

TRABAJO FINAL

INTEGRADOR

ETAPA 1

“

RollingCode School nació en 2019 para formar talento tecnológico localmente, evitando que los profesionales debieran trasladarse para estudiar. Fundada por Walter Juárez Rivas junto a Pablo Frías y Jhonny Guzman, la escuela buscó ofrecer educación accesible y de calidad en tecnología. A pesar de desafíos como la pandemia, lograron expandirse mediante clases virtuales y ampliar su alcance. Hoy, su objetivo es consolidarse como un referente nacional, impulsando a San Miguel y Yerba Buena como centros de innovación tecnológica.

INTRODUCCIÓN

ROLLING CODE SCHOOL



*Ing. Walter Esteban Juarez Rivas
(CEO & CO-FOUNDER)*

ORIGEN DE LA IDEA Y MOTIVACIÓN PRINCIPAL

RollingCode School surge de una necesidad clara en el mercado de software: la falta de personal capacitado. Walter Esteban Juarez Rivas (CEO), fundador de RollingCode, trabajaba en una empresa que desarrollo de softwares para diversas compañías. A medida que el negocio crecía, su equipo empezó a notar la creciente demanda de profesionales capacitados en tecnología, especialmente por parte de empresas que requerían enviar a su personal a entrenamientos en otras provincias e incluso en el extranjero. Sin embargo, enviar a la gente a estudiar fuera de la provincia resultaba inviable por razones logísticas y financieras. Ante esta problemática, Pablo Frías, un compañero de Walter, le propuso trabajar juntos para capacitar a personas localmente y satisfacer esa necesidad del mercado. Así, el 16 de enero de 2019, decidieron fundar RollingCode School, con el objetivo de formar profesionales en tecnologías de la información, reduciendo la dependencia de la formación externa y aprovechando el talento local.

FUNDACIÓN Y PRIMERAS ACTIVIDADES

El 16 de enero de 2019, RollingCode School fue oficialmente fundada. Poco después, el 6 de marzo del mismo año, lanzaron su sitio web, permitiendo las primeras pre-inscripciones a los cursos.

El 19 de marzo se llevó a cabo la primera charla informativa, presentando el plan de estudios y objetivos del curso a los futuros estudiantes. Finalmente, el 6 de abril de 2019, 61 personas compraron el curso, generando el primer ingreso significativo para la empresa, que ascendió a 2.5 millones de pesos. El 15 de abril de ese mismo año, comenzaron las primeras clases y comisiones en su oficina inicial, y para mayo de 2019, RollingCode había crecido lo suficiente como para necesitar un espacio más amplio. Esto los llevó a alquilar una nueva oficina el 20 de mayo para mayor comodidad y eficiencia en la enseñanza.

EXPANSIÓN E HITOS CLAVE

Uno de los momentos más importantes en la historia de RollingCode fue el 20 de agosto de 2019, cuando inauguraron una nueva oficina con dos aulas adicionales, con una capacidad total para 192 personas. Este lanzamiento marcó un hito en su crecimiento y consolidación como una institución educativa de referencia en el área tecnológica.

MISION

“La misión de RollingCode School es formar profesionales en tecnología de manera accesible y práctica, ayudándolos a prepararse para el mercado laboral y contribuyendo al desarrollo del talento local en el área tecnológica.”

.....

VISION

La visión de RollingCode School es convertirse en un referente en la formación de profesionales tecnológicos, tanto a nivel nacional como internacional.

La visión de RollingCode se refleja claramente en la experiencia de sus estudiantes, al proporcionar una formación práctica y alineada con las necesidades reales del mercado laboral. Al integrar metodologías de aprendizaje basadas en proyectos y casos de estudio del mundo real, los estudiantes adquieren habilidades directamente aplicables en sus trabajos.

El éxito de la visión se ve también en los resultados obtenidos por los estudiantes, muchos de los cuales logran emplearse en el sector tecnológico poco después de completar su formación.

.....

OBJETIVOS

Su objetivo es seguir adaptándose a las tendencias tecnológicas emergentes y expandir su impacto mediante la enseñanza virtual, fomentando el crecimiento del ecosistema tecnológico local.

Y también de insertar a las personas en el mercado laboral y cubrir las demandas de las empresas de desarrollo de software.

