutos, luego de haber enviado a suspender.
- 2. Ingresar a portal/ Revenue Assurance/ Reportes/ Solicitudes Sistema De Fraude

**entel** Revenue Assurance

**Menú**

- Incidentes
- RCTD
- Compañía
- Suspensión
- Reconexión
- Órdenes
- Campañas
- Comunicaciones
- Créditos
- Planes Tarifarios
- Planes Tarifarios
- INBOX
- Configuración
- Reportes**
- Clasificación de Riesgo
- Prepago
- Planes sin Prorrateo

**Indicadores de Gestión - Roaming**

El Roaming internacional consiste en permitir que nuestros clientes con sus equipos next extranjero (reflejadas en los archivos TAPIN) así como también clientes de otras operadoras hacer y recibir llamadas en el Perú (reflejadas en los archivos TAPOUT).

**Operadores x Tipo**

Producción	
Unilateral Inbound	9
Unilateral Outbound	0
Bilateral	102
<b>Sub-Total</b>	<b>111</b>
Test	
Unilateral Inbound	0
Unilateral Outbound	0
Bilateral	1
<b>Sub-Total</b>	<b>1</b>
<b>Total</b>	<b>112</b>

**Suspensiones & Reconexiones**

- Solicitudes Sistema de Fraude**
- Planes
- Tráfico de comunidad Postpago

### 3. Ingresar el rango de fecha a analizar y extraer el documento de Excel

Reporte Sistema de Fraude

Ingrese Criterios de Búsqueda - Reporte Sistema de Fraude

*Fecha de Consulta	Desde	<input type="text" value="16/09/2018"/>	 DD/MM/YYYY	Proceso
	Hasta	<input type="text" value="16/10/2018"/>	 DD/MM/YYYY	Estado

Generar Reporte 

- 4. Verificar que los números de USO PROHIBIDO registren como estado de **"finalizado"** o **"registrado"**, si alguno sale **"error"** mandar a suspender

# VERIFICAR BLOQUEO DE EQUIPOS

- 1. En WEDO TDE, ingresar a la pestaña LISTA NEGRA DE EQUIPOS

Lista Negra de Equipos

Sochamal **Lista Negra**

MOSON

Motivo OSIPTEL

IMEI

MIS

Código del Bloqueo

Código de Retorno

Comentarios en General

Requerido/Debloqueo Por

October 26, 2018

12-Oct 13-Oct 14-Oct 15-Oct 16-Oct

IMEI: Bloqueo/Desbloqueo | Comentarios | Descripción del Bloqueo | Modelo del Equipo | Marca del Equipo | Fecha de Pé

Export

Total Results fetched: 0

File Upload

Enviar Cancelar

Tipo

IMEI

Modelo del

Proceso

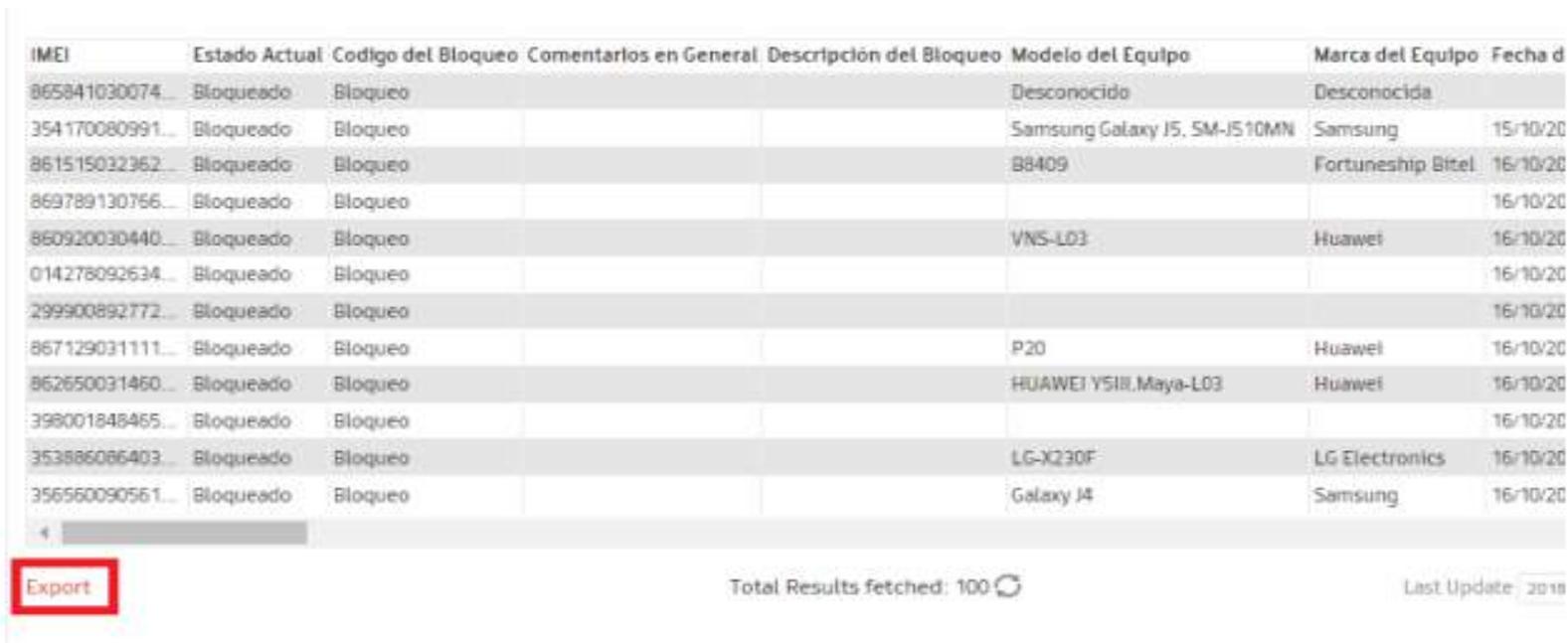
IMEI

MOSON

Fecha de pérdida de equipo

Fecha en que fue informado la pérdida

## 2. Descarga el reporte de equipos bloqueados del día que a analizar



IMEI	Estado Actual	Código del Bloqueo	Comentarios en General	Descripción del Bloqueo	Modelo del Equipo	Marca del Equipo	Fecha d
865841030074...	Bloqueado	Bloqueo			Desconocido	Desconocida	
354170080991...	Bloqueado	Bloqueo			Samsung Galaxy J5, SM-J510MN	Samsung	15/10/20
861515032362...	Bloqueado	Bloqueo			B8409	Fortuneship Bitel	16/10/20
869789130766...	Bloqueado	Bloqueo					16/10/20
860920030440...	Bloqueado	Bloqueo			VNS-L03	Huawei	16/10/20
014278092634...	Bloqueado	Bloqueo					16/10/20
299900892772...	Bloqueado	Bloqueo					16/10/20
867129031111...	Bloqueado	Bloqueo			P20	Huawei	16/10/20
862650031460...	Bloqueado	Bloqueo			HUAWEI Y5III,Maya-L03	Huawei	16/10/20
398001848465...	Bloqueado	Bloqueo					16/10/20
353886086403...	Bloqueado	Bloqueo			LG-X230F	LG Electronics	16/10/20
356560090561...	Bloqueado	Bloqueo			Galaxy J4	Samsung	16/10/20

4

Export

Total Results fetched: 100

Last Update: 2018

3. Realizar el cruce de los IMEI extraídos con los enviados a bloquear, si alguno no cruza se reenvía a bloquear

# ENVIO DE REPORTE

- 1. Se realizará el envío de los archivos creados inicialmente:
  - ❖ ReporteLineasGenerales\_AAAAMMDD
  - ❖ ReporteEquiposGenerales\_AAAAMMDD



## Conclusiones

- Se aplicó la metodología Design Process Canvas al proceso "Identificación de la suplantación de la identidad de suscriptores" perteneciente al área de Riesgos de la empresa de Telecomunicaciones como Entel Perú para evaluar eficiencias en la terciarización. Debido a que es un proceso maduro y se tienen todos los pasos, ahora se puede evaluar el traslado de funciones a un tercero.
- Se aplicó la metodología Design Process Canvas al proceso "Gestión de la detección de Uso Prohibido del servicio móvil en Penales por suscriptores de Entel Perú SA" perteneciente al área de Riesgos para evaluar la automatización total a través de un software. Debido a que se tiene el pasos a paso de los procedimientos, se puede solicitar el desarrollo total a un proveedor.

TESINA



Resolución

## Capítulo 3. Conclusiones del MBI

Durante el periodo de las clases del MBI, me otorgaron un proyecto con mucha importancia en la compañía y con altas contingencias regulatorias. Lo aprendido en el curso lo pude aplicar por completo y se evidencia en los trabajos realizados son casos reales aplicados en el trabajo. Los cursos de habilidades blandas iniciales fueron oportunos, negociación, priorización, automotivación fueron indispensables para afrontar desde la inteligencia emocional la carga laboral asignada.

Los cursos más técnicos me ayudaron a organizar y liderar el proyecto, cursos como innovación en la gestión procesos, operaciones y metaplanificación me nutrieron de conocimiento y pude organizar casi a 20 personas involucradas y cumplir los plazos establecidos por mis superiores.

El curso inicial, gestión de la innovación me permitió conocer a persona clave de la compañía dado que puede entrevistarlas y aprender más del enfoque de la innovación en mi empresa.

El curso que me servirá para seguir creciendo profesionalmente es concentración dado que me ha dado técnicas que no había experimentado para concentrarme y generar buenos hábitos.

Es un acierto tener un mix de cursos dentro del MBI me siento muy satisfecho por todo lo aprendido.

## Capítulo 4. Bibliografía

- Recursos del curso y página de la UPV
- Fuentes de la empresa donde laboro
- PPTs de elaboración propia



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

**MASTER BUSSINES INNOVATION**

**ANEXOS**

TALLER



Resolución

# TALLER

<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>Gestión de la Innovación</b>
<b>Nombre del alumno</b>	Jimmy George Robles Arenales
<b>Fecha de realización</b>	17/05/2019

## OBJETIVOS DEL TRABAJO

- Realizar el “CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACION DETALLADA DE LA DIRECCIÓN EN EL MODELO EMOI” de forma individual identificando los principales puntos fuertes y débiles de mi organización, empresa de telecomunicaciones ENTEL PERU S.A., con respecto a la gestión de la innovación.
- Realizar el cuestionario a 5 personas adicionales, de distintas áreas de la compañía, para analizar la gestión de la innovación de forma organizacional.
- Calcular el promedio de las calificaciones del análisis realizado para obtener conclusiones cercanas a la realidad de la organización.

# TALLER: resolución

## DESARROLLO DEL TRABAJO

Presentación y roles de las personas entrevistadas:



Se priorizaron a las personas que dentro de sus labores necesitan innovar constantemente, desde el punto de vista del evaluador.

# TALLER: resolución

Erika Huertas – Jefe de Estrategia e Innovación – Enfoque a nivel Compañía



“Se tienen procesos rápidos y personas alineadas a implementar cosas nuevas, estamos bien preparados a las demandas”

“No tiene aún OPEX para la innovación, se encuentra en planificación”

Promedios

C1	C2	C3	C4	TOTAL
67	35	60	72	62

	Preguntas	Puntaje	Sustento
C1	¿Cómo se gestionan las demandas de innovación y las fuentes e impulsores que las generan?	70	Se tienen procesos rápidos y personas alineadas a implementar cosas nuevas, estamos bien preparados a las demandas.
	¿Cómo se identifican y se comprenden a los clientes y las partes interesadas de las demandas de innovación?	70	Sí, se realizan focus group e investigaciones
	¿Cómo se analizan las expectativas y necesidades de los clientes de las demandas de innovación y se valora los productos y servicios que se les ofrece?	70	Se analiza necesidades y las tienen en cuenta en la oferta
	¿Cómo se identifican y analizan los resultados actuales que obtiene la organización vinculados con las demandas de innovación y los agentes que los producen?	60	Sólo se tiene foda interno . Se miden impactos de las campañas, pero no enfocado a la innovación.
	¿Cómo se analiza el entorno de la organización y cómo éste resuelve las demandas de innovación?	65	Nivel 4, debido al proceso de la compañía, aún en crecimiento
C2	¿Cómo se define el Mapa de valor de la innovación?	35	Se usó un tercero, pero debe realizarlo la compañía.
	¿Cómo se planifican las acciones de innovación a partir del mapa de valor de la innovación?	35	No es tan planificado
C3	¿Cómo se gestiona el despliegue de las acciones de innovación planificadas en los distintos espacios de innovación en la organización?	60	No se tienen políticas o procesos solo para innovación Se tiene metodología ágil
	¿Qué se necesita y se utiliza para desplegar las acciones de innovación y obtener los resultados definidos en el mapa de valor de la innovación?	60	No tiene aún OPEX para la innovación, se encuentra en planificación
C4	¿Qué resultados de innovación se logran y cómo se realiza su seguimiento?	65	Tenemos buena gestión de procesos regulares pero no enfocados a innovación
	¿Cómo se deciden las prioridades de mejora en la gestión de la innovación?	75	Cuando la idea ya se encuentra formulada, se tiene buena organización para la implementación
	¿Cómo tiene lugar el aprendizaje en la gestión de la innovación?	75	Tenemos una empresa liviana, nos permite hacer modificaciones, tenemos una cultura de aprendizaje. Estamos siendo más fuertes.

**El promedio obtenido para la evaluación de innovación de Erika es 62.**

# TALLER: resolución

Francisco Marocho – Gerente de Mercado Prepago – Enfoque en investigación de nuevos servicios



“Se tienen alianzas estratégicas donde se realizan investiga y compara las mejores prácticas a nivel mundial del negocio”

“Se tiene un soporte tercero para la innovación”

Promedios

C1	C2	C3	C4	TOTAL
75	50	65	58	65

	Preguntas	Puntaje	Sustento
C1	¿Cómo se gestionan las demandas de innovación y las fuentes e impulsores que las generan?	85	Se tienen alianzas estratégicas donde se realizan investiga y compara las mejores prácticas a nivel mundial del negocio Con facebook y google se realizan pilotos y experimentos (bots, etc)
	¿Cómo se identifican y se comprenden a los clientes y las partes interesadas de las demandas de innovación?	70	No se puede involucrar al cliente (dificultades operativas y tiempo) pero si se tienen focus group
	¿Cómo se analizan las expectativas y necesidades de los clientes de las demandas de innovación y se valora los productos y servicios que se les ofrece?	80	Nos orientamos a metodologías ágiles
	¿Cómo se identifican y analizan los resultados actuales que obtiene la organización vinculados con las demandas de innovación y los agentes que los producen?	65	No existe un sistema formal de innovación pero si se miden todas las innovaciones de forma reactiva
	¿Cómo se analiza el entorno de la organización y cómo éste resuelve las demandas de innovación?	75	Proyecto Entel +, realizado por un tercero, se organiza y priorizan todas las opciones de innovación
C2	¿Cómo se define el Mapa de valor de la innovación?	50	Es tercerizado, no hay algo formal como compañía
	¿Cómo se planifican las acciones de innovación a partir del mapa de valor de la innovación?	50	Soporte de tercero, sistema wave para colocar iniciativas
C3	¿Cómo se gestiona el despliegue de las acciones de innovación planificadas en los distintos espacios de innovación en la organización?	60	El gerente es propietario de la iniciativa, por ello, la impulsa e implementa
	¿Qué se necesita y se utiliza para desplegar las acciones de innovación y obtener los resultados definidos en el mapa de valor de la innovación?	70	Se creo una jefatura para ayudar a obtener los logros, reuniones y workshops
C4	¿Qué resultados de innovación se logran y cómo se realiza su seguimiento?	60	Sistema wave, se llenan hitos y resultados y avance del proyecto. Además, se colocan benéficos y seguimiento al punto de equilibrio
	¿Cómo se deciden las prioridades de mejora en la gestión de la innovación?	50	Se tienen reuniones semanales por Entel + (Gerentes)
	¿Cómo tiene lugar el aprendizaje en la gestión de la innovación?	65	Debido a Transformación Digital Entel (TDE) impide algunas mejoras

**El promedio obtenido para la evaluación de innovación de Francisco es 65.**

# TALLER: resolución

Geraldo Colchado – Jefe de producto y servicios desarrollo de sistemas TI – Enfoque de implementador de Soluciones



“TI cubre Innovación tecnológica, no necesariamente el cliente tiene la necesidad. Se pueden crear necesidades a través de los hallazgos”

“No todas las innovaciones son exitosas, se trata de aprender de cada proyecto concretado”

Promedios

C1	C2	C3	C4	TOTAL
60	55	55	55	57

	Preguntas	Puntaje	Sustento
C1	¿Cómo se gestionan las demandas de innovación y las fuentes e impulsores que las generan?	60	Existe tema de innovación pero no es basado en gestión por procesos tenemos iniciativas en tendencias tecnológicas (chatbox, bigdata)
	¿Cómo se identifican y se comprenden a los clientes y las partes interesadas de las demandas de innovación?	60	Se tienen objetivos a nivel de TI, promover la innovación tecnológica. Se tienen iniciativas con pruebas piloto (feedback a las áreas usuarias)
	¿Cómo se analizan las expectativas y necesidades de los clientes de las demandas de innovación y se valora los productos y servicios que se les ofrece?	60	TI cubre Innovación tecnológica, no necesariamente el cliente tiene la necesidad. Se pueden crear necesidades a través de los hallazgos.
	¿Cómo se identifican y analizan los resultados actuales que obtiene la organización vinculados con las demandas de innovación y los agentes que los producen?	60	Se utiliza, DAFO, enfocado en tendencia tecnológica
	¿Cómo se analiza el entorno de la organización y cómo éste resuelve las demandas de innovación?	60	Usando información como el cuadrante mágico de gartner/forrester para comprar productos de clase mundial (CRM ericsson)
C2	¿Cómo se define el Mapa de valor de la innovación?	55	Se hacen Escenarios de Negocio para analizar el retorno de la inversión En ocasiones se invierte en tecnología sólo para estar en tendencia (5G)
	¿Cómo se planifican las acciones de innovación a partir del mapa de valor de la innovación?	55	Existe planificación para hacer pilotos, con cuantos recursos humanos y plan de implementación (plan, responsable y plazo)
C3	¿Cómo se gestiona el despliegue de las acciones de innovación planificadas en los distintos espacios de innovación en la organización?	55	Se gestiona con un plan de trabajo donde se indican los hitos principales. Se recoge feedback de los clientes
	¿Qué se necesita y se utiliza para desplegar las acciones de innovación y obtener los resultados definidos en el mapa de valor de la innovación?	55	Se asignan recursos y presupuesto, hay un jefe de proyectos para que el plan se concrete.
C4	¿Qué resultados de innovación se logran y cómo se realiza su seguimiento?	55	Se tiene una mesa de trabajo (una vez al mes) de innovación tecnológica se tienen KPIs para medir la efectividad
	¿Cómo se deciden las prioridades de mejora en la gestión de la innovación?	55	Iniciativas locales se ven en comité comercial TI se tiene iniciativas tecnológicas desde chile, se valida si son aplicables a Perú
	¿Cómo tiene lugar el aprendizaje en la gestión de la innovación?	55	No todas las innovaciones son exitosas, en TI se trata de aprender de cada proyecto concretado.

**El promedio obtenido para la evaluación de innovación de Geraldo es 57.**

# TALLER: resolución

Willy Sotomayor – Jefe de planificación comercial de redes – Enfoque de ventas e interacción con redes



“Existe un comité con redes donde se planifican las demandas y nos enteramos de todas las tendencias”

“Como cliente de redes, se generan ahorros al desarrollar soluciones in-house”

Promedios

C1	C2	C3	C4	TOTAL
50	0	38	77	46

	Preguntas	Puntaje	Sustento
C1	¿Cómo se gestionan las demandas de innovación y las fuentes e impulsores que las generan?	65	Existe un comité con redes donde se planifican las demandas y nos enteramos de todas las tendencias
	¿Cómo se identifican y se comprenden a los clientes y las partes interesadas de las demandas de innovación?	35	No existe Mapa de Empatía, pero si hay un plan.
	¿Cómo se analizan las expectativas y necesidades de los clientes de las demandas de innovación y se valora los productos y servicios que se les ofrece?	35	No hay canvas bimodal, en las ventas existen cambios dinámicos
	¿Cómo se identifican y analizan los resultados actuales que obtiene la organización vinculados con las demandas de innovación y los agentes que los producen?	35	Desde punto de vista comercial
	¿Cómo se analiza el entorno de la organización y cómo éste resuelve las demandas de innovación?	80	EVOTEC en redes
C2	¿Cómo se define el Mapa de valor de la innovación?	0	Desde punto de vista comercial
	¿Cómo se planifican las acciones de innovación a partir del mapa de valor de la innovación?	0	Desde punto de vista comercial
C3	¿Cómo se gestiona el despliegue de las acciones de innovación planificadas en los distintos espacios de innovación en la organización?	75	Como cliente de redes, se generan ahorros al desarrollar soluciones in-house
	¿Qué se necesita y se utiliza para desplegar las acciones de innovación y obtener los resultados definidos en el mapa de valor de la innovación?	0	Desde punto de vista comercial
C4	¿Qué resultados de innovación se logran y cómo se realiza su seguimiento?	75	Gestionan de lo vendido según lo implementado
	¿Cómo se deciden las prioridades de mejora en la gestión de la innovación?	75	Desde punto de vista comercial
	¿Cómo tiene lugar el aprendizaje en la gestión de la innovación?	80	Desde punto de vista comercial

**El promedio obtenido para la evaluación de innovación de Willy es 46.**

# TALLER: resolución

Pietro Florez – Jefe de proyectos de redes – Enfoque de implementador de soluciones



“Las innovación se gestiona como parte de los proyectos de diversas áreas, a partir de sus necesidades”

“No tenemos un mapa de valor de innovación pero existe un roadmap de la evolución esperada en cierta tecnología”

Promedios

C1	C2	C3	C4	TOTAL
36	15	50	37	37

	Preguntas	Puntaje	Sustento
C1	¿Cómo se gestionan las demandas de innovación y las fuentes e impulsores que las generan?	35	Las innovación se gestiona como parte de los proyectos de diversas áreas, a partir de sus necesidades
	¿Cómo se identifican y se comprenden a los clientes y las partes interesadas de las demandas de innovación?	35	Se identifican a demanda de los interesados, mayormente ligado a necesidades tecnico-comerciales del solicitante.
	¿Cómo se analizan las expectativas y necesidades de los clientes de las demandas de innovación y se valora los productos y servicios que se les ofrece?	35	Se establecen sesiones de relevamiento de información con los interesados.
	¿Cómo se identifican y analizan los resultados actuales que obtiene la organización vinculados con las demandas de innovación y los agentes que los producen?	40	Se despliegan y gestionan como proyectos, analizando su avances y logros.
	¿Cómo se analiza el entorno de la organización y cómo éste resuelve las demandas de innovación?	35	Es relativo, no todos los proyectos se miden frente al entorno de la empresa.
C2	¿Cómo se define el Mapa de valor de la innovación?	15	No tenemos un "mapa de valor de innovación" como tal, pero en algunos caso existe un roadmap de la evolución esperada en cierta tecnología.
	¿Cómo se planifican las acciones de innovación a partir del mapa de valor de la innovación?	35	No tenemos un "mapa de valor de innovación" como tal, pero en algunos caso existe un roadmap de la evolución esperada en cierta tecnología.
C3	¿Cómo se gestiona el despliegue de las acciones de innovación planificadas en los distintos espacios de innovación en la organización?	50	Tal como se gestionan cualquier proyecto, ya sea con metodología de gestión clásica o ágil.
	¿Qué se necesita y se utiliza para desplegar las acciones de innovación y obtener los resultados definidos en el mapa de valor de la innovación?	50	Emplear los recursos asignados en los plazos establecidos. Seguimiento, y levantamiento de las no-conformidades.
C4	¿Qué resultados de innovación se logran y cómo se realiza su seguimiento?	40	De acuerdo al progreso y cumplimiento de hitos propio del proyecto.
	¿Cómo se deciden las prioridades de mejora en la gestión de la innovación?	30	Por actuaciones individuales.
	¿Cómo tiene lugar el aprendizaje en la gestión de la innovación?	40	Como parte del registro de lecciones aprendidas y publicación en sharepoint.

**El promedio obtenido para la evaluación de innovación de Pietro es 46.**

# TALLER: resolución

Jimmy Robles – Coordinador de Riesgos – Enfoque de interacción con los implementadores de proyectos de innovación



“Para implementar una innovación hay áreas que comprenden la idea y la implementan pero el seguimiento depende de cada área”

“Existen recursos humanos y económicos para el despliegue del proyecto de innovación”

Promedios

C1	C2	C3	C4	TOTAL
44	20	65	38	42

	Preguntas	Puntaje	Sustento
C1	¿Cómo se gestionan las demandas de innovación y las fuentes e impulsores que las generan?	60	Para implementar una innovación hay áreas que comprenden la idea y la implementan pero el seguimiento depende de cada área
	¿Cómo se identifican y se comprenden a los clientes y las partes interesadas de las demandas de innovación?	35	Las áreas de proyectos no cuestionan la demanda de innovación solo la implementan
	¿Cómo se analizan las expectativas y necesidades de los clientes de las demandas de innovación y se valora los productos y servicios que se les ofrece?	50	Las áreas solicitan retroalimentación constante al cliente durante la implementación del proyecto innovador
	¿Cómo se identifican y analizan los resultados actuales que obtiene la organización vinculados con las demandas de innovación y los agentes que los producen?	35	La compañía no realiza seguimiento a la demanda de innovación implementada, depende de cada área
	¿Cómo se analiza el entorno de la organización y cómo éste resuelve las demandas de innovación?	40	Se tiene un comité comercial donde se priorizan las demandas
C2	¿Cómo se define el Mapa de valor de la innovación?	20	Existen algunas actuaciones individuales que permiten planificar las acciones de innovación y definir dónde se van a desplegar
	¿Cómo se planifican las acciones de innovación a partir del mapa de valor de la innovación?	20	Algunas personas de la organización de manera aleatoria desarrollan acciones de innovación en su puesto de trabajo y en los procesos
C3	¿Cómo se gestiona el despliegue de las acciones de innovación planificadas en los distintos espacios de innovación en la organización?	65	La implementación del proyecto de innovación es ordenado y trabaja con fechas límite
	¿Qué se necesita y se utiliza para desplegar las acciones de innovación y obtener los resultados definidos en el mapa de valor de la innovación?	65	Existen recursos humanos y económicos para el despliegue del proyecto de innovación
C4	¿Qué resultados de innovación se logran y cómo se realiza su seguimiento?	20	El seguimiento es individual
	¿Cómo se deciden las prioridades de mejora en la gestión de la innovación?	65	Se utiliza una herramienta para ingresar todas las ideas de innovación y el comité comercial decide la prioridad
	¿Cómo tiene lugar el aprendizaje en la gestión de la innovación?	30	Es individual

**El promedio obtenido para la evaluación de innovación de Jimmy es 42.**

## Matriz de resultados y conclusiones

Matriz de resultados:

Evaluable	C1	C2	C3	C4	Promedio
Francisco	75	50	65	58	65
Erika	67	35	60	72	62
Geraldo	60	55	55	55	57
Willy	50	-	38	77	46
Pietro	36	15	50	37	37
Jimmy	44	20	65	38	42
Promedio	55	29	55	56	51

Conclusiones para la compañía Entel Perú S.A.:

- ✓ C1: Impulsores de innovación se encuentra en nivel 3 a nivel promedio. El área que presenta mayor nivel es la de Mercado, es entendible dada las funciones y responsabilidades. En las áreas de Riesgos y Redes presenta nivel 2 la percepción es que no existe una metodología para innovar.
- ✓ C2: Propuesta de valor de la innovación se encuentra en nivel 2 a nivel promedio, según lo revisado en las clases, es común que los modelos de innovación no le pongan énfasis a la propuesta de valor. El área que menor propuesta de valor presenta es Redes ya que Willy y Pietro interactúan en esta área, esto se debe a que siguen la tendencia mundial (3G, 4G, 4.5G y ahora 5G) el mercado les marca el paso y no les da espacio a innovación propia.
- ✓ C3: Espacios para la innovación se encuentra en nivel 3 a nivel promedio, en su totalidad, los entrevistados mencionaron que tenemos políticas y procesos para la implementación de las ideas de innovación, se tiene personal capacitado y con apertura a la innovación.
- ✓ C4: Resultados de la innovación se encuentra en nivel 3 a nivel promedio, en las implementaciones de Redes y Riesgos no se realizan seguimiento a los proyectos, se realizan individualmente. Sin embargo, para el caso del área comercial de empresas (Willy) dada su función tiene un seguimiento excepcional.
- ✓ Finalmente, dado que somos una organización en crecimiento, **Entel S.A. tiene un nivel 3 de Gestión de la Innovación, según el modelo EMDI.**

TALLER



Resolución

TALLER



Resolución

# TALLER

<b>Nombre de la asignatura</b>	MBI Competencia Concentración
<b>Nombre del alumno</b>	Jimmy George Robles Arenales
<b>Fecha de realización</b>	02/06/2019

## OBJETIVOS DEL TRABAJO

- Realizar presentación de Jimmy Robles para conocer sus labores y prioridades
- Realizar durante 7 días las siguientes técnicas:
  1. Planificar las actividades del día al despertar
  2. Enfocar el objetivo/actividad más importante del día
  3. Realizar la técnica Pomodoro para mejorar productividad
  4. Realizar 5 hábitos positivos
  5. Realizar el "Diario de éxitos"
  6. Meditar durante 20 minutos o practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir
- Realizar conclusiones finales basado en:
  1. Dificultades encontradas al realizar las técnicas
  2. Influencia de distractores internos y/o externos
  3. Beneficios mentales o físicos
  4. Repercusión sobre la concentración
  5. Relación con los estados mentales de tensión-concentración y relajación concentración

## DESARROLLO DEL TRABAJO – Presentación de Jimmy Robles



Jimmy Robles

En este momento, tengo 4 aspectos importantes en mi vida, me gustaría aplicar las técnicas aprendidas para enfocarme, priorizar mis actividades y conseguir mis objetivos.

