“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”
UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE INGENIERÍA

Curso: Arquitectura de Negocio

Docente: Benites Lavado, Sirhan Williams

TRABAJO FINAL

Sección: SX52

Grupo: 1

Integrantes:

- Roncal Ruiz, Franco Lehman- U202110585
- Amaya Limachi, Gabriel Antonio-U20211B661
- Retamal Cavassa, Alejandro Alberto - U202114176
- Gonzales Esquerre, Sandro Eduardo -U202117695
- Moncca Flores, Jhair Manuel - U202115932
- Padilla Gonzales, Frentz Diego - U202113187
- Rodriguez Flores, Diego - U202014680
- Colonio Torres, Yanira Milagros - U20201E911
- Corrales Jhong, José Francisco . U201913297
- Gallegos Ayuque, Luis Felipe - U201516478

2023-1

Contenido

1.1. Descripción del negocio **5**
1.2. Misión y Visión **5**
2.1. Justificación de proyecto **6**
2.2 Objetivos del proyecto **6**
2.3 Criterios de éxito **9**
2.4 Alcance del proyecto **10**
2.5 Organización del proyecto **10**
2.6 Riesgos **11**
2.7 Metodología del proyecto **11**
2.7.1 Zachman Framework 11
2.7.2 PMBOK 12
2.7.3 EUP 13
2.7.4 EBM 14
2.7.5 BPMN 14
2.7.6 Elementos de la notación BPMN 15
3.1 Diagrama de Objetivos **18**
3.2 Mapa de Macro Procesos **19**
3.3 Diagrama de Organización **19**
3.4 Listado de Áreas Funcionales **20**
3.5 Justificación de procesos - objetivos **22**
3.6 Reglas de negocio **22**
3.7. Definición de Stakeholders: **24**
3.8. Mapa de ubicación **24**
3.9 Mapeo Actor-Ubicación **26**
3.10 Desarrollo de procesos **27**
3.10.1 Macroprocesos Estratégicos 27
3.10.1.1 Gestion Finanzas 27
3.10.1.1.1 Subproceso Gestion Tesoreria 27
3.10.1.2 Gerencia Estrategica 28
3.10.1.3 Gestión de proyectos 28
3.10.1.3.1 Subproceso Gestionar Riesgo 28
3.10.1.3.2 Subproceso Asignar Recursos 29
3.10.1.4 Macroproceso de Marketing 30
3.10.1.4.1 Sub-Proceso proponer promociones 31
3.10.2 Macroprocesos de Valor 32
3.10.2.1 Macroprocesos de ventas 33
3.10.2.2 Macroprocesos de atención al cliente 34
3.10.2.2.1 Subproceso buscar una solución 35
3.10.3 Macroprocesos de Apoyo 39
3.10.3.1 Gestión de recursos humanos 40

3.10.3.2 Gestión de tecnología de la información 43
3.10.3.3 Gestión de calidad 44
3.10.3.4 Gestión de compras y adquisiciones 44
3.13. MODELO DE DOMINIO 46
3.11. Mapeo Entidad Proceso 48
3.14 Matriz RAM
4.1.1.2 Proyecto: Sistema de gestión de planes de marketing 37
Resumen ejecutivo
Marco teórico
Posicionamiento
Planteamiento del problema
Objetivos
Objetivo general
Objetivos específicos
Indicadores de éxito
Alcance del proyecto
Restricciones
Impacto en la organización
Planificación
Cronograma
Stakeholders
Costos
Riesgos y Mitigación (Gestión de riesgos)

Objetivo del estudiante (Student Outcome)

ABET – EAC - Student Outcome 2: La capacidad de aplicar el diseño de ingeniería para producir soluciones que satisfagan necesidades específicas con consideración de salud pública, seguridad y bienestar, así como factores globales, culturales, sociales, ambientales y económicos.

ABET – CAC - Student Outcome 2: La capacidad de diseñar, implementar y evaluar una solución computacional que satisfaga necesidades específicas en el contexto de la disciplina del programa.

Para la elaboración de este trabajo se hizo uso del **ABET - EAC - Student Outcome 2**. Esta es la capacidad que tiene cada uno de los integrantes de este grupo para generar soluciones con diseño de ingeniería. Estas deben satisfacer necesidades específicas y considerando diferentes áreas como la salud y seguridad, así mismo como factores globales, culturales y más.

En esta primera parte del trabajo presentamos una empresa existente que, mediante los temas aprendidos en clase, se analizó y diseñó sus procesos como empresa. Aquí tenemos una clara evidencia del desarrollo de una arquitectura de negocios que el presente grupo realizó.

Gracias a los conocimientos adquiridos, se identificó la misión y visión de la empresa elegida según los parámetros establecidos en el curso. Además, se tuvo que demostrar el funcionamiento de esta empresa con diferentes metodologías y modelos como lo son Zachman framework, EBM y EUP.

Este trabajo fue posible con la ayuda de herramientas para desarrollar los diferentes puntos que se nos asignaron. Por ejemplo, páginas web como Miro y Jamboard nos permitieron juntar nuestros aportes al mismo tiempo para desarrollar el Canvas, Foda, entre otros artefactos. Además, programas como Bizagi Modeler permitieron modelar correctamente los procesos internos.

En conclusión, podemos resaltar que el presente curso, Fundamentos en Arquitectura Empresarial nos ha dado un acercamiento más claro a lo que conlleva la estructura y funcionamiento de una empresa. Como lo son sus procesos, diagramas, modelos, áreas y mucho más. Gracias a lo aprendido podemos desarrollar una estructura empresarial considerando factores sociales y ambientales que nos brindará una visión más clara como profesionales.

Introducción

En este informe se describe la estructura empresarial de la empresa seleccionada por el grupo de trabajo, Tambo+. Se realizará un análisis completo de su estructura interna, incluyendo sus áreas funcionales y cómo esto les permitió ser una de las mejores marcas de conveniencia. También se abordarán temas como la misión y visión de la empresa, sus objetivos, las metodologías y procesos utilizados, y sus diagramas.

CAPÍTULO 1: Presentación

1.1. Descripción del negocio

Tambo+ es una cadena de tiendas de conveniencia en el Perú que ofrece una amplia variedad de productos para satisfacer las necesidades de sus clientes en cualquier momento del día. Su negocio principal es la venta de productos de consumo diario, como alimentos, bebidas, productos de cuidado personal, artículos para el hogar, entre otros.

Tambo+ se caracteriza por su presencia en ubicaciones estratégicas como gasolineras, universidades y centros comerciales, lo que facilita el acceso de los clientes a sus productos en cualquier momento y lugar. Además, Tambo+ ha desarrollado su propia marca de productos, ofreciendo una alternativa de calidad a precios asequibles.

La empresa también ha implementado servicios innovadores, como la venta de productos por delivery, la opción de pagar con aplicaciones móviles y la incorporación de cajeros automáticos dentro de sus tiendas. Estas estrategias han contribuido a consolidar su posición en el mercado peruano y a ser una de las empresas líderes en su sector.

En resumen, el negocio de Tambo+ en el Perú se enfoca en brindar productos de conveniencia y calidad, con ubicaciones estratégicas y servicios innovadores para satisfacer las necesidades de sus clientes de manera efectiva y eficiente.

1.2. Misión y Visión

Misión

La misión de la empresa es “Mejorar la vida de nuestros clientes y colaboradores” (Tiendas Tambo, 2015). Su ambición es superar las expectativas de los peruanos en cada interacción. Su objetivo es ser elegido como el mejor lugar para comprar y trabajar,

ofreciendo una experiencia superior a los clientes con un servicio amable, rápido, cómodo y fiable, enriqueciendo en última instancia las vidas de clientes y empleados.

Visión
La visión de Tambo es "Ser la practi-tienda con mayor número de establecimientos en el país" (Tiendas Tambo, 2015). Esta visión revela uno de los principales objetivos de la cadena: expandirse en cuanto al número de tiendas que posee.

CAPÍTULO 2: Marco teórico

2.1. Justificación de proyecto

El trabajo presente está desarrollado por el grupo número 1 conformado por estudiantes de la facultad de ingeniería de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. En donde, se realizará una investigación en base a la empresa Tambo, la cual es una cadena peruana de conveniencia enfocada principalmente a la venta de productos de alimentación, higiene personal, limpieza y demás, con alrededor de 7 años dentro del mercado. Asimismo, se busca aplicar todos los conocimientos necesarios que se estarán adquiriendo a lo largo del curso para analizar los procesos y estructuras que tiene la empresa. Por esta razón, elegimos aquella para de esa manera proponer una mejora para la optimización de procesos de acuerdo a la misión y visión de la misma.

2.2 Objetivos del proyecto

2.2.1. Objetivo general:

Mejorar la experiencia de compra y aumentar las ventas en todos los locales de Tambo en Perú, ofreciendo productos de precios accesibles al mercado actual y brindando una buena atención al cliente.

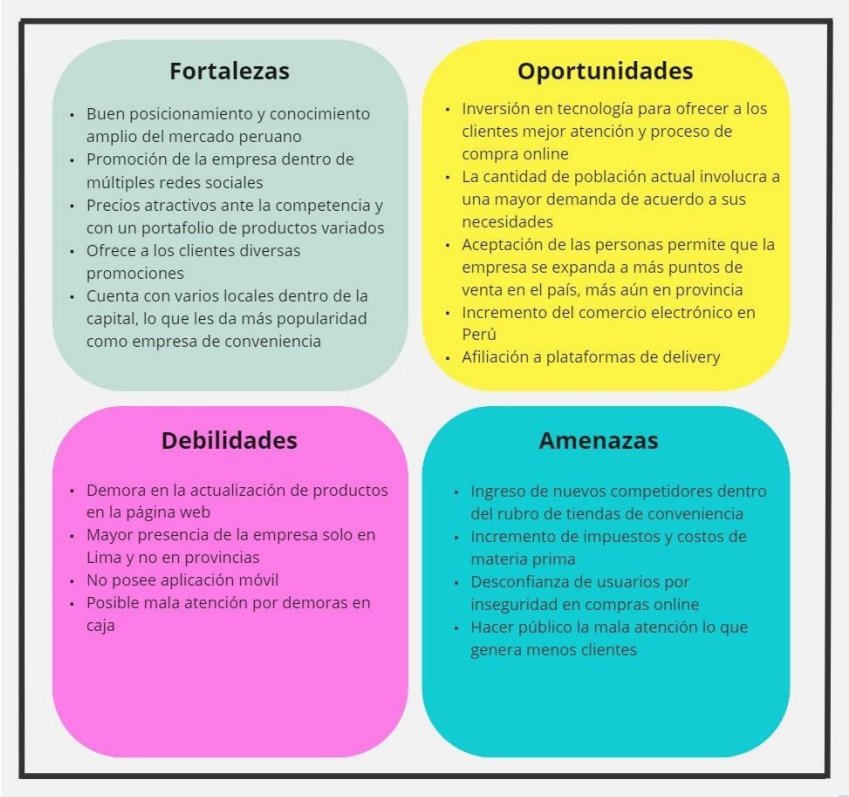
2.2.2. Objetivos específicos:

- Aumentar el conocimiento de la empresa por los medios de comunicación y redes sociales.
- Expandir la empresa, construyendo o abriendo más locales en todo el Perú.
- Analizar estrategias que permitan el incremento de ventas y ganancias.

- Desarrollar un canal informativo sobre la administración de recursos, ventas, ganancias y que se adapte a las demandas de los clientes.
- Identificar las oportunidades y estrategias que ayudará en la venta de productos y la expansión de la empresa

2.2.3. Modelo de Canvas:

2.2.4. FODA:



2.2.5. Cadena de Valor:

Infraestructura de la empresa: Actualmente, Tambo tiene más de 400 locales o sucursales abiertas en todo el Perú, además tienen como estrategia poder abrir aproximadamente 100 locales por año.				
Gestión de Recursos Humanos: La administración de RR.HH. está dividida en capacitación y diversidad en el ámbito laboral de la empresa. Es decir, el lugar de trabajo es un ambiente libre de incomodidades donde los trabajadores pueden laburar de buena manera.				
Desarrollo de la tecnología: Equipo para leer códigos de los productos, pago con tarjeta o monedero electrónico (Yape o Plin).				
Compras: Importaciones nacionales e internacionales de todo tipo de productos comestibles.				
Logística de entrada La compañía se encarga de traer variedad de productos para luego distribuirlos en los distintos locales.	**Operaciones** La empresa se encarga de la venta de productos peruanos e importados de otras nacionalidades comestibles.	**Logística de Salida** Para distribuir los productos a los locales, se tienen camiones que transportan hasta los consumidores	**Marketing y Ventas** La empresa realiza distintas campañas de publicidad, promociones y ofertas para dar una buena imagen y potenciar las ventas.	**Servicio** Como servicio, Tambo tiene servicio al cliente, dejando en su página web su correo y número para contactarlos.

2.2.6. Fuerzas Porter:

Poder de los clientes ● Es una cadena de tiendas importante debido a las promociones que ofrecen y la variedad de productos que tienen.	**Competidores** ● Tambo es la tienda de conveniencia más conocida, sin embargo, existen otras como Listo!, Oxxo y Mass que también venden una amplia variedad de productos.	**Amenaza de nuevos competidores** ● La competencia de Tambo puede aumentar, debido a que abrir una tienda de conveniencia no es tan complicado.
Amenaza de productos sustitutos ● Las tiendas pequeñas también venden diversos productos y con menor precio.		**Poder de los proveedores** ● El impacto de los proveedores es grande, ya que sin productos en sus tiendas, el negocio sería insostenible.

2.2.7. Diagrama de PESTEL:

Factores Políticos	**Factores Económicos**	**Factores Sociales**
Estabilidad del gobierno Política en el sector empresarial	Incremento en costo de los productos Impuestos	Expectativas del consumidor Diversidad de locales
Factores Tecnológicos	**Factores Ecológicos**	**Factores Legales**
Pago con tarjeta Pago con código QR Lector de código para los productos	Cambio climático	Leyes sobre venta de bebidas alcohólicas

2.3. Criterios de éxito

Los criterios de éxito de una empresa se refieren a los KPIS (Indicadores clave de desempeño). Por lo que es necesario definir las áreas en donde la empresa está teniendo éxito actualmente y determinar el estatus para cada una. A continuación, se muestran algunos indicadores o factores críticos de éxito los cuales la empresa “Tambo" podría estar utilizando. Cabe mencionar que esta información es de tipo confidencial ya que ofrece una ventaja competitiva frente a otras empresas, por lo que la información oficial está en posesión de la propia empresa.

- Crecimiento de la cadena de tiendas: Tambo presenta locales o sedes en distintas regiones del Perú, por consiguiente, su expansión es una gran medida de éxito la cual le da mayor presencia y popularidad. Actualmente se sabe que Tambo está presente en regiones como Lambayeque, Piura o Lima,

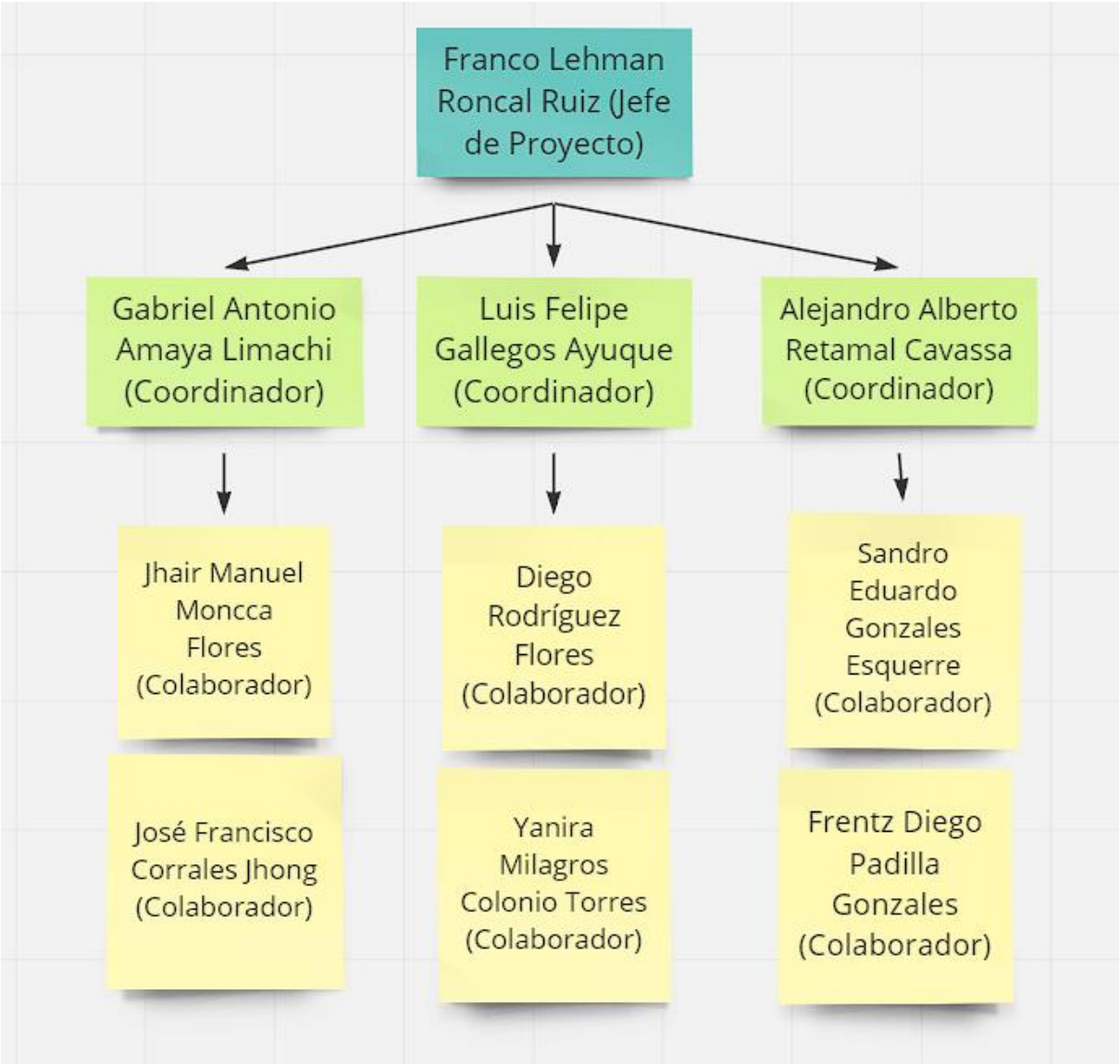
- Satisfacción del cliente: Tambo considera importante la satisfacción y experiencia del cliente en su visita, por lo que busca mejorar su comunicación con los clientes a través de encuestas de opinión, comentarios o publicidad en redes sociales y otras herramientas de retroalimentación.