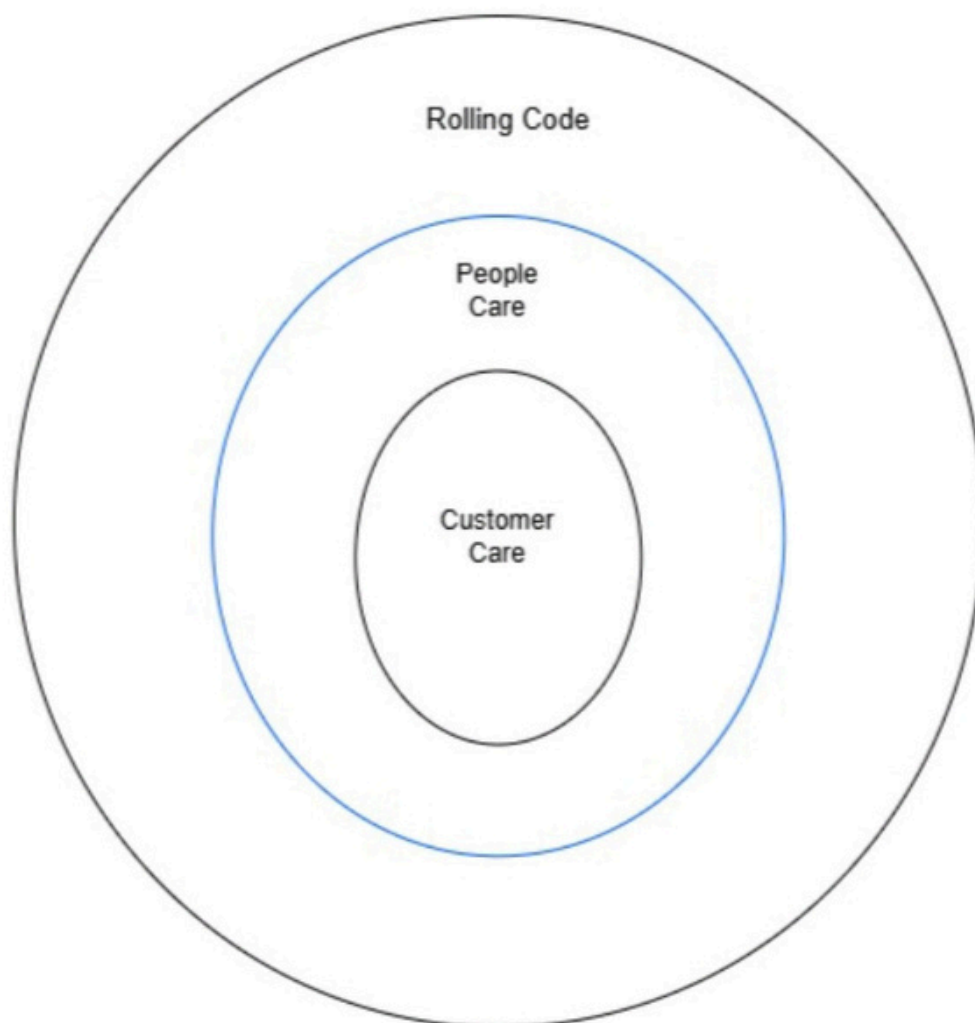
La misión de RollingCode-School además es de enseñar a programar a personas con o sin experiencias ofreciendo una educación de alta calidad en tecnología de la información proporcionando conocimientos accesibles a través de modalidades virtuales y a impulsar la innovación y el emprendimiento en el ecosistema tecnológico laboral.

Organizacion

El límite del sistema son las áreas de People Care (bienestar y desarrollo interno) y Customer Care (atención y fidelización de clientes) dentro de Rolling Code.