 Lunes a Viernes  
Trabajo | Familia | MBI/MBA

 Sábado y Domingo  
Familia | Hogar | MBI/MBA



### Familia

- Hijo: Nací cuando mi mamá tenía 20 años, tengo un lazo muy fuerte con mi mamá, sentimos que maduramos juntos.
- Hermano: Mi hermana nació cuando yo tenía 22 años, quiero ser su mejor amigo siempre
- Esposa: Me casé hace 2 años, al final del día siento que me enamoro más de mi esposa
- Yerno: Mis suegros tuvieron 2 hijas, con el tiempo generamos vínculos de hijo/padres
- Cuñado: Con el tiempo generamos vínculos de hermanos
- Otros: Trato de generar relaciones extraordinarias con amigos y con las personas que me relaciono



### Hogar

- Entrega: 17/04/2019
- Descripción: Es mi primera propiedad, aún estamos implementándola. Necesitamos organizarnos en las labores del hogar dado que antes vivíamos en un lugar más pequeño.



### Trabajo

- Empresa: Entel del Perú SAC
- Cargo: Coordinador de Riesgos
- Rol Principal :Líder de implementación Proyecto [RENTESEG](#)
- Antigüedad: 5 años
- Descripción: Ingresé realizando funciones operativas, mi Supervisor ha apoyado mi crecimiento y ahora lidero un proyecto de impacto en la seguridad nacional.



### MBI/MBA

- Universidad: UPV
- Descripción: Es un desafío dado que es la primera maestría que realizo y también es la primera vez que sigo un curso totalmente en línea.

# TALLER: resolución

## DESARROLLO DEL TRABAJO – Lunes a Viernes – Aplicación de 6 Técnicas (Expectativa)

### Lunes 27/05

Planificar las actividades del día al despertar

Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:

Trab: Enviar requerimiento de R. Abonados  
Fam.: Saludar a mamá en la noche  
Maest: Dedicar de 50 a 100 minutos

Realizar la técnica [Pomodoro](#) para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 50 minutos  
Maest: Sesiones de 25 minutos

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable
2. Visualizar paisaje cuando voy al trabajo (Hay 3 parques)
3. Escuchar música cuando regreso del trabajo (Regreso caminando)
4. Visitar a mamá, papá y hermana
5. Salir a correr 30 minutos

Realizar el "Diario de éxitos"

Meditar durante 20 minutos o practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir

### Martes 28/05

Planificar las actividades del día al despertar

Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:

Trab: Enviar req. de R. Vinculaciones  
Fam.: Preparar la cena para mi esposa  
Maest: Dedicar de 50 a 100 minutos

Realizar la técnica [Pomodoro](#) para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 50 minutos  
Maest: Sesiones de 25 minutos

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable
2. Visualizar paisaje cuando voy al trabajo (Hay 3 parques)
3. Escuchar música cuando regreso del trabajo (Regreso caminando)
4. Visitar a mamá, papá y hermana
5. Salir a correr 30 minutos

Realizar el "Diario de éxitos"

Meditar durante 20 minutos o practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir

### Miércoles 29/05

Planificar las actividades del día al despertar

Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:

Trab: Reunión importante con Regulador  
Fam.: Jugar con mi hermana 1 hora  
Maest: Dedicar de 50 a 100 minutos

Realizar la técnica [Pomodoro](#) para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 50 minutos  
Maest: Sesiones de 25 minutos

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable
2. Visualizar paisaje cuando voy al trabajo (Hay 3 parques)
3. Escuchar música cuando regreso del trabajo (Regreso caminando)
4. Visitar a mamá, papá y hermana
5. Salir a correr 30 minutos

Realizar el "Diario de éxitos"

Meditar durante 20 minutos o practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir

### Jueves 30/05

Planificar las actividades del día al despertar

Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:

Trab: Cerrar pendientes antes de vacaciones  
Fam.: Saludar a mamá en la noche  
Maest: Dedicar de 50 a 100 minutos

Realizar la técnica [Pomodoro](#) para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 50 minutos  
Maest: Sesiones de 25 minutos

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable
2. Visualizar paisaje cuando voy al trabajo (Hay 3 parques)
3. Escuchar música cuando regreso del trabajo (Regreso caminando)
4. Visitar a mamá, papá y hermana
5. Salir a correr 30 minutos

Realizar el "Diario de éxitos"

Meditar durante 20 minutos o practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir

### Viernes 31/05

Planificar las actividades del día al despertar

Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:

Trab: Día Libre  
Fam.: Celebrar boda de mi primo  
Maest: Avance de taller de concentración

Realizar la técnica [Pomodoro](#) para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 50 minutos  
Maest: Sesiones de 25 minutos

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable
2. Visualizar paisaje cuando voy al trabajo (Hay 3 parques)
3. Escuchar música cuando regreso del trabajo (Regreso caminando)
4. Visitar a mamá, papá y hermana
5. Salir a correr 30 minutos

Realizar el "Diario de éxitos"

Meditar durante 20 minutos o practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir



# TALLER: resolución

## DESARROLLO DEL TRABAJO – Lunes a Viernes – Aplicación de 6 Técnicas (Realidad)

### Lunes 27/05

Planificar las actividades del día al despertar OK☺  
Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:  
OK☺  
Trab: Enviar requerimiento de R, Abonados OK☺  
Fam.: Saludar a mamá en la noche OK☺  
Maest: Dedicar de 50 a 100 minutos NO☹

Realizar la técnica Pomodoro para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 50 minutos NO☹  
Maest: Sesiones de 25 minutos OK☺

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable OK☺
2. Visualizar paisaje cuando voy al trabajo (Hay 3 parques) NO☹
3. Escuchar música cuando regreso del trabajo (Regreso caminando) OK☺
4. Visitar a mamá, papá y hermana OK☺
5. Salir a correr 30 minutos NO☹

Realizar el "Diario de éxitos" OK☺  
Practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir OK☺

### Martes 28/05

Planificar las actividades del día al despertar OK☺  
Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:  
OK☺  
Trab: Enviar REQ. de R, Vinculaciones NO☹  
Fam.: Preparar la cena para mi esposa OK☺  
Maest: Dedicar de 50 a 100 minutos NO☹

Realizar la técnica Pomodoro para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 50 minutos NO☹  
Maest: Sesiones de 25 minutos OK☺

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable OK☺
2. Visualizar paisaje cuando voy al trabajo (Hay 3 parques) NO☹
3. Escuchar música cuando regreso del trabajo (Regreso caminando) OK☺
4. Visitar a mamá, papá y hermana NO☹
5. Salir a correr 30 minutos NO☹

Realizar el "Diario de éxitos" OK☺  
Practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir OK☺

### Miércoles 29/05

Planificar las actividades del día al despertar OK☺  
Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:  
OK☺  
Trab: Reunión importante con Regulador NO☹  
Fam.: Jugar con mi hermana 1 hora OK☺  
Maest: Dedicar de 20 a 30 minutos OK☺

Realizar la técnica Pomodoro para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 25 minutos OK☺  
Maest: Sesiones de 25 minutos OK☺

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable OK☺
2. Generar vínculo cercano con amigo que me lleva al trabajo OK☺
3. Escuchar música cuando regreso del trabajo (Regreso caminando) OK☺
4. Visitar a mamá, papá y hermana OK☺
5. Meditar OK☺

Realizar el "Diario de éxitos" OK☺  
Practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir OK☺

### Jueves 30/05

Planificar las actividades del día al despertar OK☺  
Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:  
OK☺  
Trab: Cerrar pendientes antes de vacaciones OK☺  
Fam.: Saludar a mamá en la noche OK☺  
Maest: Dedicar de 20 a 30 minutos OK☺

Realizar la técnica Pomodoro para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 25 minutos OK☺  
Maest: Sesiones de 25 minutos OK☺

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable OK☺
2. Generar vínculo cercano con amigo que me lleva al trabajo OK☺
3. Escuchar música cuando regreso del trabajo (Regreso caminando) OK☺
4. Visitar a mamá, papá y hermana NO☹
5. Salir a correr 30 minutos OK☺

Realizar el "Diario de éxitos" OK☺  
Practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir OK☺

### Viernes 31/05

Planificar las actividades del día al despertar con mi esposa NO☹  
Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:  
OK☺  
Trab: Día Libre OK☺  
Fam.: Celebrar boda de mi primo OK☺  
Maest: Avance de taller de concentración OK☺

Realizar la técnica Pomodoro para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 25 minutos NO☹  
Maest: Sesiones de 25 minutos OK☺

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable NO☹
  2. Meditar OK☺
  3. Escuchar música y disfrutar de tina de baño OK☺
  4. Visitar a mamá, papá y hermana OK☺
  5. Salir a correr 30 minutos NO☹
- Realizar el "Diario de éxitos" OK☺  
Practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir OK☺



# TALLER: resolución

## CONCLUSIONES DEL TRABAJO – Lunes a Viernes – Aplicación de 6 Técnicas (Conclusiones)

	Lunes 27/06	Martes 28/06	Miércoles 29/06	Jueves 30/06	Viernes 31/06
Dificultades encontradas al realizar las técnicas	Un compañero me lleva en su auto al trabajo. Tuve problemas al concentrarme al 100% en mi trabajo y maestría por sesiones de 50 minutos, regularmente realizo actividades de 40 minutos y despejo. Hace dos meses me cuesta realizar actividades deportivas.	Un compañero me lleva en su auto al trabajo. Tuve una reunión de último momento al mediodía donde hubo confrontación y terminé frustrado, mi día laboral fue poco productivo. Al llegar a casa realicé "círculo 99" preparé la cena y estudié.	Soy tímido y me esforcé en generar vínculo más cercano. En la mañana me cancelaron la reunión importante del día, tuve que replantear los objetivos.	Mi compañero y yo tenemos el rock como género favorito. En el día delegué funciones por el día de descanso, me costó porque mi "backup" estaba realizando otras tareas.	Intenté organizar mi día con mi esposa pero no se logró, casi llegamos tarde a la boda, era a las 10am. No desayuné. La celebración duró hasta las 5pm pasé un rato agradable en familia.
Influencia de distractores internos y/o externos	Distractores Internos en la concentración y actividades no realizadas: Procrastinación, Ruido Mental Distractores Externos: Multitarea, Sobrecarga Laboral, Redes Sociales y Mails/llamadas de consultas	Distractores Internos en la concentración y actividades no realizadas: Frustración y desmotivación. Distractores Externos: Desorden y caos, ausencia de planificación de actividades,	Distractores Internos en la concentración y actividades no realizadas: Procrastinación, Ruido Mental en menor magnitud Distractores Externos: Multitarea, Sobrecarga Laboral, Redes Sociales y Mails/llamadas de consultas	Distractores Internos en la concentración y actividades no realizadas: Procrastinación, sólo realicé lo importante y urgente. Distractores Externos: Multitarea, Sobrecarga Laboral y Mails/llamadas de consultas. Quitó redes sociales.	Distractores Internos en la concentración y actividades no realizadas: Procrastinación conjunta con mi esposa Distractores Externos: Ausencia de planificación de actividades
Beneficios mentales o físicos	Beneficio mental al realizar el "círculo 99" sentí estado de paz y equilibrio Beneficio físico al realizar el "círculo 99" alejaba los dolores de espalda y cuello.	Beneficio mental al realizar el "círculo 99" sentí estado de paz y equilibrio Beneficio físico al realizar el "círculo 99" alejaba los dolores de cabeza y estrés.	Beneficio mental al realizar el "círculo 99" sentí estado de paz y equilibrio Beneficio físico al realizar el "círculo 99" alejaba los dolores de espalda y cuello.	Beneficio mental al realizar el "círculo 99" sentí estado de paz y equilibrio Beneficio físico al realizar el "círculo 99" alejaba los dolores de espalda y cuello, los sentí menores comparados a días anteriores.	Beneficio mental al realizar el "círculo 99" sentí estado de paz y equilibrio Beneficio físico al realizar el "círculo 99" Esta técnica tiene 2 efectos en mí: Relajación para dejarme dormir / Revitalizar para iniciar otra labor
Repercusión sobre la concentración	En este día me costó concentrarme, aún no veía cambios sustanciales.	En este día me costó concentrarme, no me puede recuperar luego de la frustración.	Las prácticas anteriores me ayudaron a gestionar mejor mi tiempo y programe nuevos objetivos realizables	Mejora sustancial al concentrarme	Pude concentrarme al final del día gracias al "círculo 99"
Rel. estados mentales tensión-concentración y relajación concentración	Tensión-Concentración mientras trabajaba y dedicaba tiempo a la maestría. Relajación-Concentración mientras realizaba el círculo 99.	Tensión-Concentración mientras trabajaba y dedicaba tiempo a la maestría. Relajación-Concentración mientras realizaba el círculo 99.	Tensión-Concentración mientras trabajaba y dedicaba tiempo a la maestría. Disminuí los tiempos de concentración y logré el objetivo. Relajación-Concentración mientras realizaba el círculo 99. Ya no se me generaban tantas ideas distractoras 😊	Tensión-Concentración mientras trabajaba y dedicaba tiempo a la maestría. 25 minutos de concentración total y 5 minutos de relajo (4 repeticiones) Relajación-Concentración mientras realizaba el círculo 99. Ideas distractoras casi nulas, me quede dormido realizando la práctica.	Tensión-Concentración mientras realizaba el avance de mi taller de concentración. Relajación-Concentración mientras realizaba el círculo 99. La utilicé dos veces en el día a las 530pm y antes de dormir.

# TALLER: resolución

## DESARROLLO DEL TRABAJO – Sábado y Domingo – Aplicación de 6 Técnicas (Expectativa)



### Sábado 01/06

Planificar las actividades del día al despertar con mi esposa

Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:

Hogar: Realizar labores de limpieza y orden  
Fam.: Almorzar con mis padres  
Maest: Dedicar de 50 a 100 minutos

Realizar la técnica [Pomodoro](#) para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 25 minutos  
Maest: Sesiones de 25 minutos

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable
2. Caminar durante 2 horas con mi esposa
3. Escuchar música cuando me baño
4. Visitar a mamá, papá y hermana
5. Salir a correr 30 minutos

Realizar el "Diario de éxitos"

Practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir

### Domingo 02/06

Planificar las actividades del día al despertar sólo

Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:

Hogar: Realizar labores de limpieza  
Fam.: Ir a realizar las compras de la semana  
Maest: Culminar el taller de concentración

Realizar la técnica [Pomodoro](#) para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 25 minutos  
Maest: Sesiones de 25 minutos

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable
2. Meditar
3. Escuchar música cuando me baño
4. Visitar a mamá, papá y hermana
5. Salir a correr 30 minutos

Realizar el "Diario de éxitos"

Meditar durante 20 minutos o practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir

# TALLER: resolución

## DESARROLLO DEL TRABAJO – Sábado y Domingo – Aplicación de 6 Técnicas (Realidad)



### Sábado 01/06

Planificar las actividades del día al despertar con mi esposa NO☹

Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:

OK☺

Hogar: Realizar labores de limpieza y orden NO☹

Fam.: Almorzar con mis padres SI☺

Maest: Dedicar de 50 a 100 minutos NO☹

Realizar la técnica [Pomodoro](#) para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 25 minutos NO☹

Maest: Sesiones de 25 minutos NO☹

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable OK☺
2. Caminar durante 2 horas con mi esposa OK☺
3. Escuchar música cuando me baño OK☺
4. Visitar a mamá, papá y hermana OK☺
5. Salir a correr 30 minutos OK☺

Realizar el "Diario de éxitos"

Practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir

### Domingo 02/06

Planificar las actividades del día al despertar sólo OK☺

Enfocar el objetivo/actividad más importante del día:

OK☺

Hogar: Realizar labores de limpieza OK☺

Fam.: Ir a realizar las compras de la semana OK☺

Maest: Culminar el taller de concentración NO☹

Realizar la técnica [Pomodoro](#) para mejorar productividad

Trab: Sesiones de 25 minutos OK☺

Maest: Sesiones de 25 minutos OK☺

Realizar 5 hábitos positivos

1. Desayuno Saludable OK☺
2. Meditar OK☺
3. Escuchar música cuando me baño OK☺
4. Visitar a mamá, papá y hermana NO☹
5. Salir a correr 30 minutos NO☹

Realizar el "Diario de éxitos"

Practicar el ejercicio del "círculo 99" a la hora de dormir

## CONCLUSIONES DEL TRABAJO – Sábado y Domingo – Aplicación de 6 Técnicas (Conclusiones)

Dificultades encontradas al realizar las técnicas	<b>Sábado 01/06</b>	<b>Domingo 02/06</b>
Influencia de distractores internos y/o externos	En la mañana tuve una discusión con mi esposa, no le gusta organizar su día tan programado, teme caer en la rutina. Le insistí luego del almuerzo pero se ofuscó.  Distractores Internos en la concentración y actividades no realizadas: Frustración, desmotivación y Ruido Mental. Distractores Externos: Desorden y caos, ausencia de planificación de actividades.	Mi esposa estuvo molesta hasta las 6pm aprox. Me costó organizarme pero cumplí con casi todos mis objetivos. No logré culminar el taller por falta de inspiración.  Distractores Internos en la concentración y actividades no realizadas: Frustración, desmotivación y Ruido Mental. Distractores Externos: Relaciones con la compañera de vida.
Beneficios mentales o físicos	Beneficio mental al realizar el "círculo 99" sentí estado de paz y equilibrio Beneficio físico al realizar el "círculo 99" alejaba los dolores de cabeza y estrés.	Beneficio mental al realizar el "círculo 99" sentí estado de paz y equilibrio Beneficio físico al realizar el "círculo 99" alejaba los dolores de pie, espalda y otros debido al frío (humedad).
Repercusión sobre la concentración	En este día me costó concentrarme, no me puede recuperar luego de la confrontación con mi esposa.	Logré concentrarme a partir de las 7pm.
Rel. estados mentales tensión-concentración y relajación concentración	Tensión-Concentración ausente Relajación-Concentración mientras realizaba el círculo 99.	Tensión-Concentración durante la realización del taller de concentración Relajación-Concentración mientras realizaba el círculo 99.

TALLER



Resolución

# TALLER



Resolución

Nombre de la asignatura	Automotivación
Nombre del alumno	Jimmy George Robles Arenales
Fecha de realización	17/06/2019



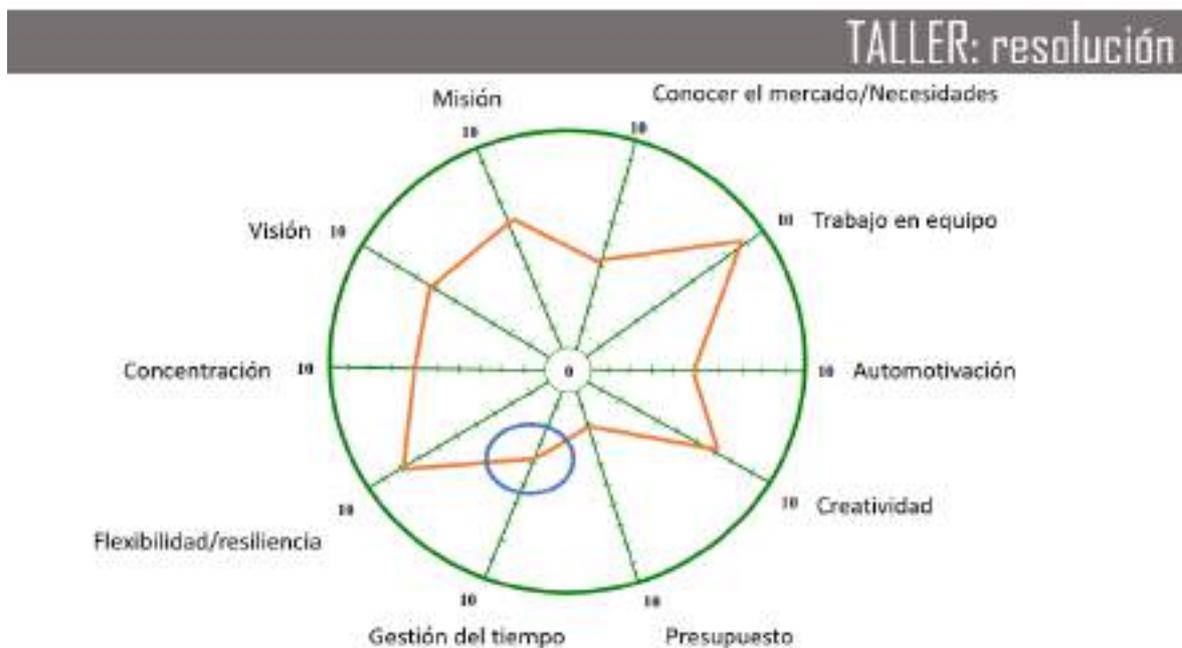
## OBJETIVOS DEL TRABAJO

(máx. 1000 palabras)

- Realizar la "Rueda de Innovación" para detectar el punto a mejorar.
- Desarrollar el método GROW sobre el objetivo a mejorar.
- Describir la necesidad a satisfacer mediante el objetivo fijado, los valores asociados al mismo, los factores motivadores y desmotivadores propios que pueden facilitar o entorpecer el logro del objetivo, además, las técnicas y herramientas utilizadas para desarrollar el plan de acción y alcanzar el objetivo.

## DESARROLLO DEL TRABAJO

A continuación, el análisis de la **Rueda de la innovación**:



Se detectaron 3 áreas bajas en la resolución:

1. Conocer el mercado/necesidades: Estudié hace 4 años un diplomado de Marketing, para conocer nuevas áreas. Aprendí herramientas para conocer el mercado/necesidades porque estaba comprometido en comenzar un negocio. Luego, comencé a tener más responsabilidades en el trabajo y decidí crecer en la empresa y postergar la generación del negocio.
2. Presupuesto: Desde que comencé a trabajar ahorra para invertir en estudiar, pagaba mis capacitaciones y diplomado. Actualmente, no puedo ahorrar ya que realicé la compra de un inmueble y destino gran parte de mi sueldo, error mío más de 30% casi un 50% del presupuesto familiar.
3. **Gestión del tiempo: Desde que comencé la maestría, me cuesta mucho organizarme para cumplir de forma eficiente en el trabajo, cursos de la maestría y familia. Los cursos que estoy llevando me están ayudando mucho a organizarme y ser más eficiente pero me gustaría mejorar más.**

Se trabajará el ítem 3 porque es el más importante para mí actualmente, porque en mediano plazo será el motor para generar ingresos extras(mejorar presupuesto) y con los ahorros poder invertir en un negocio (será necesario conocer el mercado/necesidades).



A continuación, el desarrollo del **Método GROW**:

**(G):**

7 REGLAS DE ORO PARA LOS OBJETIVOS	Objetivo
1. Expresado en positivo	<b>Mejorar la gestión de tiempo en mis actividades diarias</b>
2. Específico	<b>Tener mejor gestión de tiempo para realizar 30 minutos de actividad física en las mañanas y meditar 20 minutos luego del trabajo para comenzar a estudiar cursos de la maestría.</b>
3. Establece la prueba y el feedback del logro de tu objetivo	<b>Mediré mi objetivo de actividad física con mi celular, ya que contiene contador de pasos, KM recorridos, etc. (Diario) El objetivo de meditación, se contará los días de la semana que se consiguen. (Semanal)</b>
4. Organiza tus recursos	<b>El recurso principal es la voluntad, renunciar a actividades de ocio, automotivarme, no procrastinar, vencer al frío del invierno (estación actual) Cuento con el apoyo de mi esposa en alentarme y acompañarme en mis objetivos. Tengo un parque con muchos árboles cerca de casa donde me gusta caminar/correr. Meditar me ha ayudado a curarme de dolores de espalda y cabeza en situaciones puntuales, por ello me gustaría mantener este hábito.</b>
5. Sé proactivo	<b>El objetivo es controlado por mí en un 100%. Le ofrezco a mi entorno ser una persona más feliz y organizada para dedicarles el tiempo que se merecen.</b>
6. Evalúa las consecuencias más amplias	<b>Ser organizado, me ayudará a compartir más con mi familia dado que seré más eficiente. El ejercicio y la meditación ejecutados de manera sostenida ayudan a tomar mejores decisiones, mejora la voluntad y desarrolla el cerebro. Si cumplo mi objetivo seré muy feliz dado que amo correr en el parque. Mis relaciones serán mejores dado que seré más eficiente y podré generar relaciones extraordinarias dedicándoles tiempo a mis seres queridos.</b>
7. Descubre el valor fundamental	<b>Espero tener mejor condición física y estar menos expuesto al estrés laboral y familiar. Mejorar mi voluntad y toma de buenas decisiones. Me dará felicidad.</b>



**(R):**

A la fecha, he tratado de salir diariamente a correr y meditar luego del trabajo.

Me ha funcionado correr en las mañanas y meditar antes de dormir o cuando tengo alguna dolencia en la espalda o cuello.

Cuando tenía 18 años realizaba actividad física todos los días. Cuando estaba en la universidad practiqué YOGA durante 6 meses consecutivos. Tengo la experiencia satisfactoria de ambas actividades y sé la calidad de vida que me genera.

Cuando ingresé a la universidad deje de realizar actividad física en las mañanas dado que tenía clases muy temprano. Realicé YOGA como parte de un taller de 3 meses y los otros 3 meses me inscribí en un curso pero luego no tuve presupuesto para ello.

Cuando me levanto, leo mis correos, mensajes del celular al menos 20 o 25 minutos, este tiempo lo reemplazaré por salir a correr o caminar por el parque.

Realizar meditación luego del trabajo no me genera un presupuesto aparte, generaré fuerza de voluntad para convertirlo en costumbre.

**(O):**

**Objetivo realizar actividad física durante las mañanas**

- Reemplazaré tiempo de revisar redes sociales en las mañanas para realizar actividad física
- Reemplazaré tiempo de videojuegos para realizar actividad física
- Comenzaré a correr al menos 2 veces a la semana
- Comenzaré a caminar con mi esposa al menos 1 vez a la semana
- Si tuviera una varita mágica, el invierno sería menos intenso en mi ciudad

Reemplazaré tiempo de revisar redes sociales en las mañanas para realizar actividad física.

Pro: Mejoraré mi estado físico y bajaré de peso.

Contra: Padecer de frío los primeros minutos de la rutina.

**Objetivo realizar meditación luego del trabajo**

- Reemplazaré tiempo de jugar videojuegos luego del trabajo para realizar meditación
- Reemplazaré tiempo de ver mi programa favorito para realizar meditación
- Comenzaré a meditar al menos 3 veces a la semana
- Si tuviera una varita mágica, sería profesor de YOGA.

Reemplazaré tiempo de ver mi programa favorito para realizar meditación

Pro: Mejoraré mi concentración y motivación.

Contra: No veré mi programa favorito o jugaré videojuegos.



(W):

Voy a realizar actividades físicas en las mañanas y meditación luego del trabajo todos los días.

Si cancelo mis actividades físicas en las mañanas, debo realizarlas 5 horas antes de dormir.

Si cancelo la meditación luego del trabajo, debo realizarla antes de dormir.

**Necesidad a Satisfacer:**

Cognitiva.- ejercicio y meditación me ayudará a mejorar mi concentración y voluntad.

**Valor asociado:**

Planificar tiempo.- ejercicio y meditación me ayudará a mejorar mi voluntad a mediano plazo, con una voluntad y automotivación podré tomar mejores decisiones y organizarme mejor.

**Factores motivadores:**

Endógenos.- Autorrealización personal, interés y disfrute, deseo de progresar y aprender y pasión

**Factores desmotivadores:**

Exógenos.- Malas condiciones físicas y ambientales

**Técnicas y herramientas:**

Técnica de los 3 pasos para cambiar la creencia (No puedo realizar ejercicio y meditación a diario) y generar mi creencia potenciadora (Realizo ejercicio y meditación a diario).