- Efectiva segmentación de mercado: La empresa logró identificar eficazmente a su segmento objetivo, que son personas jóvenes entre 18 y 35 años. Como resultado, atienden a sus necesidades brindando servicios y productos variados y accesibles, los cuales hacen que la experiencia del consumidor sea cómoda económicamente y les convenga.

2.4. Alcance del proyecto

El propósito del proyecto actual es crear una arquitectura de negocio que evalúe las diferentes áreas funcionales de la empresa con el fin de mejorar los procesos que Tambo maneja internamente y, de esta manera, optimizar su operación.

2.5. Organización del proyecto



2.6. Riesgos

Los riesgos que se pueden identificar son los siguientes:

- Posibles retrasos debido a los distintos horarios de clase de los miembros del equipo.

- Dificultad para recopilar información actualizada de la empresa.
- Poca disposición de tiempo por múltiples trabajos.

2.7 Metodología del proyecto

2.7.1. Zachman Framework

El Zachman Framework es un modelo para la arquitectura empresarial que fue desarrollado por John Zachman en la década de 1980. Este modelo se utiliza para clasificar y organizar información sobre una empresa a través de seis perspectivas diferentes: ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Dónde?, ¿Quién?, ¿Cuándo? y ¿Por qué? Cada perspectiva representa un conjunto de preguntas que ayudan a definir la estructura, los procesos, la ubicación, las personas, el tiempo y los objetivos de una empresa.

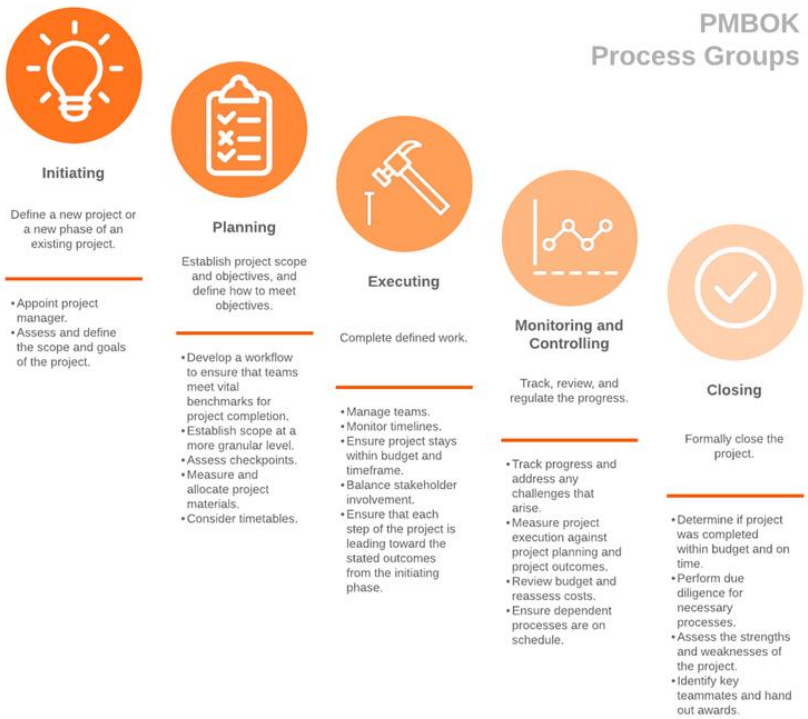
El Zachman Framework es utilizado por los arquitectos empresariales para ayudar a diseñar y gestionar la estructura y los procesos de una empresa de manera más eficaz y eficiente. Al utilizar este modelo, los arquitectos empresariales pueden identificar los elementos críticos de una empresa y cómo interactúan entre sí para lograr los objetivos comerciales. Esto les permite diseñar soluciones que son más efectivas y eficientes, y que se adaptan mejor a las necesidades específicas de la empresa.

	What (Data)	How (Function)	Where (Locations)	Who (People)	When (Time)	Why (Motivation)
Scope {contextual} Planner	List of things important to the business	List of processes that the business performs	List of locations in which the business operatses	List of organizations important to the business	List of events/ cycles important to the business	List of business goals/strategies
Enterprise Model {conceptual} Business Owner	e.g. Semantic Model	e.g. Business Process Model	e.g. Business Logistics System	e.g. Workflow Model	e.g. Master Schedule	e.g. Business Plan
System Model {logical} Designer	e.g. Logical Data Model	e.g. Application Architecture	e.g. Distributed System Architecture	e.g. Human Interface Architecture	e.g. Process Structure	e.g. Business Rule Model
Technology Model {physical} Implementer	e.g. Physical Data Model	e.g. System Design	e.g. Technology Architecture	e.g. Presentation Architecture	e.g. Control Structure	e.g. Rule Design
Detailed Representation {out-of-context} Subcontractor	e.g. Data Definition	e.g. Program	e.g. Network Architecture	e.g. Security Architecture	e.g. Timing Definition	e.g. Rule Definition
Functioning System	e.g. Data	e.g. Function	e.g. Network	e.g. Organization	e.g. Schedule	e.g. Strategy

Nota: Adaptado de Zachman Framework, por Scott W. Ambler, 2005. Recuperado de: http://enterpriseunifiedprocess.com/essays/zachmanFramework.html

2.7.2. PMBOK

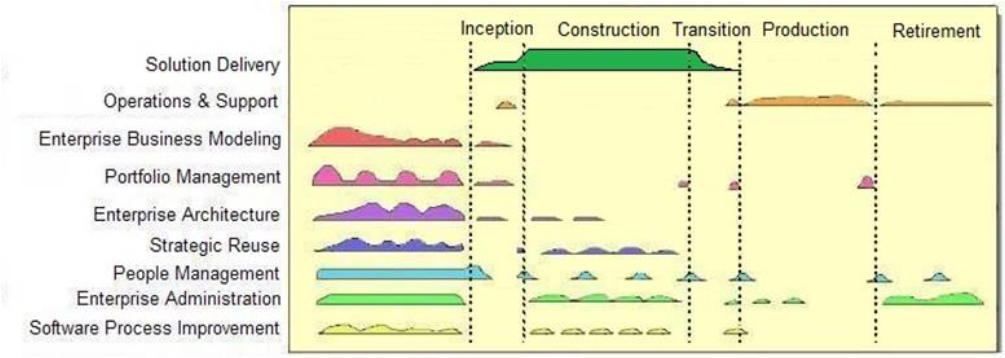
PMBOK es un acrónimo para Project Management Body of Knowledge, que en español significa Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos. Es una guía de mejores prácticas para la gestión de proyectos publicada por el Project Management Institute (PMI). Esta guía describe los conocimientos, herramientas y técnicas necesarias para la gestión eficaz de proyectos y se utiliza como una referencia en todo el mundo por profesionales de la gestión de proyectos de diferentes sectores e industrias. PMBOK es un estándar global para la gestión de proyectos que proporciona una base sólida para la planificación, ejecución, seguimiento y control de proyectos exitosos.



Nota: Adaptado de PMBOK, por Lucidchart. Recuperado de: https://www.lucidchart.com/blog/es/que-es-la-guia-pmbok-en-la-direccion-de-proyectos

2.7.3. EUP

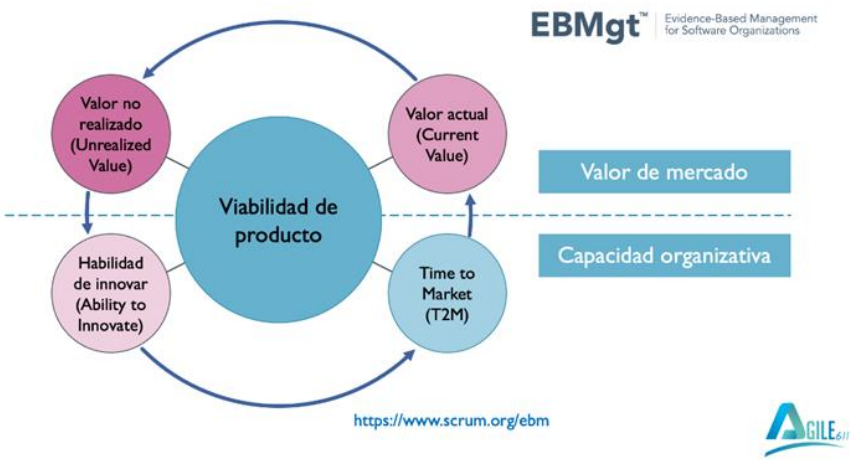
EUP (Enterprise Unified Process) es un marco de trabajo de desarrollo de software de ciclo de vida completo que se centra en la gestión y el control del proceso de desarrollo de software. Es una extensión del proceso de software RUP (Rational Unified Process) que se enfoca en el desarrollo de sistemas empresariales. EUP se centra en la colaboración de equipos, la mejora continua, la adaptación a los cambios y la entrega de soluciones de software de alta calidad para empresas.



Nota: Adaptado de EUP, 2006. Recuperado de: https://enterpriseunifiedprocess.com

2.7.4. EBM

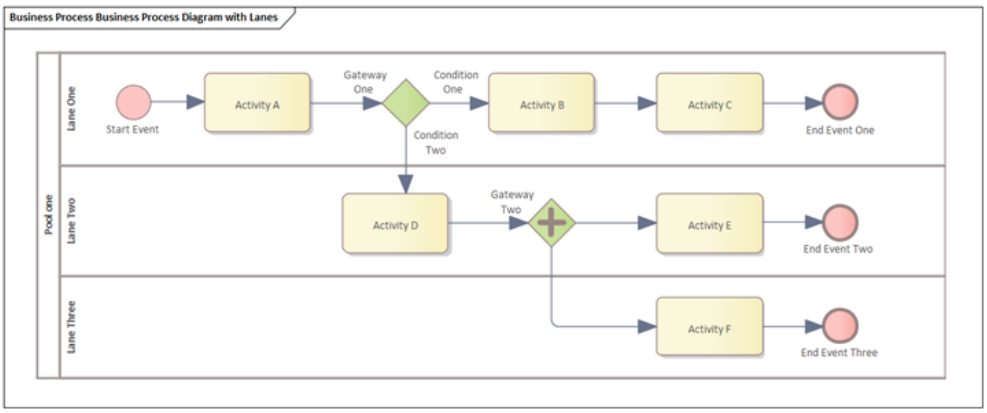
EBM (Evidence-Based Management) es un enfoque para la toma de decisiones en las organizaciones que se basa en la evidencia y los datos en lugar de en la intuición o las opiniones personales. Este enfoque utiliza la recopilación, análisis y evaluación de datos para informar la toma de decisiones en una empresa, con el objetivo de mejorar la eficacia y eficiencia en la gestión de los negocios. EBM se enfoca en identificar, recolectar y analizar la información pertinente para tomar decisiones informadas, y en asegurar que se tomen medidas basadas en los resultados de dichos análisis.



Nota: Adaptado de EBM, por Ken Schwaber, 2021. Recuperado de: https://www.agile611.com/que-es-el-evidence-based-management/

2.7.5. BPMN

BPMN (Business Process Model and Notation) es un lenguaje de modelado gráfico para la representación de procesos de negocio. Este lenguaje proporciona una notación estándar para la visualización de procesos empresariales complejos y ayuda a los usuarios a comprender mejor los flujos de trabajo y la secuencia de actividades en una empresa. BPMN se utiliza para documentar, analizar, mejorar y automatizar los procesos de negocio, y es una herramienta valiosa para la gestión de procesos empresariales.



Nota: Adaptado de Business Process Model and Notation, por SPARX. Recuperado de: https://sparxsystems.com/enterprise_architect_user_guide/15.2/model_domains/bpmn_1_4.html

2.7.6. Elementos de la notación BPMN

- Objetos de flujo (flow objects): Objetos de flujo: son elementos que representan las actividades y tareas que se realizan en el proceso. Estos objetos incluyen:
    - Eventos: representan el inicio, fin o interrupción del proceso, como eventos de inicio, fin, de error o temporales.
    - Actividades: representan el trabajo que se realiza en el proceso, como tareas manuales o automatizadas.
    - Compuertas: representan las decisiones que se toman en el proceso, como bifurcaciones y convergencias.

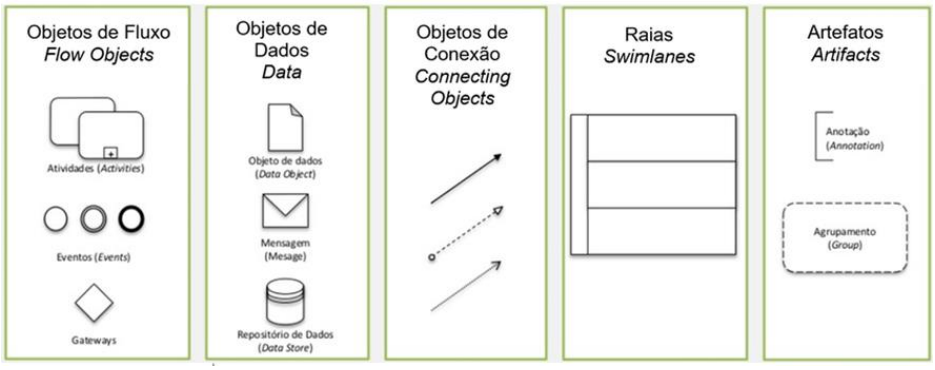
- Objetos de conexión (connecting objects): Son elementos que representan la secuencia de actividades en el proceso, incluyendo las flechas de flujo que indican el orden en que se realizan las tareas. Estos objetos incluyen:
    - Flujo de secuencia: conecta los objetos de flujo de trabajo y representa la secuencia de actividades en el proceso.
    - Mensajes: conectan objetos de flujo de trabajo en diferentes piscinas y representan la comunicación entre participantes.
    - Asociación: conecta objetos de flujo de trabajo a artefactos o datos para proporcionar información adicional.

- Carriles de piscina (swimlanes): Representan a los participantes en el proceso, como los departamentos o los equipos de trabajo. Los carriles de piscina pueden dividirse en carriles de proceso y carriles de participante.

- Artefactos (artifacts): Proporcionan información adicional sobre el proceso, como notas, comentarios o reglas de negocio. Estos objetos incluyen:
    - Objetos de datos: representan los datos que se utilizan en el proceso.
    - Anotaciones: proporcionan información adicional sobre el proceso, como notas o comentarios.

- Grupos: agrupan objetos relacionados en el proceso.

- Datos (data): Son elementos que representan los datos que se utilizan en el proceso, como entradas, salidas y objetos de datos. Estos objetos incluyen:
    - Objetos de datos: representan los datos que se utilizan en el proceso.
    - Almacenamiento de datos: representa el almacenamiento de datos en el proceso.
    - Artefactos de datos: proporcionan información adicional sobre los datos utilizados en el proceso.