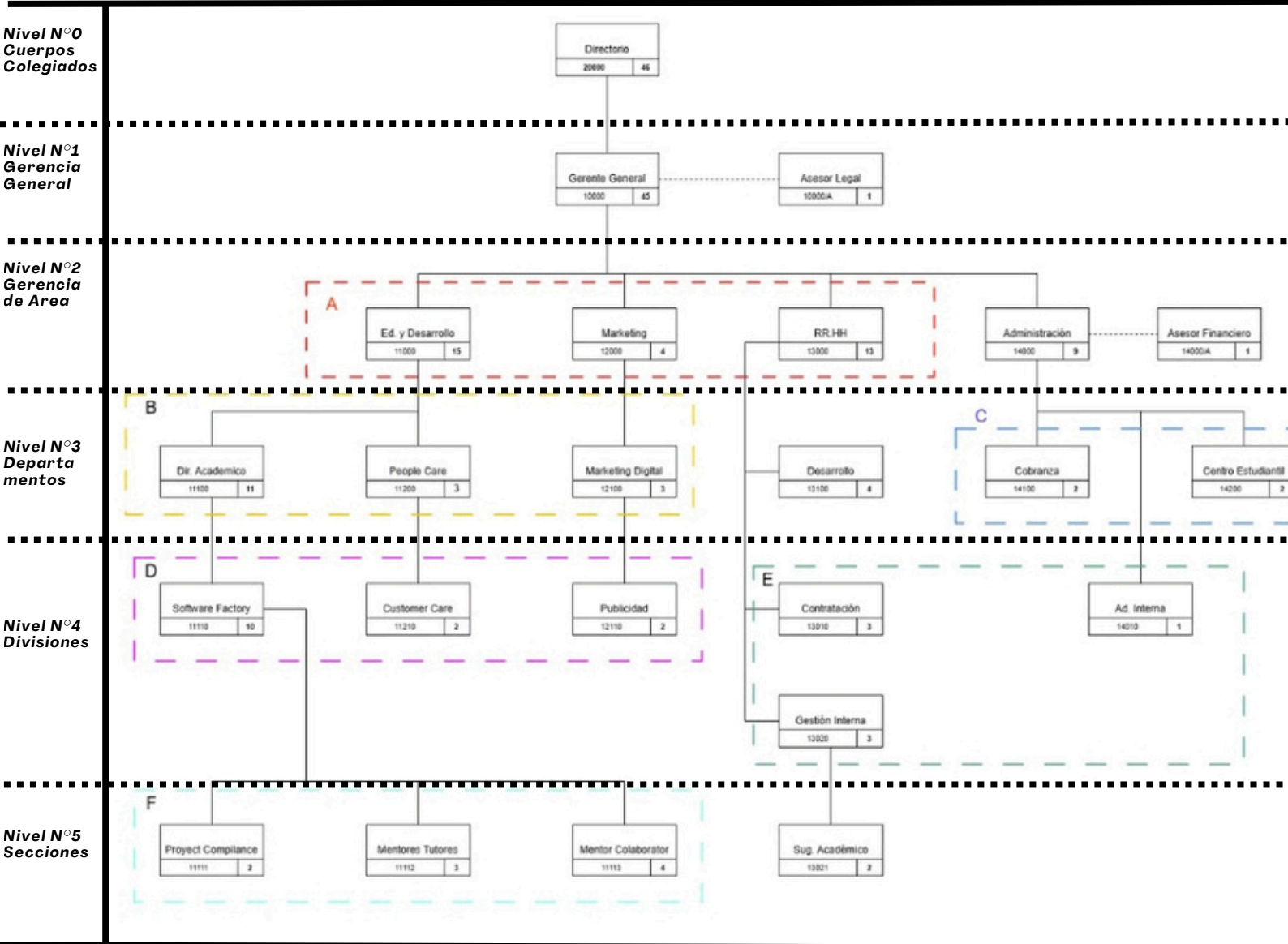
Todo lo que no dependa de estas dos unidades—como proveedores externos, competencia o mercado general—queda fuera del alcance.

Diagrama de Venn



ORGANIGRAMA

Rolling Code School



TIPO DE ESDTRUCTURA ORGANIZATIVA

Estructura Jerarquico-Funcional

DEPARTAMENTALIZACION

- A.** *Por funciones*
- B.** *Por funciones*
- C.** *Por procesos*
- D.** *Por funciones*
- E.** *Por clientes*
- F.** *Por proyectos*

**AREAS O SECTORES INVOLUCRADAS DE MANER DIRECTA O
INDIRECTA EN EL DOMINIO DEL PROBLEMA**

- Costumer Care
- Peolpe Care

Definir las funciones generales de las areas definidas

Customer Care:

Este área se encarga de recibir y gestionar las solicitudes de información sobre los cursos (canales: web, chat, correo).