---

## CONCLUSIONES DEL TRABAJO

### Conclusiones para aplicación del método GROW:

- ✓ Al realizar la Rueda de Innovación, detecté que tenía que mejorar mi Gestión del tiempo. Como primer paso, decidí comenzar con agregar hábitos potenciadores de voluntad y automotivación para lograrlo: Realizar actividad física y meditación.
- ✓ Al desarrollar el método GROW pude interiorizar mis objetivos, beneficios, aprender de errores pasados y realizar un plan de acción que me ayude a conseguir mi meta.
- ✓ A través de la técnica de los 3 pasos pude aprender a convertir una creencia en una creencia potenciadora

# TALLER



Resolución

Nombre de la asignatura	Competencia Negociación
Nombre del alumno	Jimmy George Robles Arenales
Fecha de realización	31/08/2019



## OBJETIVOS DEL TRABAJO

(máx. 1000 palabras)

Explicar un caso de Negociación real, los objetivos son:

1. Describir el escenario de la negociación
2. Definir las partes a Negociar, junto con sus características, necesidades y objetivos
3. Describir la situación de partida de la negociación
4. Explicar el proceso de negociación
5. Identificar aquello que ha estado bien hecho y aquello que hubiera sido mejorable
6. Describir de manera resumida los aprendizajes realizados
7. Explicar si el cierre alcanzado ha significado una situación de "ganar – ganar" y por qué.

1. Gestión de la demanda.- área encargada de recibir todos los pedidos de las áreas de negocio y regulatorio.
2. Proyecto de transformación digital.- involucra mejoras a nivel de sistemas del negocio críticas como Ventas, Facturación y Postventa, Entel prioriza este proyecto sobre muchos de menor impacto.

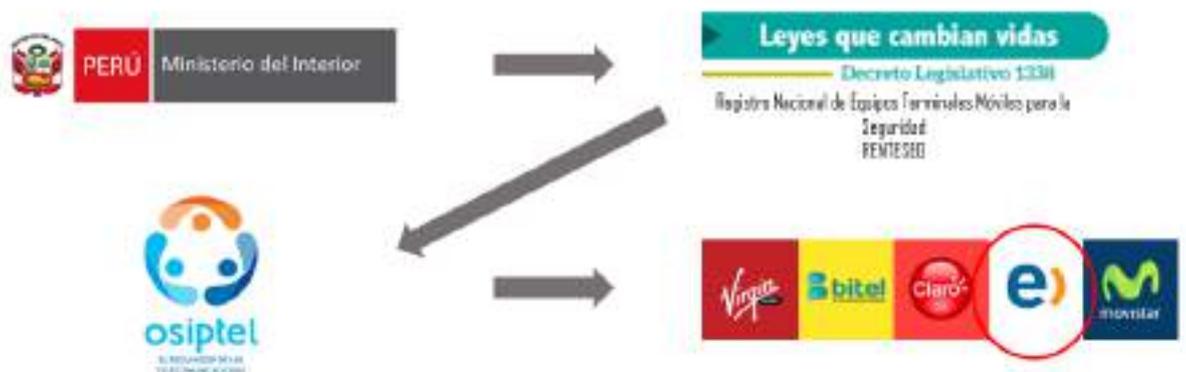
## DESARROLLO DEL TRABAJO

### I. Describir el escenario de la negociación:

El Gobierno de Perú a través del Ministerio del Interior promulgó una ley para combatir el comercio ilegal de celulares robados. Osiptel el ente regulador de los Operadores Móviles es el encargado de administrar e implementar el proyecto. Entel del Perú, Operador Móvil, empresa en la que trabajo debe implementar los lineamientos de la ley desde las áreas involucradas.

#### Cuadro Resumen:

Antecedentes de la negociación: Proyecto de seguridad Nacional RENTESEG



El Ministerio del Interior creó el DL 1333 para combatir el robo de equipos móviles y definió que el regulador OSIPTEL organice e implemente el proyecto a través de las empresas operadoras móviles del Perú

En Entel, trabajo para el área que debe dirigir el proyecto, por lo que se generó la asignación de funciones a las demás áreas de la compañía. El proyecto a implementar tenía un alto porcentaje de implementación a nivel del área de TI y un porcentaje menor en redes pero muy complejo. Por ello se detallará los escenarios que se enfrentaron con ambas áreas.



Se realizaron negociaciones con todas las áreas pero las que se van a analizar son con TI y Redes

1. Gestión de la demanda.- área encargada de recibir todos los pedidos de las áreas de negocio y regulatorio.
2. Proyecto de transformación digital.- involucra mejoras a nivel de sistemas del negocio críticas como Ventas, Facturación y Postventa, Entel prioriza este proyecto sobre muchos de menor impacto.



2. Definir las partes a Negociar, junto con sus características, necesidades y objetivos
3. Describir la situación de partida de la negociación
4. Explicar el proceso de negociación
5. Identificar aquello que ha estado bien hecho y aquello que hubiera sido mejorable

Se realizará un cuadro resumen para detallar los puntos 2, 3, 4 y 5

A continuación, se detalla la negociación con TI – Gestión de la demanda.

Puntos	Detalle	Líder del Proyecto (Yo)	TI (Oponente)
2.Partes a Negociar	Características	Habilidades de negociación en aprendizaje (Jimmy Robles)	Habilidades de negociación maduras. El vicepresidente y el responsable de Gestión de la Demanda'
	Necesidades	TI debe asumir la implementación de los requerimientos de la norma y asignar 2 responsables a tiempo completo para coordinar con el líder	Acotar los pedidos del negocio o regulatorio, generar eficiencias en la implementación. Destinar las personas estrictamente necesarias a los proyectos.
	Objetivos	Implementar al 100% los requerimientos del decreto de la ley del lado de TI	Implementar las solicitudes del negocio o regulatorio
3.Situación de Partida	Detalle	El proyecto presentó modificaciones que se deben implementar en un periodo de 3 meses, el tiempo promedio de un proyecto es de 4 meses	Tiene como prioridad un proyecto de transformación digital <sup>2</sup> por ello a destinado a sus mejores recursos al proyecto
4.Proceso de Negociación	Nivel Medio	La negociación se realiza con el área de Gestión de la demanda	
	Antesala	La negociación se enfocó en el factor tiempo dado que no teníamos 1 mes para implementar el proyecto.	
	La apertura	El líder explicó mediante una presentación y en una sala adecuada las necesidades del proyecto. El oponente cuestionó algunos lineamientos del decreto de ley pero el Líder resolvió eficazmente las dudas y continuo la reunión.	
	Planteamientos Iniciales	I.TI recomendó solicitar un prorroga al regulador para implementar el proyecto en el tiempo promedio 4 meses. II.TI recomendó reducir el alcance en varios puntos críticos de la norma. III.TI no podría dar asignar 2 recursos a tiempo completo ofrece solo 1 a 0.5 de su tiempo	
	Exploración	I. El líder detecta que el oponente propone esto dado que el periodo de contratación de proveedores y documentación del proyecto dura 1 mes apróx. II. El líder detecta que el oponente propone esto dado que tiene como objetivo eficiencias en costos III. El líder detecta que el oponente propone esto dado que los mejores recursos están destinados al proyecto de transformación digital	
	Generación de alternativas	I. El líder propone que se contrate al proveedor que haya tenido mayor porcentaje de implementación del proyecto II. El líder sustenta que si no se implementa lo solicitado por el decreto de ley, la sanción económica es más alta que la inversión en la implementación. III. El líder propone 1 recurso dedicado al proyecto	
	El cierre	I. TI acepta que se contrate al proveedor que haya tenido mayor porcentaje de implementación del proyecto II. TI acepta la inversión en la implementación, es decir todas las solicitudes de la norma. III. TI asigna 2 recursos dedicados al proyecto en un 0.5 de su tiempo.	
5.Feedback	Bien Hecho	Exploración y generación de alternativas	
	Mejoras	En la apertura se debió considerar con mayor porcentaje el impacto del proyecto de transformación digital a TI.	

1. Gestión de la demanda.- área encargada de recibir todos los pedidos de las áreas de negocio y regulatorio.
2. Proyecto de transformación digital.- involucra mejoras a nivel de sistemas del negocio críticas como Ventas, Facturación y Postventa, Entel prioriza este proyecto sobre muchos de menor impacto.

**A continuación, se detalla la negociación con Redes – Gestión de la demanda.**

Puntos	Detalle	Líder del Proyecto (Yo)	Redes (Oponente)
2.Partes a Negociar	Características	Habilidades de negociación en aprendizaje (Jimmy Robles)	Habilidades de negociación maduras. El vicepresidente y el responsable de Gestión de la Demanda de redes
	Necesidades	Redes debe asumir la implementación de los requerimientos de la norma y asignar 1 responsable a tiempo completo para coordinar con el líder	Acotar los pedidos del negocio o regulatorio, generar eficiencias en la implementación. Destinar las personas estrictamente necesarias a los proyectos.
	Objetivos	Implementar al 100% los requerimientos del decreto de la ley del lado de redes	Implementar las solicitudes del negocio o regulatorio
3.Situación de Partida	Detalle	El proyecto presentó modificaciones que se deben implementar en un periodo de 6 meses, el tiempo promedio de un proyecto es de 4 meses pero con inversión muy alta	Generar eficiencias en la implementación de los proyectos (Recursos y gastos)
4.Proceso de Negociación	Nivel Medio	La negociación se realiza con el área de Gestión de la demanda de redes	
	Antesala	La negociación se enfocó en el factor táctico dado que la inversión del proyecto era muy alta y al tratarse de un proyecto regulatorio no se generarían ingresos	
	La apertura	El líder explicó mediante una presentación y en una sala adecuada las necesidades del proyecto. El oponente cuestionó algunos lineamientos del decreto de ley pero el Líder resolvió eficazmente las dudas y continuo la reunión.	
	Planteamientos Iniciales	I. Redes recomendó reducir el alcance en varios puntos críticos de la norma. III. Redes si podría dar asignar 1 recurso a tiempo completo	
	Exploración	I. El líder detecta que el oponente propone esto dado que tiene como objetivo eficiencias en costos II. El líder detecta que el oponente propone esto dado que se dispone de recursos	
	Generación de alternativas	I. El líder intenta sustentar que si no se implementa lo solicitado por el decreto de ley, la sanción económica es más alta que la inversión en la implementación. III. El líder acepta 1 recurso dedicado al proyecto	
	El cierre	I. <b>Redes rechaza la inversión en la implementación, sustenta que la inversión es más alta que la multa y que se debe escalar al área regulatoria</b> II. Redes no asignará recursos dedicados al proyecto	
5.Feedback	Bien Hecho	Detectar el factor, la negociación tenía el riesgo de no cerrarse a este nivel, por ello se podía aceptar un cierre sin negociación pero se tenía que identificar el motivo del rechazo	
	Mejoras	No se negoció adecuadamente, el Líder no mapeo el alto costo en la inversión de la implementación	

Dado que la negociación no se cerró a nivel medio, se realizó el escalamiento a nivel alto.

1. Gestión de la demanda.- área encargada de recibir todos los pedidos de las áreas de negocio y regulatorio.
2. Proyecto de transformación digital.- involucra mejoras a nivel de sistemas del negocio críticas como Ventas, Facturación y Postventa, Entel prioriza este proyecto sobre muchos de menor impacto.

**A continuación, se detalla la negociación con Redes – Vicepresidente.**

Puntos	Detalle	Líder del Proyecto (Mi gerente)	Redes (Oponente)
2.Partes a Negociar	Características	Habilidades de negociación maduras (Mi gerente)	Habilidades de negociación maduras. El vicepresidente y el responsable de Gestión de la Demanda de redes
	Necesidades	Redes debe asumir la implementación de los requerimientos de la norma y asignar 1 responsable a tiempo completo para coordinar con el líder	Acotar los pedidos del negocio o regulatorio, generar eficiencias en la implementación. Destinar las personas estrictamente necesarias a los proyectos.
	Objetivos	Implementar al 100% los requerimientos del decreto de la ley del lado de redes	Implementar las solicitudes del negocio o regulatorio
3.Situación de Partida	Detalle	El proyecto presentó modificaciones que se deben implementar en un periodo de 6 meses, el tiempo promedio de un proyecto es de 4 meses pero con inversión muy alta	Generar eficiencias en la implementación de los proyectos (Recursos y gastos)
4.Proceso de Negociación	Nivel Alto	La negociación se realiza con el Vicepresidente de redes	
	Antesala	La negociación se enfocó en el factor táctico dado que la inversión del proyecto era muy alta y al tratarse de un proyecto regulatorio no se generarían ingresos	
	La apertura	El líder explicó mediante una presentación y en una sala adecuada las necesidades del proyecto. El oponente cuestionó algunos lineamientos del decreto de ley pero el Líder resolvió eficazmente las dudas y continuo la reunión.	
	Planteamientos Iniciales	I. Redes recomendó reducir el alcance en varios puntos críticos de la norma. III. Redes si podría dar asignar 1 recurso a tiempo completo	
	Exploración	I. El líder detecta que el oponente propone esto dado que tiene como objetivo eficiencias en costos II. El líder detecta que el oponente propone esto dado que se dispone de recursos	
	Generación de alternativas	I. El líder intenta sustenta que si no se implementa lo solicitado por el decreto de ley, se corren 2 riesgos: a.- Reputacional.- La prensa podría exponer esto de una forma negativa, dado que el proyecto ayuda a la seguridad ciudadana b.- Asignación de bandas de frecuencia.- Osiptel podría restar puntos a Entel en la próxima licitación de bandas de frecuencia, (recurso principal en el negocio de telecomunicaciones) III. El líder acepta 1 recurso dedicado al proyecto	
	El cierre	I. Redes acepta la inversión en la implementación II. Redes asignará 1 recurso dedicados al proyecto	
5.Feedback	Bien Hecho	Se negoció adecuadamente, el Líder mapeo factores adicionales al alto costo en la inversión de la implementación.	
	Mejoras	No se detectan mejoras.	

**6. Describir de manera resumida los aprendizajes realizados**

Se aprendió a detalle el proceso de negociación y los puntos a tener en cuenta en cada etapa, como se mencionó durante el curso, la negociación es parte de la rutina del ser humano, pero durante el curso se pudo apreciar que existen factores como Antesala, La apertura, Planteamientos Iniciales, Exploración, Generación de alternativas, El cierre que deben ser analizados previa a una negociación.

Poder anticipar escenarios, ir preparados para comunicar necesidades, resolver dudas, ser asertivos es clave durante el proceso de negociación.

En el caso que más se aprendió, fue en la negociación con redes. Se acudió a negociar A nivel alto, mi gerente demostró habilidades de negociación muy superiores a las mías, ver las situaciones desde un nivel de compañía ayudó a que la negociación fuera exitosa.

1. Gestión de la demanda.- área encargada de recibir todos los pedidos de las áreas de negocio y regulatorio.
2. Proyecto de transformación digital.- involucra mejoras a nivel de sistemas del negocio críticas como Ventas, Facturación y Postventa, Entel prioriza este proyecto sobre muchos de menor impacto.



La antesala, desde mi punto de vista, es la etapa donde debes dedicarle un tiempo prudente. El mensaje que me quedó grabado de mi gerente es: "El mejor negociador no es el que más sabe, sino el que mejor comunica"

7. Explicar si el cierre alcanzado ha significado una situación de "ganar – ganar" y por qué.

En ambos casos de negociación con Redes y TI, se logró una situación de "ganar – ganar" dado que las áreas involucradas se encuentran en la misma empresa y comparten los mismos objetivos.

En el primer caso, con TI, se logró demostrar que los perjuicios de la multa eran más altos que la inversión en el proyecto.

En el segundo caso, con Redes, se logró demostrar que los perjuicios reputacionales y de asignación de bandas de frecuencia eran más altos que la inversión en el proyecto.

## CONCLUSIONES DEL TRABAJO

(máx. 1000 palabras)

Se cumplieron los objetivos planteados, se explicó un caso de Negociación real:

1. Se describió el escenario de la negociación
2. Se definieron las partes a Negociar, junto con sus características, necesidades y objetivos
3. Se describió la situación de partida de la negociación
4. Se explicó el proceso de negociación
5. Se identificó aquello que ha estado bien hecho y aquello que hubiera sido mejorable
6. Se describió de manera resumida los aprendizajes realizados
7. Se explicó que el cierre alcanzado fue una situación de "ganar – ganar".

1. Gestión de la demanda.- área encargada de recibir todos los pedidos de las áreas de negocio y regulatorio.
2. Proyecto de transformación digital.- involucra mejoras a nivel de sistemas del negocio críticas como Ventas, Facturación y Postventa, Entel prioriza este proyecto sobre muchos de menor impacto.

# TALLER



Resolución

Nombre de la asignatura	Priorización
Nombre del alumno	Jimmy George Robles Arenales
Fecha de realización	15/09/2019



## OBJETIVOS DEL TRABAJO

(máx. 1000 palabras)

Aplicar los contenidos del módulo en un caso personal, los objetivos son:

1. Describir el escenario
2. Listado de alternativas a priorizar
3. Selección de criterios
4. Métodos rápidos con dos criterios
5. Método avanzado con todos los criterios
6. Comparación de métodos

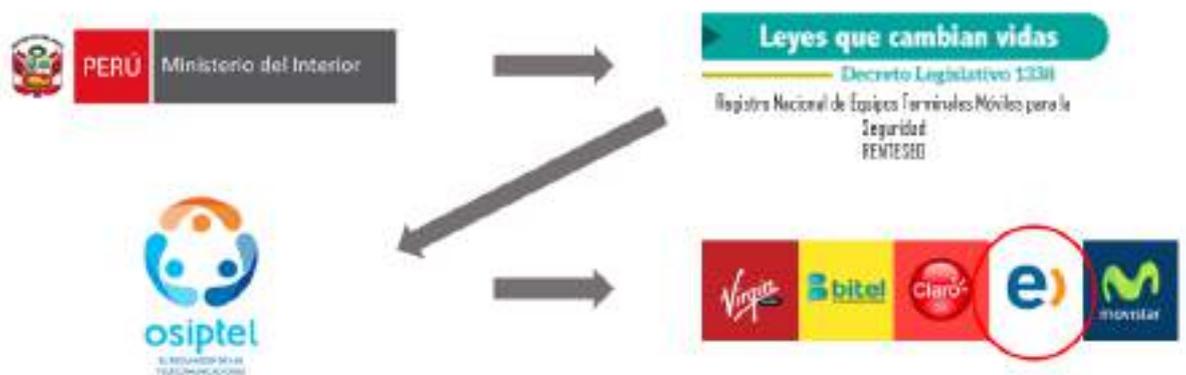
## DESARROLLO DEL TRABAJO

### I. Describir el escenario:

El Gobierno de Perú a través del Ministerio del Interior promulgó una ley para combatir el comercio ilegal de celulares robados. Osiptel el ente regulador de los Operadores Móviles es el encargado de administrar e implementar el proyecto. Entel del Perú, Operador Móvil, empresa en la que trabajo debe implementar los lineamientos de la ley desde las áreas involucradas.

#### Cuadro Resumen:

Antecedentes de la negociación: Proyecto de seguridad Nacional RENTESEG



El Ministerio del Interior creó el DL 1338 para combatir el robo de equipos móviles y definió que el regulador OSIPTEL organice e implemente el proyecto a través de las empresas operadoras móviles del Perú

En Entel, trabajo para el área que debe dirigir el proyecto, por lo que se generó la asignación de funciones a las demás áreas de la compañía.

## DESARROLLO DEL TRABAJO

### Implementación de RENTESEG - Operador Entel Perú



Se revisaron los problemas del proyecto con las áreas impactadas



Se revisó el estado actual del proyecto, se tienen 4 reportes generales:

- Lista Negra.- se envía una lista de equipos robados desde el 2010, con la nueva norma se modifican algunos campos.
- Reporte de Abonados.- reporte nuevo, contiene la base de abonados móviles de Entel Perú.
- Reporte Mensual de Vinculaciones.- se envía desde 2017, pero desde este año debo liderar la entrega.
- Reporte a Equipos Robados de Distribuidores.- reporte enviado desde 2010, con la nueva norma se modifica el método de envío.

## 2. Listado de alternativas a priorizar

En base a los reportes generales se detectaron 10 problemas que se deben priorizar su solución, a continuación el detalle:

Área	Detalle	Problema	Corrección	Frecuencia entrega	Promedio de Registros	Impacto Registros	Riesgo amonestación
Lista Negra	Desbloqueo de equipos	LN_Desbloqueo de equipos	Manual	Diaria	2,000	200	grave
	Corrección de errores de asesores	LN_Corrección de errores de asesores	Manual	Diaria		200	media
	Corrección de errores de generación de reporte	LN_Corrección de errores de generación de reporte	Programada	Diaria		50	media
Reporte de Abonados	Error en la lógica del reporte histórico	RA_Error en la lógica del reporte histórico	Programada	Semestral	8,000,000	100,000	media
	Error en la lógica del reporte diario	RA_Error en la lógica del reporte diario	Programada	Diaria	100,000	15,000	grave
	Corrección de errores de asesores	RA_Corrección de errores de asesores	Manual	Diaria		3,000	media
	Corrección de errores de generación de reporte	RA_Corrección de errores de generación de reporte	Programada	Diaria		15,000	grave
Reporte Mensual de Vinculaciones	Implementar nueva lógica	RMV_Implementar nueva lógica	Programada	Mensual		7,000,000	4,000,000
	Consistencia de información	RMV_Consistencia de información	Manual	Mensual	500,000		media
Reporte de Equipos Robados a Distribuidores	Validar correcto funcionamiento	RERD_Validar correcto funcionamiento	Manual	No se puede determinar	1,000	1,000	leve

### 3. Criterios

Se decidieron utilizar 4 criterios para priorizar la soluciones:

- Riesgo amonestación.- no cumplir con las obligaciones nos expone a una multa.
- Frecuencia de entrega.- los reportes tienen diversos periodos de entrega, diarios, mensuales y semestrales.
- Corrección Programada.- los reportes son generados automáticamente, sin embargo, se han encontrado fallas en la programación. Las correcciones programadas las hace un desarrollador de TI (impacto en registros alto) y las correcciones manuales las realiza un asesor (impacto en registros individuales).
- Impacto Registros.- cantidad de fallas en los registros del reporte.

### 4. Métodos rápidos con dos criterios

Se eligió usar el método PACE dado que es necesario tener dos criterios, es muy visual y es necesario tener una lista ordenada previamente, es como realizar 2 métodos rápidos:



## 5. Método avanzado con todos los criterios

Se aplicó el método de matriz de priorización dado que se tienen las prioridades de los criterios claros, además, se cuenta con la posibilidad de éxito. Se calculó que las alternativas que pueden ser programadas, pueden tener más éxito debido a que lo realiza un programador calificado, las alternativas manuales, las realizan los asesores de tienda, que pueden tener distinta experiencia y son alrededor de 200.

Matriz de priorización de alternativas											Puntos	Probabilidad de éxito	Categorías de la alternativa	Leyenda			
Peso de los criterios	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10							
Alternativas																	
UA_Desarrollo de usuarios	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	75	X	325	Datos alternativa e criterio	Valor
RA_Error en la lógica del reporte diario	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	117	+	1059	No cumple el criterio	0
RA_Corrección de errores de generación de reportes	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	117	+	1059	Cumple un poco el criterio	-1
RMV_Implementar nueva lógica	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	114	+	1026	Parcialmente cumple el criterio	-3
UA_Corrección de errores de generación de reportes	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	90	+	810	Cumple los aspectos esencial es del criterio	3
UA_Corrección de errores de asesores	4	4	4	4	4	0	0	0	0	0	0	0	37	X	37	Cumple bastante el criterio	4
RA_Corrección de errores de asesores	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	66	X	396	Cumple totalmente el criterio	5
RA_Error en la lógica del reporte histórico	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	56	+	511	Resalta los criterios	Valor
RMV_Considerar de información	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	46	X	398	*** Muy importante	6
RMV_Validar contexto funcionamiento	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	27	X	27	** importante	4
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	X	8	* poco importante	1
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	X	1	Probabilidad de éxito	Valor
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	X	1	*** muy elevada probabilidad de éxito (>90%)	6
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	X	1	** elevada probabilidad (70%-90%)	3
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	X	1	- Proyecto arriesgado (<70% prob. éxito)	1

## 6. Comparación de métodos aplicados

Resultados de Método PACE: Criterios de Riesgo amonestación y corrección programada



1. RA\_Error en la lógica del reporte diario
2. RA\_Corrección de errores de generación de reporte
3. RMV\_Implementar nueva lógica



Resultados de matriz de priorización:

Problema	Puntaje
RA_Error en la lógica del reporte diario	1053
RA_Corrección de errores de generación de reporte	1053
RMV_Implementar nueva lógica	1026
LN_Corrección de errores de generación de reporte	810
RA_Error en la lógica del reporte histórico	810
LN_Desbloqueo de equipos	225
RA_Corrección de errores de asesores	180
RMV_Consistencia de información	180
LN_Corrección de errores de asesores	171
RERD_Validar correcto funcionamiento	81

Se puede observar que en ambos métodos de priorización se han obtenido los mismos resultados en las 3 primeras alternativas, esto debido a que los criterios más críticos del caso presentado tienen mucha influencia, como lo son riesgo de amonestación y corrección programada.

Sin embargo, cuando se generó la lista ordenada la alternativa **LN\_Desbloqueo de equipos** era la más importante, pero se despriorizó por ser de solución manual en los métodos de PACE y Matriz de priorización.

La alternativa que tuvo más crecimiento con la matriz fue **RA\_Error en la lógica del reporte histórico** que en el caso de PACE se había ido al cuadrante de comprobar.

En conclusión, a pesar que PACE ha coincidido con la Matriz de Priorización en las 3 primeras alternativas, el método de la Matriz es más efectivo cuando se tienen los criterios definidos y tienen baja correlación entre sí.



---

## CONCLUSIONES DEL TRABAJO

(máx. 1000 palabras)

Se cumplieron los objetivos planteados, se explicó un caso de Priorización real:

1. Se describió el escenario
2. Se presentó el listado de alternativas a priorizar
3. Se presentaron los criterios
4. Se realizó el método rápido PACE con dos criterios
5. Se realizó el método avanzado Matriz de Priorización con todos los criterios
6. Se realizó la comparación de métodos y se concluyó que el método de la Matriz es más efectivo por tener criterios con poca correlación entre sí y bien definidos para ponderar.
7. El método PACE es factible cuando tiene sólo 2 criterios ó puede elegir los 2 criterios que puedan influir más en la priorización.
8. La Matriz es más efectiva cuando tienes más criterios y la mesa de trabajo no puede decidir que 2 son los más influyentes, además, al incluir la probabilidad de éxito se hace más eficaz.

# TALLER



Resolución

Nombre de la asignatura	Gestión de Conflictos
Nombre del alumno	Jimmy George Robles Arenales
Fecha de realización	11/10/2019



## OBJETIVOS DEL TRABAJO

(máx. 1000 palabras)

Desarrollar un caso de Resolución de un Conflicto que se encontró en estado de Crisis, basado en una situación real

Se realizará lo siguiente:

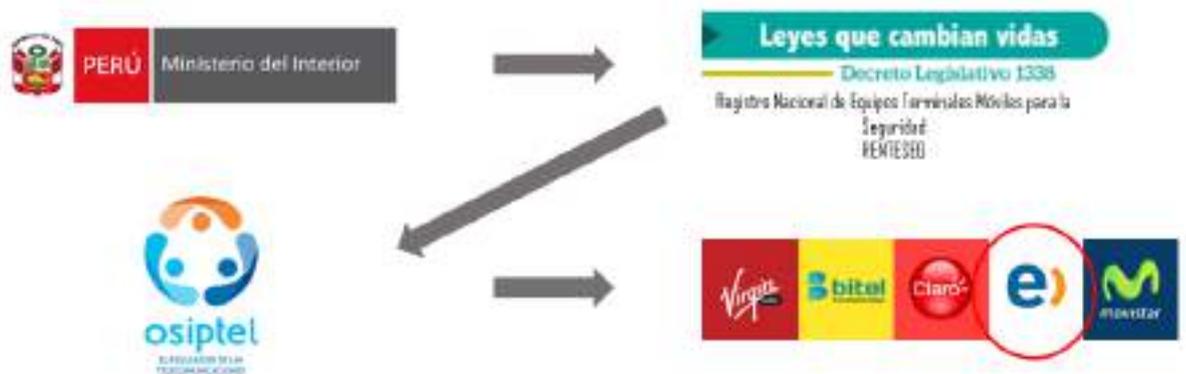
1. Definir qué caracteriza a las partes en Conflicto
2. Describir la situación de partida del Conflicto, sus orígenes y su evolución
3. Describir la reunión entre las partes (objetivo: salir de la crisis y de "curar" la relación)
4. Describir aquello que ha estado bien hecho y aquello que es mejorable
5. Describir de manera resumida los aprendizajes realizados (Conclusiones)

# DESARROLLO DEL TRABAJO

## Antecedentes

El Gobierno de Perú a través del Ministerio del Interior promulgó una ley para combatir el comercio ilegal de celulares robados. Osiptel el ente regulador de los Operadores Móviles es el encargado de administrar e implementar el proyecto. Entel del Perú, Operador Móvil, empresa en la que trabajo debe implementar los lineamientos de la ley desde las áreas involucradas.

### Cuadro Resumen:



El Ministerio del Interior creó el DL 1338 para combatir el robo de equipos móviles y definió que el regulador OSIPTEL organice e implemente el proyecto a través de las empresas operadoras móviles del Perú

En Entel, se implementaron las 2 de 3 fases que posee el proyecto, sin embargo, el regulador observó muchos procesos que debían mejorar de las 2 fases antes de iniciar la 3era.

En esta coyuntura, asignaron a la Gerencia de Riesgos liderar el proyecto para mejorar las 2 fases y formar parte de la implementación de la 3era. Dentro de la Gerencia, me asignaron esta responsabilidad.