Nota: Adaptado de BPMN, por Fabiana Masson, 2018. Recuperado de: https://www.researchgate.net/figure/Figura-3-Classes-de-elementos-de-BPMN-com-alguns-exemplos_fig3_327273161

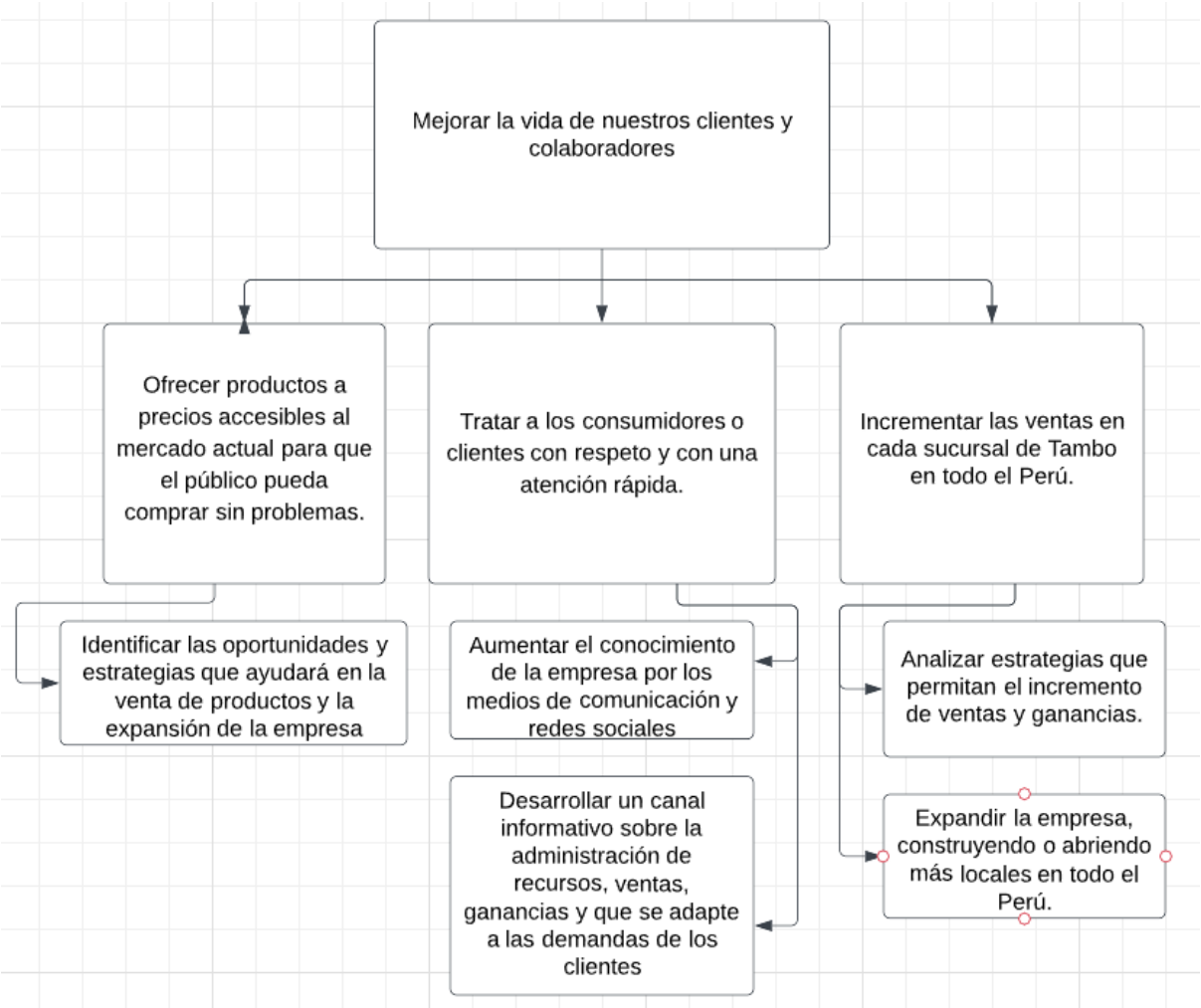
2.7.7. PM

La gestión de proyectos (PM, por sus siglas en inglés) es el proceso de planificar, organizar, ejecutar y controlar los recursos y actividades necesarios para alcanzar los objetivos de un proyecto específico. La gestión de proyectos implica el uso de herramientas y técnicas para administrar eficazmente el alcance del proyecto, el tiempo, el costo, la calidad, los riesgos, la comunicación y los recursos humanos. El objetivo de la gestión de proyectos es lograr los objetivos del proyecto dentro del presupuesto, en el tiempo y con la calidad deseada, mientras se minimiza el riesgo y se maximiza la satisfacción del cliente. La gestión de proyectos se utiliza en una amplia variedad de industrias y se considera una habilidad valiosa para los líderes empresariales y los gerentes de proyecto.

Nota: Adaptado de Project Manager Competencies, por pmis, 2015. Recuperado de: https://www.pmis-consulting.com/the-real-role-and-responsibilities-of-project-managers/

CAPÍTULO 3: ARTEFACTOS EBM

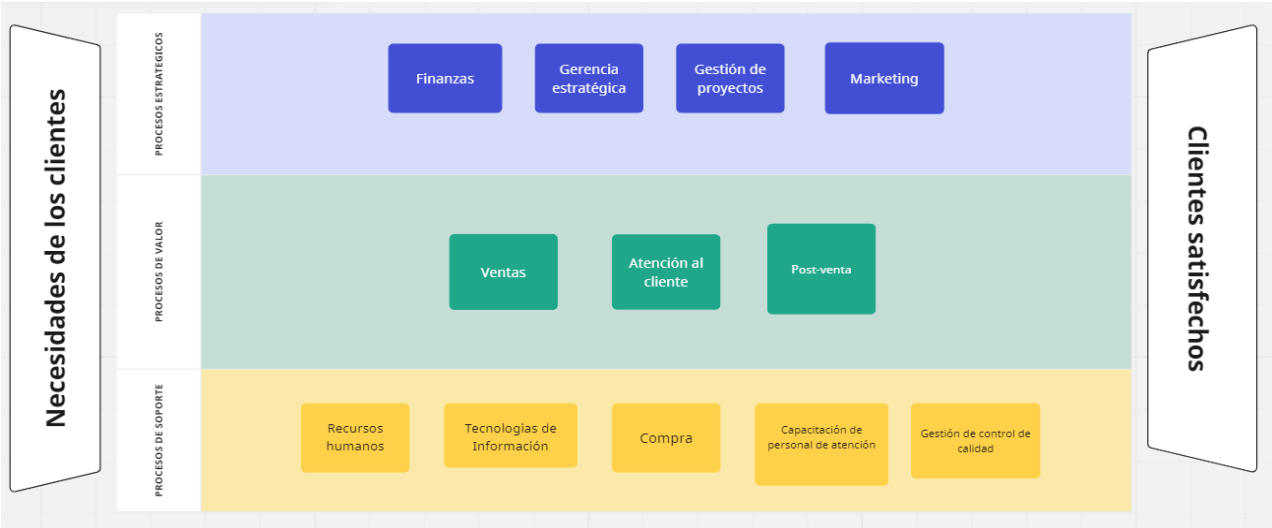
3.1. Diagrama de Objetivos



Nota: Elaboración propia

3.2. Mapa de Macroprocesos

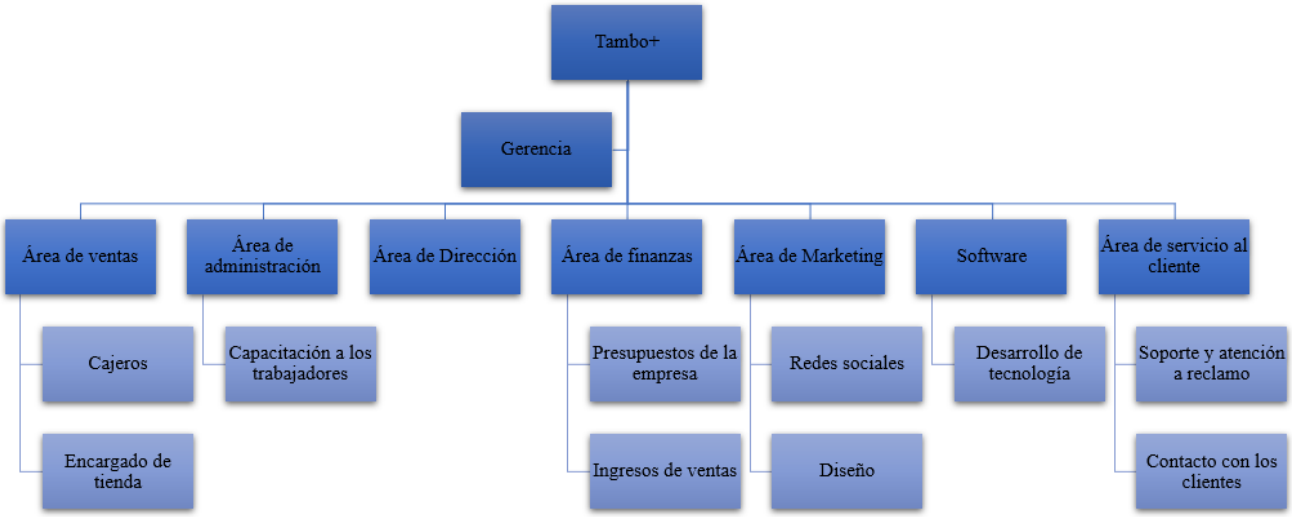
El mapa de macroprocesos consiste en agrupar diferentes procesos todos con un mismo propósito. Tenemos tres de ellos: macroprocesos estratégicos (evalúa cómo alcanzar los objetivos de una empresa), macroprocesos misionales (sustentan la razón de ser de un negocio) y los macroprocesos de soporte (conocidas también como de apoyo).



Nota: Elaboración propia

3.3. Diagrama de Organización

El diagrama mostrado a continuación tiene como principal objetivo indicar cómo se evalúa la jerarquía y estructura en base a las áreas y cargos dentro de una empresa, para este caso se muestra el diagrama de organización de Tambo+.



Nota: Elaboración propia

3.4. Listado de Áreas Funcionales

Listado de áreas funcionales:

Áreas	Descripción
Dirección	Es aquella encargada de liderar y coordinar las actividades y recursos de una organización para alcanzar sus objetivos. Esta área es fundamental para el éxito de cualquier empresa, ya que es la encargada de establecer la visión y estrategias de la organización, así como de motivar y guiar al equipo hacia su cumplimiento.
Administración	Es fundamental para la eficiencia y el éxito de cualquier organización, y requiere de profesionales altamente capacitados y comprometidos, que sean capaces de gestionar de manera efectiva los recursos de la empresa.
Finanzas	Encargada de la gestión de los recursos económicos de la empresa, incluyendo el control de ingresos y gastos, la elaboración de presupuestos y la gestión de inversiones.
Marketing	Encargada de la gestión y promoción de los productos o servicios de la empresa, incluyendo el análisis de mercado, la investigación de mercado, la planificación de estrategias de publicidad y la gestión de la relación con los clientes.
Recursos Humanos	Encargada de la gestión de los recursos humanos de la empresa, incluyendo la selección, capacitación, motivación y evaluación del desempeño de los empleados.
Logística	Encargada de la gestión de la cadena de suministro de la empresa, incluyendo la planificación, coordinación y control del transporte, almacenamiento y distribución de productos.
Ventas	Encargada de la gestión y promoción de los productos o servicios de la empresa, incluyendo la identificación de oportunidades de venta, la negociación de contratos y la gestión de la relación con los clientes.
Gestión de proyectos	Encargada de la planificación, coordinación y control de los proyectos de la empresa, incluyendo la gestión de recursos y la supervisión del cumplimiento de los objetivos.

Capacitación	Encargada de la capacitación y formación de los empleados de la empresa, con el objetivo de mejorar sus habilidades y conocimientos.
Software	Encargada del desarrollo y mantenimiento de sistemas y aplicaciones informáticas para la empresa.
Atención al cliente	Encargada de brindar atención y soporte a los clientes de la empresa, incluyendo la gestión de reclamos y consultas.
Gestión y Control de la Calidad	Encargada de garantizar la calidad de los productos o servicios de la empresa, incluyendo la implementación de políticas y procedimientos de control de calidad y la gestión de la satisfacción del cliente.

3.5. Justificación de procesos - objetivos

Se muestra en el siguiente cuadro cuáles son los procesos partícipes de se deben cumplir de acuerdo a los objetivos de la empresa Tambo.

Objetivos/Macroprocesos		Finanzas	Gerencia Estratégica	Gestión de Proyectos	Marketing	Ventas	Atención al cliente	Post-venta	RR.HH.	Tecnologías de Información	Compra	Capacitación de personal de atención	Gestión de control de calidad
Vender productos de buena calidad y buena atención al cliente	Ofrecer productos a precios accesibles al mercado actual para que el público pueda comprar sin problemas.	X		X	X	X				X	X		X
	Tratar a los consumidores o clientes con respeto y con una atención rápida.		X				X		X			X	
Aumentar las ganancias y ventas de la empresa para expandirla	Incrementar las ventas en cada sucursal de Tambo en todo el Perú.	X						X			X		
	Expandir la empresa, construyendo o abriendo más locales en todo el Perú.		X	X					X		X	X	
	Analizar estrategias que permitan el incremento de ventas y ganancias.		X	X						X			X
	Identificar las oportunidades y estrategias que ayudará en la venta de productos y la expansión de la empresa		X			X			X	X			X

3.6. Reglas de negocio

Nro.	Código	Descripción	Entidad	Tipo
1	**RN-01**	Si un lote de productos producidos contiene uno solo defectuoso, entonces se procederá a hacer una revisión a todo el lote.	Técnico de Control de Calidad	Restricciones
2	**RN-02**	Las estrategias de marketing (publicaciones, asociaciones con influencers, anuncios) deben ser aprobadas por el área correspondiente.	Informe de estrategias y objetivos	Restricciones
3	**RN-03**	Los empleados deben cumplir con todos los protocolos de bioseguridad.	Empleado	Restricciones
4	**RN-04**	Los empleados deberán marcar asistencia a su hora asignada con un máximo de 15 minutos de retraso.	Empleado	Restricciones
5	**RN-05**	Se debe dar una capacitación previa a los empleados.	Área de recursos humanos	Restricción
6	**RN-06**	Interacción con los clientes y canales por los que se comunicara con este	Ventas	Derivaciones
7	**RN-07**	Los productos que se van a adquirir deben pasar todos por un control de estándar de calidad.	Gestor de control y calidad	Restricción
8	**RN-08**	Se podrán faltar como máximo de 3 días en el mes.	Empleado	Restricciones
9	**RN-09**	De pasar la cantidad máxima de días de falta se procederá a abrir un caso por abandono de trabajo.	Empleado	Restricciones
10	**RN-10**	La información de la empresa es exclusiva de las áreas correspondientes. Cualquier filtración será considerada como un delito.	Informe de Estudio de mercado	Restricción

11	**RN-11**	Las áreas están estrictamente autorizadas solo al personal correspondiente.	Gerente de área funcional	Restricción
12	**RN-12**	Una vez confirmada la compra por el Usuario, no será posible cancelar o devolver el pedido a través de los Sitios de E-Commerce.	Gerente de área funcional	Restricción
13	**RN-13**	Toda transacción debe ser documentado dentro de la empresa	Finanzas	Existencia
14	**RN-14**	Cálculo del costo del impuesto por el costo de la renta	Ventas	Derivaciones

3.7. Definición de Stakeholders:

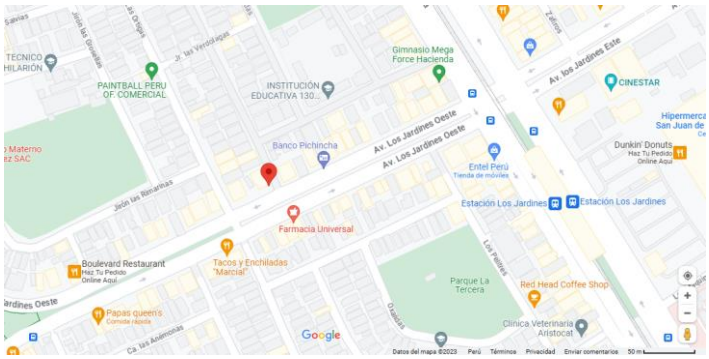
Stakeholder	Definición
Accionistas	Los propietarios o inversores de una empresa que han invertido en la empresa y esperan recibir un retorno de su inversión. Los accionistas también pueden influir en la dirección estratégica de la empresa.
Empleados	Las personas que trabajan en la empresa, incluyendo desde el personal de limpieza hasta los ejecutivos. Los empleados pueden ser un recurso valioso para la empresa y pueden influir en la cultura y el clima laboral.
Inversionistas	Las personas o empresas que invierten en la empresa con el objetivo de obtener una ganancia a largo plazo. Los inversionistas pueden ser accionistas o no, y pueden tener diferentes objetivos de inversión y niveles de influencia en la empresa.
Clientes	Los consumidores o usuarios de los productos o servicios de la empresa. Los clientes son fundamentales para el éxito de la empresa y su satisfacción puede afectar directamente la reputación y las ventas.
Proveedores	Los proveedores de materias primas, insumos o servicios que la empresa necesita para operar. Los proveedores pueden influir en los costos, la calidad y la disponibilidad de los productos o servicios de la empresa.
Competidores	Las empresas que compiten directamente con la empresa en el mercado. Los competidores pueden influir en los precios, la innovación y la estrategia de la empresa.
Comunidad	Las personas y organizaciones en el entorno de la empresa,

	incluyendo desde los vecinos hasta los grupos de interés. La comunidad puede verse afectada por las operaciones de la empresa y puede influir en la reputación y la licencia social de la empresa.
Gobierno	Las autoridades y organismos gubernamentales que regulan y supervisan la actividad empresarial. El gobierno puede establecer regulaciones y políticas que afecten a la empresa y su industria.
Medio ambiente	El entorno natural y los recursos naturales utilizados por la empresa. La empresa puede impactar en el medio ambiente a través de sus operaciones, y el medio ambiente puede influir en la disponibilidad y el costo de los recursos utilizados por la empresa.

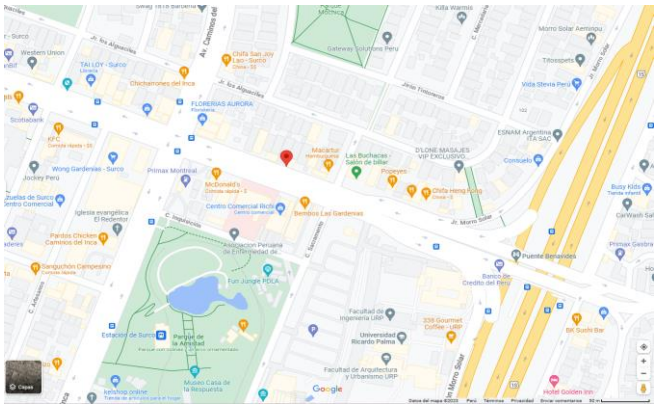
3.8. Mapa de ubicación

A continuación, sólo se mostrarán algunas de las 400 sedes que alberga Tambo dentro Lima y provincias, debido a que esta empresa no cuenta con un establecimiento central. La mayoría de estas sedes se encuentran ubicadas en distritos como Santiago de Surco, San Juan de Lurigancho y Miraflores.