Envía al usuario detalles de programas, requisitos y cronogramas.

Solicita, recibe y valida la documentación necesaria para la inscripción.

Mantiene actualizado el historial de comunicaciones y da seguimiento hasta la confirmación de elegibilidad.

People Care:

Genera y emite las facturas de inscripción y cuotas según el plan de pagos.

Procesa y registra los pagos recibidos por los alumnos (pasarelas, transferencias, depósitos).

Actualiza el estado de cuenta del alumno en el sistema tras la confirmación de cada transacción.

Elabora reportes de cobros y saldos para auditorías y la administración.

Usuario:

Solicita información sobre cursos y canales disponibles.

Envía la documentación requerida para validar su inscripción.

Revisa y recibe la factura correspondiente al plan de pagos elegido.

Efectúa el pago a través de los medios habilitados y confirma la transacción.

Descripción del proceso de Negocios

El usuario solicita información sobre un curso a Customer Care a través de los canales habilitados (formulario web, chat o correo).

Customer Care envía al usuario el detalle del programa, requisitos y cronograma, y solicita la documentación necesaria (identificación, certificado de estudios, etc.).

Una vez recibidos y validados los documentos, Customer Care confirma la elegibilidad del usuario para inscribirse.

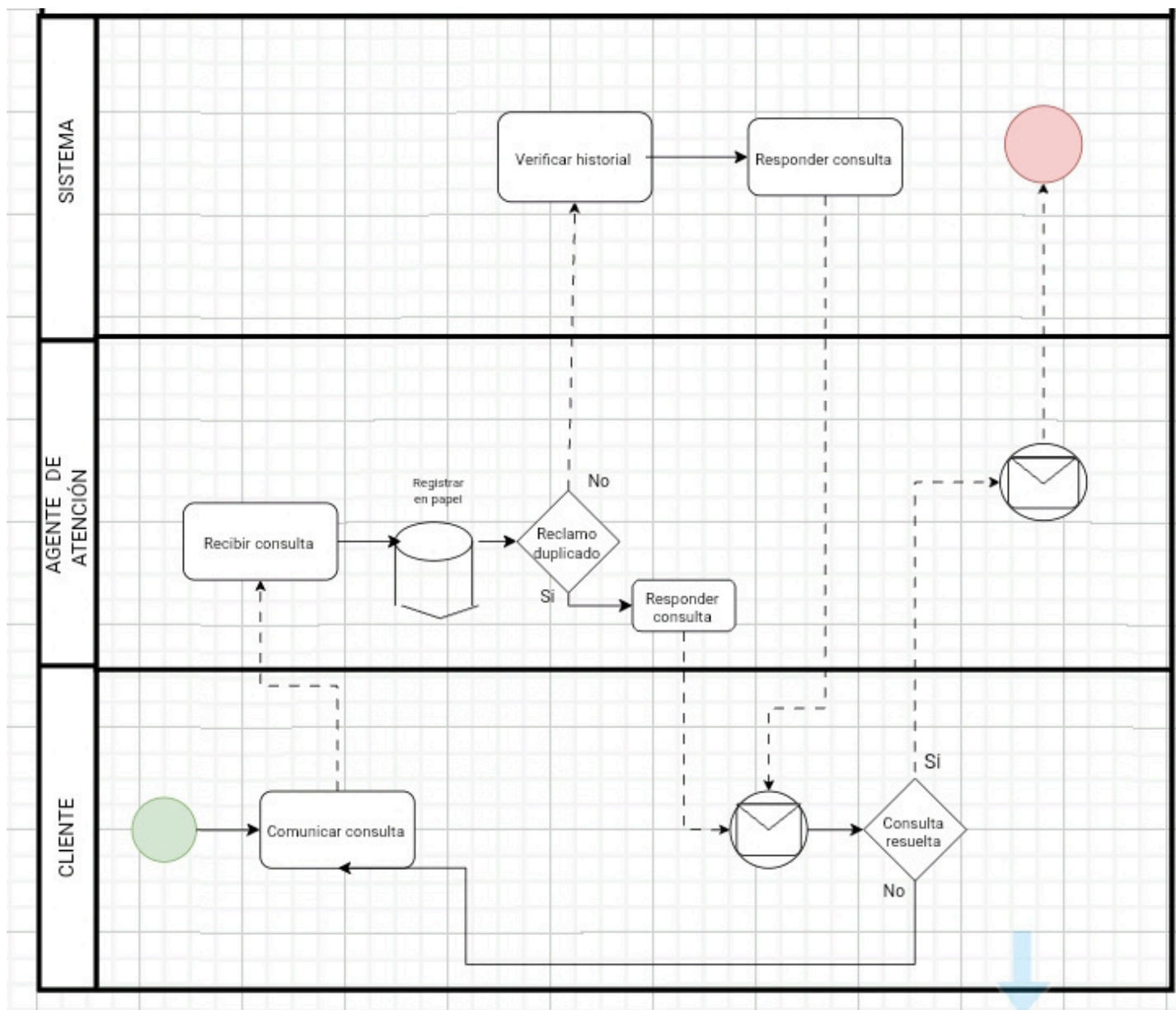
People Care genera la factura de inscripción según el plan de pagos correspondiente y la remite al alumno.