### Cuadro Resumen de responsabilidades:





En la mesa de trabajo del proyecto se encontraba un integrante que representaba a sus Vicepresidencias o Gerencias centrales, en mi caso, representaba a la Gerencia de Planeamiento Estratégico.

1. Definir qué caracteriza a las partes en Conflicto

- a. Mercado Personas y Empresas .- fueron los líderes de la fase I del proyecto y su función actual es velar por los impactos que el proyecto pueda tener sobre sus clientes y operaciones. El perfil de las personas es con muchas habilidades blandas y comerciales.
- b. TI y operaciones .- implementan todo lo relacionado al proyecto con sistemas de información y facturación. Su actuar depende de un documento específico con el detalle de requerimientos. El perfil de las personas es con muchas habilidades técnicas.
- c. Redes .- implementan todo lo relacionado al proyecto con elementos de red y estaciones base. Su actuar depende de un documento específico con el detalle de requerimientos. El perfil de las personas es con muchas habilidades técnicas.
- d. Regulatorio.- fueron los líderes de la fase 2 del proyecto y su función actual es resolver las consultas regulatorias de todas las áreas de la compañía relacionadas al proyecto. El perfil de las personas es con altas habilidades blandas y conocimiento regulatorio.
- e. Planeamiento Estratégico.- Antes era responsable de una parte del proyecto, actualmente lidera el proyecto. El perfil de las personas es con habilidades blandas intermedias y habilidades técnicas.

2. Describir la situación de partida del Conflicto, sus orígenes y su evolución

El proyecto ya contaba con 2 fases implementadas y el regulador llegó a cotejar la consistencia de la implementación. En la reunión participó toda la mesa de trabajo de Entel y el regulador Osiptel. Como conclusiones, se dejó por escrito oportunidades de mejora y retroalimentación en lo implementado. Se debe subsanar todo en 2 meses.

Luego de la reunión con el regulador, se llevó a cabo una reunión interna, dado que la expectativa de la reunión era una aprobación sin observaciones.

Durante la reunión, hubo momentos de crisis dado que cada área defendía su posición, por un lado Mercado personas/empresas (líder fase 1) y Regulatorio (líder fase 2) argumentaban que ellos no tenían culpa alguna dado que pidieron formalmente implementar todo lo requerido por el regulador. Por otro lado, TI y Redes argumentaban que ellos hicieron lo que les pidieron pero que no hubo una validación adecuada del lado de los usuarios. La reunión se cerró porque no se llegaba a un acuerdo.

El nuevo líder concluyó lo siguiente:

- Fase 1.- El líder (fase 1) y la mesa de trabajo solicitaron vía documento formal la implementación del proyecto a las áreas de redes y TI, sin embargo, no se llegó a validar la consistencia de lo implementado dado que el perfil del líder no era técnico.
- Fase 2.- ocurrió algo similar dado que el líder (fase 2) no tenía perfil técnico y no podía validar la consistencia de la implementación.
- Las observaciones del regulador tenían que subsanarse en 2 meses y el tiempo promedio de la implementación de un proyecto son 4 meses.
- En resumen, el nuevo líder debía liderar la validación de lo implementado y aplicar las mejoras que sugiere el regulador en sólo 2 meses pero sobre todo debía restaurar la paz en la mesa de trabajo que se había afectado con las observaciones del regulador.

### 3. Describir la reunión entre las partes (objetivo: salir de la crisis y de "curar" la relación)

Luego del análisis del líder, se realizaron 3 reuniones por separado con las partes en conflicto, esto debido a que en un primer intento de dialogo conjunto no se pudo manejar la reunión de la forma más adecuada:

1era reunión: Lider nuevo con Regulación y procesos:

Dado que los conflictos se habían iniciado por temas de capacidad técnica, por soluciones no validadas y responsables no definidos, en la reunión se involucró al área de procesos para definir responsables.

Conclusiones:

- No buscar culpas sino soluciones, no volver a enfrentar a las áreas solicitantes de los desarrollos con los que implementaron la solución. Debemos enfocarnos en solucionar e implementar lo solicitado por el regulador.
- Se definió con procesos los responsables de todos los temas del proyecto.

2da: Lider nuevo con Mercados Personas/Empresas:

Se transmitió la nueva visión de la mesa de trabajo ("soluciones y no culpables") y se solicitó a sus Gerentes más horas/hombre dedicadas al proyecto.

3era: Lider nuevo con TI y Redes:

Se transmitió la nueva visión de la mesa de trabajo ("soluciones y no culpables") y se solicitó a sus Gerentes más horas/hombre dedicadas al proyecto. Además, un solo líder integrador de ambas áreas dado que ambas son muy técnicas y era necesario una persona que pueda transmitir de una forma más aterrizada las implementaciones realizadas.

Con la nueva visión, responsables y procesos claros se convocó a una reunión en conjunto, como estrategia se llevaron chocolates de muchos sabores y al inicio de la presentación el líder se enfocó



en todo lo bueno que se había logrado con el proyecto. Luego, se presentaron la lista de responsables y procesos nuevos donde no hubo objeción, dada las reuniones previas. Finalmente, todos en la mesa de trabajo estuvimos de acuerdo en:

- Realizar reuniones diarias de 2 horas, en conjunto (todas las áreas involucradas) para armar el documento de pedido, esta vez al finalizar cada reunión se dejaba en acta los acuerdos de toda la reunión.
- TI y Redes se comprometieron a que luego de la definición del documento de pedido harían todos los esfuerzos necesarios para cumplir con el plazo de 2 meses, 50% de tiempo de un proyecto regular.
- El líder se comprometió a hacer validaciones en todos los pasos de implementación, es decir, no se validaría al final de todo el proyecto, sino se aplicaría la metodología ágil, entregarían "quickwins" y se realizaría la validación.

#### 4. Describir aquello que ha estado bien hecho y aquello que es mejorable

En este caso, se hicieron bien los procesos de resolución:

1. **Evaluación:** se comprendió la naturaleza del conflicto.
2. **Aceptación o reconocimiento:** todas las partes aceptaron responsabilidades y oportunidades de mejora.
3. **Actitud:** Se fue buen oyente, asertivo y enfocado en la solución.
4. **Análisis y comunicación:** Se realizaron reuniones aisladas para realizar agradecimientos y peticiones y una Reunión final donde se transmitió la visión en conjunto.
5. **Resolución y Seguimiento:** Se realizó un plan de acción para superar las mejoras propuestas.

Lo mejorable:

Dado que en la reunión inicial todas las partes entraron en conflicto por las mejoras solicitadas por el regulador, el mediador debió canalizarlo de otra forma o esta reunión no hubiese sido tan cercana a la fecha de la reunión anterior.



## CONCLUSIONES DEL TRABAJO

(máx. 1000 palabras)

Se desarrolló un caso de Resolución de un Conflicto que se encontró en estado de Crisis, basado en una situación real

Se realizó lo siguiente:

1. Se definió qué caracteriza a las partes en Conflicto
2. Se describió la situación de partida del Conflicto, sus orígenes y su evolución
3. Se describió la reunión entre las partes (objetivo: salir de la crisis y de "curar" la relación)
4. Se describió aquello que ha estado bien hecho y aquello que es mejorable

Se describe de manera resumida los aprendizajes realizados:

Durante el periodo de análisis, planeamiento de solución de conflicto y en la realización del mismo se pusieron en práctica algunos conceptos aprendidos:

### Periodo de análisis:

El conflicto que se debía resolver era de tipo organizacional/sustantivo, pero dado que se tenían que aplicar validaciones y mejoras, se podrían agregar conflictos funcionales/innovación.

Elementos de la aparición del conflicto:

- a. Existen intereses contrapuestos, no se tenía formalmente (a nivel de vicepresidencia o gerencial central) un tiempo dedicado al proyecto de cada una de las partes, cada uno le daba la prioridad personal.
- b. Falta de identificación con una visión común, consecuencia de lo anterior, si no se tiene una obligación en tiempo/compromiso no se puede llegar a una visión común
- c. No existen sistemas de trabajo establecidos o son "conflictivos", existían reuniones aisladas por periodos de tiempo aleatorios, y eran conflictivos cuando se tenían que asumir responsabilidades
- d. No están definidas y/o comunicadas: Las responsabilidades y funciones, no existía una matriz de funciones y responsabilidades por ello no había obligaciones de tiempo por área

### Planeamiento de solución de conflicto y en la realización del mismo

- Empatía: Dado que se detectó que los líderes anteriores no tenían las habilidades para detectar el problema a tiempo.



- 
- La escucha activa: Dado que en la primera reunión el nuevo Líder fue sólo un testigo y no juzgó ni cuestionó a ninguna parte involucrada.
  - Asertividad: en las reuniones por separado dado que se tenía que realizar peticiones que serían nuevos procesos e innovación.
  - Los elogios: en la reunión final, se enfocó en la primera parte en los objetivos cumplidos y se agradeció el compromiso.
  - Para la reunión final se utilizaron los valores de confianza: Escuchar, no juzgar y gusto por innovar.
  - La conclusión de la resolución del conflicto, es la transmutación, las áreas mostraron interés genuino por hacer las cosas bien, dado que no se les juzgó por los errores sino se agradeció su compromiso y se solicitó más.
  - Se recuperó la comunicación y se aplicó la negociación colaborativa.

# TALLER



Resolución

Nombre de la asignatura	Metodologías y herramientas de metaplanificación
Nombre del alumno	Jimmy George Robles Arenales
Fecha de realización	23/09/2019



## OBJETIVOS DEL TRABAJO

(máx. 1000 palabras)

Identificar/clasificar los clientes de la empresa donde trabajo utilizando la herramienta “matriz estratégica de clasificación de clientes”. Para ello se realizarán las siguientes actividades:

1. Identificará los 3 factores de clasificación que va a utilizar en la matriz.
2. Identificará los 3 niveles de cada uno de los factores identificados
3. Creará una matriz de 3 factores a 3 nivel
4. Ubicará sobre la matriz al menos 10 clientes diferentes de la organización

## DESARROLLO DEL TRABAJO

Describir el escenario:

En Entel, trabajo para el área de Riesgos Operacionales, tenemos la información de la base de clientes y sus consumos. Además, las otras áreas de la compañía nos comparten los costos (Redes) e ingresos (Mercados). Con toda la información y apoyo de TI se tiene una base de datos para poder realizar inteligencia de negocios, realizar campañas de cobranzas, identificar abusadores de ofertas comerciales, etc.

### Organigrama de Entel Perú



### 1. 3 factores de clasificación

La operadora de telecomunicaciones Entel Perú brinda servicios a dos tipos de clientes: Personas y Empresas, ofrece servicios de telefonía móvil. Los factores que más se usan para clasificar a nuestros clientes son:

BASE	COSTOVOZ	COSTODATOS	RENTAMENSUAL	RECARGAS
------	----------	------------	--------------	----------

RANGOEQUIPOS	TIPORUC	BASE	COSTOVOZ	COSTODATOS	RENTAMENSUAL	RECARGAS
1 a 2	DNI	1,404,992	- 1,604,562	45,232,385	73,773,365	15,108,804
1 a 2	RUC10	220,729	- 241,692	5,991,901	14,101,598	78,699
1 a 2	RUC20	31,021	- 38,774	1,067,102	2,566,990	13,427
20 a 79	RUC20	3,541	- 73,435	1,328,146	5,931,873	53,991
3 a 6	DNI	435,087	- 757,571	20,733,949	31,705,928	9,785,997
3 a 6	RUC10	14,676	- 36,462	1,127,159	2,599,992	20,352
3 a 6	RUC20	18,453	- 57,073	1,358,408	4,049,979	28,212
7 a 19	DNI	32,136	- 87,929	1,772,781	2,428,581	1,626,042
7 a 19	RUC10	233	- 1,396	33,402	105,434	1,323



7 a 19	RUC20	7,804	- 59,776	1,215,735	4,257,600	31,702
80 a más	RUC20	1,063	- 87,303	1,641,882	11,600,117	98,791

Base: número de líneas que puede tener un segmento de clientes.

Costo de voz: costos operativos que asumimos para brindar el servicio de voz.

Costo de datos: costos operativos que asumimos para brindar el servicio de internet en los móviles.

Renta Mensual: pago que realiza el cliente cada mes, los clientes que poseen renta los denominamos Postpago.

Recargas: pago anticipado que realiza el cliente para hacer uso de los servicios, las recargas pueden ser realizadas por clientes Postpago o Prepago, pero con mayor incidencia de Prepago.

Dado que se tenían que seleccionar sólo 3 factores, se decidió fusionar los costos de voz y de datos / renta mensual y recargas.

- Costo de voz + costo datos = COSTOS
- Renta mensual + recargas = INGRESOS
- BASE

RANGOEQUIPOS	TIPORUC	BASE	COSTOS	INGRESOS	NETO PROMEDIO X CLIENTE
1 a 2	DNI	401,426	- 13,381,985	25,394,905	30
1 a 2	RUC10	63,065	- 1,781,027	4,051,513	36
1 a 2	RUC20	8,863	- 315,965	737,262	48
20 a 79	RUC20	1,012	- 400,452	1,710,247	1,295
3 a 6	DNI	124,311	- 6,140,434	11,854,836	46
3 a 6	RUC10	4,193	- 332,463	748,670	99
3 a 6	RUC20	5,272	- 404,423	1,165,197	144
7 a 19	DNI	9,182	- 531,631	1,158,464	68
7 a 19	RUC10	67	- 9,942	30,502	309
7 a 19	RUC20	2,230	- 364,432	1,225,515	386
80 a más	RUC20	304	- 494,053	3,342,545	9,379
		619,924	- 24,156,807	51,419,656	

## 2. 3 niveles de cada uno de los factores identificados

- Costo de voz + costo datos = COSTOS
- Renta mensual + recargas = INGRESOS
- BASE



Se calcularon los porcentajes de cada tipo de cliente para aplicar la técnica:

RANGOEQUIPOS	TIPORUC	BASE	COSTOS	INGRESOS
1 a 2	DNI	64.75%	55.40%	49.39%
1 a 2	RUC10	10.17%	7.37%	7.88%
1 a 2	RUC20	1.43%	1.31%	1.43%
20 a 79	RUC20	0.16%	1.66%	3.33%
3 a 6	DNI	20.05%	25.42%	23.06%
3 a 6	RUC10	0.68%	1.38%	1.46%
3 a 6	RUC20	0.85%	1.67%	2.27%
7 a 19	DNI	1.48%	2.20%	2.25%
7 a 19	RUC10	0.01%	0.04%	0.06%
7 a 19	RUC20	0.36%	1.51%	2.38%
80 a más	RUC20	0.05%	2.05%	6.50%
se colocan los percentiles		1%	2%	3%
		30%	30%	6%

Tipo de cliente: Rango de equipos + TipoRUC

Rango de equipos: es la cantidad de equipos que tiene cada cliente.

Tipo RUC: existen 3 tipos: DNI, persona natural; RUC10, persona jurídica; RUC20, empresas

En la base de la empresa se encontraron 11 tipos de cliente para evaluar

#### BASE

Para el cálculo de percentil 1, se aplicó 50% de valores en el percentil más bajo, es decir, 6 valores:

0.01% ; 0.05% ; 0.16% ; 0.36% ; 0.68% ; 0.85% -> Por ello el percentil 1 es definido por valores  $\leq 1\%$

Para el cálculo de percentil 3, se aplicó el valor más alto %, es decir, 1 valor -> 30%

El percentil 2, quedo en el rango de  $1\% > \text{percentil 2} < 30\%$

#### COSTOS

Para el cálculo de percentil 1, se aplicó 50% de valores en el percentil más bajo, es decir, 6 valores:

0.04% ; 1.31% ; 1.38% ; 1.51% ; 1.66% ; 1.67% -> Por ello el percentil 1 es definido por valores  $\leq 2\%$

Para el cálculo de percentil 3, se aplicó el valor más alto %, es decir, 1 valor -> 30%

El percentil 2, quedo en el rango de  $1\% > \text{percentil 2} < 30\%$



## INGRESOS

Para el cálculo de percentil 1, se aplicó 80% del total esté en el percentil más alto, es decir, 4 valores:

49.39% ; 23.06% ; 7.88% ; 6.5% -> Por ello el percentil 3 es definido por valores  $\geq 6\%$

Para el cálculo de percentil 1, se aplicó la mitad del percentil 3, es decir,  $1 \leq 3\%$

El percentil 2, quedo en el rango de  $3\% > \text{percentil 2} < 6\%$

### 3. Matriz de 3 factores a 3 nivel y colocar 10 clientes

Se procedió a colocar las combinaciones de los clientes basados en los percentiles:

RANGOEQUIPOS	TIPORUC	BASE	COSTOS	INGRESOS
1 a 2	DNI	64.75%	55.40%	49.39%
1 a 2	RUC10	10.17%	7.37%	7.88%
1 a 2	RUC20	1.43%	1.31%	1.43%
20 a 79	RUC20	0.16%	1.66%	3.33%
3 a 6	DNI	20.05%	25.42%	23.06%
3 a 6	RUC10	0.68%	1.38%	1.46%
3 a 6	RUC20	0.85%	1.67%	2.27%
7 a 19	DNI	1.48%	2.20%	2.25%
7 a 19	RUC10	0.01%	0.04%	0.06%
7 a 19	RUC20	0.36%	1.51%	2.38%
80 a más	RUC20	0.05%	2.05%	6.50%
se colocan los percentiles		1%	2%	3%
		30%	30%	6%
RANGOEQUIPOS	TIPORUC	BASE	COSTOS	INGRESOS
1 a 2	DNI	3	3	3
1 a 2	RUC10	2	2	3
1 a 2	RUC20	2	1	1
20 a 79	RUC20	1	1	2
3 a 6	DNI	2	2	3
3 a 6	RUC10	1	1	1
3 a 6	RUC20	1	1	1
7 a 19	DNI	2	2	1
7 a 19	RUC10	1	1	1
7 a 19	RUC20	1	1	1
80 a más	RUC20	1	2	3

Se procedió a completar la matriz:

MATRIZ BCI -> BASE, COSTO, INGRESO				
BASE	313	323	333	DNI 1 A 2
	312	322	332	
	311	321	331	
	213	DNI 1 A 4	RUC10 1 A 2	213
	212	222	232	
	211	RUC20 1 A 2	DNI 7 A 19	211
	112	123	RUC20 80 A MÁS	112
	111	RUC20 20 A 79	121	111
	RUC20 1 A 4	RUC10 3 A 6	121	111
	RUC20 7 A 18	RUC20 7 A 19		
		COSTOS		
		INGRESOS		

Para un efecto más visual se decidió cambiar los ejes de costos e ingresos:

RANGOEQUIPOS	TIPORUC	BASE	INGRESOS	COSTOS
1 a 2	DNI	3	3	3
1 a 2	RUC10	2	3	2
1 a 2	RUC20	2	1	1
20 a 79	RUC20	1	2	1
3 a 6	DNI	2	3	2
3 a 6	RUC10	1	1	1
3 a 6	RUC20	1	1	1
7 a 19	DNI	2	1	2
7 a 19	RUC10	1	1	1
7 a 19	RUC20	1	1	1
80 a más	RUC20	1	3	2





TALLER



Resolución

# TALLER

<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>El modelo EFQM. Metodología para la evaluación</b>
<b>Nombre del alumno</b>	Jimmy George Robles Arenales
<b>Fecha de realización</b>	14/10/2019

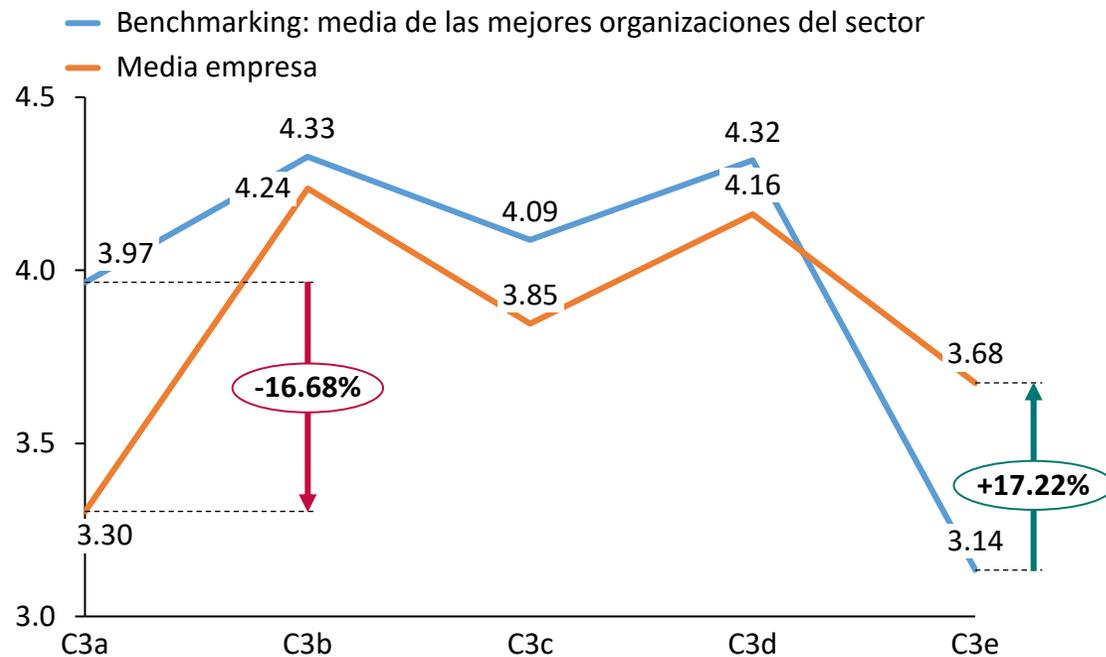
## OBJETIVOS DEL TRABAJO

Los objetivos son los siguientes:

1. Realizar un estudio de los resultados obtenidos con el objetivo fundamental de identificar los puntos fuertes y los puntos débiles de la organización, considerando el estudio tanto para la valoración media como para el porcentaje de desconocimiento.
2. Proponer un plan de mejora innovador.

## DESARROLLO DEL TRABAJO - El criterio 3 "personas" - Empresa S.A.

### Análisis de valores promedio por sub criterio



El sub criterio C3e es el punto más fuerte de la compañía, supera un 17.22% a la media de la competencia.

El sub criterio C3a es el punto más débil de la compañía, es inferior en un -16.68% a la media de la competencia.

### Análisis de valores con matriz de priorización por sub criterio

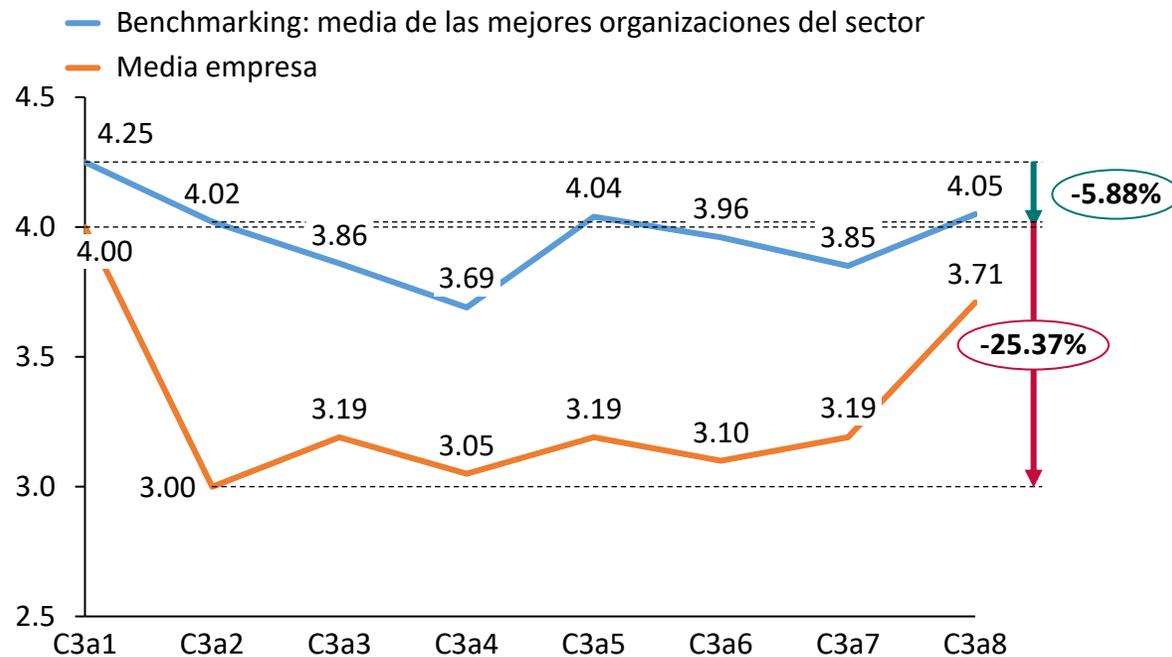
Matriz de priorización de alternativas						
Criterios	Criterios		Puntos	Probabilidad de éxito	Puntos finales de la alternativa	
	Benchmarking: media de	Media empresa				
Peso de los criterios	**	**				
Alternativas						
C3a	● 4	● 3	21.806	++	✓ 196	1
C3b	● 4	● 4	25.695	-	✗ 25.7	4
C3c	● 4	● 4	23.8	+	⚠ 71.4	2
C3d	● 4	● 4	25.44	-	✗ 25.4	5
C3e	● 3	● 4	20.43	+	✗ 61.3	3

El sub criterio C3a es el que la compañía de debe priorizar para realizar mejoras.

En las siguientes láminas se analizarán todos los sub criterios y se hará referencia su orden de prioridad.

## DESARROLLO DEL TRABAJO - El criterio 3a - Empresa S.A.

### Análisis de valores promedio por pregunta



El ítem **C3a1** es el punto más fuerte del sub criterio 3a, es inferior en un -5.88% a la media de la competencia.

El ítem **C3a2** es el punto más débil del sub criterio 3a, es inferior en un -25.37% a la media de la competencia.

### Análisis de valores con matriz de priorización por sub criterio

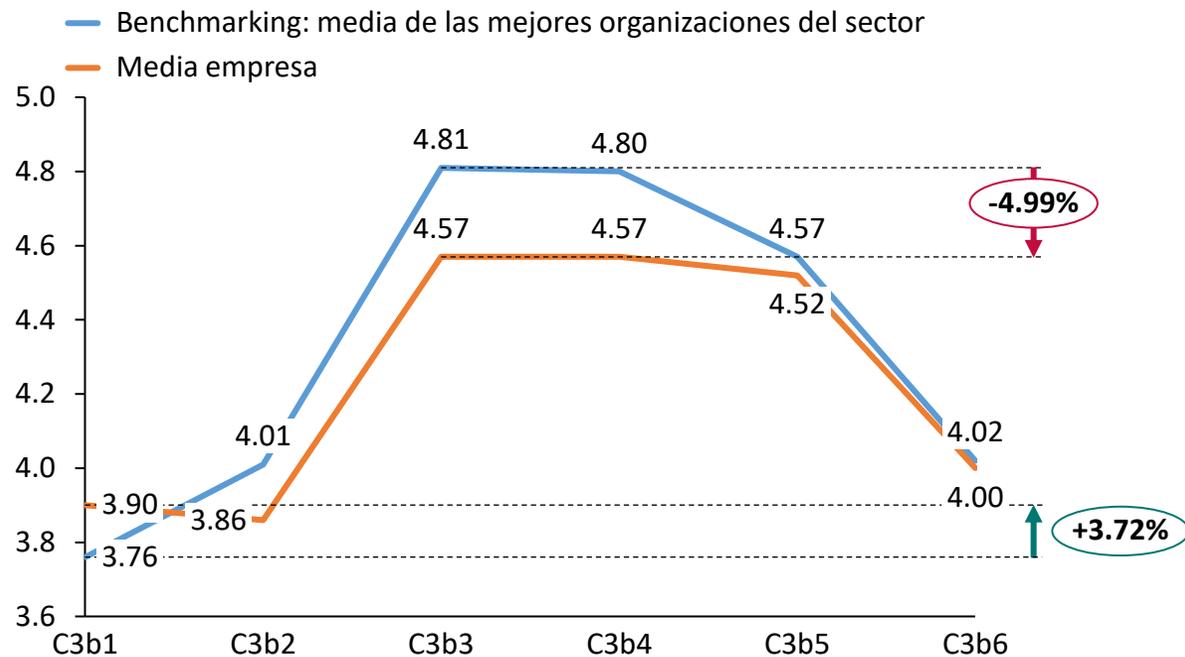
Matriz de priorización de alternativas					
Criterios	Benchmarking: media de la competencia	Media empresa	Puntos	Probabilidad de éxito	Puntos finales de la alternativa
Peso de los criterios	***	**			
Alternativas					
C3a1	● 4	● 4	50.25	-	✗ 50.3
C3a2	● 4	● 3	45.18	++	✓ 407
C3a3	● 4	● 3	44.31	++	✓ 399
C3a4	● 4	● 3	42.36	++	✓ 381
C3a5	● 4	● 3	45.93	++	✓ 413
C3a6	● 4	● 3	44.94	++	✓ 404
C3a7	● 4	● 3	44.22	++	✓ 398
C3a8	● 4	● 4	47.58	+	⚠ 143

Los ítems **C3a5** y **C3a2** son los que compañía de debe priorizar para realizar mejoras.