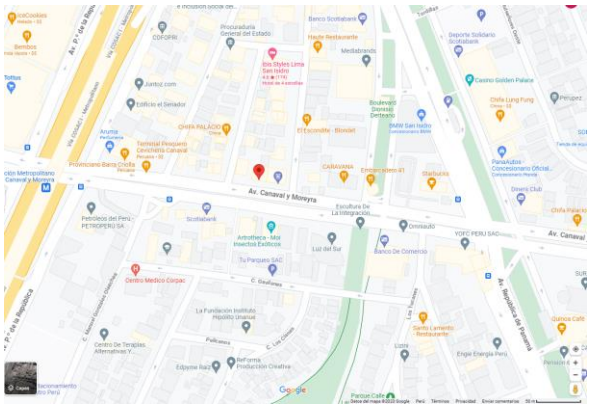
- **Dirección 1:**
  Avenida Los Jardines Oeste 194, Urb San Hilarion Etapa 2, San Juan de Lurigancho 15419, Perú



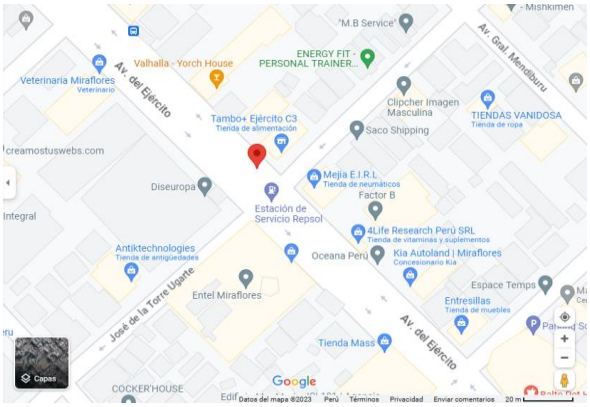
- **Dirección 2:**
  Avenida Alfredo Benavides 5371, Urb las Gardenias Etapa 2, Santiago de Surco, Perú.



Avenida Canaval y Moreyra 341, Cercado de Lima, Cercado de Lima, Perú



- **Dirección 4:**
  Avenida del Ejército 300, Urb Santa Cruz, Miraflores, Perú



3.9. Mapeo Actor-Ubicación

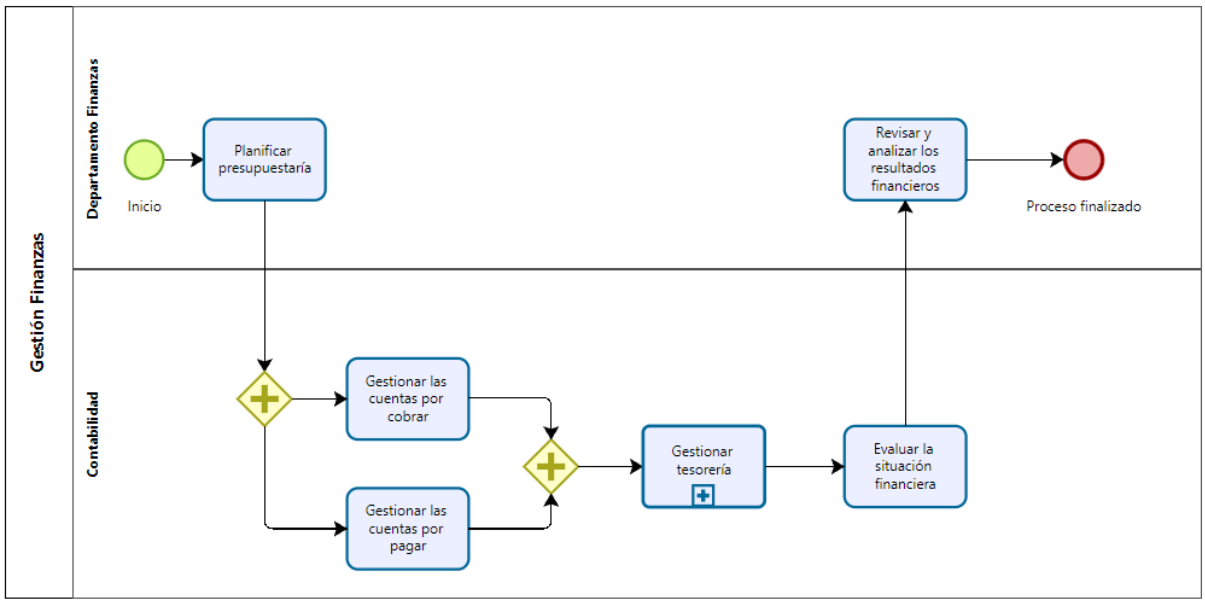
MAPA ACTOR-UBICACIÓN	Local de Tambo	Independiente
Clientes	**X**	
Personal de atención	**X**	
Contador		**X**
Personal de limpieza	**X**	
Área de finanzas		**X**
Personal de administración		**X**

3.10. Desarrollo de procesos

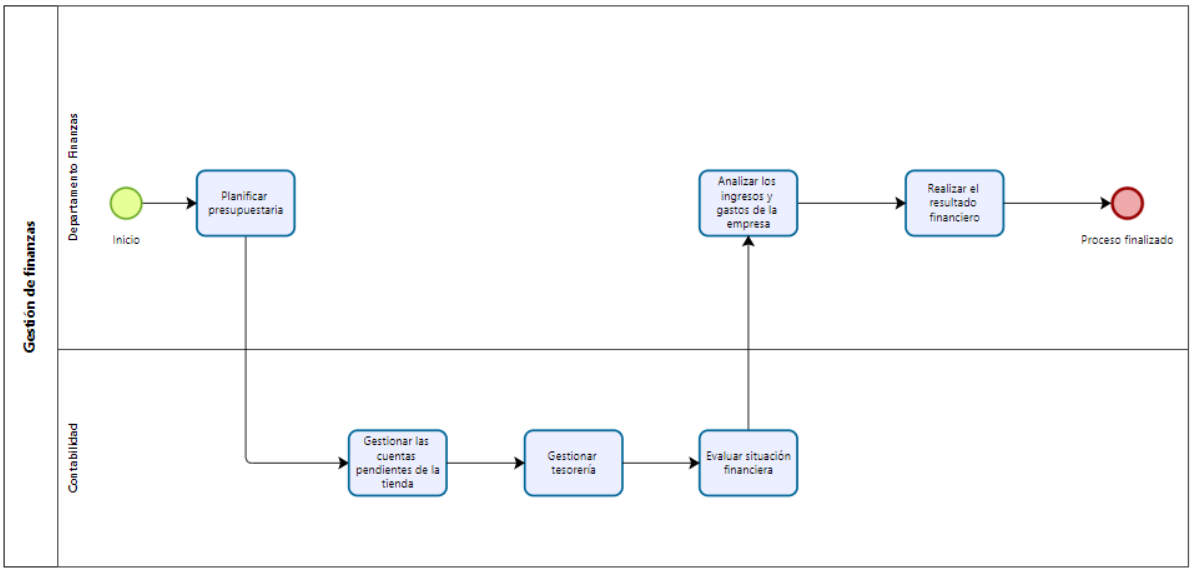
3.10.1 Macroprocesos Estratégicos

3.10.1.1 Gestion Finanzas

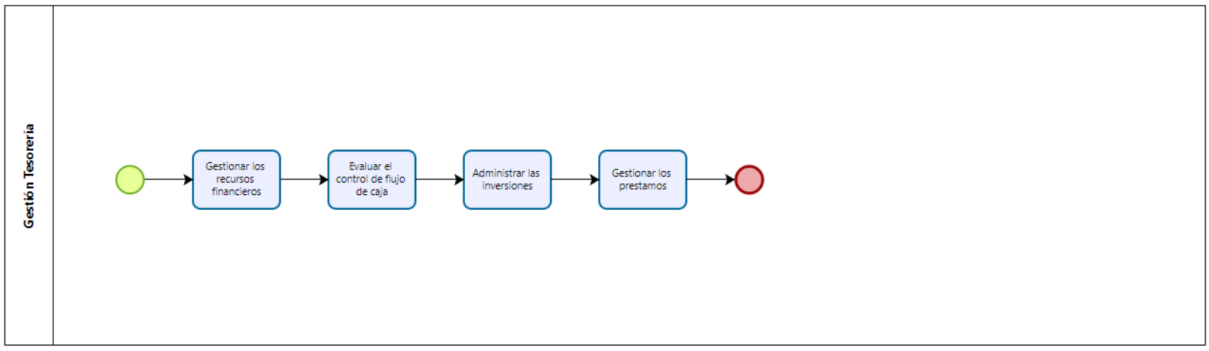
As is:



To be:



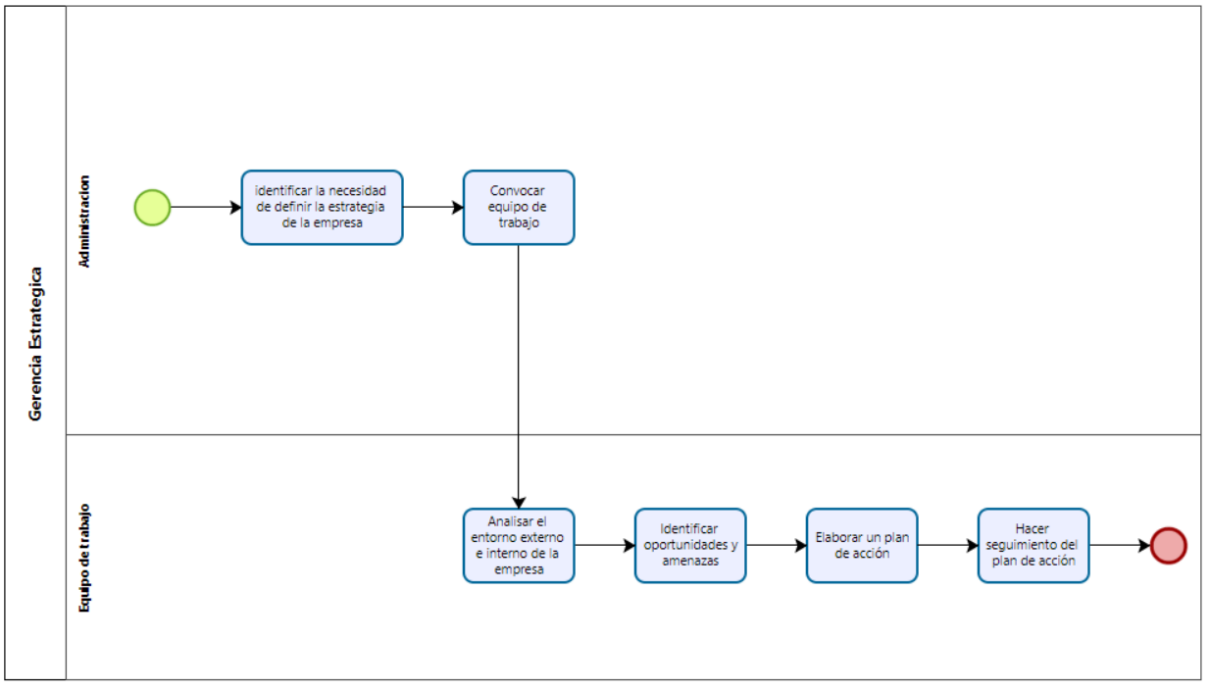
Macroproceso de Gestión de Finanzas					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Planificar presupuestaria	El departamento de Finanzas planifica el presupuesto de la empresa	Departamento Finanzas
2	Planificar presupuestaria	Reunir datos del presupuesto de la empresa	Gestionar las cuentas por cobrar Gestionar las cuentas por pagar	Los encargados de contabilidad gestionan las cuentas pendientes de la empresa	Contabilidad
3	Gestionar las cuentas por cobrar Gestionar las cuentas por pagar	Gestionar las cuentas pendientes de Tambo	Gestionar tesorería	El área de contabilidad gestionan la tesorería	Contabilidad
4	Gestionar tesorería	Administrar la tesorería	Evaluar la situación financiera	Contabilidad administra y evalúa la situación financiera	Contabilidad
5	Evaluar la situación financiera	Evaluar la situación financiera de la empresa	Revisar y analizar los resultados financieros	El departamento de finanzas revisa y analiza los resultados financieros	Departamento Finanzas



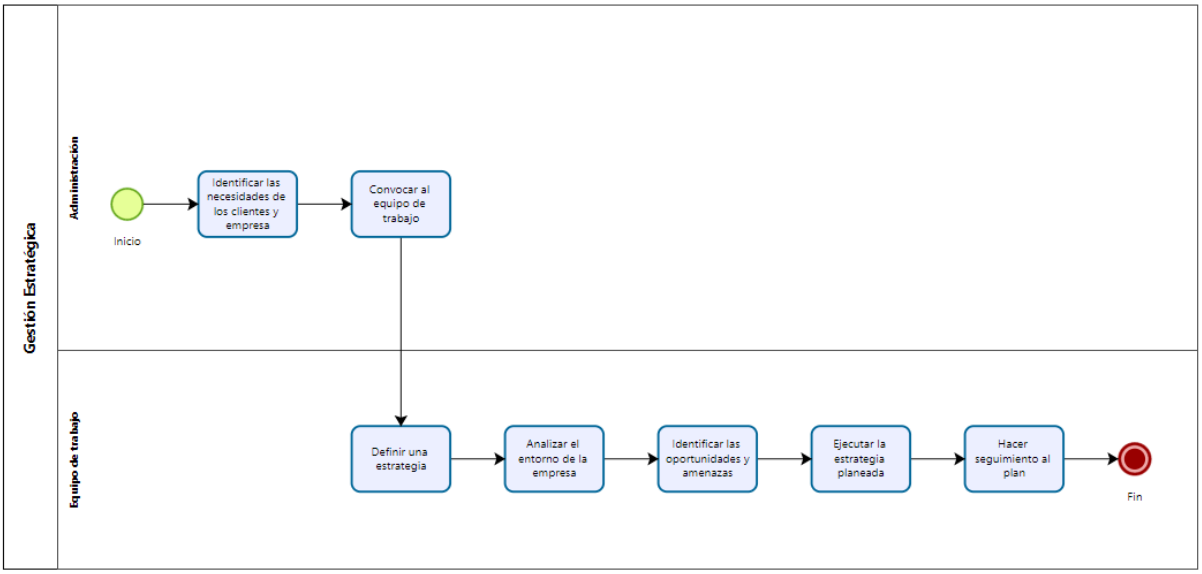
Subproceso de Gestión Tesorería					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Gestionar los recursos financieros	Contabilidad gestiona los resultados financieros	Contabilidad
2	Gestionar los recursos financieros	Gestionar los recursos financieros	Evaluar el control de flujo de caja	El área de contabilidad evalúa el control de flujo de caja	Contabilidad
3	Evaluar el control de flujo de caja	Evaluar los el control de flujo	Administrar las inversiones	Contabilidad administra las inversiones que realiza la empresa	Contabilidad
4	Administrar las inversiones	Gestionar las inversiones de la empresa	Gestionar los préstamos	El área de contabilidad gestiona los préstamos	Contabilidad

3.10.1.2 Gerencia Estrategica

As is:



To be:

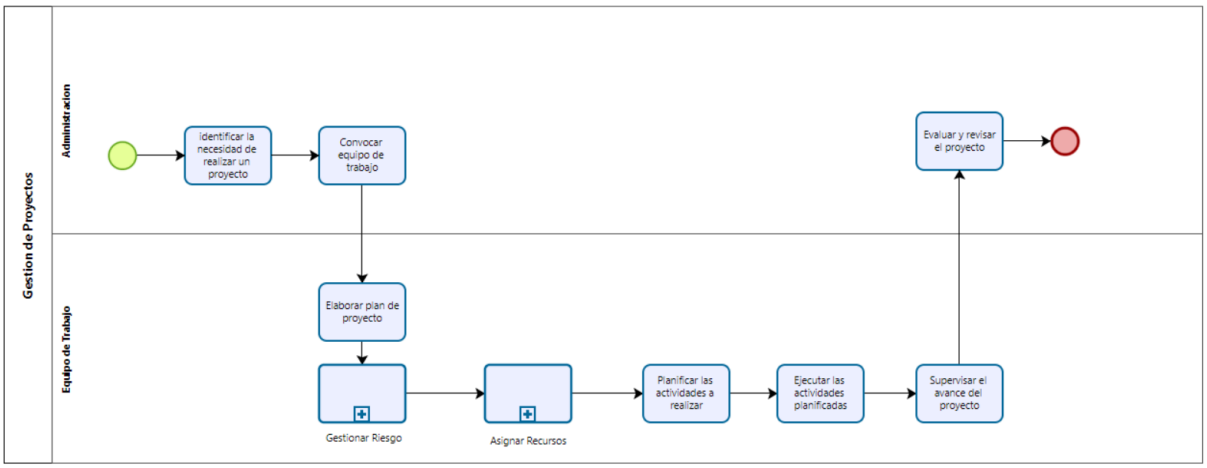


Macroproceso de Gerencia Estratégica					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Identificar la necesidad de definir la estrategia de la empresa	El equipo de administración identifica las necesidades para definir una estrategia	Administración
2	Identificar la	Identificar las	Convocar	Administración	Administración