El alumno efectúa el pago mediante los medios establecidos (transferencia, pasarela de pago, depósito bancario).

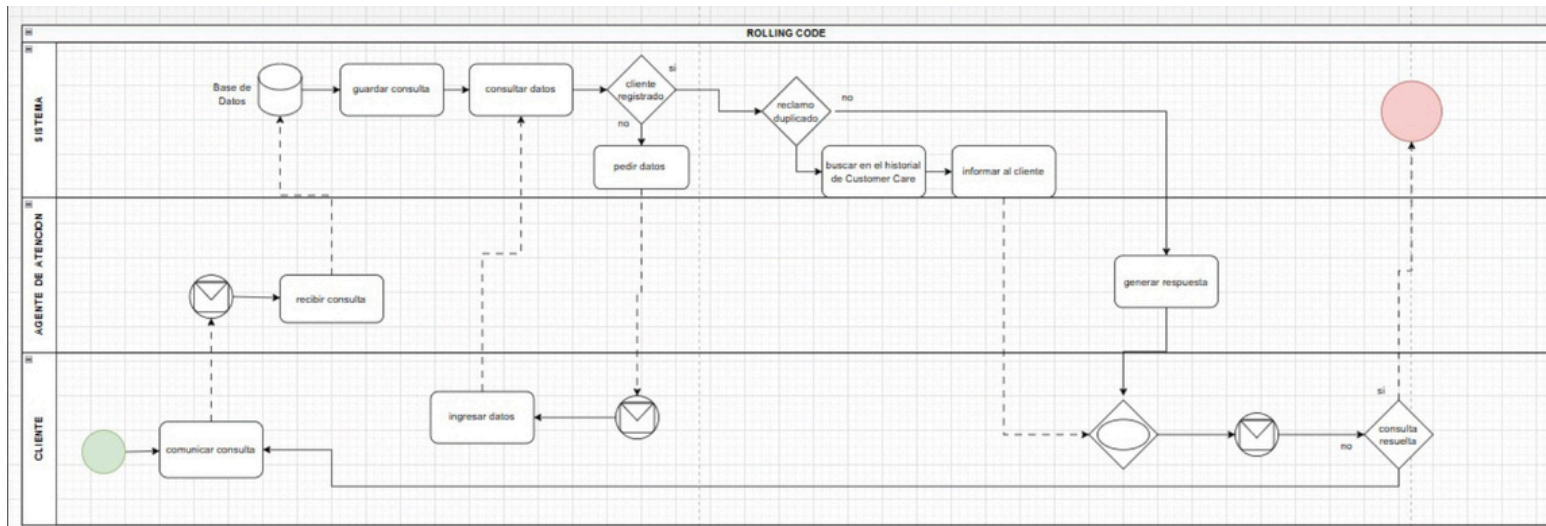
People Care recibe la confirmación de la transacción, actualiza el estado de la cuenta del alumno y formaliza la inscripción en el curso.