Se propone adoptar herramientas de auto-gestión de horarios (marcación vía web o app), vacaciones, bolsa de trabajo interna y beneficios (documentos frecuentes, sistema de salud y capacitación vía cursos en línea) vía web y app para que los empleados sientan que se encuentran en una empresa innovadora.

## DESARROLLO DEL TRABAJO - El criterio 3b - Empresa S.A.

### Análisis de valores promedio por pregunta



El ítem **C3b1** es el punto más fuerte del sub criterio 3b, es superior en un 3.72% a la media de la competencia.

El ítem **C3b3** es el punto más débil del sub criterio 3b, es inferior en un -4.99% a la media de la competencia.

### Análisis de valores con matriz de priorización por sub criterio

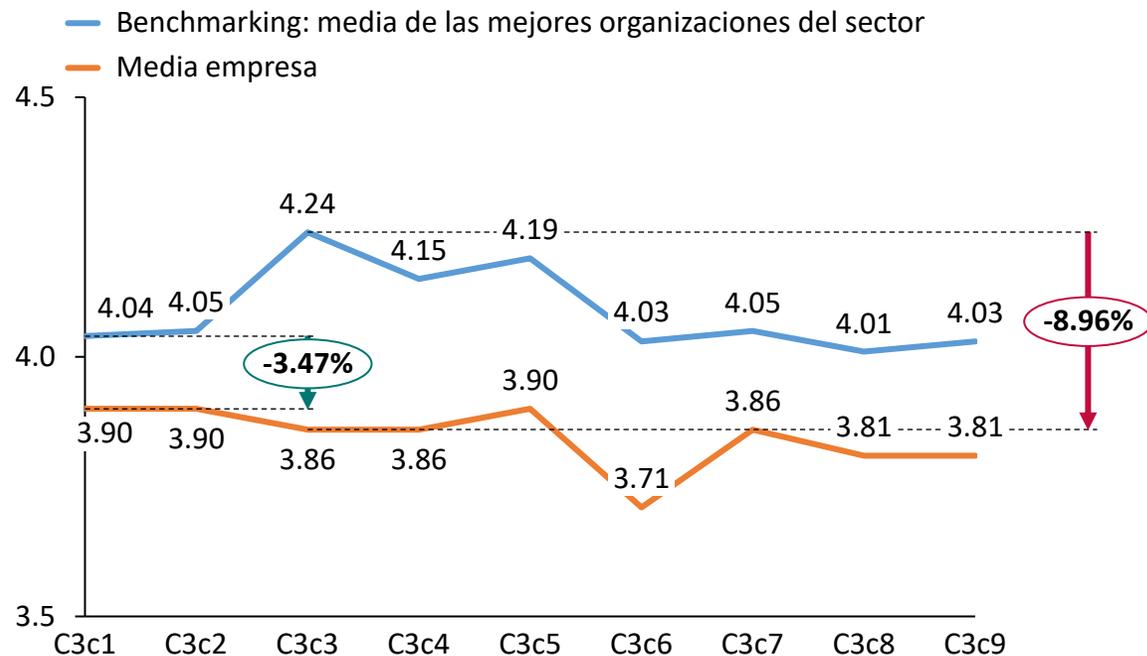
Matriz de priorización de alternativas	Criterios		Puntos	Probabilidad de éxito	Puntos finales de la alternativa	
	Benchmarking: media c	Media empresa				
Peso de los criterios	**	**				
Alternativas						
C3b1	● 4	● 4	22.98	++	✓ 207	3
C3b2	● 4	● 4	23.61	++	✓ 212	2
C3b3	● 5	● 5	28.14	-	✗ 28.1	4
C3b4	● 5	● 5	28.11	-	✗ 28.1	5
C3b5	● 5	● 5	27.27	-	✗ 27.3	6
C3b6	● 4	● 4	24.06	++	✓ 217	1

Los ítems **C3b6** y **C3b2** son los que compañía de debe priorizar para realizar mejoras.

Se propone implementar evaluaciones de desempeño anuales, se definen los objetivos al comenzar el periodo y se evalúan los objetivos cumplidos y desarrollo de habilidades durante su implementación. Además, detectar a los mejores de cada gerencia y generar bonificaciones anuales y plan de retención de talento.

## DESARROLLO DEL TRABAJO - El criterio 3c - Empresa S.A.

### Análisis de valores promedio por pregunta



El ítem **C3c1** es el punto más fuerte del sub criterio 3c, es inferior en un -3.47% a la media de la competencia.

El ítem **C3c3** es el punto más débil del sub criterio 3a, es inferior en un -8.96% a la media de la competencia.

### Análisis de valores con matriz de priorización por sub criterio

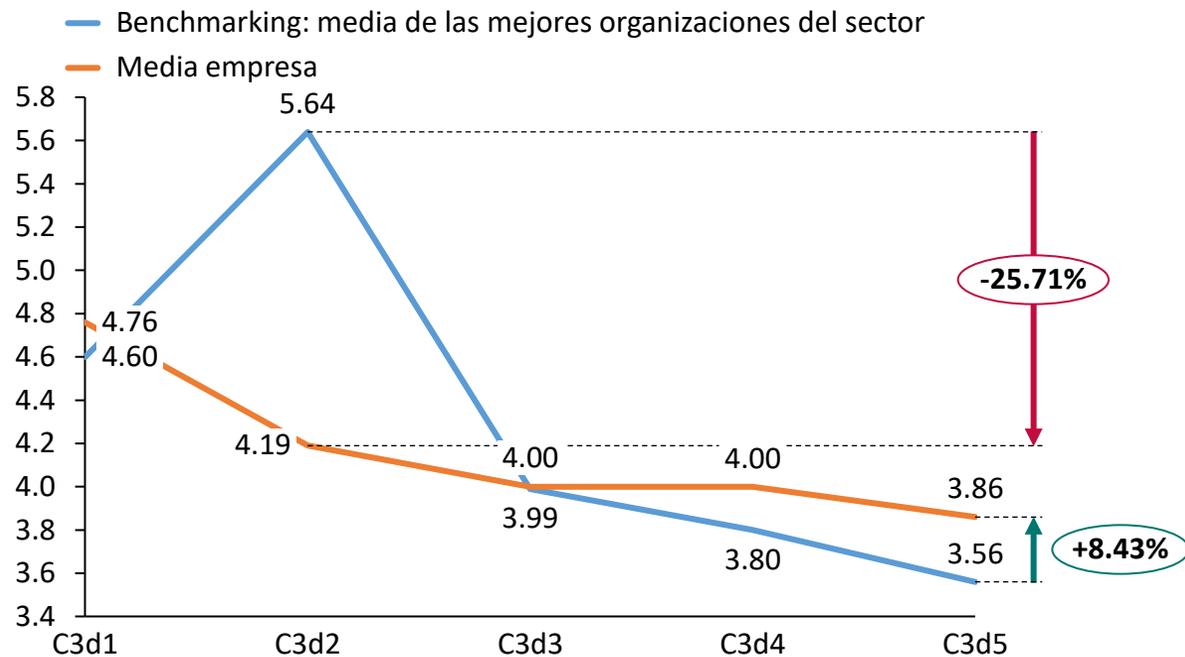
Matriz de priorización de alternativas					
Criterios	Benchmarking: media de la competencia	Media empresa	Puntos	Probabilidad de éxito	Puntos finales de la alternativa
	***	*			
Peso de los criterios	***	*			
Alternativas					
C3c1	● 4	● 4	40.26	+	✗ 121
C3c2	● 4	● 4	40.35	+	✗ 121
C3c3	● 4	● 4	42.02	++	✓ 378
C3c4	● 4	● 4	41.21	++	✓ 371
C3c5	● 4	● 4	41.61	+	⚠ 125
C3c6	● 4	● 4	39.98	++	✓ 360
C3c7	● 4	● 4	40.31	++	✓ 363
C3c8	● 4	● 4	39.9	++	✓ 359
C3c9	● 4	● 4	40.08	++	✓ 361

Los ítems **C3c3** y **C3c4** son los que compañía de debe priorizar para realizar mejoras.

Se propone implementar un concurso de ideas de innovación de las áreas de la compañía, cada líder debe proponer problemas que las ideas de innovación deben resolver. Las 3 ideas ganadoras se implementan y benefician al área, se premia a los finalistas con dispositivos móviles o relojes Smart u otro accesorio tecnológico.

## DESARROLLO DEL TRABAJO - El criterio 3d - Empresa S.A.

### Análisis de valores promedio por pregunta



El ítem **C3d5** es el punto más fuerte del sub criterio 3d, es superior en un 8.43% a la media de la competencia.

El ítem **C3d2** es el punto más débil del sub criterio 3d, es inferior en un -25.71% a la media de la competencia.

### Análisis de valores con matriz de priorización por sub criterio

Matriz de priorización de alternativas					
Criterios	Benchmarking: media d	Media empresa	Puntos	Probabilidad de éxito	Puntos finales de la alternativ
	++	++			
Peso de los criterios					
Alternativas					
C3d1	● 5	● 5	28.08 -	✘	28.1
C3d2	● 6	● 4	29.49 +	⚠	88.5
C3d3	● 4	● 4	23.97 ++	✓	216
C3d4	● 4	● 4	23.4 ++	✓	211
C3d5	● 4	● 4	22.26 ++	✓	200

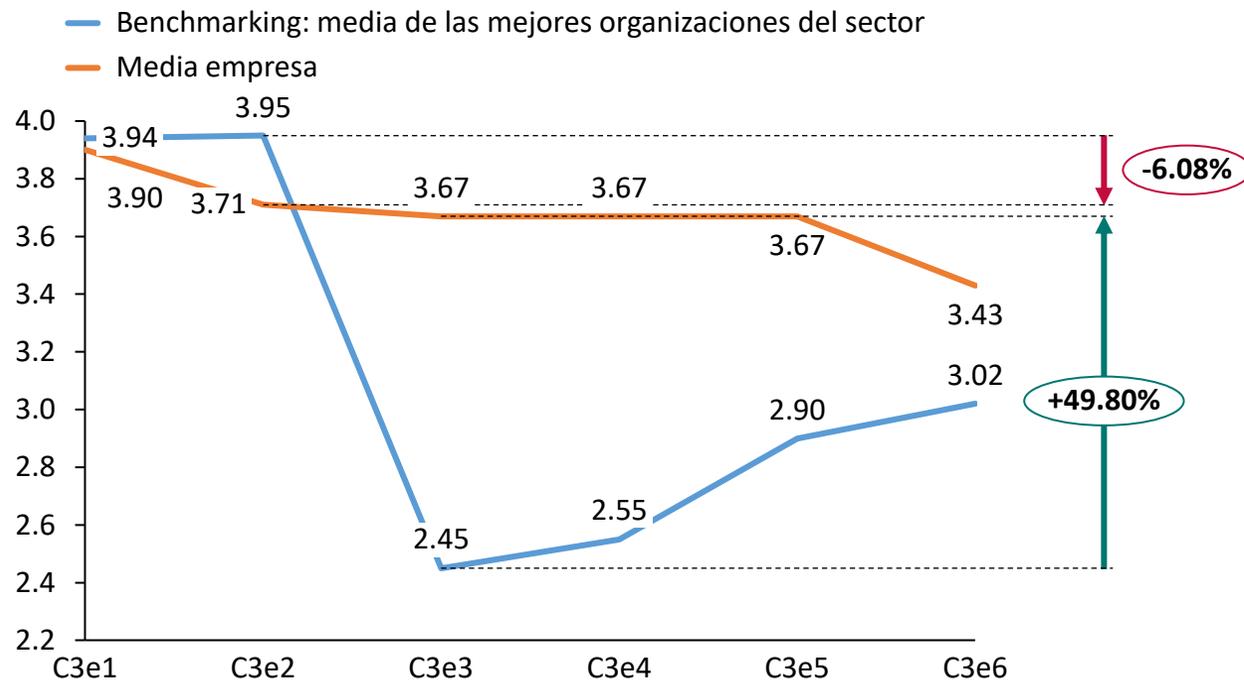
5  
4  
1  
2  
3

Los ítems **C3d3** y **C3d4** son los que compañía de debe priorizar para realizar mejoras.

Se propone colocar claramente, los objetivos de la compañía, si es necesario en los fondos de pantalla de las laptops o PCs. Se propone fomentar las capacitaciones internas, un líder puede capacitar a los demás en nuevas habilidades.

## DESARROLLO DEL TRABAJO - El criterio 3e - Empresa S.A.

### Análisis de valores promedio por pregunta



El ítem **C3e3** es el punto más fuerte del sub criterio 3e, es superior en un **49.80%** a la media de la competencia.

El ítem **C3e2** es el punto más débil del sub criterio 3e, es inferior en un **-6.08%** a la media de la competencia.

### Análisis de valores con matriz de priorización por sub criterio

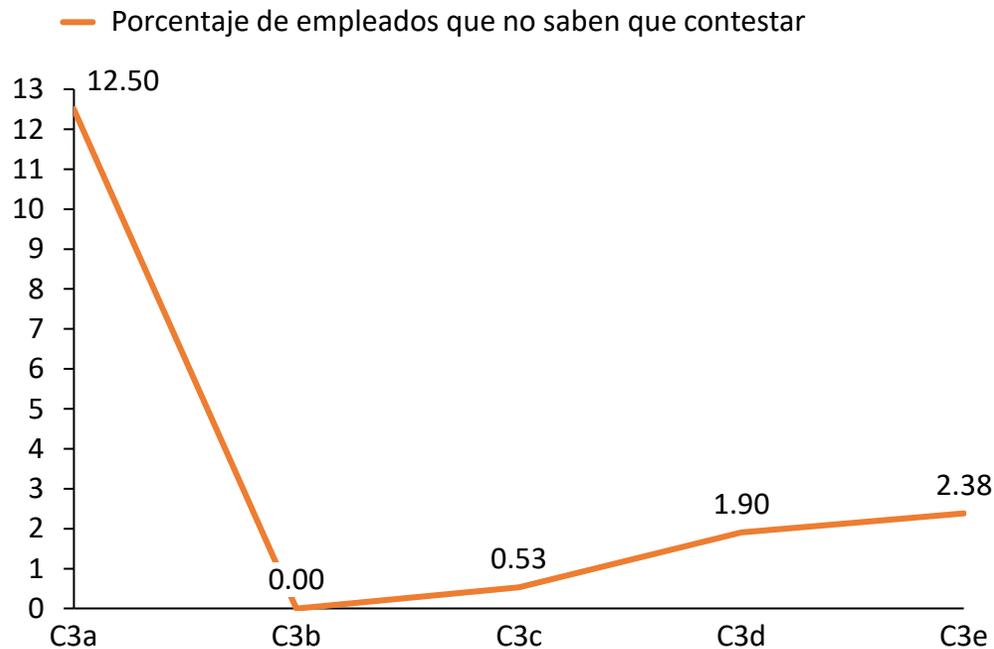
Matriz de priorización de alternativas					
Criterios	Benchmarking: media c	Media empresa	Puntos	Probabilidad de éxito	Puntos finales de la alternativa
	*	**			
Peso de los criterios					
Alternativas					
C3e1	● 4	● 4	15.64	-	✓ 15.6 <b>1</b>
C3e2	● 4	● 4	15.08	-	✓ 15.1 <b>2</b>
C3e3	◐ 2	● 4	13.46	-	✓ 13.5 <b>5</b>
C3e4	◐ 3	● 4	13.56	-	✓ 13.6 <b>4</b>
C3e5	◐ 3	● 4	13.91	-	✓ 13.9 <b>3</b>
C3e6	◐ 3	● 3	13.31	-	✓ 13.3 <b>6</b>

Los ítems **C3e1** y **C3e2** son los que compañía de debe priorizar para realizar mejoras.

Se propone implementar un concurso de ideas de innovación de las áreas de la compañía, cada líder debe proponer problemas que las ideas de innovación deben resolver. Las 3 ideas ganadoras se implementan y benefician al área, se premia a los finalistas con dispositivos móviles o relojes Smart u otro accesorio tecnológico.

## DESARROLLO DEL TRABAJO - El criterio 3 "personas" - Empresa S.A.

### Análisis de valores promedio por sub criterio (Desconocimiento)



El sub criterio **C3b** es el punto más fuerte de la compañía, no posee % de empleados que no saben que contestar

El sub criterio **C3a** es el punto más débil de la compañía, posee 12.50% de empleados que no saben que contestar

### Análisis de valores con matriz de priorización por sub criterio (Desconocimiento)

Matriz de priorización de alternativas				
Criterios	Media empresa	Puntos	Probabilidad de éxito	Puntos finales de la alternativa
Peso de los criterios	••			
Alternativas				
C3a	● 13	37.51	-	✓ 37.5
C3b	○ 0	0	++	✗ 0
C3c	○ 1	1.587	++	⚠ 14.3
C3d	○ 2	5.712	+	⚠ 17.1
C3e	○ 2	7.14	+	⚠ 21.4

- 1
- 5
- 4
- 3
- 2

El sub criterio **C3a** es el que la compañía de debe priorizar para realizar mejoras.

Se propone adoptar herramientas de auto-gestión de horarios (marcación vía web o app), vacaciones, bolsa de trabajo interna y beneficios (documentos frecuentes, sistema de salud y capacitación vía cursos en línea) vía web y app para que los empleados sientan que se encuentran en una empresa innovadora.

## CONCLUSIONES DEL TRABAJO

### A nivel de criterios:

El sub criterio **C3e** es el punto más fuerte de la compañía, supera un 17.22% a la media de la competencia.

El sub criterio **C3a** es el punto más débil de la compañía, es inferior en un -16.68% a la media de la competencia.

El sub criterio **C3b** es el punto más fuerte de la compañía, no posee % de empleados que no saben que contestar

El sub criterio **C3a** es el punto más débil de la compañía, posee 12.50% de empleados que no saben que contestar

### A nivel de ítems:

El ítem **C3a1** es el punto más fuerte del sub criterio 3a, es inferior en un -5.88% a la media de la competencia.

El ítem **C3a2** es el punto más débil del sub criterio 3a, es inferior en un -25.37% a la media de la competencia.

El ítem **C3b1** es el punto más fuerte del sub criterio 3b, es superior en un -3.72% a la media de la competencia.

El ítem **C3b3** es el punto más débil del sub criterio 3b, es inferior en un -4.99% a la media de la competencia.

El ítem **C3c1** es el punto más fuerte del sub criterio 3c, es inferior en un -3.47% a la media de la competencia.

El ítem **C3c3** es el punto más débil del sub criterio 3a, es inferior en un -8.96% a la media de la competencia.

El ítem **C3d5** es el punto más fuerte del sub criterio 3d, es superior en un 8.43% a la media de la competencia.

El ítem **C3d2** es el punto más débil del sub criterio 3d, es inferior en un -25.71% a la media de la competencia.

El ítem **C3e3** es el punto más fuerte del sub criterio 3e, es superior en un **49.80%** a la media de la competencia.

El ítem **C3e2** es el punto más débil del sub criterio 3e, es inferior en un -6.08% a la media de la competencia.



El sub criterio **C3a** es el que la compañía de debe priorizar para realizar mejoras.



Los ítems **C3a5** y **C3a2** son los que compañía de debe priorizar para realizar mejoras.



Los ítems **C3b6** y **C3b2** son los que compañía de debe priorizar para realizar mejoras.



Los ítems **C3c3** y **C3c4** son los que compañía de debe priorizar para realizar mejoras.



Los ítems **C3d3** y **C3d4** son los que compañía de debe priorizar para realizar mejoras.



Los ítems **C3e1** y **C3e2** son los que compañía de debe priorizar para realizar mejoras.

## Propuestas innovadoras

Se propone adoptar herramientas de auto-gestión de horarios (marcación vía web o app), vacaciones, bolsa de trabajo interna y beneficios (documentos frecuentes, sistema de salud y capacitación vía cursos en línea) vía web y app para que los empleados sientan que se encuentran en una empresa innovadora.

Se propone implementar un concurso de ideas de innovación de las áreas de la compañía, cada líder debe proponer problemas que las ideas de innovación deben resolver. Las 3 ideas ganadoras se implementan y benefician al área, se premia a los finalistas con dispositivos móviles o relojes Smart u otro accesorio tecnológico.

Se propone implementar evaluaciones de desempeño anuales, se definen los objetivos al comenzar el periodo y se evalúan los objetivos cumplidos y desarrollo de habilidades durante su implementación. Además, detectar a los mejores de cada gerencia y generar bonificaciones anuales y plan de retención de talento.

Se propone colocar claramente, los objetivos de la compañía, si es necesario en los fondos de pantalla de las laptops o PCs. Se propone fomentar las capacitaciones internas, un líder puede capacitar a los demás en nuevas habilidades.

TALLER



Resolución

TALLER



Resolución

# TALLER

<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>Planificación Estratégica</b>
<b>Nombre del alumno</b>	Jimmy George Robles Arenales
<b>Fecha de realización</b>	28/10/2019

## OBJETIVOS DEL TRABAJO

Los objetivos son los siguientes:

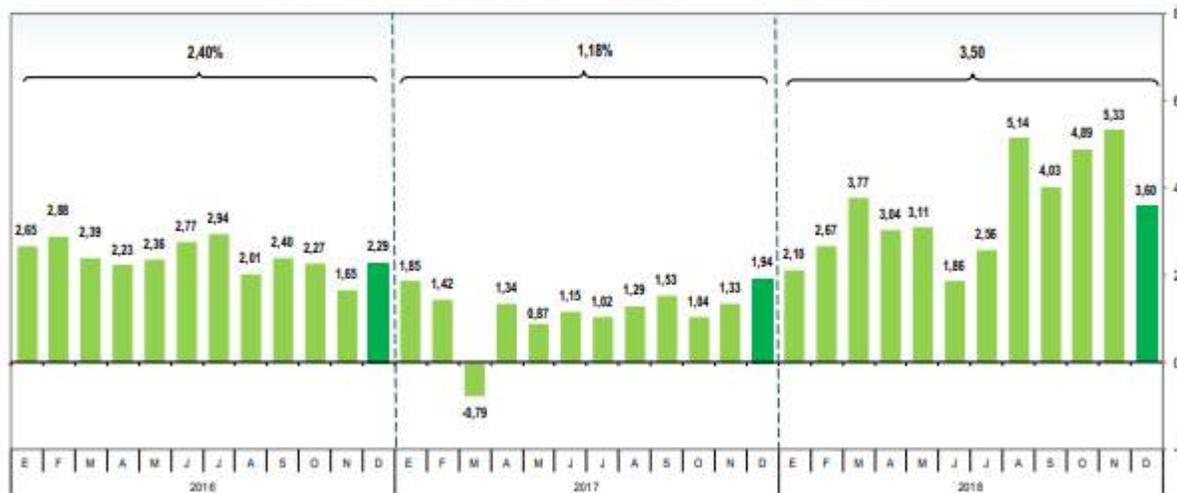
1. Definir el sector en el que trabaja la empresa
2. El tipo de productos
3. La Misión, Visión y Valores de la empresa.
4. El área geográfica en la que se venderán los productos, identificar los canales de venta (tienda, on-line,...)
5. Resultado de un análisis PEST
6. Una estrategia según el modelo de Océanos azules

## 2. El tipo de productos

### El sector restaurantes (servicios de comidas y bebidas)

#### EVOLUCIÓN MENSUAL DE LA ACTIVIDAD DE RESTAURANTES: 2016-2018

Variación % respecto a similar periodo del año anterior



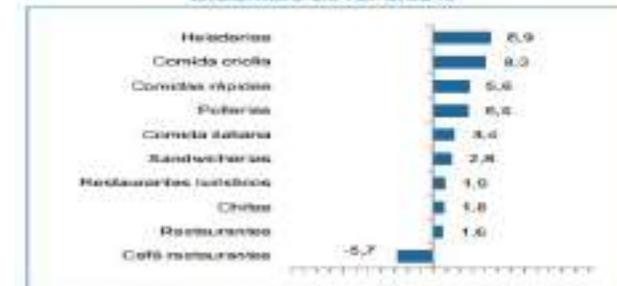
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI.  
Encuesta Mensual de Restaurantes.

El sector al que dirigiremos la empresa es al sector de restaurantes.

En el Perú, el sector de restaurantes se encuentra en crecimiento, al cierre del 2018 incrementó en un 3,60% y posee crecimiento consecutivo de 21 meses.

### Subsector: Restaurantes

#### SUBSECTOR RESTAURANTES (Servicios de comidas y bebidas) Diciembre 2018: 3,60%



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI.  
Encuesta Mensual de Restaurantes.



Perú fue elegido como el mejor destino culinario de Sudamérica durante este 2019. Los World Travel Awards (WTA) representan la premiación más importante del sector turístico, y lo cierto es que este país ha sido ganador en esta categoría durante varias de las últimas ediciones del concurso.

Además de recibir clientes locales, se tiene la oportunidad de recibir visitantes extranjeros, dada la fama del Perú como destino gastronómico.

## 2. El tipo de productos

### Restaurante Familiar



El tipo de restaurante que se eligió es el restaurante familiar, el “insight” que se detecta es el alimentarse como si estuvieras en casa.

**Como en casa**, se enfoca en el servicio y experiencia de sentirte en casa, en el Perú en distintos lugares se tienen costumbres al comer, se tienen tradiciones en la costa, sierra y selva. En un inicio, Como en casa se enfocará en la comida de la costa conocida como comida criolla. Sin embargo, más adelante se proyecta en tener todas las tradiciones y experiencias de las demás zonas del país.

En Perú, para muchas familias, la abuela (también llamada mamá, mamita, nona, etc) es la que transmitió los secretos de cocina, la que mejor preparaba la comida dada su experiencia y su amor a la familia. Como en casa, realiza un homenaje a la matriarca de la familia en sus años mozos donde preparaba la comida para toda la familia y delegaba servir los platos a los más jóvenes.

### Mamá criolla



La mamá criolla se caracteriza por cocinar con un delantal a la cintura y con la alegría de alimentar a su familia, prepara la comida con amor “los papea”.

## 3. La Misión, Visión y Valores de la empresa.

### Misión

Compartir el calor familiar y la experiencia que nos brinda la comida peruana a través de las familias más representativas: criolla, serrana y selvática.  
Realizar un homenaje a las personas que nos alimentaron durante la mayoría de etapas de nuestras vidas a través de los platos preparados con los "secretos de familia".

### Visión

Ser el restaurante preferido para sentirte como en casa. Mantener las tradiciones familiares a la hora de comer de Sudamérica.

### Valores

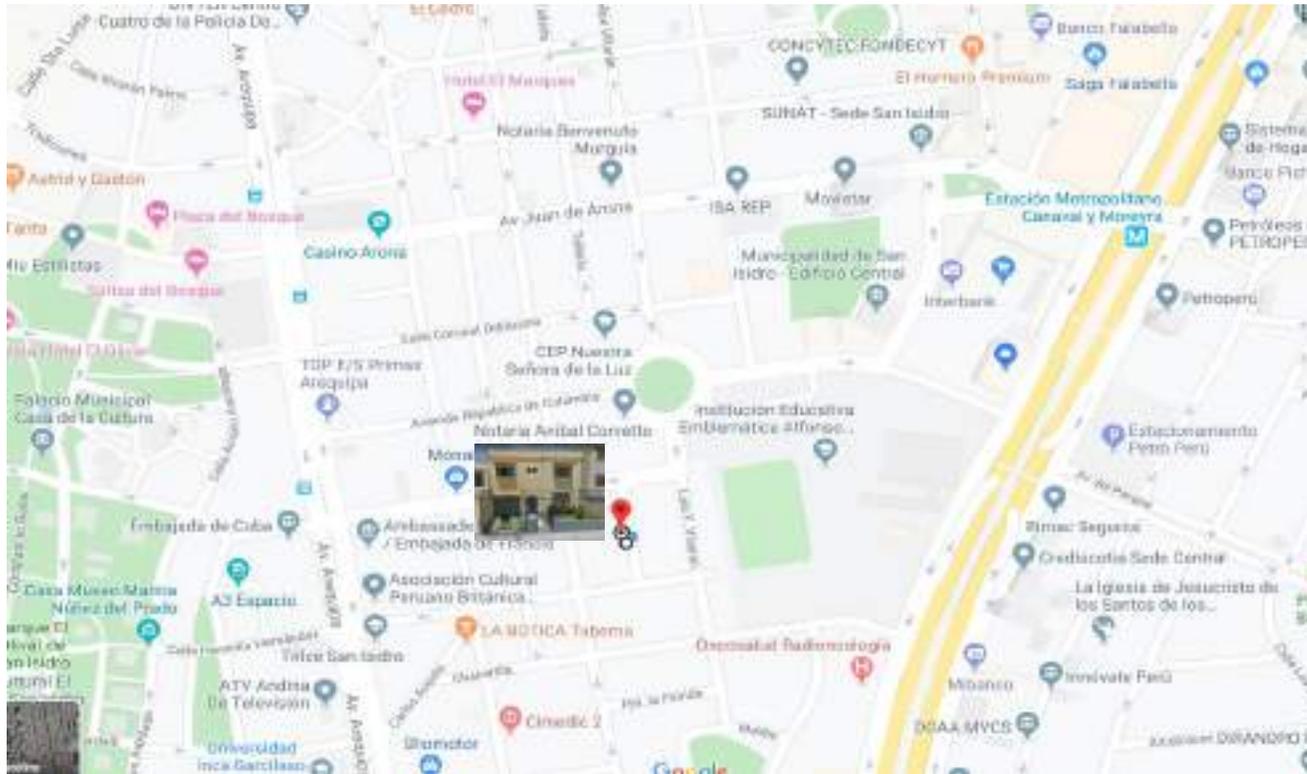
Gratitud a la persona que te alimentó con amor y con sabor.  
Felicidad, disfrutar de atender y dar la experiencia familiar.  
Calidad, utilizar ingredientes frescos, recién comprados en el mercado, como se hace tradicionalmente.