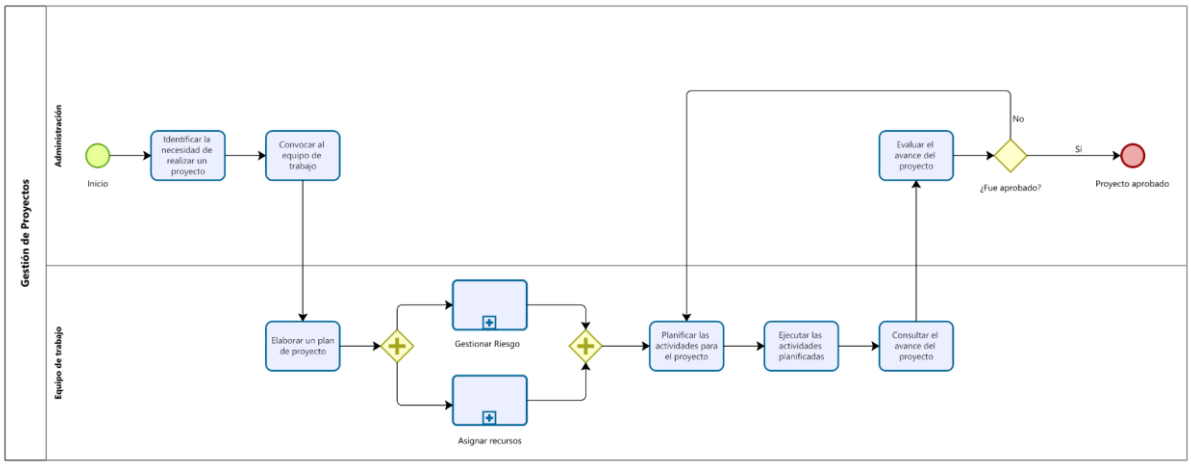
	necesidad de definir la estrategia de la empresa	necesidades de la definición de estrategia de Tambo	equipo de trabajo	convoca a los miembros del equipo de trabajo	
3	Convocar equipo de trabajo	Contactar a los miembros del equipo de trabajo	Analizar el entorno externo e interno de la empresa	El equipo de trabajo analiza el entorno de la empresa	Equipo de trabajo
4	Analizar el entorno externo e interno de la empresa	Realizar un análisis de la empresa	Identificar oportunidades y amenazas	El equipo de trabajo identifica las oportunidades y amenazas	Equipo de trabajo
5	Identificar oportunidades y amenazas	Identificar las oportunidades y amenazas	Elaborar un plan de acción	El equipo de trabajo elabora un plan de acción	Equipo de trabajo
6	Elaborar un plan de acción	Elaborar el plan de acción de la empresa	Hacer seguimiento del plan de acción	El equipo de trabajo realiza un seguimiento de plan de acción	Equipo de trabajo

3.10.1.3 Gestión de proyectos

As is:



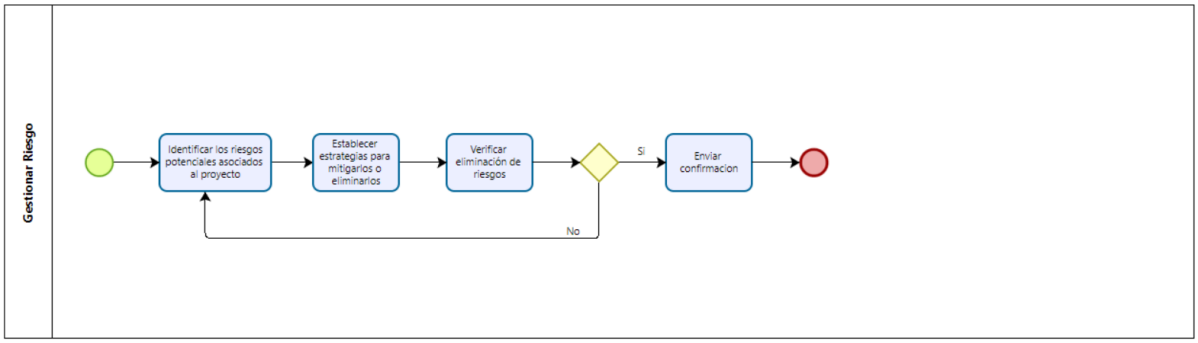
To be:



Macroproceso de Gestión de Proyectos					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Identificar la necesidad de realizar un proyecto	Administración identifica las necesidades para realizar un proyecto	Administración
2	Identificar la necesidad de realizar un proyecto	Identificar las necesidades del proyecto	Convocar equipo de trabajo	El área de administración convoca al equipo de trabajo	Administración
3	Convocar equipo de trabajo	Contactar con los miembros del equipo	Elaborar un plan de proyecto	El equipo de trabajo elabora un plan de proyecto	Equipo de Trabajo
4	Elaborar un plan de proyecto	Realizar un plan	Gestionar riesgo	El equipo de trabajo gestiona los riesgos del plan	Equipo de Trabajo
5	Gestionar riesgo	Gestionar los riesgos	Asignar recursos	El equipo de trabajo asigna los riesgos para el plan	Equipo de Trabajo
6	Asignar recursos	Asignar los recursos	Planificar las actividades a realizar	El equipo de trabajo planifica las actividades para el plan	Equipo de Trabajo
7	Planificar las actividades a realizar	Planificar las actividades para el proyecto	Ejecutar las actividades planificadas	El equipo de trabajo ejecuta las actividades planificadas	Equipo de Trabajo

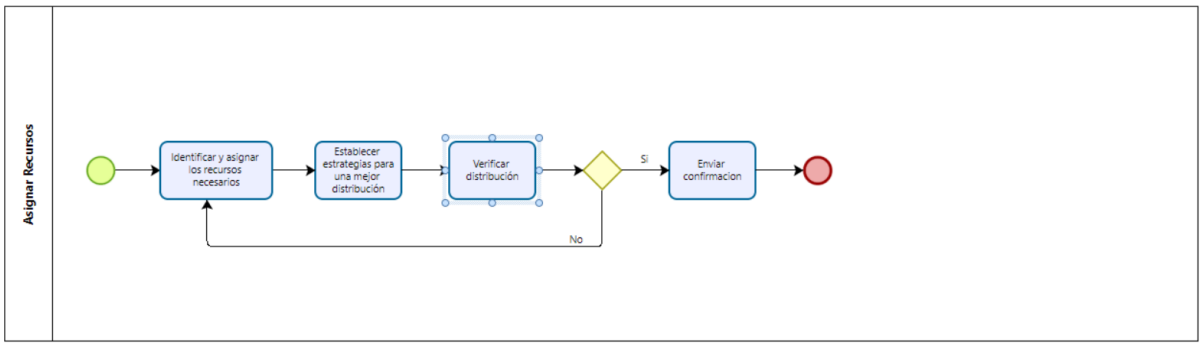
8	Ejecutar las actividades planificadas	Realizar las actividades planificadas antes	Supervisar el avance del proyecto	El equipo de trabajo supervisa el avance del proyecto	Equipo de Trabajo
9	Supervisar el avance del proyecto	Dar seguimiento al avance del proyecto	Evaluar y revisar el proyecto	El área de administración evalúa y revisa el proyecto	Administración

3.10.1.3.1. Subproceso Gestionar Riesgo



Subproceso de Gestionar Riesgo					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Identificar los riesgos potenciales asociados al proyecto	El equipo de trabajo identifica los riesgos potenciales asociados del proyecto	Equipo de trabajo
2	Identificar los riesgos potenciales asociados al proyecto	Identificar los riesgos del proyecto	Establecer estrategias para mitigarlos o eliminarlos	El equipo de trabajo establece estrategias para mitigarlos o eliminarlos	Equipo de trabajo
3	Establecer estrategias para mitigarlos o eliminarlos	Establecer las estrategias para ver cuales mitigar o eliminar	Verificar eliminación de riesgos	El equipo de trabajo verifica la eliminación de los riesgos	Equipo de trabajo
4	Verificar eliminación de riesgos	Verificar los riesgos eliminados	Enviar información	El equipo de trabajo envía información	Equipo de trabajo

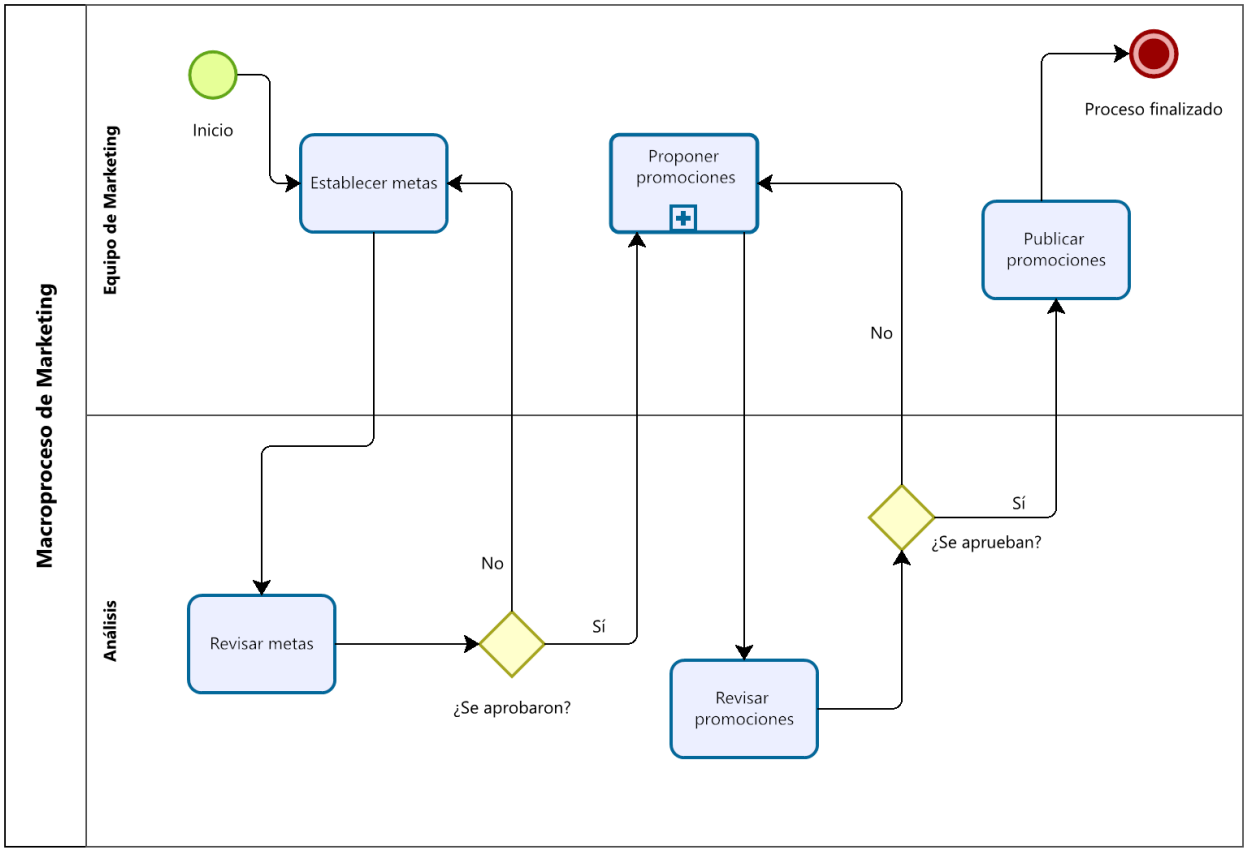
3.10.1.3.2. Subproceso Asignar Recursos



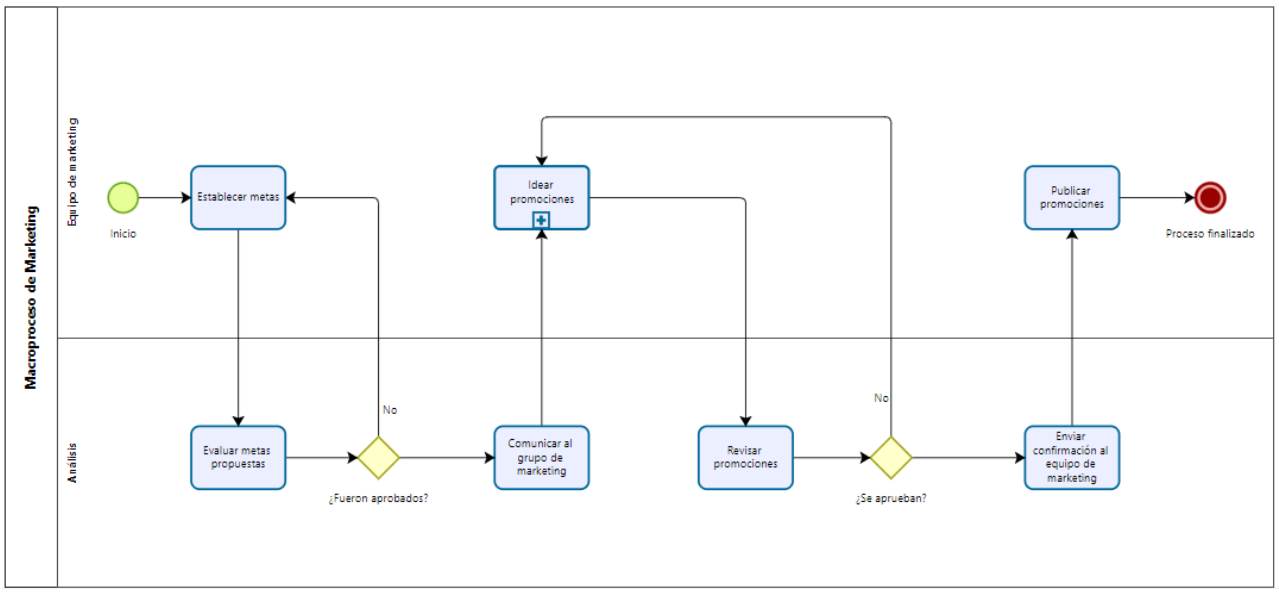
Subproceso de Asignar recursos					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Identificar y asignar los recursos necesarios	El equipo de trabajo identifica y asigna los recursos necesarios	Equipo de trabajo
2	Identificar y asignar los recursos necesarios	Identificar la asignación de recursos humanos	Establecer estrategias para una mejor distribución	El equipo de trabajo establece estrategias para una mejor distribución	Equipo de trabajo
3	Establecer estrategias para una mejor distribución	Establecer estrategias para la distribución	Verificar distribución	El equipo de trabajo verifica la distribución	Equipo de trabajo
4	Verificar distribución	Realizar una verificación de la distribución	Enviar confirmación	El equipo de trabajo envía confirmación del proceso.	Equipo de trabajo

3.10.1.4 Macroproceso de Marketing

As is:



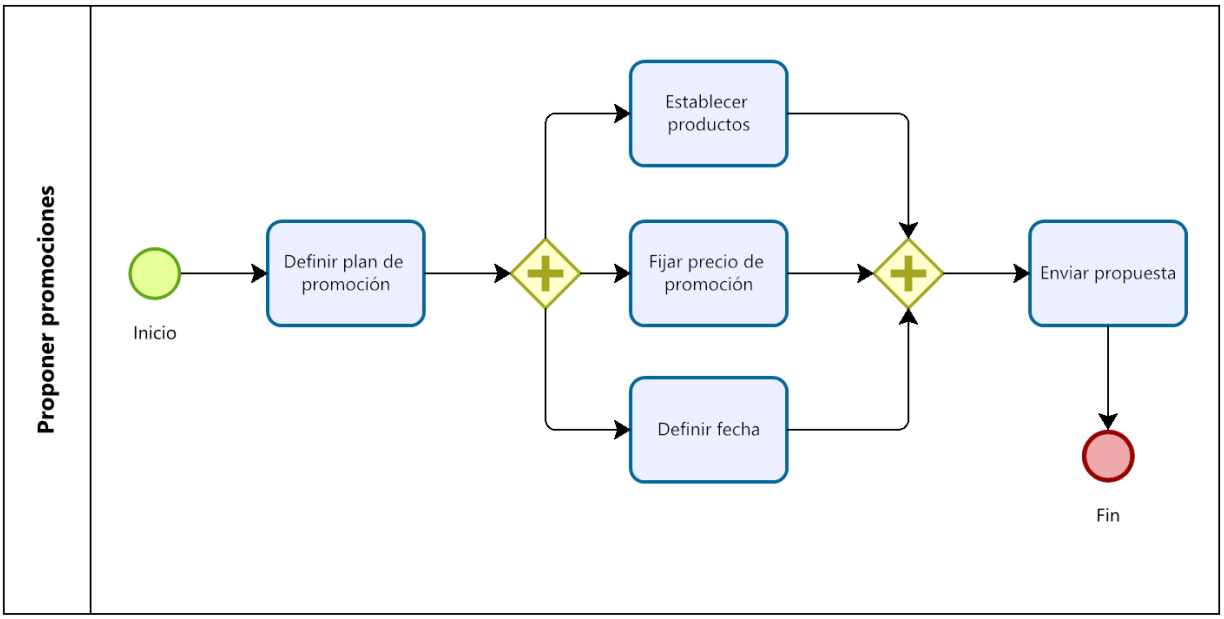
To be:



Macroproceso de Marketing					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Establecer metas	Identificar las metas como las	Equipo de Marketing

				ventas a alcanzar	
2	Establecer metas	Describir los planes	Revisar metas	Analizar las metas propuestas	Equipo de Marketing
3	Revisar metas	Aprobar o no las metas	Proponer promocion es	Plantear descuentos y/o promociones de productos	Equipo de análisis
4	Proponer promociones	Definir propuestas para productos	Revisar promocion es	Analizar la propuestas hechas por el equipo	Equipo de Marketing
5	Revisar promociones	Aprobar o no las propuestas	Publicar promocion es	Dar a conocer al público las promociones planteadas	Equipo de análisis
6	Publicar promociones	Difundir descuentos y/o promos por la web y otros medios	Fin	Promoción publicada	Equipo de Marketing