4. MODELO EL NEGOCIO CON EL BPD

MODELO DE BPD ANTIGUO



MODELO DE BPD ACTUAL



DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE NEGOCIOS

Objetivo: Recibir una consulta/reclamo del cliente, validarla, registrarla en la base de datos y comunicar la respuesta.

1. Inicio — Solicitud de consulta

El proceso comienza cuando el cliente comunica su consulta mediante el canal visible en el BPD (chat/web/email). Este es el primer contacto y activa la sesión de atención.

2. Recepción por parte del agente

El agente de atención recibe la consulta en su consola (representado por el ícono de mensaje). El agente visualiza el contenido y decide los siguientes pasos.

3. Verificación del estado del cliente (cliente registrado?)

El sistema consulta la Base de Datos para saber si el cliente ya está registrado:

Si está registrado: el sistema recupera sus datos y el historial para continuar.

Si no está registrado: el sistema solicita al agente (o al cliente) que ingrese los datos mínimos (nombre, email, etc.) antes de continuar. El cliente completa esos datos.

4. Detección de posible duplicado

El sistema verifica si la consulta/reclamo es duplicada:

Si es duplicado: el agente o sistema busca en el historial de Customer Care y informa al cliente (se registra la advertencia y no se duplica el registro).

Si no es duplicado: el proceso continúa para registrar la nueva consulta.

5. Registro de la consulta en el sistema

La consulta se guarda en la Base de Datos (persistencia): se genera y asocia un identificador único (ticket o ID de conversación) y se vincula al cliente.

6. Generación de respuesta por parte del agente

Basado en la información y el historial, el agente elabora la respuesta (o el sistema sugiere una respuesta). La respuesta se prepara para enviarse al cliente.

7. Envío de notificación / comunicación de resultado

La respuesta se envía al cliente por el canal correspondiente (chat/email). El sistema puede también disparar notificaciones automáticas (confirmación, número de ticket, etc.).

8. Verificación de resolución (¿consulta resuelta?)

Se evalúa si la consulta quedó resuelta:

Si está resuelta: el proceso finaliza (fin del flujo).

Si no está resuelta: el flujo vuelve a etapas de atención (nuevo intercambio, registro de más información, escalado o reapertura del ticket).

PREGUNBTAS PARA LA ENTREVISTAS USANDO LA ESTRUCTURA DE LA PIRAMIDE

ENTREVISTADORES: Solaliga Samuel, Reynoso Gabriel, Toledo Franco

ENTREVISTADO: Ceo y Cofundador de Rolling Code School Walter Esteban Juarez Rivas

1. Customer Care

Abiertas

1. ¿Cómo determina la prioridad de atención entre los diferentes canales (WhatsApp, correo electrónico, LinkedIn)?

Determino la prioridad en base a la cantidad de mensaje que recibo por día en el caso de rollincode el canal donde más recibimos el WhatsApp luego Instagram y en tercer lugar Facebook

2. ¿Qué acciones propone para optimizar la coordinación de los eventos académicos presenciales?

Agregar algo para la optimización de eventos presenciales es una semana antes se revisa todo lo necesario para tener en las oficinas y consultó la cantidad de participante día previo a la reunión voy a la oficina y dejo todo listo para el otro día ultimar detalles de texto

Cerradas

1. ¿Utiliza Slack para gestionar las solicitudes de atención?

Sí, empleamos Slack como canal principal para recibir y coordinar todas las solicitudes de atención. Cada mensaje se etiqueta y se asigna automáticamente al equipo correspondiente. Además, contamos con integraciones que permiten crear tickets en nuestro CRM.

2. ¿Existe un protocolo para gestionar los pagos pendientes?

Sí, disponemos de un protocolo detallado para el manejo de pagos atrasados. Se envía un recordatorio automatizado a los 7 días de retraso. Si no hay respuesta, escalamos a un gestor especializado a los 15 días.

A los 30 días, se inicia un plan de negociación con el cliente. El proceso está documentado y es auditado trimestralmente

Pregunta final

¿Cuál considera que es el principal desafío de Customer Care hoy y cómo lo aborda?

2. People Care

Abiertas

1. ¿Qué criterios emplea al diseñar las ofertas de trabajo para cada área?