# TALLER: resolución

## 4. El área geográfica en la que se venderán los productos, identificar los canales de venta (tienda, on-line,...)

### Área Geográfica y Canales de venta



Se iniciaría con un local en una zona residencial que está cerca a los sectores empresariales de San Isidro en Lima, Perú. El local se dejará con la fachada de una casa tradicional.

## 5. Resultado de un análisis PEST

P

- Luego del cierre del congreso, se ha reestablecido el orden.
- En el Perú hay economía de libre mercado, no hay una regulación de la competencia.
- Las leyes laborales están bien definidas, el Ministerio de trabajo es pro empleado.

E

- En el sector de restaurantes y gastronomía, el Perú se encuentra en crecimiento.
- El coste de salarios ha disminuido con la llegada de la mano de obra venezolana, sin embargo para el foco de negocio propuesto, no nos beneficia.
- Para créditos existen bancos enfocados a PYMES y cajas municipales.

S

- El consumidor peruano se está volviendo exigente y no duda en mostrar su descontento en redes sociales.
- El peruano tiene tradiciones y recientemente se está incrementando el sentimiento nacionalista.
- El promedio de hijos al 2015 es de 2.4, es decir de 4 a 5 miembros por familia.

T

- El desarrollo de aplicaciones en Android y iOS está en crecimiento por lo que hay oferta disponible y precios accesibles.
- Las empresas tienen todas las redes sociales y contratan administradores.

É

- Nuestro regulador de impuestos, SUNAT, es muy exigente con las PYMES.
- INDECOPI, nuestro regulador de patentes es muy activo en PYMES y realiza monitoreos.

A

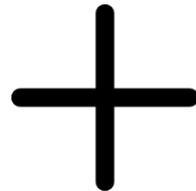
- En Perú se está promoviendo leyes contra la contaminación. Recientemente, se creó la ley que regula el uso de bolsas plásticas.

Para el caso del sector de restaurantes, un sector en crecimiento y difusión, el análisis nos muestra que es viable continuar con la idea de negocio. Sin embargo, en cuanto a gastos en mano de obra, la idea no se ve favorecida y es un punto a tener en cuenta al inicio de las operaciones.

## 6. Una estrategia según el modelo de Océanos azules

### Crear nuevos espacios de consumo

- Gastón Acurio Chef peruano inició el boom de la gastronomía peruana. Por ello, un cocinero uniformado representa a la cocina peruana.
- La película "COCO" de Disney hizo llorar al mundo con la escena de la abuelita, la matriarca.
- Como en casa fusiona estas ideas, dar homenaje a la experiencia de comer como tradicionalmente lo realizabas junto a la matriarca y disfrutar de potajes peruanos que ya se ganaron un nombre en el mundo. (Atractivo Emocional)



### Ir más allá de la demanda existente

- La demanda existente se concentra en generar expectativa en el plato o en el cocinero.
- Como en casa, se enfoca en ofrecer adicionalmente, la experiencia de recordar los años mozos de tu matriarca.

### Asegurar la viabilidad comercial del océano azul

- Contactar con mujeres entre 40-60 años que cocinen muy bien y tengan el amor en el rostro es viable. Además, sus esposos pueden apoyarlas.
- Los clientes podrán vivir la experiencia de ser atendidos como en casa criolla.

## Conclusiones

1. Se logró definir el sector en el que trabaja la empresa
2. Se logró definir el tipo de productos
3. Se definió la Misión, Visión y Valores de la empresa.
4. Se definió el área geográfica en la que se venderán los productos, identificar los canales de venta (tienda, on-line,...)
5. Se mostró el resultado de un análisis PEST
6. Se elaboró la estrategia según el modelo de Océanos azules

Como en Casa, inicia operaciones en un sector en crecimiento y se enfoca en el "insight" de tradición y homenaje a nuestras abuelitas. Se enfoca en un océano azul, la experiencia de servicio en los restaurantes,

Sin embargo, dado que el foco es brindar experiencia de costumbres peruanas, no se puede aprovechar la mano de obra barata que se ha generado por la migración venezolana.

TALLER



Resolución

TALLER



Resolución

# TALLER

<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>Innovación en el modelo de negocio</b>
<b>Nombre del alumno</b>	Jimmy George Robles Arenales
<b>Fecha de realización</b>	18/11/2019

## OBJETIVOS DEL TRABAJO

Los objetivos son los siguientes:

1. Mostrar un ejemplo de los 20 modelos de negocio
2. Elegir al menos 5 de 20 modelos de negocio e indicar cómo obtienen "rentabilidad"
3. Elegir un modelo de negocio y definir al menos 5 elementos de su CANVAS MODELO DE NEGOCIO

## 1. Ejemplo de los 20 modelos de negocio

### 1.1 Venta - Sapolio



Es una empresa que vende productos de limpieza. Se caracteriza por ofrecer productos de bajo costo.

Link: <http://sapolio.com.pe/>

### 1.3 Suscripción - Entel Peru



Es una empresa de telecomunicaciones que presta servicios de datos, voz y sms en modalidades prepago y postpago.

Link: <https://www.entel.pe/>

### 1.2 Publicidad - Radio R.P.P.



En Perú la radio alcanza el 89% de la población. R.P.P. la radio mas escuchada, difunde noticias y programas culturales.

Link Radio: [https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_resumen\\_anual\\_radial\\_201903.pdf](https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_resumen_anual_radial_201903.pdf)

Link R.P.P.: <https://radio.rpp.pe/en-vivo>

### 1.4 Cebo y anzuelo - Jaamsa Perú



Es una empresa que vende copiadoras multifuncionales(cebo) y cartuchos de tinta/servicio técnico (anzuelo)

Link: <https://jaamsa.com/>

### 1.5 Franquicia o Licencia - Popeyes



Es una franquicia de comida rápida especialista en pollo frito. En 2007, fue la 2da cadena de restaurantes más grande del mundo.

Link: <http://www.popeyes.com.pe/>

## 1. Ejemplo de los 20 modelos de negocio

### 1.6 B2B - CenturyLink



Es una empresa multinacional que provee servicios de transporte de datos, voz e IP a empresas de telecomunicaciones en América, Europa y Asia.

Link: <https://www.centurylink.com/business.html?rid=lvltmigration>

### 1.7 B2C - Lumingo



Es una empresa peruana de venta online de diversos productos, deportes, celulares, juguetes, electrohogar, libros, etc.

Link: <https://www.lumingo.com/>

### 1.8 B2B2C - Comafe



Es una cooperativa que provee a ferreterías y posee ecommerce para los clientes finales.

Link: <http://www.comafe.es/>

### 1.9 C2C - AirBNB



Empresa que obtiene comisión si se produce el alquiler de un inmueble.

Link: <https://www.airbnb.com.pe/>

### 1.10 C2B - inDriver



Es una aplicación de taxis, su particularidad es que el usuario coloca la tarifa que desea pagar y negocia con el conductor.

Link: <https://indriver.com/es/>

## 1. Ejemplo de los 20 modelos de negocio

### 1.11 P2P - OLX



Ofrece intercambio o venta de productos y/o servicios entre personas.

Link: <https://www.olx.com.pe/>

### 1.12 Freemium - Think-cell



Es una empresa que vende un software que se integra con Microsoft PowerPoint para realizar gráficos más profesionales.

Link: <https://www.think-cell.com/es/>

### 1.13 Afiliación - Aliexpress



Es una aplicación que vende productos propios y productos de otras tiendas.

Link: <https://es.aliexpress.com/>

### 1.14 Big Data - Wedo Technologies



Es una empresa que vende herramientas para gestionar millones de datos para telecoms o bancos.

Link: <https://www.wedotechnologies.com/>

### 1.15 Crowdsourcing - Ubuntu



Es un sistema operativo de código abierto basado en LINUX. La empresa aprovecha de los desarrolladores de la comunidad para implementar mejoras.

Link: <https://ubuntu.com/>

## 1. Ejemplo de los 20 modelos de negocio

### 1.16 Crowdfunding - Hexbot



HEXBOTROBOTICS

Proyecto que logró recolectar más de \$500K a cambio de sus productos (brazo robot de precisión)

Link: <https://www.hexbot.com/>

### 1.18 SaaS - Zscaler



Es una compañía que brinda servicios de seguridad de información en la nube.

Link: <https://www.zscaler.com/>

### 1.17 Co-creación - Pizzahut y Nike



La zapatilla posee un botón para ordenar pizza sin necesidad de app o de una llamada.

Link: <http://sapolio.com.pe/>

### 1.19 Modelo de 2 (o más) lados - PS4 y desarrolladores de juegos



La consola PS4 y los desarrolladores de juegos se necesitan mutuamente.

Link: <https://www.playstation.com/es-pe/explore/gamefinder/>

## 1. Ejemplo de los 20 modelos de negocio

### 1.21 Startup - Joinnus



Ofrece el servicio de venta de entradas a conciertos, eventos de comedia, cursos y talleres y otras actividades. Fue financiado por StartupPeru.

Link: <https://www.joinnus.com/PE>

### 1.22 Lean Startup – Laboratoria



Capacita a jóvenes mujeres en desarrollo web, luego, las ayuda a practicar y conseguir trabajo.

Link: <https://www.laboratoria.la/>

### 1.24 Media for equity – Groupalia y Offerum



Groupalia y Offerum se unieron porque ambos poseían socios con medios de difusión (Atresmedia y Prisa respectivamente)

Link: <https://es.aliexpress.com/>

### 1.28 Exit – Mesa 24x7



Plataforma de reservas online de restaurantes, financiado por Innóvate Perú. En 2018, ya inició operaciones en Chile.

Link: <https://www.mesa247.pe/>

### 1.29 Aceleradora - Bioincuba



Empresa de la Universidad Peruana Cayetano Heredia creada para desarrollar innovación

Link: <https://www.bioincuba.com/>

## 2. ¿Cómo genera rentabilidad?

### 1.1 Venta - Sapolio



Genera rentabilidad a través de la venta de sus productos.

Link: <http://sapolio.com.pe/>

### 1.3 Suscripción - Entel Peru



Genera rentabilidad a través de las recargas y pagos por suscripción mensuales.

Link: <https://www.entel.pe/>

### 1.2 Publicidad - Radio R.P.P.



Genera rentabilidad a través del alquiler de sus espacios publicitarios y alquiler de espacios en su programación.

Link Radio: [https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_resumen\\_anual\\_radial\\_201903.pdf](https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_resumen_anual_radial_201903.pdf)

Link R.P.P.: <https://radio.rpp.pe/en-vivo>

### 1.4 Cebo y anzuelo - Jaamsa Perú



Genera rentabilidad a través de la venta de impresoras, servicio técnico y repuestos de tinta.

Link: <https://jaamsa.com/>

### 1.5 Franquicia o Licencia - Popeyes



Genera rentabilidad a través de la venta de las franquicias y en ocasiones en la compra de espacios y destinarlos para alquiler de sus clientes

Link: <http://www.popeyes.com.pe/>

## 2. ¿Cómo genera rentabilidad?

### 1.11 P2P - OLX



Genera rentabilidad a través de cobro por publicidad y por avisos con prioridad especial.

Link: <https://www.olx.com.pe/>

### 1.13 Afiliación - Aliexpress



Genera rentabilidad a través de la publicidad, prioridad de anuncios y comisiones en las transacciones.

Link: <https://es.aliexpress.com/>

### 1.12 Freemium - Think-cell



Genera rentabilidad luego de la fase de prueba (15 días) porque te vende el software.

Link: <https://www.think-cell.com/es/>

### 1.14 Big Data - Wedo Technologies



Genera rentabilidad en la venta del software, servicio técnico y bolsa de desarrollos complementarios.

Link: <https://www.wedotechnologies.com/>

### 1.15 Crowdsourcing - Ubuntu



Genera rentabilidad en base a las donaciones de usuarios y auspicios de desarrolladores de aplicaciones

Link: <https://ubuntu.com/>

## 2. ¿Cómo genera rentabilidad?

### 1.21 Startup - Joinnus



Genera rentabilidad a través de prioridad de anuncios en su web y cobro por comisión de transacciones.

Link: <https://www.joinnus.com/PE>

### 1.22 Lean Startup – Laboratoria



Genera rentabilidad a través del cobro de comisiones por los trabajos completados.

Link: <https://www.laboratoria.la/>

### 1.24 Media for equity – Groupalia y Offerum



Genera rentabilidad a través de prioridad de anuncios en su web y cobro por comisión de transacciones.

Link: <https://es.aliexpress.com/>

### 1.28 Exit – Mesa 24x7



Genera rentabilidad a través de la prioridad de anuncios y cobro de comisión en la reserva.

Link: <https://www.mesa247.pe/>

### 1.29 Aceleradora - Bioincuba



Genera rentabilidad a través de un % de los ingresos de la Startup o una opción de compra por un porcentaje ya pactado.

Link: <https://www.bioincuba.com/>

## 3. Elegir un modelo de negocio y definir al menos 5 elementos de su CANVAS MODELO DE NEGOCIO



## Conclusiones

1. Se mostró un ejemplo de los 24 modelos de negocio
2. Se eligió 15 modelos de negocio y se indicó cómo obtienen "rentabilidad"
3. Se eligió a Entel Perú SA y se definieron sus elementos del CANVAS MODELO DE NEGOCIO

TALLER



Resolución

TALLER



Resolución

# TALLER

<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>Innovación en Gestión por procesos</b>
<b>Nombre del alumno</b>	Jimmy George Robles Arenales
<b>Fecha de realización</b>	02/12/2019

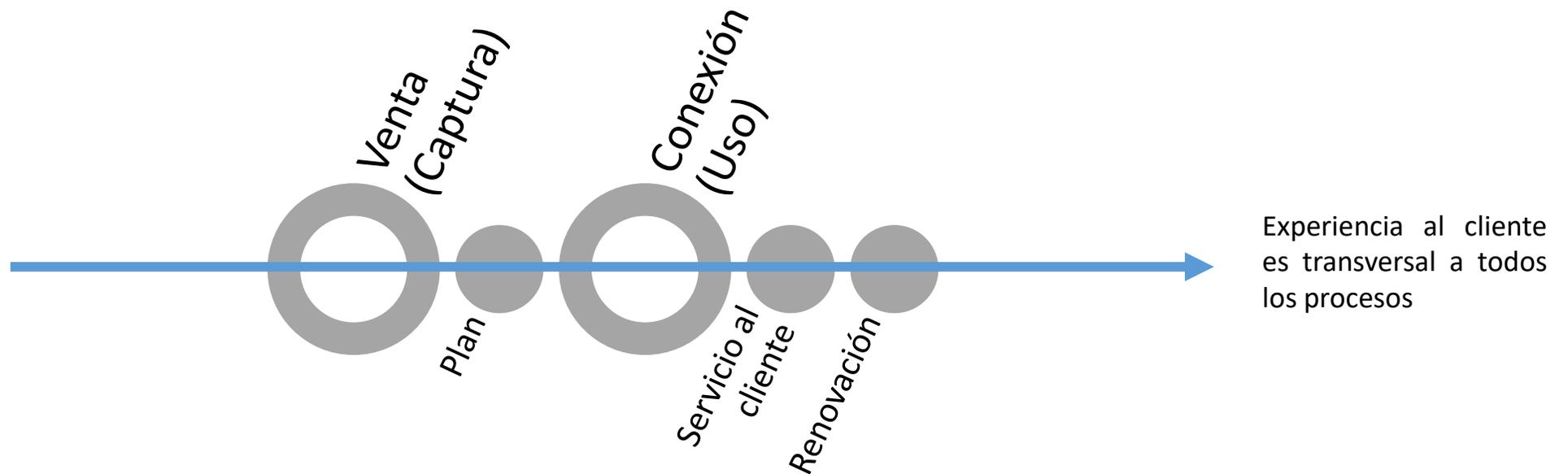
## OBJETIVOS DEL TRABAJO

Los objetivos son los siguientes:

1. Diseñar un procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los clientes en Entel Perú S.A. que cumplan con los requisitos de la norma ISO-9001 en el punto 9.1.2.

## 1. Procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los clientes en Entel Perú S.A. (Rubro: Telecomunicaciones/Operador móvil)

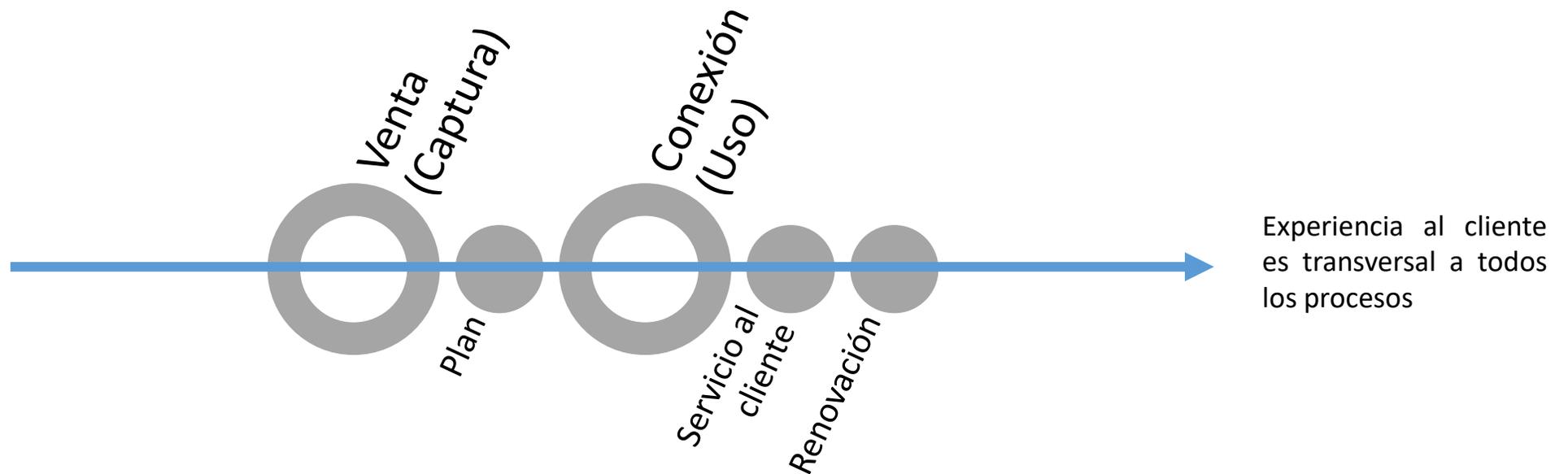
### 1.1 Productos y Procesos



En el corredor del cliente de Entel Perú, se produce la venta al cliente, el cliente usa su plan sea prepago o postpago, realiza recargas o paga una suscripción mensual, utiliza su servicio móvil (cobertura, voz, datos y sms), se contacta con atención al cliente por reclamos, servicios post venta, etc, y si se siente satisfecho renueva su suscripción o recarga nuevamente.

## 1. Procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los clientes en Entel Perú S.A. (Rubro: Telecomunicaciones/Operador móvil)

### 1.2 Experiencia al cliente

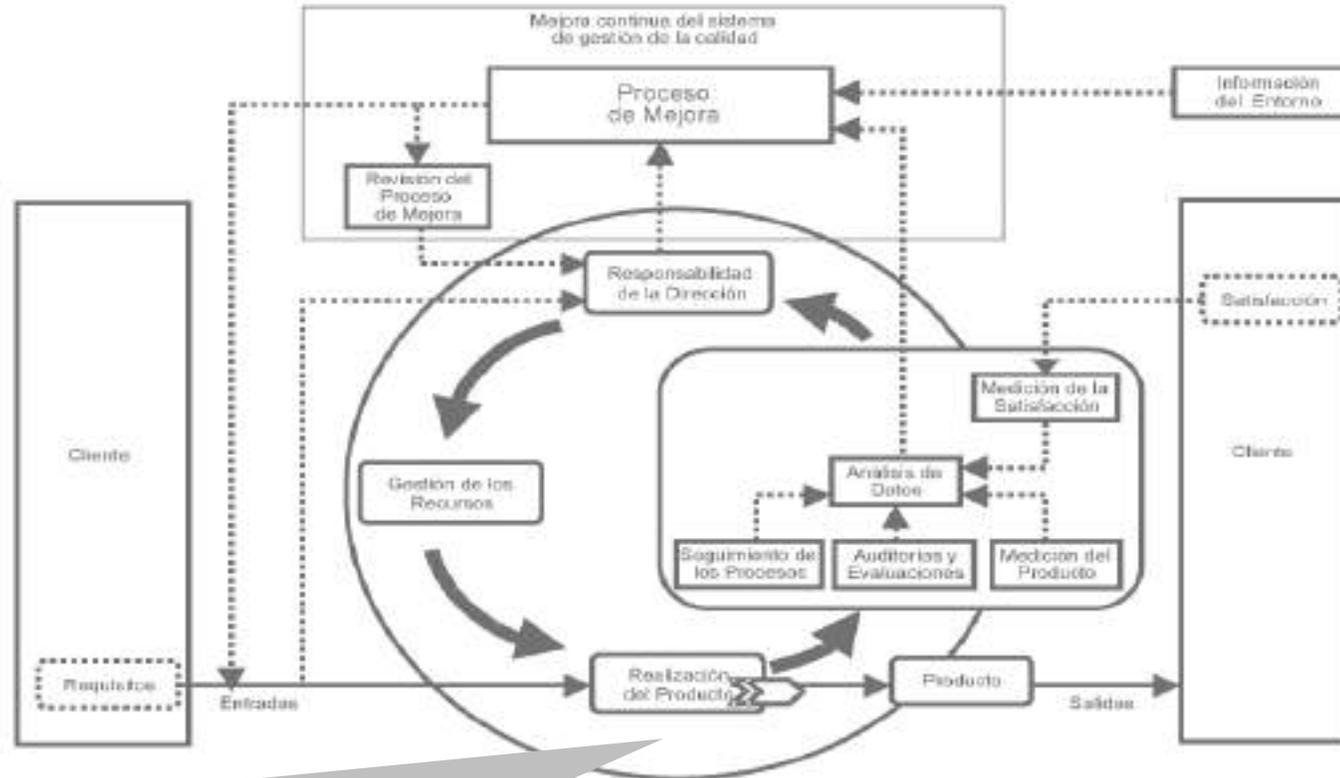


Experiencia al cliente, es una división transversal a la compañía, da feedback a las demás áreas y recomienda capacitación a los canales para mejorar la experiencia en cada estado fase del cliente.

# TALLER: resolución

## 1. Procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los clientes en Entel Perú S.A. (Rubro: Telecomunicaciones/Operador móvil)

### 1.2.1-1.2.5 Experiencia al cliente - Venta (Captura) / Renovación



El cliente tiene procesos de atención establecidos durante la venta, se puede acercar a tienda o llamar

La medición de satisfacción en este proceso se debe a través de:

- Tiempo de espera
- Duración de la atención
- Encuesta directa



Experiencia al cliente



Canal de venta (Tienda y Televenta)



Capacitación

Tiempo de espera: Si el canal (tienda o televenta) no tiene un promedio adecuado de esta variable, se realiza seguimiento y se escuchan las llamadas o se pide feedback al coordinador de tienda para mejorar los procesos.  
Duración de la atención: Relacionado al tiempo de espera, la atención debe ser adecuada, se complementa al vendedor con un especialista en celulares (debido al cambio anual de móviles, existe un gurú por principales marcas Apple y Samsung).  
Encuesta directa: Al finalizar la venta se envía un correo para solicitar la encuesta.



Informes del personal en contacto con los clientes



Encuestas de satisfacción del cliente



Análisis de indicadores operativos internos

# TALLER: resolución

## 1. Procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los clientes en Entel Perú S.A. (Rubro: Telecomunicaciones/Operador móvil)

### 1.2.2 Experiencia al cliente - Plan

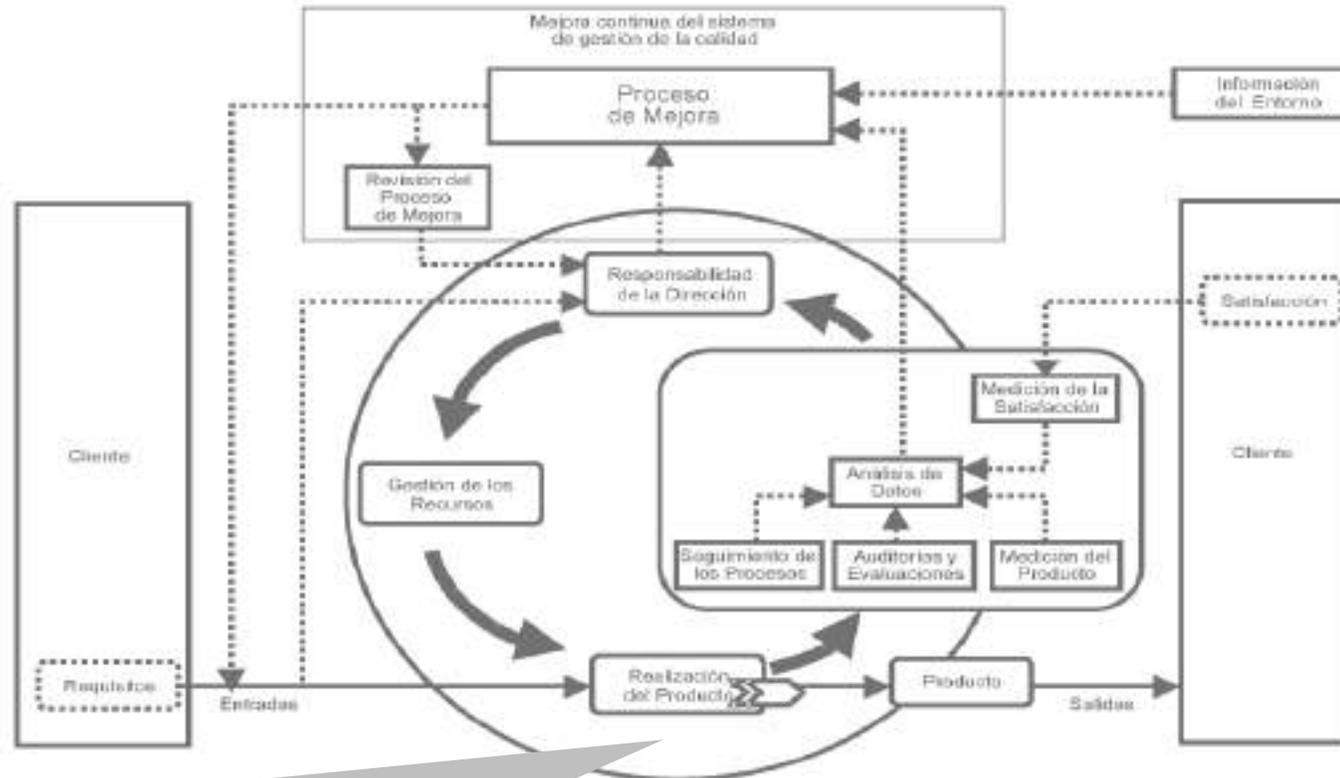
El cliente posee una gama de planes y/o oferta en recargas



Experiencia al cliente



Desarrollo de Producto



La medición de satisfacción en este proceso se debe a través de:

- Cantidad de clientes por plan y recargas
  - Friendly Users
  - Encuesta directa



Panel de usuarios



Encuestas de satisfacción del cliente



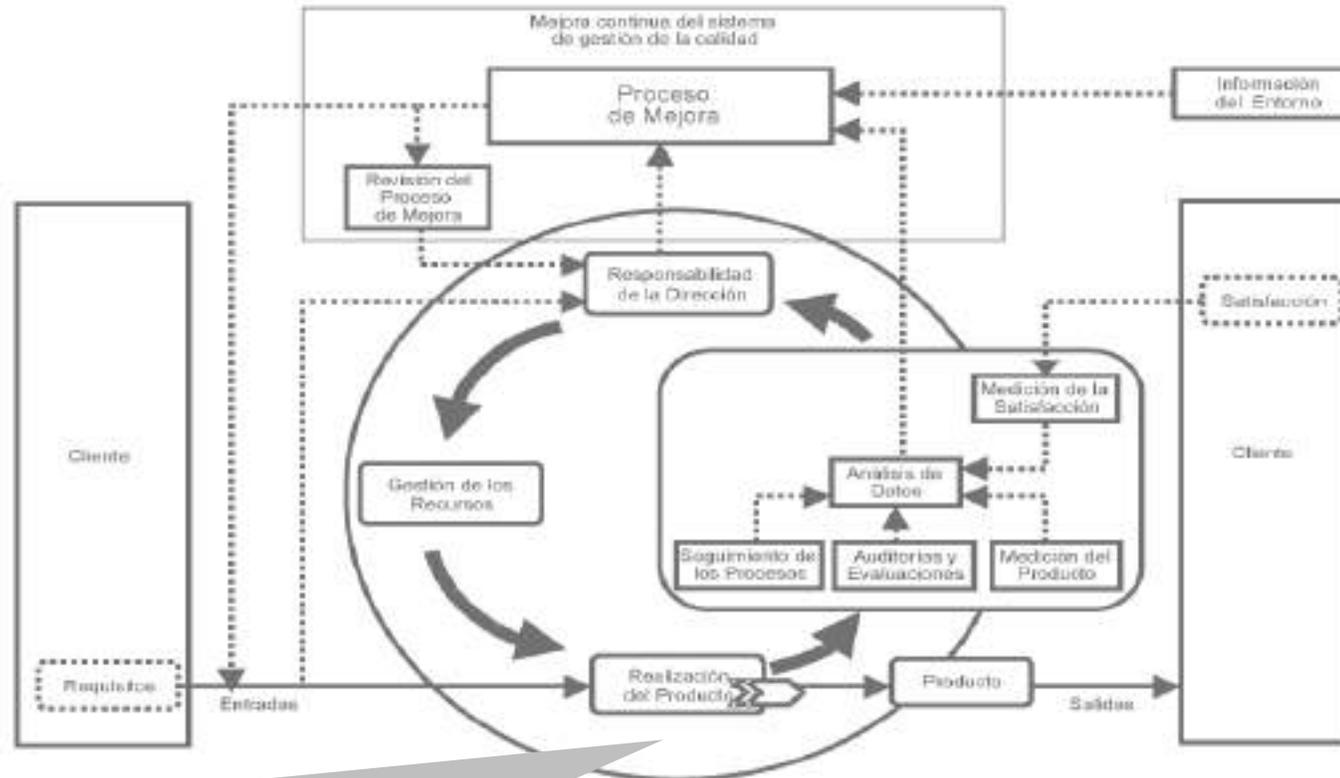
Análisis de indicadores operativos internos

Cantidad de clientes por plan y recargas: Se analiza la base de clientes y cantidad de recargas por producto, para enfocarnos en los que generan más valor.  
 Friendly Users: Se brinda servicio gratuito a algunos clientes y se le pide feedback a cambio.  
 Encuesta directa: se realizan llamadas para solicitar opinión sobre el plan brindado.