3.10.1.4.1. Subproceso proponer promociones



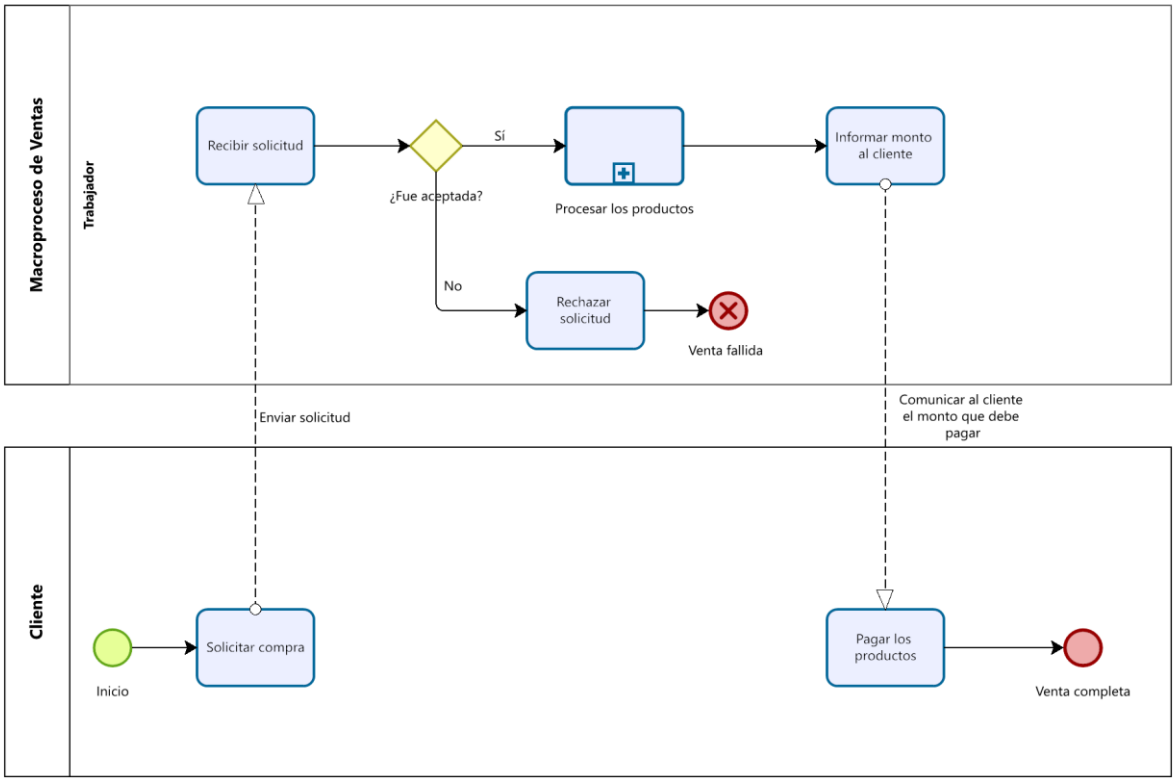
Subproceso Proponer promociones					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable

1		Inicio	Definir plan de promoción	Plantear distintos aspectos de la promo	Equipo de Marketing
2	Definir plan de promoción	Determinar características de la promo	Establecer productos Fijar precio de promoción Definir fecha	Definir productos, precios y fechas de disponibilidad.	Equipo de Marketing
3	Establecer productos Fijar precio de promoción Definir fecha	Definir parámetros de la promo	Enviar propuesta	Enviar propuesta para ser analizada	Equipo de Marketing
4	Enviar propuesta	Remitir al equipo de análisis para su revisión	Fin	Propuesta enviada	Equipo de Marketing

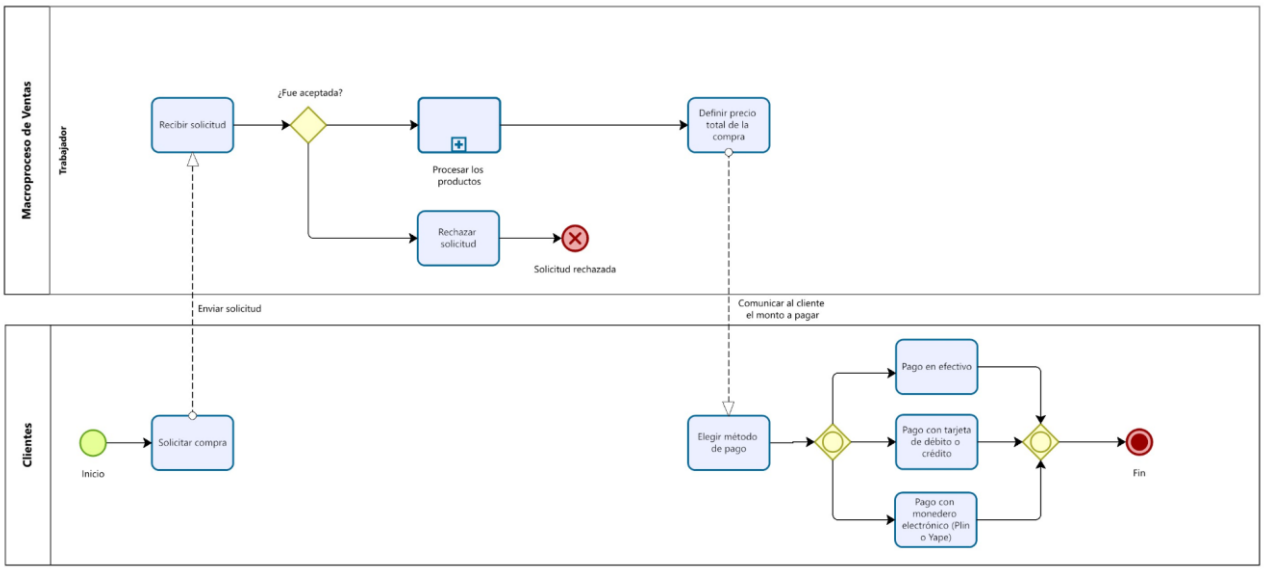
3.10.2. Macroprocesos de Valor

3.10.2.1. Macroprocesos de ventas

As is:



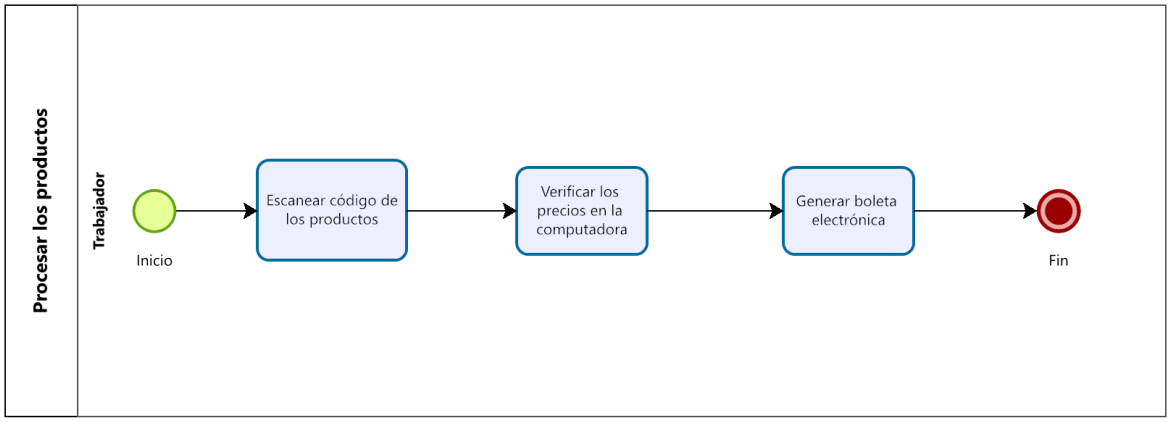
To be:



Macroproceso de ventas					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Solicitar	El cliente solicita	Cliente

			compra	comprar.	
2	Solicitar compra	Enviar solicitud al trabajador	Recibir solicitud	El trabajador recibe la solicitud	Cliente
3	Recibir solicitud	Aceptar o no la solicitud	Revisar los productos	El trabajador revisa si aceptar o no la solicitud	Trabajador
4	Solicitud aceptada	Se acepta la solicitud del cliente	Procesar los productos	El trabajador aceptó la solicitud	Trabajador
5	Solicitud NO aceptada	La solicitud del cliente no fue aceptada	Venta fallida	El trabajador NO aceptó la solicitud	Trabajador
6	Procesar los productos	Procesamiento de productos	Comunicar al cliente sobre el pago	Se le informa al cliente sobre el monto que debe pagar	Trabajador
7	Comunicar al cliente sobre el pago	Se le comunica al cliente el monto de su compra	Pagar los productos	El cliente paga los productos. Terminando la compra	Cliente

3.10.2.1.1. Subproceso: Procesar los productos

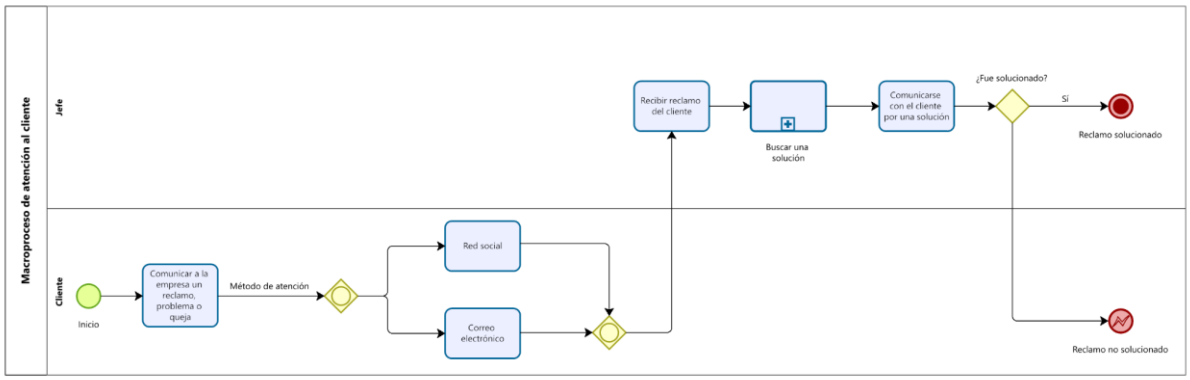


Subproceso procesar los productos					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Escanear código de los productos	El trabajador escanea los productos	Trabajador
2	Escanear código de los productos	Procesar los precios de los productos escaneados	Verificar los precios en la computadora	El trabajador gestiona los precios de los productos	Trabajador
3	Verificar los	Se muestra los	Generar	El trabajador	Trabajador

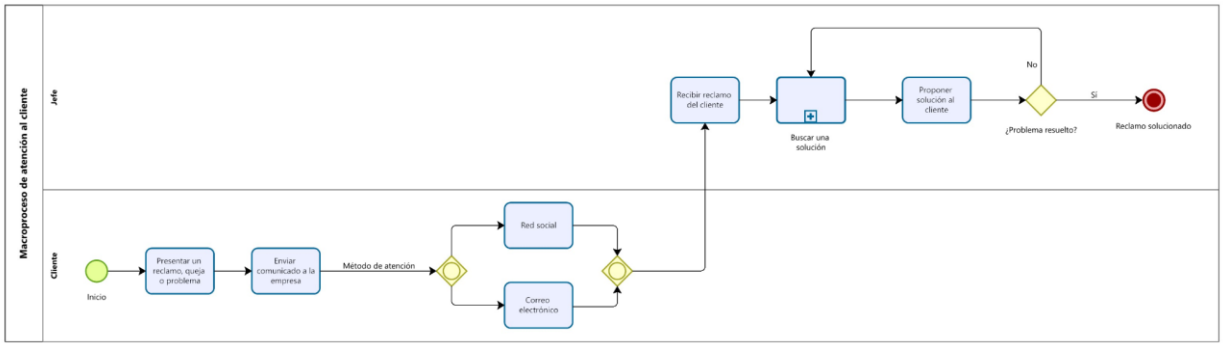
	precios en la computadora	detalles de compra en la caja registradora del trabajador	boleta electrónica	genera una boleta electrónica desde su computadora	

3.10.2.2. Macroprocesos de atención al cliente

As is:



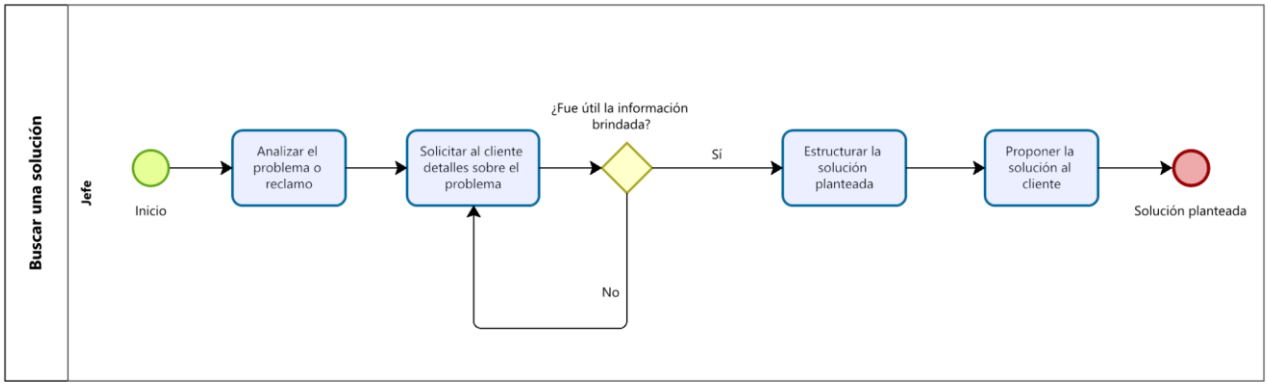
To be:



Macroproceso de atención al cliente					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Comunicar a la empresa un reclamo, problema o queja	El cliente se comunica con el jefe encargado sobre su problema que tiene	Cliente
2	Comunicar a la empresa un reclamo, problema o	Método de atención	Recibir reclamo del cliente	La empresa recibe el reclamo del cliente sea por	Cliente

	queja			Red social o por Correo Electrónico	
3	Recibir reclamo del cliente	Recepción y proceso	Buscar una solución	La empresa empieza a buscar como solucionar el problema del cliente	Jefe
4	Buscar una solución	Proceso de búsqueda de solución	Comunicarse con el cliente por una solución	La empresa encontró una solución y procede a comunicar al cliente	Jefe
5	La solución resolvió el problema del cliente	Comunicación en base a la solución propuesta	Reclamo solucionado	El problema del cliente ha sido resuelto y se cierra la comunicación	Jefe
6	La solución NO resolvió el problema del cliente	Comunicación en base a la solución propuesta	Reclamo NO solucionado	El problema del cliente NO ha sido resuelto y se cierra la comunicación.	Jefe

3.10.2.2.1. Subproceso buscar una solución

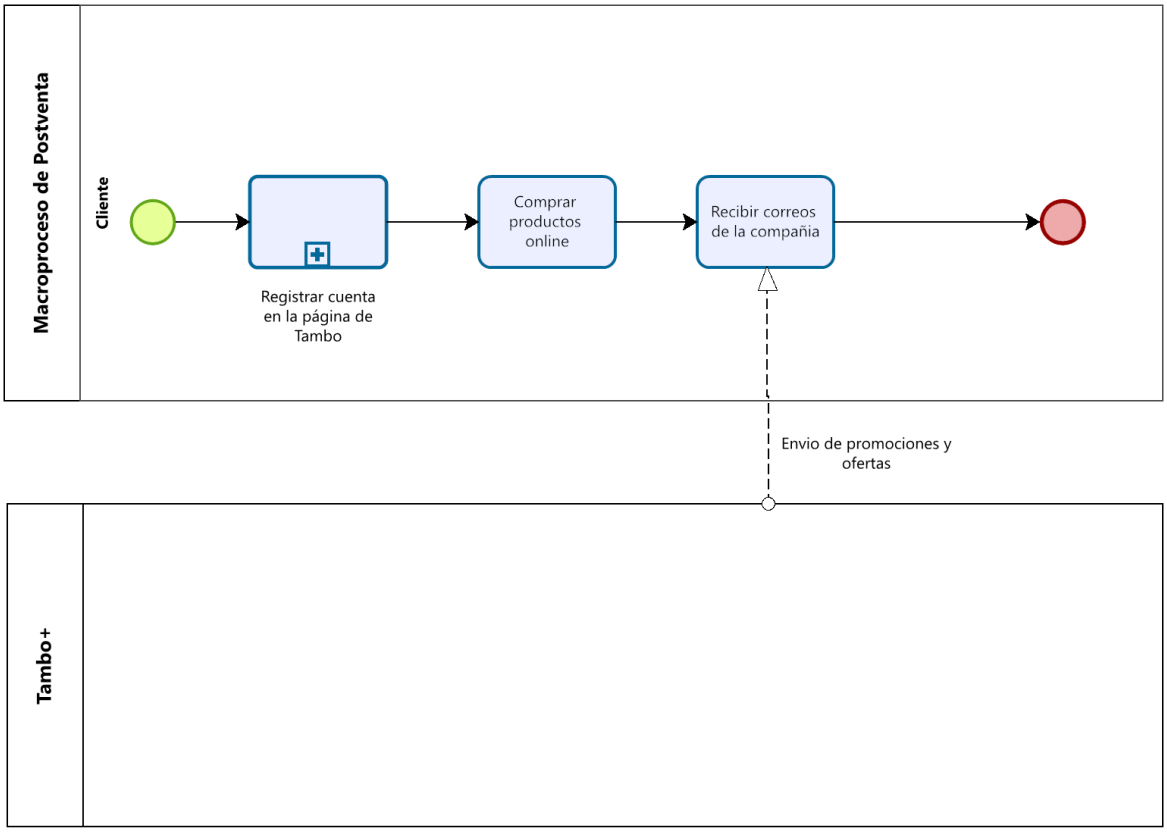


Subproceso de buscar una solución					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable

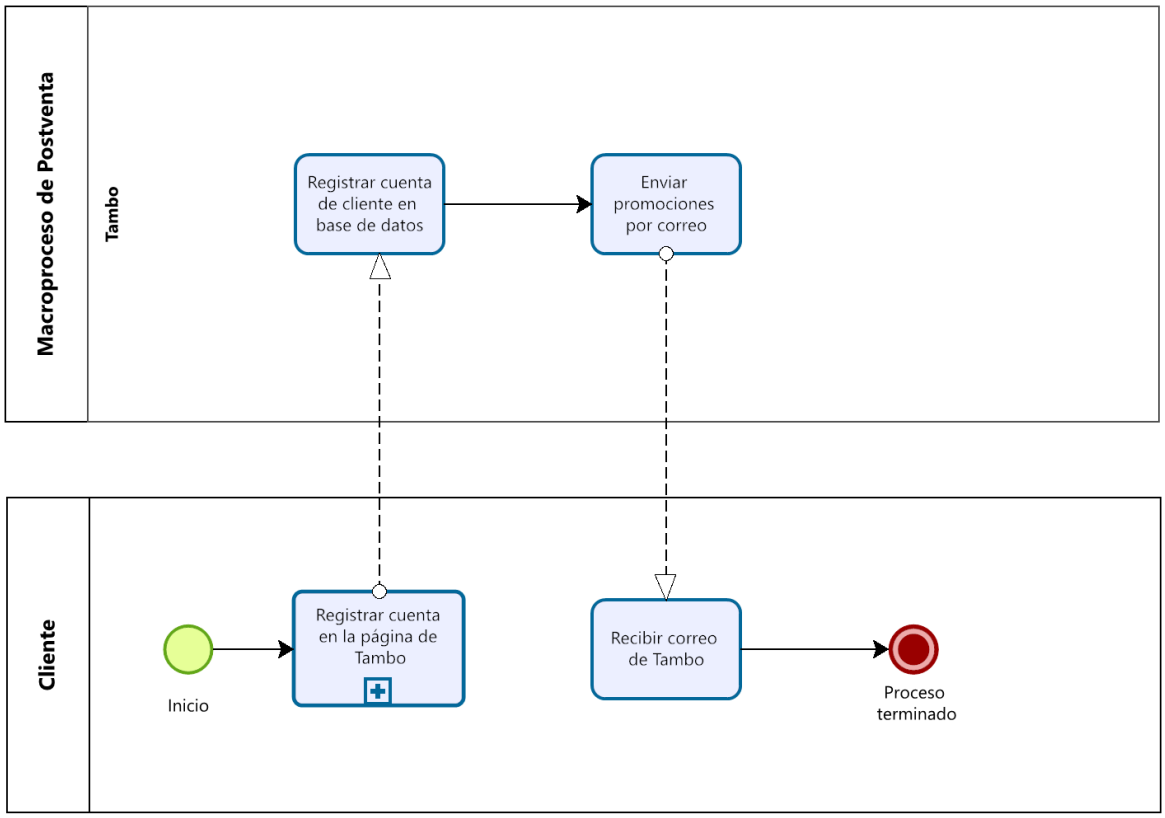
1		Inicio	Analizar el problema o reclamo	El trabajador realiza un análisis del problema en base a lo que le dijo el cliente	Trabajador
2	Analizar el problema o reclamo	Analisis de entrada	Solicitar el cliente detalles sobre el problema	El trabajador solicita más detalles al cliente para solucionar el problema de mejor manera	Trabajador
3	Solicitar al cliente detalles sobre el problema	Solicitud de información	Información brindada	El cliente brinda la información necesaria sobre el problema al trabajador	Trabajador
4	La información brindada fue útil	Valor de la información registrada	Estructurar la solución planteada	Al ser util la información, se puede elaborar una solución efectiva para el cliente	Trabajador
5	Estructurar la solución planteada	Planteo de solución	Proponer la solución al cliente	La solución es estructurada y finalmente propuesta al cliente	Trabajador
6	La información brindada NO fue útil	Valor de la información registrada	Solicitar al cliente detalles sobre el problema	La información recibida del cliente no fue suficiente, así que se le pedirá más	Trabajador

3.10.2.3. Macroproceso de post venta

As is:

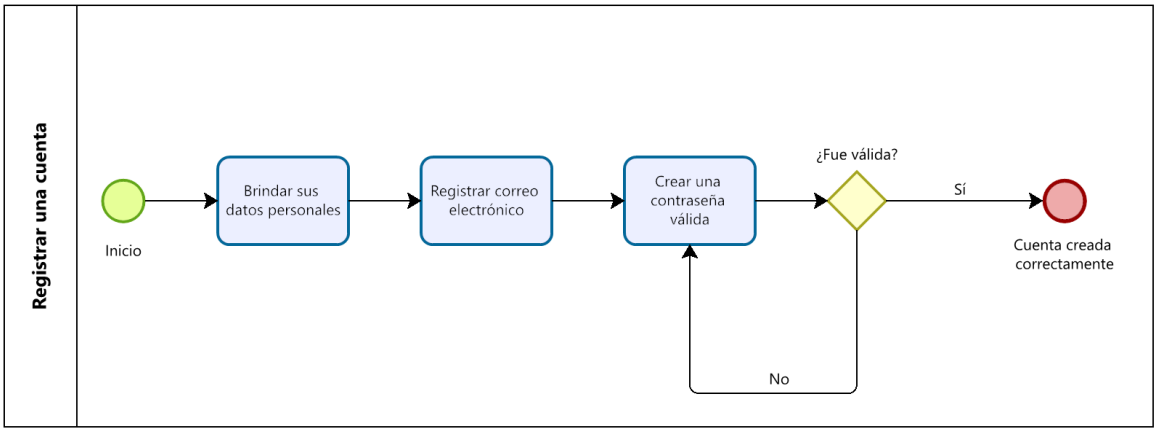

Macroproceso de Postventa
Cliente
Registrar cuenta en la página de Tambo
Comprar productos online
Recibir correos de la compañia
Envio de promociones y ofertas
Tambo+

To be:


Macroproceso de Postventa
Tambo
Registrar cuenta de cliente en base de datos
Enviar promociones por correo
Cliente
Inicio
Registrar cuenta en la página de Tambo
Recibir correo de Tambo
Proceso terminado

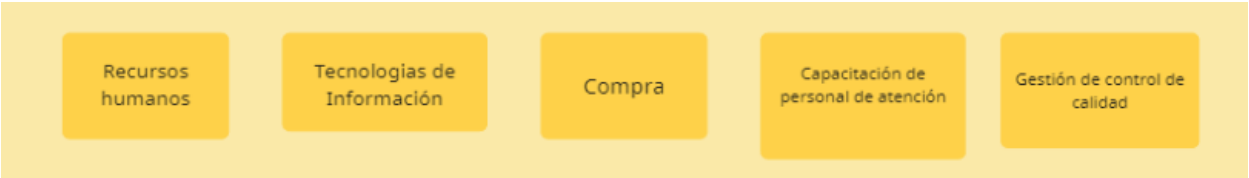
Macroproceso de Postventa					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Registrar cuenta en la página de Tambo	El cliente se crea una cuenta en la página oficial de Tambo	Cliente
2	Registrar cuenta en la página de Tambo	Crear cuenta en Tambo	Registrar cuenta de cliente en base de datos	El sistema registra los datos de la cuenta del cliente	Cliente
3	Registrar cuenta de cliente en base de datos	Cuenta registrada en la base de datos de Tambo	Enviar promociones por correo	Tambo se encarga de enviar distintas promociones y descuentos a la dirección de correo del cliente	Tambo
4	Enviar promociones por correo	Envío de promociones y/o descuentos por correo al cliente	Recibir correo de Tambo	El cliente recibe el correo enviado por la tienda	Tambo

3.10.2.4 Subproceso de Post venta



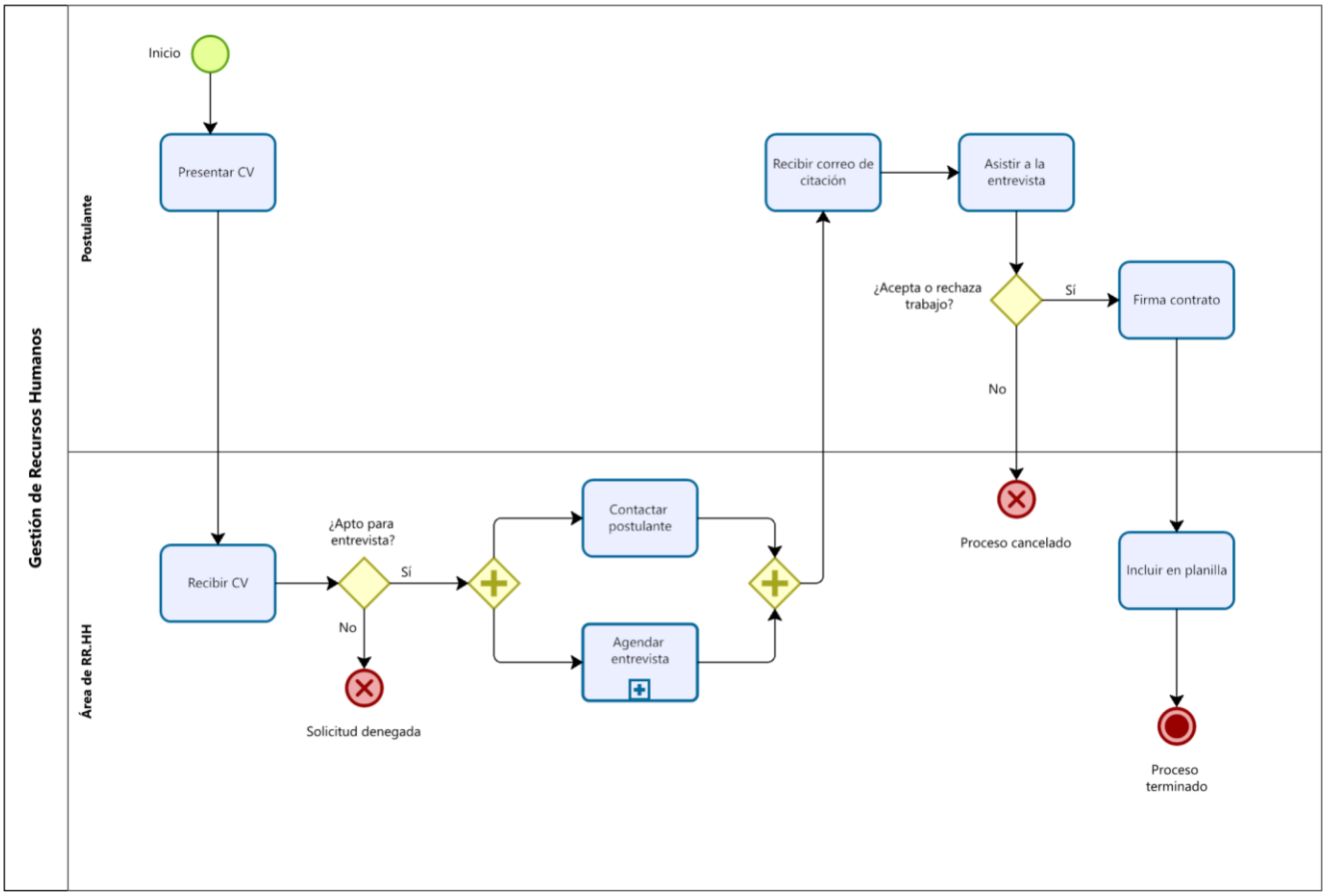
Subproceso de registrar una cuenta					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Brindar sus datos personales	El cliente brinda los datos requeridos para crear la cuenta	Cliente
2	Brindar sus datos personales	Rellenar información requerida	Registrar correo electrónico	El cliente registra el correo electrónico por donde podrá comunicarse con la empresa.	Cliente
3	Registrar correo electrónico	Generar una contraseña válida para la cuenta	Crear una contraseña válida	El cliente debe generar o crear una contraseña segura y válida para su cuenta	Cliente
4	La contraseña creada fue válida	Crear contraseña para la cuenta	Cuenta creada correctamente	La cuenta del cliente fue creada correctamente y sin problemas	Cliente
5	La contraseña creada NO fue válida	Repetir proceso	Crear una contraseña válida	En caso la contraseña no sea válida, debe crear otra.	Cliente

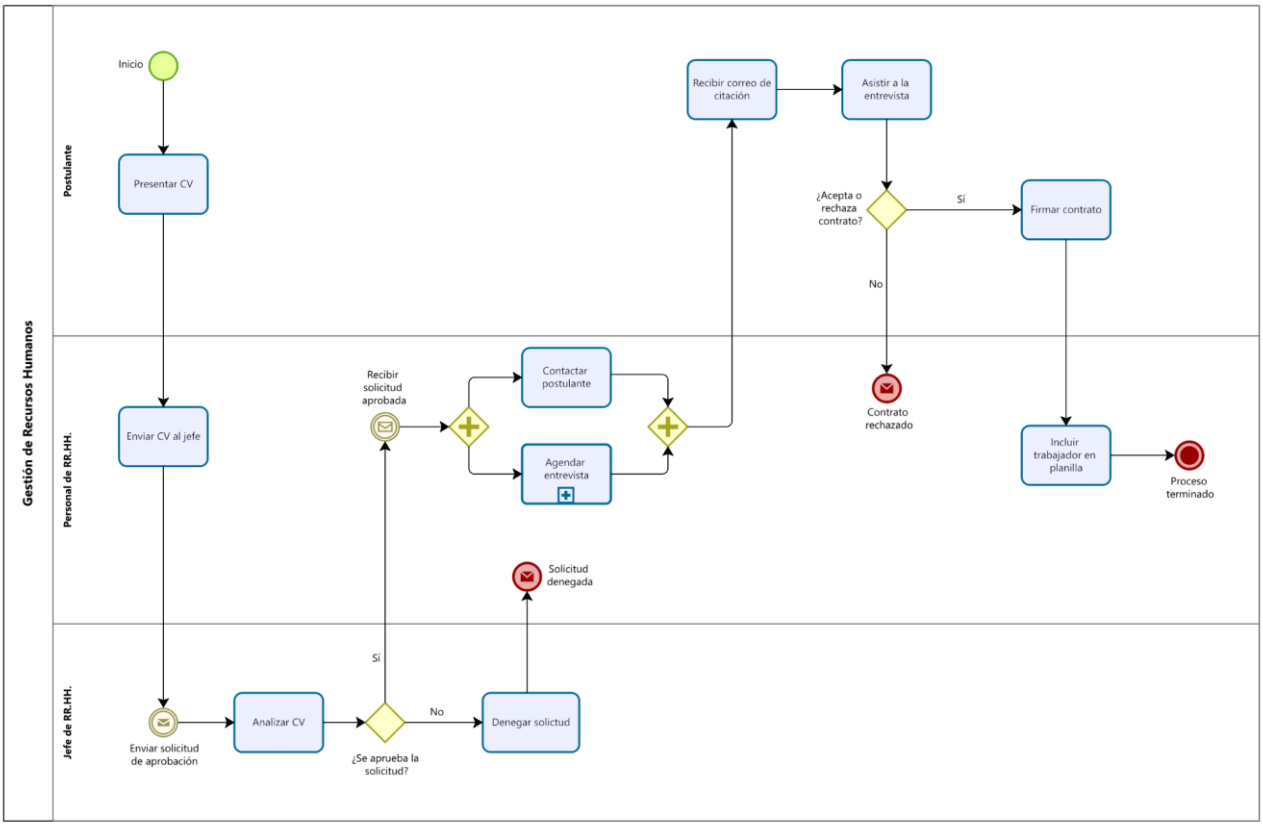
3.10.3. Macroprocesos de Apoyo



3.10.3.1. Gestión de recursos humanos

As is:

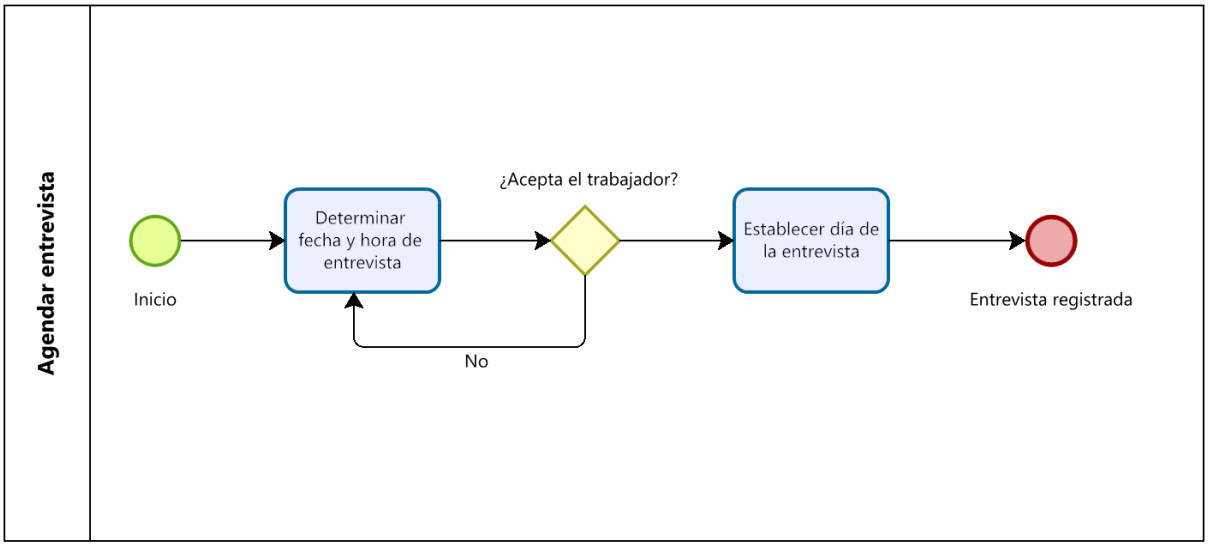




Macroproceso Gestión de recursos humanos					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Presentar CV	El postulante presenta su CV al área de RR.HH.	Postulante
2	Presentar CV	Envía CV por correo	Recibir CV	El área de RR.HH. recibe el CV del postulante	Postulante
3	Recibir CV	Revisar y aprobar CV	Contactar postulante Agendar entrevista	Se acuerda la hora y fecha de entrevista con el postulante	Área de RR.HH
4	Contactar postulante	Fecha y hora de entrevista	Recibir correo de citación	El postulante recibe su citación con la fecha y hora programadas	Área de RR.HH.
5	Recibir correo	Correo para	Asistir a la	El postulante acude a la	Postulante

	de citación	entrevista recibido	entrevista	entrevista	
6	Asistir a la entrevista	Postulante va al lugar de la entrevista	Firma contrato	El postulante firma o no el contrato de trabajo	Postulante
7	Firma contrato	Postulante acepta el contrato	Incluir en planilla	El área de RR.HH incluye al postulante en planilla como nuevo trabajador	Postulante