- certificación de finalización de recursos relevantes
- actividades en gita en los últimos 6 meses
- evaluación de antecedentes laborales estudios previos y conocimientos en otras tecnologías.
- verificación de estudios relacionados con el puesto

2. ¿Cómo asegura una comunicación interna fluida entre los distintos equipos?

- uso de herramientas colaborativas como slack para comunicación transparente en inmediata y organización de canales por proyecto equipo
- reuniones con los equipos como la daily scrum, Review, planning Restopective
- reuniones de one to one feedback para fomentar una cultura de retroalimentación constante
- organización de actividades que potencian el trabajo en equipo, y la sinergia dentro de los equipos para obtener equipos de alto rendimiento

Cerradas

1. ¿Mantiene un registro centralizado de certificados médicos?

- Sí, contamos con una base de datos única donde se almacenan todos los certificados. Cada documento se escanea y se indexa con metadatos personalizados. El acceso está restringido por niveles de permiso según rol. Actualizamos el repositorio en tiempo real al recibir nueva información. Esto mejora la gestión y facilita auditorías internas.

2. ¿Sigue un guion establecido para las entrevistas de mentores y tutores?

Sí, utilizamos un guión estructurado y validado por nuestro equipo legal. Incluye introducción, consentimiento informado y preguntas específicas por edad. El formato está diseñado para garantizar comodidad y transparencia.

Pregunta final

¿Qué aspecto considera clave para reforzar el compromiso del equipo?

un aspecto clave para reforzar el compromiso del equipo es fomentar una cultura dentro de la retroalimentación constante. Esto crea un ambiente donde los miembros del equipo se sienten cómodos dando y recibiendo feedback de manera constructiva, la que no solo mejora con la comunicación, sino que también impulsa el desarrollo individual y colectivo y fortalece el sentido de pertenencia y la motivación.

3. IT Recruiter

Abiertas

1. ¿Cómo planifica el headhunting diario para captar perfiles diversos?

según la necesidad se refuerza la búsqueda en distintos canales por ejemplo linkedin, comunidad interna de rolling code y referidos.

2. ¿Qué método utiliza para filtrar los currículos antes de la primera entrevista?

- primero realizamos una revisión exhaustiva de la actividad de proyectos en YouTube esto nos permite evaluar directamente sus habilidades de codificación su estilo de trabajo la calidad de su código y su experiencia práctica en proyectos reales.
- posteriormente completamos esta revisión con un análisis detallada del cd, aquí buscamos corroborar la trayectoria profesional, la experiencia laboral, la formación académica y los certificaciones. Así como otras tecnologías o conocimiento que puedan ser un valor añadido para el puesto.

Cerradas

1. ¿Actualiza la base de datos de candidatos a diario?

Sí, se revisan nuevas postulaciones y se integran perfiles cada jornada.

Se validan datos, competencias y experiencia antes de clasificar. Los cambios quedan reflejados en tiempo real para todo el equipo. Esto optimiza el proceso de selección y reduce tiempos de respuesta.

La base de datos está respaldada en la nube y monitoreada constantemente.

2. ¿Se reúne periódicamente con Dirección Académica y People Care?

No, actualmente no celebramos reuniones formales con esos equipos.

La comunicación se realiza principalmente a través de correos o Slack.

No obstante, evaluamos incorporar espacios conjuntos en el futuro. Si surgen necesidades urgentes, coordinamos encuentros ad hoc. Así mantenemos flexibilidad operativa sin agendar reuniones fijas.

Pregunta final

¿Qué indicador emplea para medir y mejorar el proceso de reclutamiento?

Actualmente, no estamos empleando un indicador formal para medir el proceso de reclutamiento punto esto se debe a que, dada nuestra rapidez en la contratación, no hemos identificado una necesidad crítica que justifique la implementación de un kpi específico en este momento. Sin embargo, siempre estamos abiertos a evaluar la incorporación de métrica que pueden añadir valor en el futuro.

MUCHAS GRACIAS POR LEER NUESTRO TRABAJO.

- **INTEGRANTES DEL GRUPO:**

-

- **REINOSO**

- GABRIEL

-

- **TOLEDO**

- FRANCO

-

- **SOLALIGA MONTIEL**

- SAMUEL NAZARENO

-

-