# TALLER: resolución

## 1. Procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los clientes en Entel Perú S.A. (Rubro: Telecomunicaciones/Operador móvil)

### 1.2.3 Experiencia al cliente - Conexión



El cliente disfruta de la cobertura, nitidez de la voz y velocidad de datos

La medición de satisfacción en este proceso se debe a través de:

- Variables de calidad de la red
  - Friendly Users
  - Encuesta directa



Experiencia al cliente



Redes



Panel de usuarios



Encuestas de satisfacción del cliente



Análisis de indicadores operativos internos

Variables de calidad de la red: Redes realiza monitoreo de la red en base a indicadores de calidad (saturación de la antena, llamadas rechazadas, corte de luz, etc)  
Friendly Users: Se brinda servicio gratuito a algunos clientes y se le pide feedback a cambio.  
Encuesta directa: se realizan llamadas para solicitar opinión sobre el plan brindado.

# TALLER: resolución

## 1. Procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los clientes en Entel Perú S.A. (Rubro: Telecomunicaciones/Operador móvil)

### 1.2.3 Experiencia al cliente – Servicio al cliente

El cliente realiza llamadas cuando tiene problemas con su línea, reclamos, dudas, etc. Se acerca a tienda o realiza una llamada.



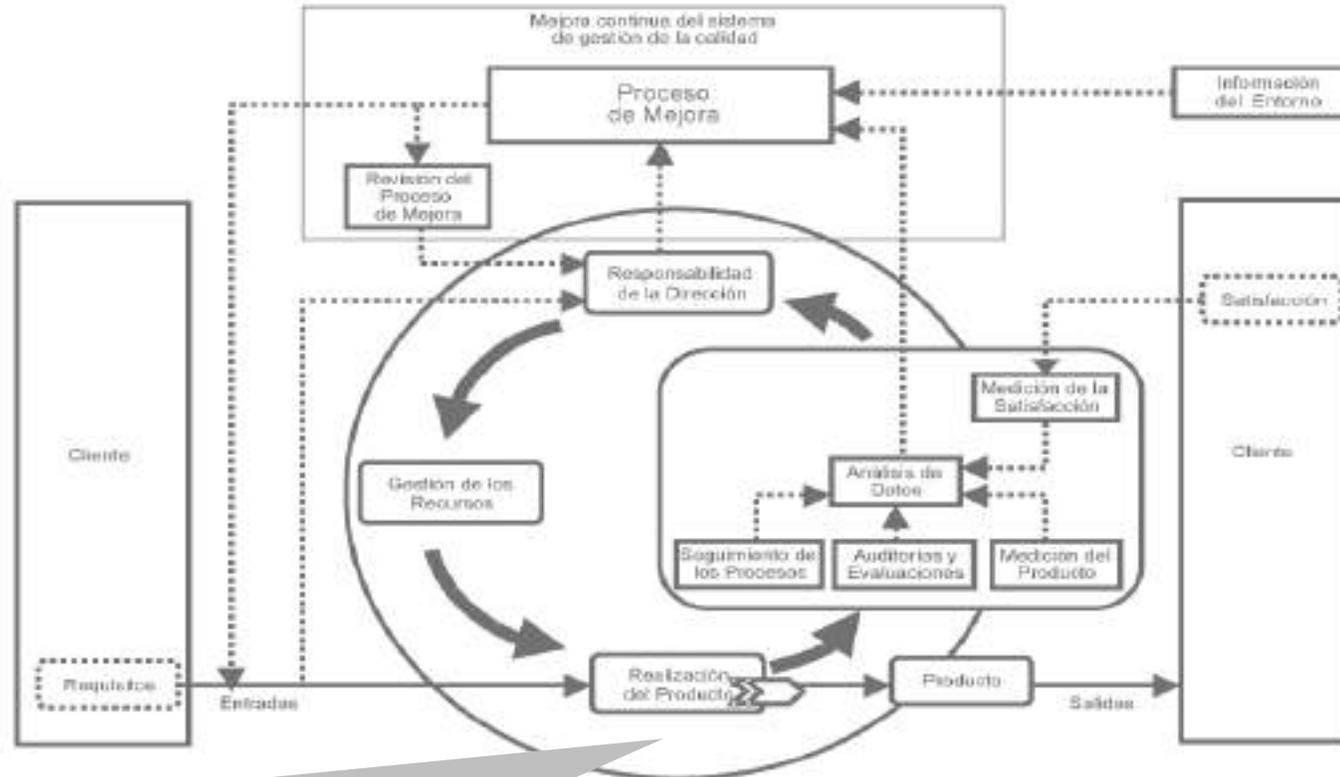
Experiencia al cliente



Canal de venta (Tienda y Televenta)



Capacitación



La medición de satisfacción en este proceso se debe a través de:

- Cantidad de interacciones por día
- Investigaciones de mercado
- Encuesta directa



Investigaciones de mercado



Encuestas de satisfacción del cliente



Análisis de indicadores operativos internos

Cantidad de interacciones por día: El promedio de interacciones por día no debe superar el promedio, si lo hace se analiza si hay un error masivo en redes, ventas o servicio técnico.  
Investigaciones de mercado: se tiene un proveedor que realiza encuestas. (Relacional)  
Encuesta directa: se realizan llamadas para solicitar opinión sobre el plan brindado. (Transaccional)

# TALLER: resolución

## 1. Procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los clientes en Entel Perú S.A. (Rubro: Telecomunicaciones/Operador móvil)



## Conclusiones

Se diseñó un procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los clientes en Entel Perú S.A. que cumplan con los requisitos de la norma ISO-9001 en el punto 9.1.2.

TALLER



Resolución

TALLER



Resolución

# TALLER

<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>Innovación en Gestión de Operaciones</b>
<b>Nombre del alumno</b>	Jimmy George Robles Arenales
<b>Fecha de realización</b>	07/01/2019

## OBJETIVOS DEL TRABAJO

Los objetivos son los siguientes:

1. Analizar el caso de rodillas de titanio Kapeju
2. Describir el problema
3. Proponer soluciones innovadoras

## 1. Análisis del caso de rodillas de titanio Kapeju

### 1.1 Productos



Rodilla de titanio  
Producto en venta  
No menciona costo

Caja de herramientas  
Producto complementario para realizar la operación  
Costo: 5000 euros c/u  
2MM de euros aprox. en cajas  
400 cajas aprox en stock  
200 referencias de caja (según dato) pero  
220 según cálculo de pedidos por año  
180 cajas que no se solicitan por año



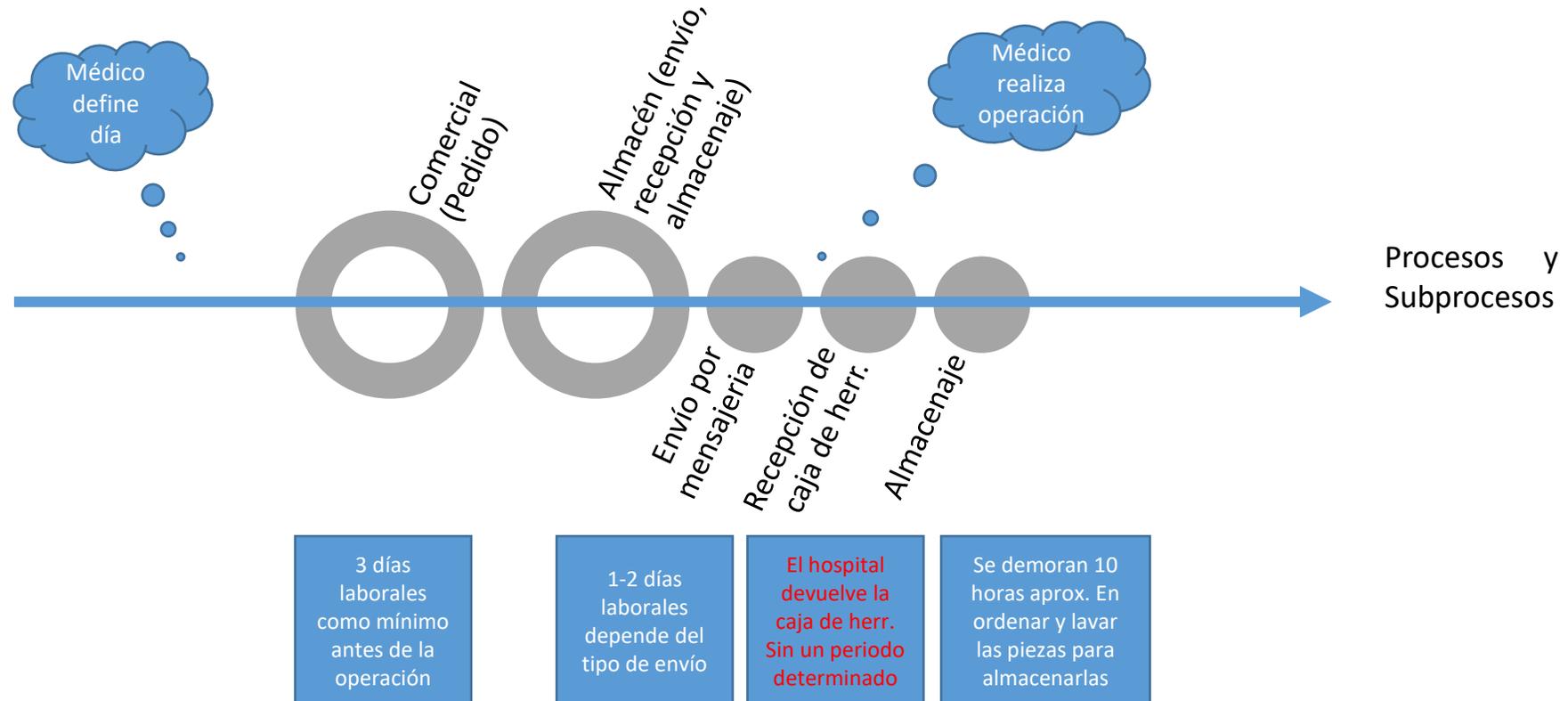
Tipo de caja	Pedidos por año
20	$\geq 10$
80	$\geq 6$ y $\leq 10$
120	$\geq 1$ y $\leq 5$
220	Referencias, es decir hay 180 cajas que no circulan

#### Incertidumbre

No se menciona si la empresa fabrica las prótesis o tiene un proveedor. **Se asumirá que posee proveedor.**

## 1. Análisis del caso de rodillas de titanio Kapeju

### 1.1 Procesos

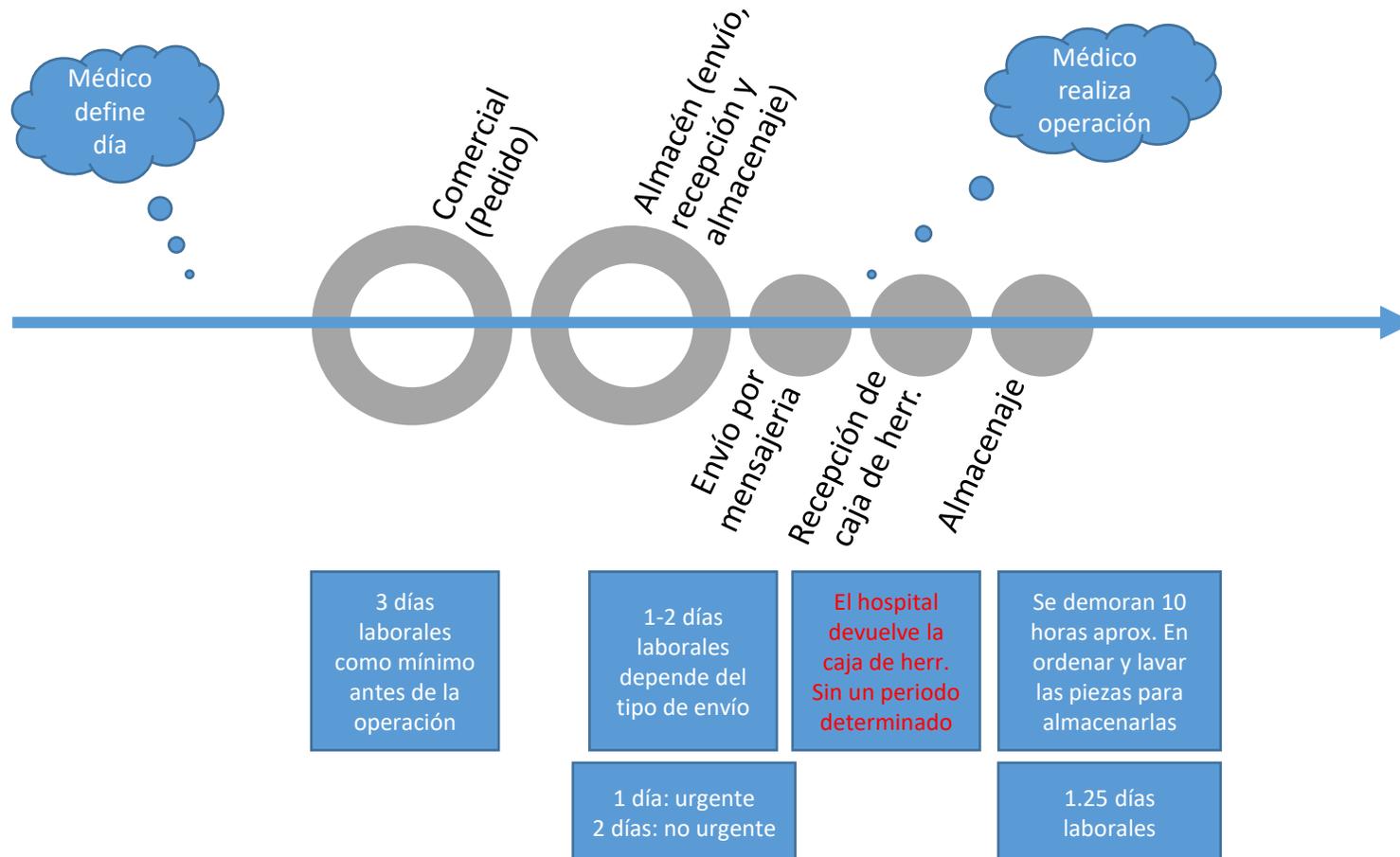


'Feedback' responsable del almacén ante su renuncia:

- Puedes no servir una caja en dos años, y luego te la piden dos veces en dos semanas. *Es un problema tangible dado que no hay un periodo determinado para la devolución de las herramientas por el lado del hospital.*
- En algunos casos, los trabajadores se quedan un poco más algunos días y luego recursos humanos te grita porque haces demasiadas horas extra. *Se puede optimizar si no hay traslape de pedidos como en el ítem anterior. Además, no se define el horario de trabajo de los 6 trabajadores, ni de la empresa. Se asume el horario de lunes a sábado y que los trabajadores realizan 8 horas diarias.*
- Te piden la caja de herramientas que precisamente no está completa. *Es un problema tangible dado que no hay un control de inventario de la caja de herramientas.*
- Para algunas operaciones te piden 3 o 4 cajas de herramientas, y luego te las devuelven sin abrir. O peor te las devuelven con las herramientas mezcladas pero sin utilizar. *Se relaciona con el anterior al no tener un inventario.*
- Si utilizas transportes urgentes te grita contabilidad, si no los utilizas te gritan los comerciales. *Se puede asumir que los tipos de envío urgentes demoran 1 día y los otros 2 días.*

## 1. Análisis del caso de rodillas de titanio Kapeju

### 1.2 Procesos + Feedback



#### Procesos y Subprocesos

##### Duración del ciclo:

2.25 (urgente) ó

3.25 (no urgente)

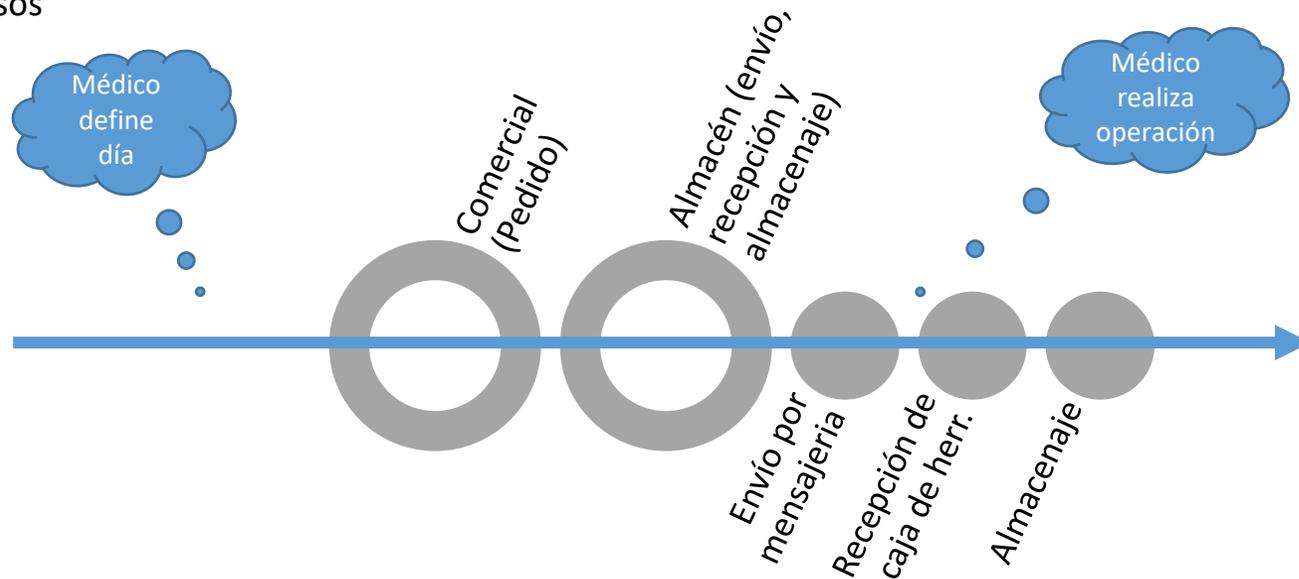
Más el tiempo de devolución del hospital

##### Oportunidades de mejora:

- Pedido de una misma caja dos veces en dos semanas
- Te piden la caja de herramientas que precisamente no está completa
- No se determina el tiempo de devolución de la caja de herramientas

## 2. Describir el problema del caso de rodillas de titanio Kapeju

Procesos y Subprocesos



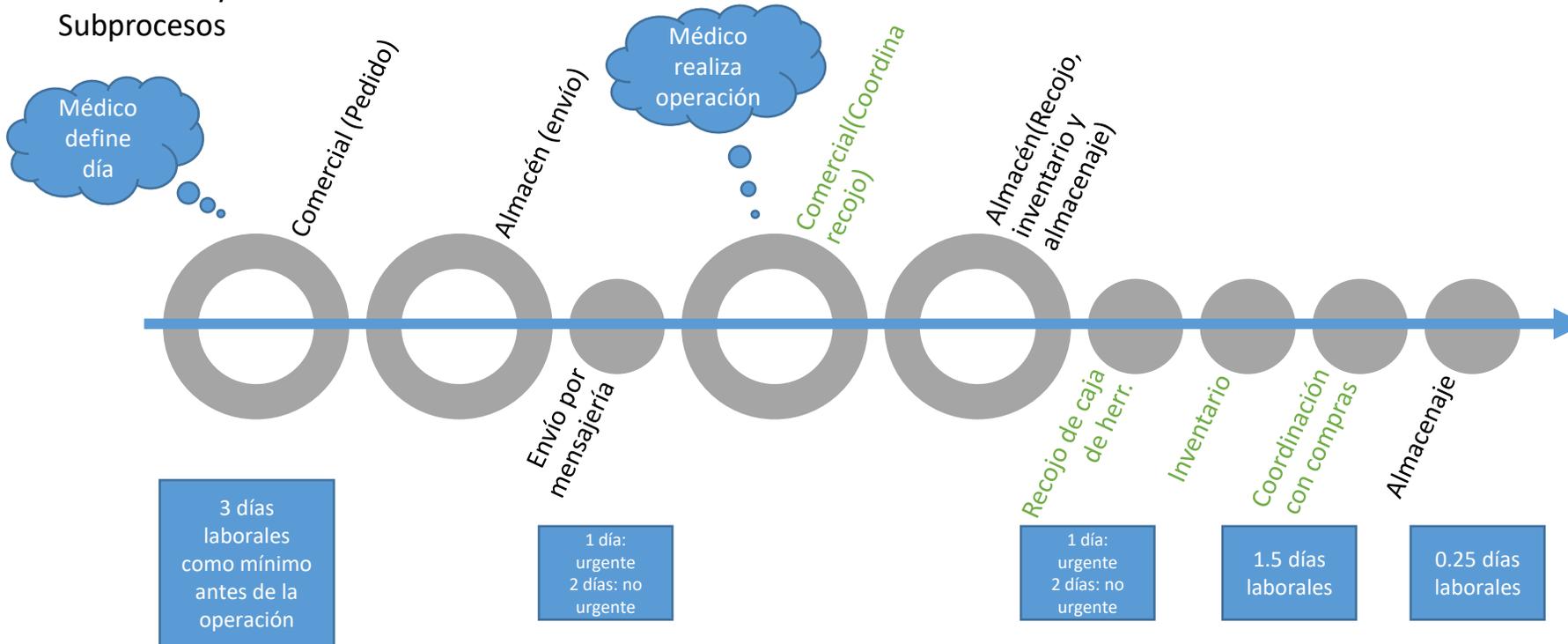
Duración del ciclo:  
2.25 (urgente) ó  
3.25 (no urgente)  
Más el tiempo de  
devolución del hospital

### Oportunidades de mejora:

- Pedido de una misma caja dos veces en dos semanas
- Te piden la caja de herramientas que precisamente no está completa
- No se determina el tiempo de devolución de la caja de herramientas
- Comercial no da la visibilidad de cuando se realiza la operación, esto genera la incertidumbre en los tiempos del proceso
- La urgencia del envío no debe ser una decisión abierta, se deben realizar escenarios críticos y así definir la prioridad del tipo de envío.
- No se mencionan periodos de inventarios en el almacén ni solicitudes de compra de piezas o caja completa de herramientas
- No se menciona si el envío por mensajería es propio o terciarizado, *se asume que es terciarizado para ofrecer oportunidad de mejora*

## 3. Proponer soluciones innovadoras sobre el problema del caso de rodillas de titanio Kapeju

Procesos y Subprocesos



Duración del ciclo: (anterior)

2.25 (urgente) ó  
3.25 (no urgente)

Más el tiempo de devolución del hospital



Duración del ciclo: (nuevo)

3.75 (urgente) -> hasta 3 pedidos en 2 semanas  
5.75 (no urgente) -> hasta 2 pedidos en 2 semanas

Todos los tipos de cajas de herramientas tienen al menos 2 unidades

Oportunidades de mejora:

- Pedido de una misma caja dos veces en dos semanas.
  - La urgencia del envío no debe ser una decisión abierta, se deben realizar escenarios críticos y así definir la prioridad del tipo de envío
- Dado que ya no habrían incertidumbres en los tiempos de devolución del hospital, en 12 días se pueden entregar 2 cajas iguales, debido a que el proceso completo demora 5.75 días (peor de los casos). Si es necesario se utiliza el transporte urgente con demora de 3.75 días y se podrían realizar hasta 3 pedidos en 2 semanas con una misma caja (si la devuelven completa)

- Te piden la caja de herramientas que precisamente no está completa. Debe incluirse el proceso de inventario y coordinación con compras luego de cada recojo de una caja. Dado que se tienen al menos 2 unidades por cada tipo de caja no se dará este caso aún cuando se tengan 2 pedidos en 2 semanas.

- No se determina el tiempo de devolución de la caja de herramientas
- Comercial no da la visibilidad de cuando se realiza la operación, esto genera la incertidumbre en los tiempos del proceso

El personal de comercial debe coordinar y realizar seguimiento con el cliente de que se haya realizado el evento de la operación. Luego, debe informar a almacén para coordinar el recojo de la caja de herramientas. Se considera como días de recojo la misma cantidad de días de entrega dado que se utiliza el mismo transporte.

- No se mencionan periodos de inventarios en el almacén ni solicitudes de compra de piezas o caja completa de herramientas

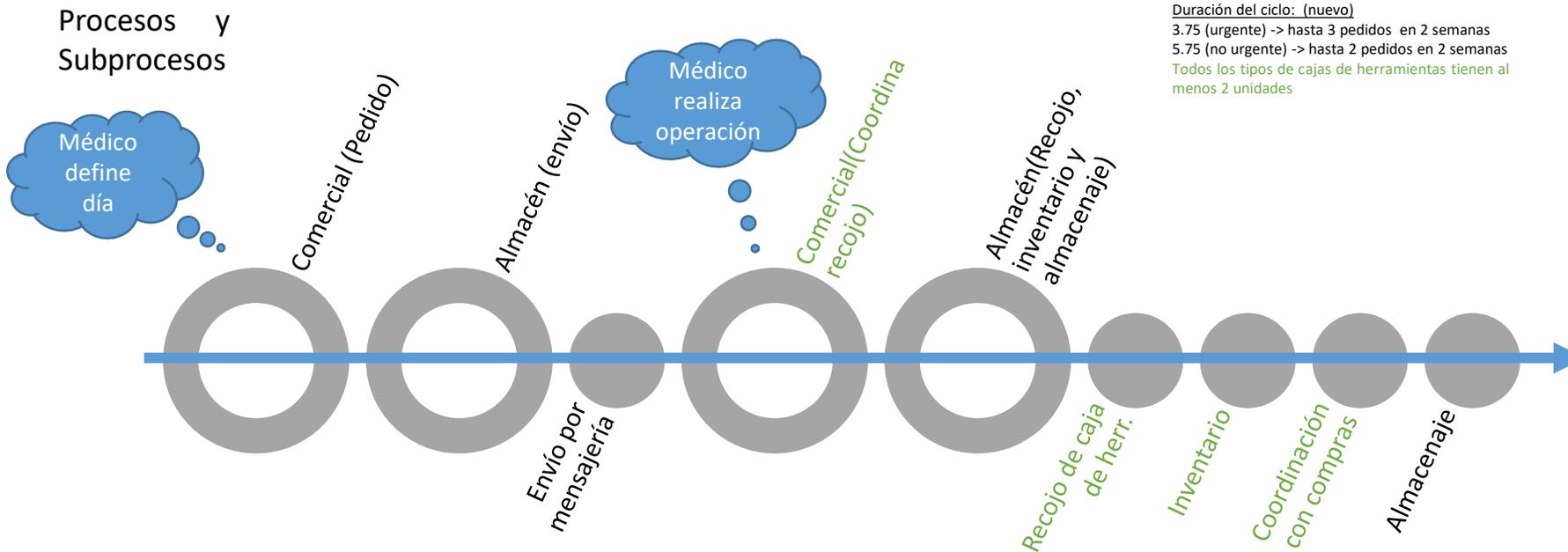
Los inventarios y solicitudes de compra se realizan en cada orden y por cada caja.

- No se menciona si el envío por mensajería es propio o terciarizado, **se asume que es terciarizado para ofrecer oportunidad de mejora**

Se contrata el servicio de recojo de la caja de herramientas y se negocia el precio dado que son 2 transacciones aseguradas. Además, se debe tener el seguimiento de cada caja. Se sustenta que es terciarizado dado que se pueden trabajar pedidos en paralelo, si fuesen movilidades propias se tendrían que invertir en crecer la flota de transporte.

## 3. Proponer soluciones innovadoras sobre el problema del caso de rodillas de titanio Kapeju

Procesos y Subprocesos



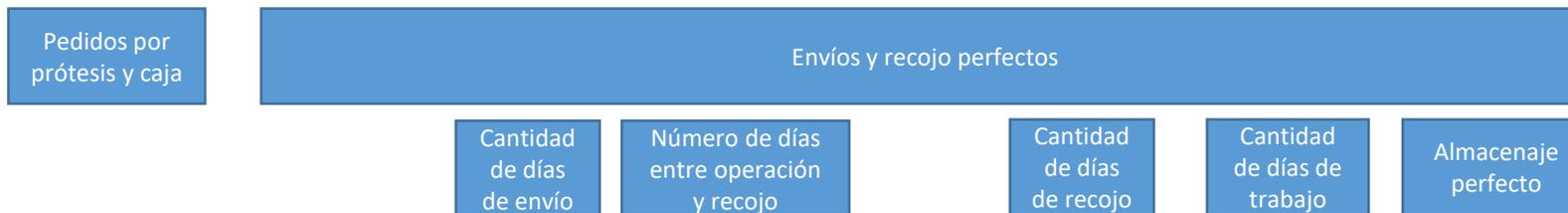
Duración del ciclo: (nuevo)  
 3.75 (urgente) -> hasta 3 pedidos en 2 semanas  
 5.75 (no urgente) -> hasta 2 pedidos en 2 semanas  
 Todos los tipos de cajas de herramientas tienen al menos 2 unidades

Indicadores:

- Pedidos por prótesis y caja:** Se debe recolectar y analizar la cantidad de pedidos por prótesis y caja, en el análisis inicial, en el último año no se habían solicitado 180 cajas, la ala dirección debe decidir que hacer con las cajas que no se utilizan en un periodo largo (¿Qué se hacen con cajas de herramientas que no se usan hace 5 años?). Por otro lado, que pedidos y que cajas son las más usadas, utilizando el criterio del 80% y 20%, el 80% de pedidos que involucren a esas cajas de herramientas deben tener al menos 2 unidades en stock.
- Envíos y recojo perfectos(ERP):** Se debe recolectar y analizar la cantidad de operaciones perfectas que se realizaron con la siguiente ecuación:  

$$\% \text{ Envíos y recojos perfectos} = \frac{\text{Envíos y recojos perfectos}}{\text{Total de envíos y recojos}}$$
- Además un ERP debe cumplir con todas las variables eficientes:
  - Cantidad de días de envío: El número de días debe ser exacto al plazo establecido con el proveedor
  - Número de días entre operación y recojo: Cuando el comercial confirme que la operación fue realizada, el proveedor de transporte debe recoger de forma inmediata la caja de herramientas. ('inmediata' según plazos establecidos con el proveedor)
  - Cantidad de días de recojo: el número de días debe ser menor o igual al número de días de envío.
  - Cantidad de horas de trabajo: Las horas de inventario y coordinación con compras deben cumplirse en el rango establecido.
  - Almacenaje perfecto: Cuando luego de realizar el inventario, no se hallaron piezas faltantes.
- Envíos y recojo Imperfectos(ERI): 1-ERP**
  - Se debe gestionar que hacer cuando devuelven cajas con piezas incompletas, establecer penalidades con el cliente o incluir el riesgo en el contrato inicial, la alta dirección debe decidir si comprar una caja nueva 5000 euros o negociar con el proveedor la venta de piezas individuales.
  - Se deben establecer penalidades con el proveedor de transporte si no cumple con los plazos establecidos.
  - La cantidad de días de trabajo no debe exceder de los plazos establecidos, caso contrario, se debe analizar a fondo donde esta la falla. Las 6 personas durante la gestión anterior no ha sido mencionada como problema, tampoco hay detalle del nivel de capacitación, por lo que se asume que si no hay traslape de pedidos y con los nuevos procesos implementados la mano de obra es eficiente.

Indicadores



## Conclusiones

Las conclusiones son las siguientes:

1. Se Analizó el caso de rodillas de titanio Kapeju
2. Se Describió el problema
3. Se Propopusieron soluciones innovadoras

Se redujo la incertidumbre y se crearon nuevos procesos e indicadores:

Duración del ciclo: (anterior)

2.25 (urgente) ó

3.25 (no urgente)

Más el tiempo de devolución del hospital



Duración del ciclo: (nuevo)

3.75 (urgente) -> hasta 3 pedidos en 2 semanas

5.75 (no urgente) -> hasta 2 pedidos en 2 semanas

Todos los tipos de cajas de herramientas tienen al menos 2 unidades

## Indicadores

Tipo de caja	Pedidos por año
20	$\geq 10$
80	$\geq 6$ y $\leq 10$
120	$\geq 1$ y $\leq 5$
220	Referencias, es decir hay 180 cajas que no circulan



Pedidos por prótesis y caja



TALLER



Resolución

TALLER



Resolución

# TALLER

<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>Innovación en Productos y Servicios</b>
<b>Nombre del alumno</b>	Jimmy George Robles Arenales
<b>Fecha de realización</b>	20/01/2019

## OBJETIVOS DEL TRABAJO

### 1. Mapa de Experiencias

- Usando la herramienta MAPA de EXPERIENCIAS se detallará la trayectoria que un TURISTA realiza desde que DETECTA-ENCUENTRA el ALOJAMIENTO hasta que el PERSONAL del hotel le ATIENDE

### 2. Diagrama de Afinidad

- A la vista del MAPA de EXPERIENCIAS desarrollado en el punto anterior y usando la herramienta DIAGRAMA de AFINIDAD se contestará el RETO “Qué ASPECTOS del SISTEMA HOTELERO habría que MEJORAR respecto a la asistencia del TURISTA”

### 3. Storytelling

- Sobre el PRODUCTO o SERVICIO identificado (solo uno) a través del DIAGRAMA DE AFINIDAD, usando la plantilla del STORYTELLING, cuente “CÓMO MEJORA EL TURISMO la propuesta de producto/servicio respecto a la ASISTENCIA al MERCADO LOCAL”

## 0. Integrantes

### 0.1 Definiendo Integrantes



#### Integrantes:

De izquierda a derecha:

Maria Medina (55 años), ha viajado por turismo y trabajo por más de 20 años recorriendo el Perú. Ha viajado a Riviera Maya.

Vanessa Guzmán (26 años), ha viajado por turismo desde su mayoría de edad a destinos nacionales e internacionales. Ha viajado a Cancún.

José Guzmán (64 años), ha viajado a Riviera Maya, no ha tenido muchos viajes.

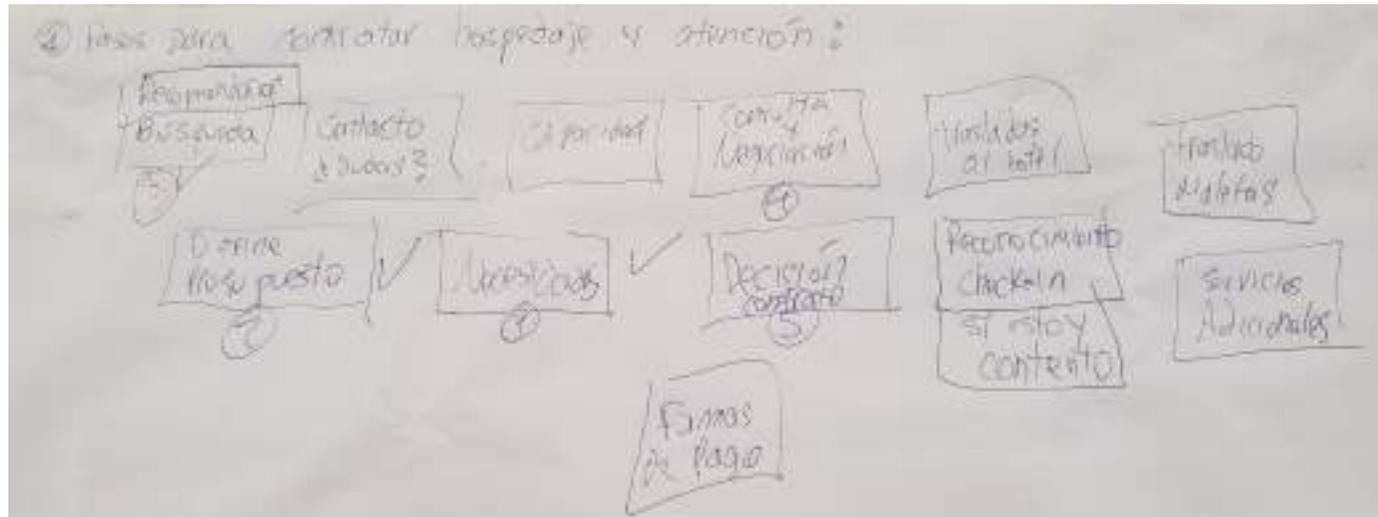
Claudia Guzmán (28 años), ha viajado mucho para su edad, organiza las vacaciones y destinos. Ha viajado a Cancún, EEUU, Paris, Madrid, Israel, Colombia y destinos nacionales.

Jimmy Robles (32 años), ha viajado poco. Ha viajado a Colombia, Panamá, Chile y destinos nacionales. Es muy planificado y organiza los viajes familiares.

# TALLER: resolución

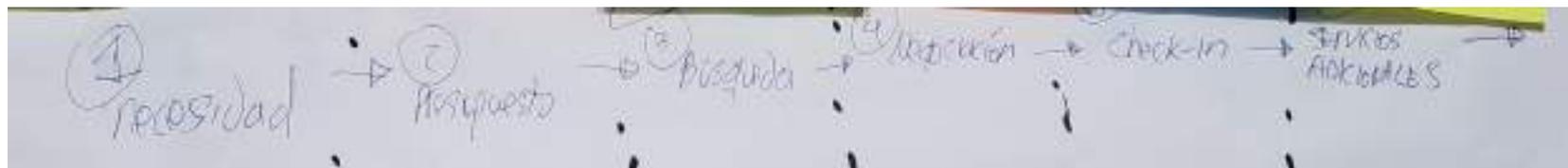
## 1. Mapa de experiencias

### 1.1 Definiendo Trayectoria



#### Definiendo pasos

Se conversó sobre los temas relacionados a encontrar el hospedaje adecuado y sobre la atención que se recibe.



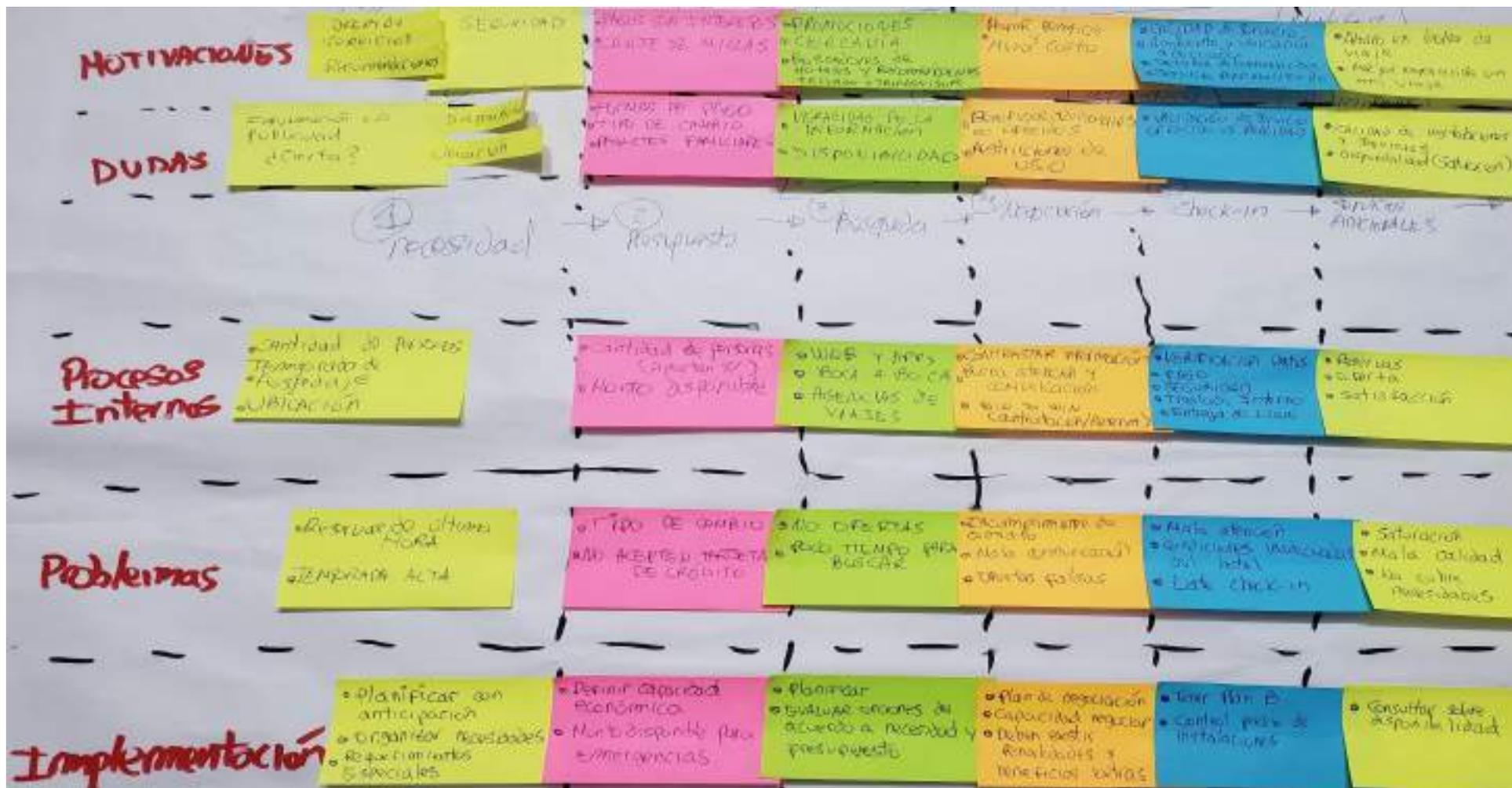
#### Consolidando pasos

Se consolidaron en 6 estaciones que componen la trayectoria del Turista,

# TALLER: resolución

## 1. Mapa de experiencias

### 1.2 Modelo Customer Journey Map



### Conclusiones

Se conversó sobre todos los puntos de la trayectoria del Turista.

Sobre los puntos 1,2 y 3 se notó que se encuentran muy relacionados ya que dependen sólo de un actor, el turista.

Mientras que los puntos 4,5 y 6 existe interacción con el sistema hotelero.

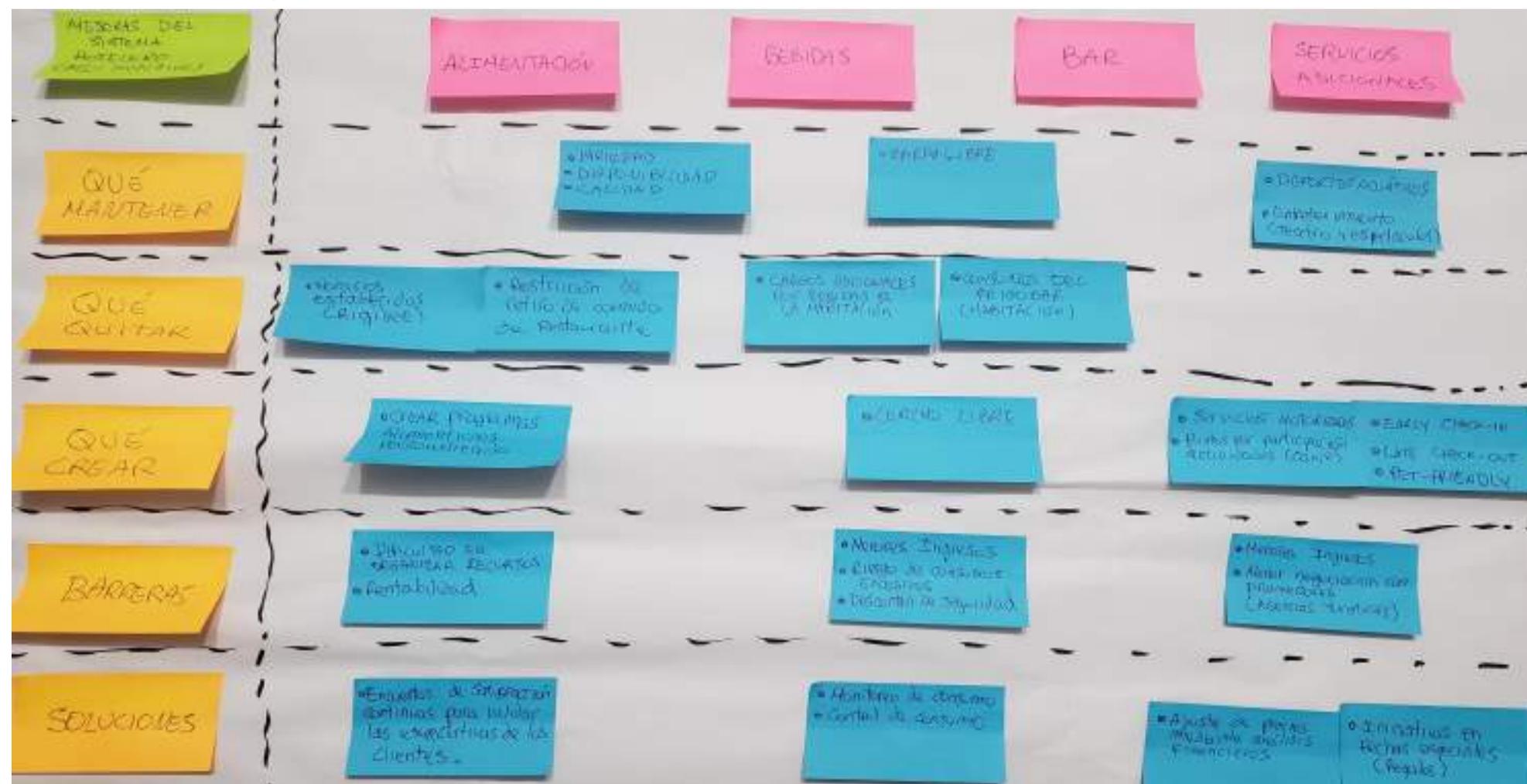
Nos pusimos en el escenario en el que puedes comparar el servicio ofrecido versus el servicio real y podrías no concretar la contratación en caso de no satisfacción a primera vista.

Dada la alta demanda de hospedaje, los servicios adicionales son el diferenciador para realizar la elección.

# TALLER: resolución

## 2. Diagrama de afinidad

2.1 Modelo Metaplan -> Dada la alta demanda de hospedaje, los servicios adicionales son el diferenciador para realizar la elección.



### Conclusiones

Se excluyen los puntos 1,2,3 y 4 ya que hay poca interacción con el sistema hotelero.

Se excluye la comodidad de las habitaciones dado que el escenario de viaje es disfrutar de las instalaciones del hotel y actividades.

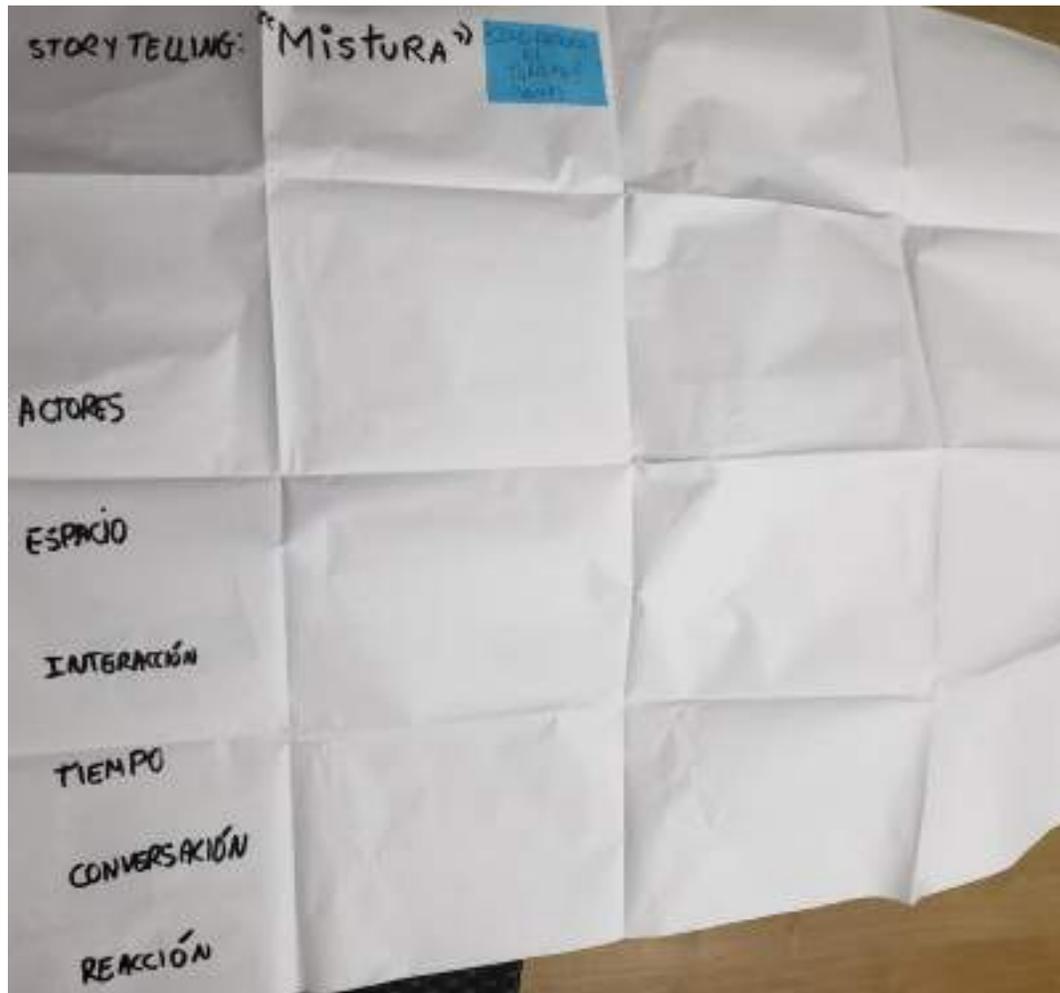
Se concentro la conversación en los sistemas "Todo incluido".

Los turistas buscan más beneficios a un menor costo pero esto involucra pérdidas en el sistema hotelero, se debe buscar armonía y mayor exploración, estudios y encuestas para validar donde proponer ofertas.

Los grupos más comentados fueron Alimentación y servicios adicionales. Estos serían los focos ante posibles productos.

## 3. Storytelling

**3.1 Storyboard** -> Dada la alta demanda de hospedaje, los servicios adicionales son el diferenciador para realizar la elección.



### Conclusiones

No se tienen habilidades artísticas para dibujar, por lo tanto, se realizará mediante imágenes de la web.

Se anotaron las ideas en el grupo de whatsapp.

Nos enfocaremos en crear un producto sobre el aspecto de alimentación en el sistema hotelero dado que Lima es un destino gastronómico reconocido y un Hotel Local puede explotar este potencial.

Mistura es un evento anual donde se reúnen los mejores restaurantes del Perú, la idea es aplicar este concepto al sistema hotelero "todo incluido" dada la gran oferta de restaurantes en Lima donde se ofrecen deliciosos platos y postres.

# TALLER: resolución

## 3. Storytelling

### 3.2 Storyboard -> Mistura en sistemas hoteleros “Todo incluido”



#### Historia

El Perú es el mejor destino gastronómico del mundo.

Mistura es la feria más esperada a nivel nacional en cuanto a gastronomía se refiere.

Hoteles como “El Pueblo” ofrecen en Lima experiencias distintivas como instalaciones típicas del interior del país. Sin embargo, su sistema todo incluido en alimentación está dentro de lo normal.

En Lima hay muchos restaurantes reconocidos e incluso con cadenas mundiales.

(Servicio) Si dentro del sistema todo incluido diario se ofrecen los platos bandera de los restaurantes reconocidos, los turistas podrían tener una degustación previa y elegir a cuáles visitar presencialmente.

(Implementación) El punto crítico es la gestión que debe realizar la cadena hotelera para hacer convenios con los restaurantes y hacer su propia feria mistura. Sería win to win.

## 3. Storytelling

### 3.2 Storyboard -> Mistura en sistemas hoteleros "Todo incluido"



#### Historia

Debido a la degustación los turistas visitan los restaurantes que más les impactaron.

Se crea el servicio "Mistura del Pueblo" que ofrece servicio diferenciador en la alimentación del sistema todo incluido.

El hotel, los restaurantes y Lima reciben más visitas debido a la creación del servicio,

## Conclusiones

Las conclusiones son las siguientes:

### 1. Mapa de Experiencias

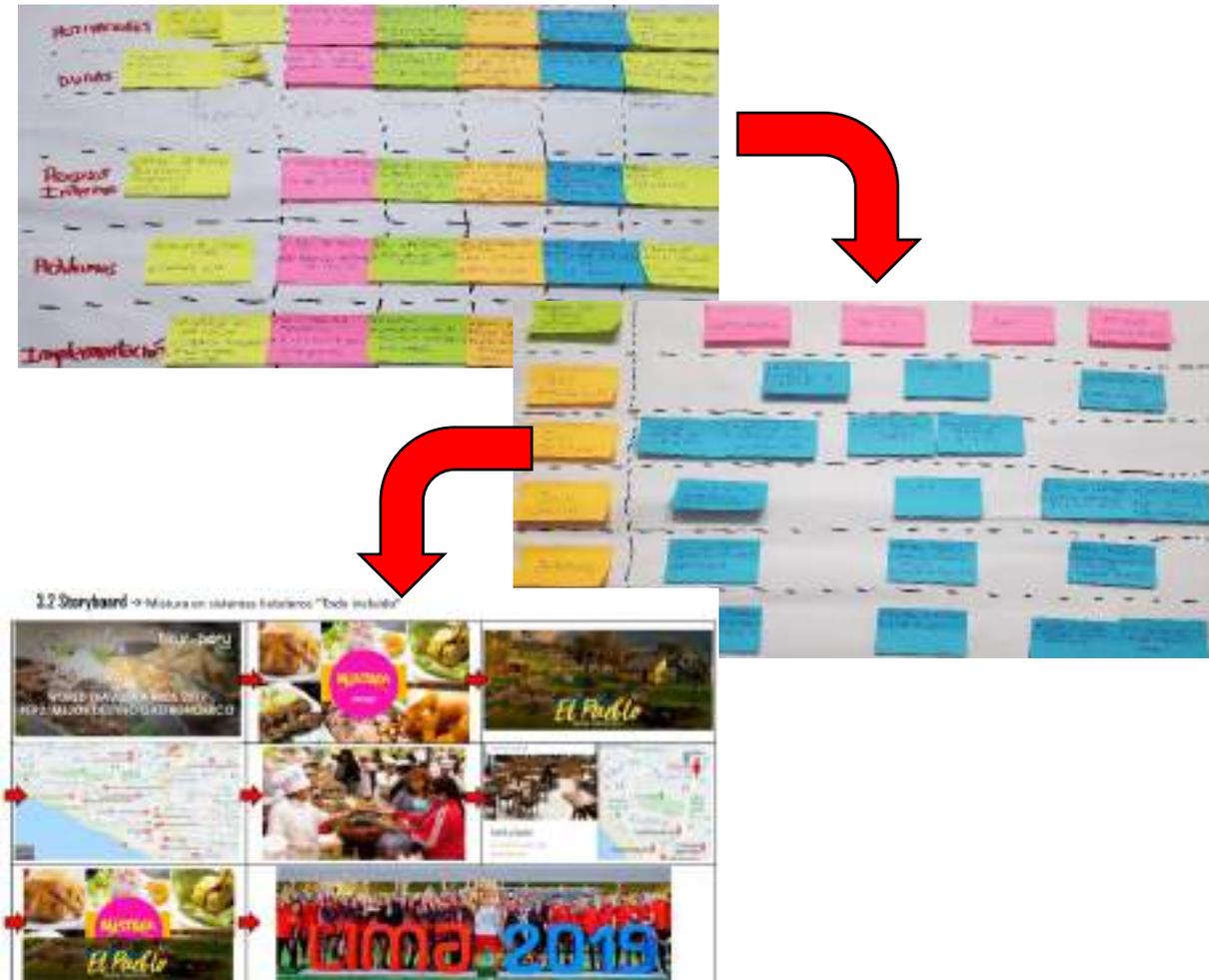
- Se usó el MAPA de EXPERIENCIAS para detallar la trayectoria que un TURISTA realiza desde que DETECTA-ENCUENTRA el ALOJAMIENTO hasta que el PERSONAL del hotel le ATIENDE

### 2. Diagrama de Afinidad

- Se contestó el RETO “Qué ASPECTOS del SISTEMA HOTELERO habría que MEJORAR respecto a la asistencia del TURISTA”

### 3. Storytelling

- Sobre el PRODUCTO “Mistura del Pueblo”, se usó la plantilla del STORYTELLING, para contar “CÓMO MEJORA EL TURISMO el servicio respecto a la ASISTENCIA al MERCADO LOCAL”



TALLER



Resolución