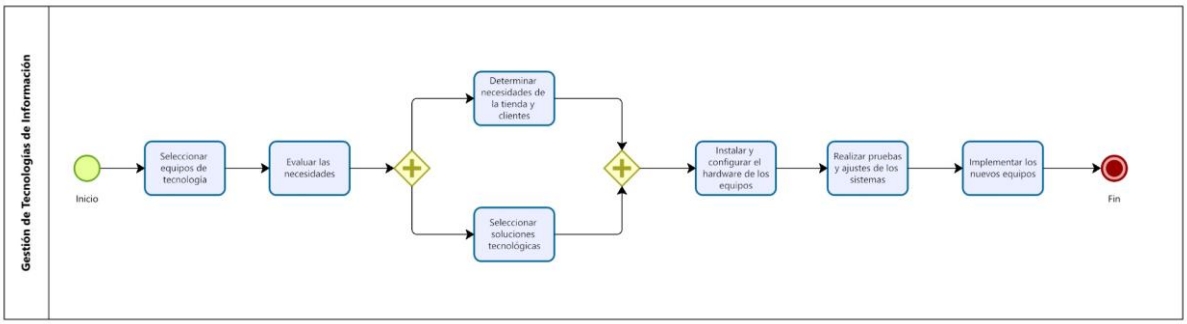
3.10.3.1.1 Subproceso Agendar entrevista



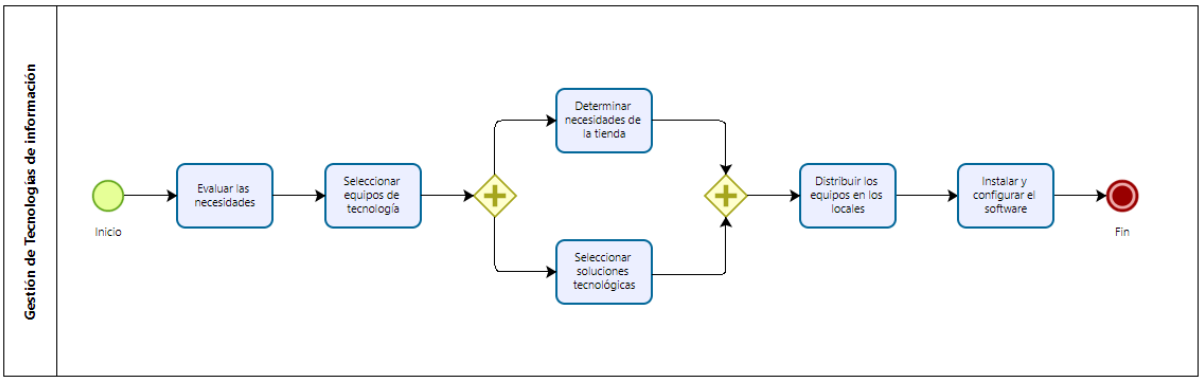
Subproceso Agendar entrevista					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Determinar fecha y hora de entrevista	Recursos humanos propone fecha y hora para la entrevista	RR.HH
2	Determinar fecha y hora de entrevista	Acuerdo de fecha y hora	Establecer día de la entrevista	Se registra la fecha y día de entrevista para el postulante.	RR.HH

3.10.3.2. Gestión de Tecnologías de Información

As is:



To be:

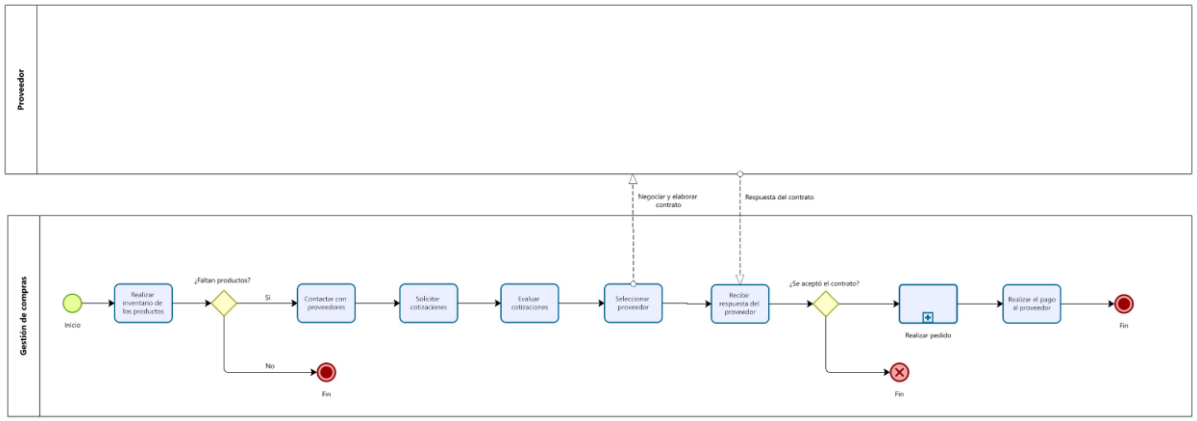


Macroproceso de Gestión de tecnología de la información					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Seleccionar e implementar sistemas de información	El trabajador implementará los mecanismos de sistemas de información después de una selección previa	Personal de administración
2	Seleccionar e implementar sistemas de información	Selecciona los equipos de tecnología que usará la empresa	- Determinar necesidades de la tienda y el cliente - Seleccionar soluciones tecnológicas	Evaluar necesidades y seleccionar soluciones tecnológicas	Personal de atención
3	- Determinar necesidades - Seleccionar	Evaluar necesidades del cliente y	Instalar software de los equipos	Instalar y actualizar los equipos	Personal de atención

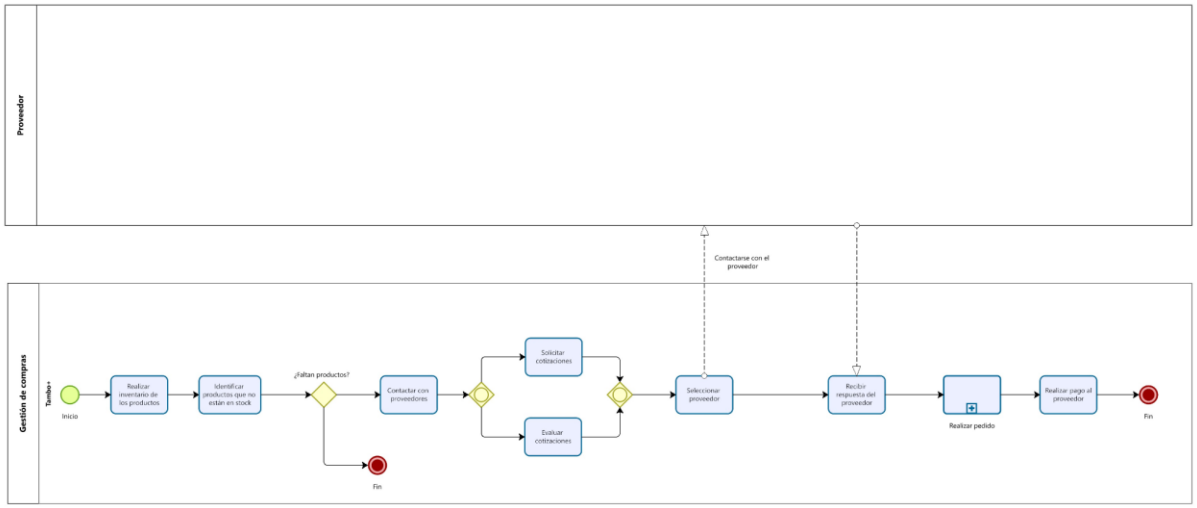
	soluciones	elegir soluciones en base a ello			
4	Instalar software de los equipos	Colocar los equipos e instalarlos	Realizar pruebas y ajustes a los sistemas	Verificar que el software funcione correctamente	Personal de atención
5	Realizar pruebas y ajustes a los sistemas	Verificar software	Implementar los nuevos equipos	Completar instalación de equipos	Personal de atención
6	Dar mantenimiento y seguridad a los sistemas de información	Trabajador realiza la tarea	Desarrollar y mejorar los sistemas de información	El trabajador realizará un mantenimiento adecuado e implementará medidas de seguridad adecuadas a los sistemas de información	Personal de atención

3.10.3.3. Gestión de compra

As is:



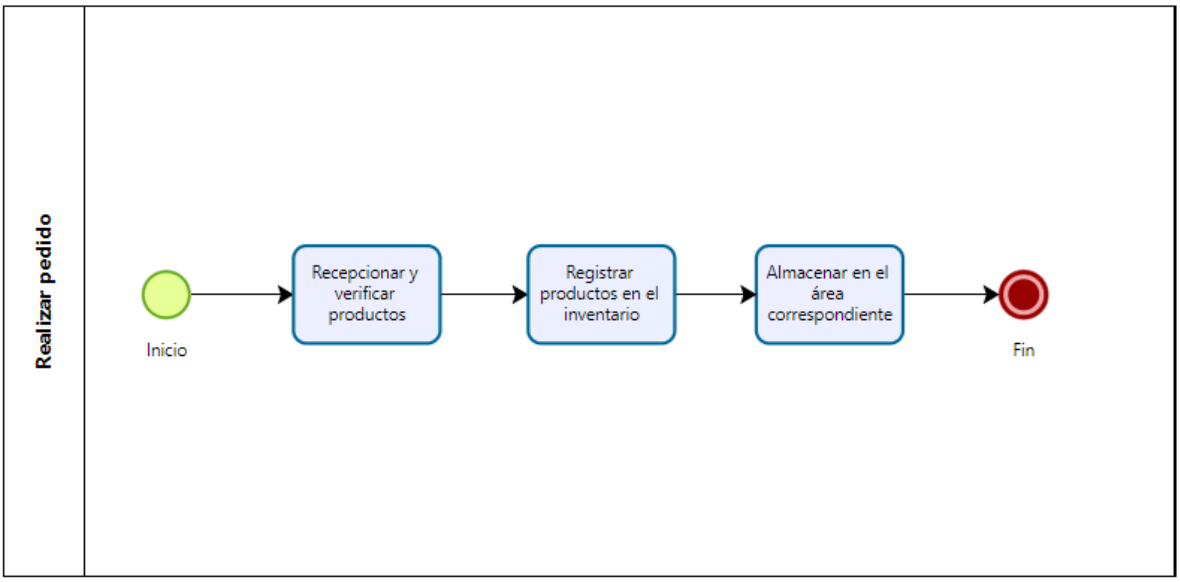
To be:



Macroproceso de Gestión de Compras					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Realizar inventario de los productos	Se realiza el inventario de los productos	Área de abastecimiento
2	Realizar inventario de los productos	Se realiza el inventario de productos de la tienda	Contactar con proveedores	Se contactan a los proveedores para planificar la compra de productos	Área de abastecimiento
3	Contactar con proveedores	Se contacta a los proveedores	Solicitar cotizaciones	Se solicita una cotización de todos los productos a comprar	Área de abastecimiento
4	Solicitar cotizaciones	Se pide un monto total por la compra	Evaluar cotizaciones	Se evalúa las cotizaciones de varios proveedores	Área de abastecimiento
5	Evaluar cotización	Evaluación de cotizaciones de proveedores	Seleccionar proveedor	Se selecciona el proveedor para la compra de productos	Área de abastecimiento
6	Seleccionar proveedor	Se escoge el proveedor que mejor convenga	Recibir respuesta de proveedor	Se recibe la respuesta del proveedor	Área de abastecimiento
7	Recibir respuesta de	-	Subproceso: Realizar	Se inicia el proceso para	Área de abastecimiento

	proveedor		pedido	la compra de productos	
8	Subproceso: Realizar pedido	-	Realizar pago a proveedor	Se paga el monto acordado al proveedor	Área de abastecimiento

3.10.3.3.1 Subproceso Realizar pedido

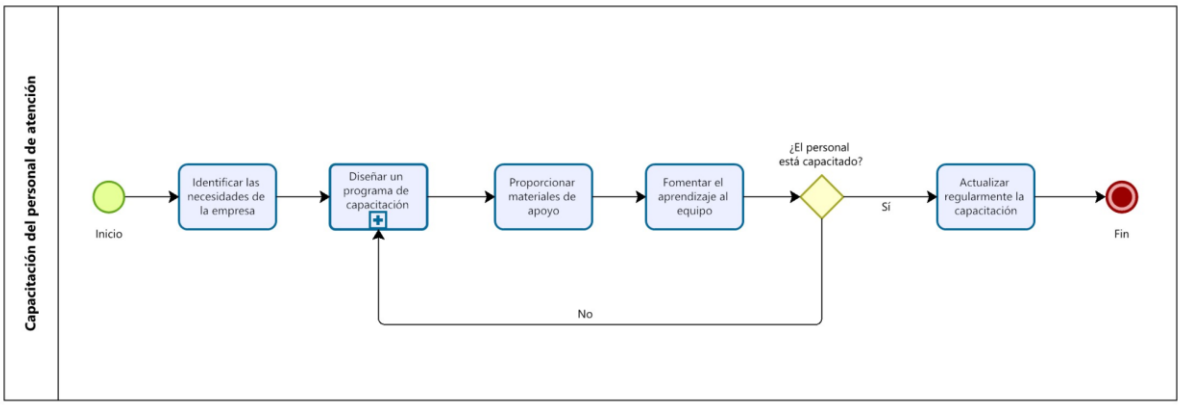


Subproceso de Realizar Pedido					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Recepcionar y verificar productos	La empresa recepciona y verifica los productos que fueron entregados por el proveedor	Administrador
2	Recepcionar y verificar productos	Verificar productos	Almacenar en el área correspondiente	Se almacena los productos entregados en el almacén de la tienda	Administrador

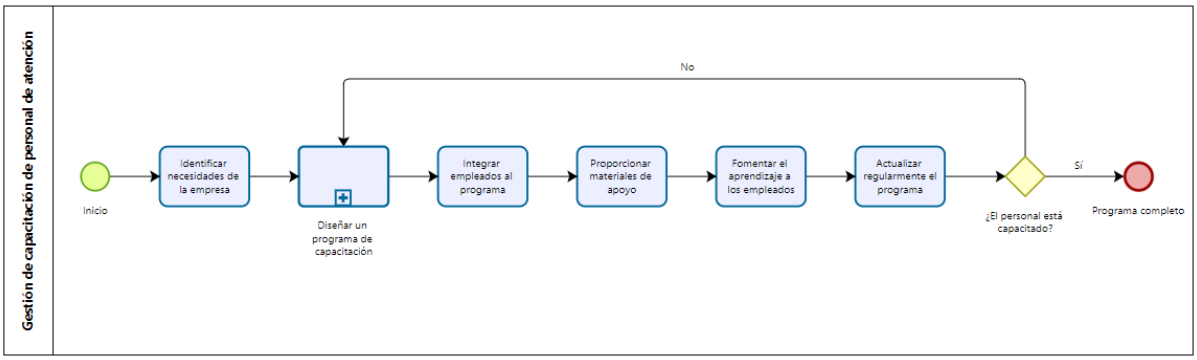
3	Almacenar en el área correspondiente	Almacenar productos en el almacén	Fin		Administrador

3.10.3.4. Gestión de capacitación de personal de atención

As is:



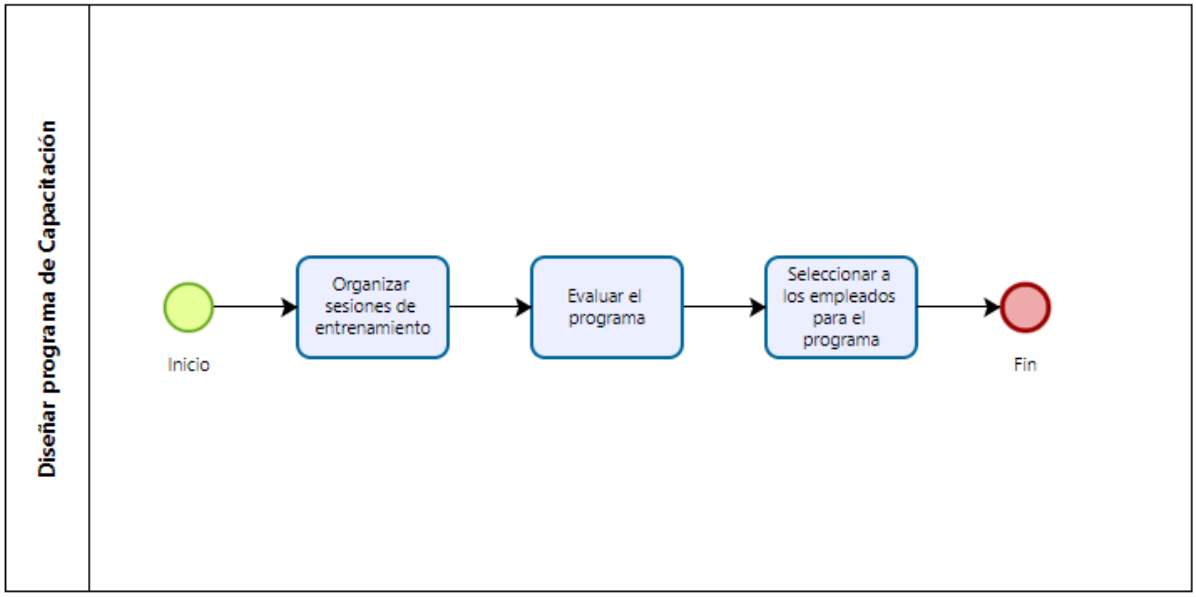
To be:



Macroproceso de Gestión de capacitación de personal de atención					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Identificar las necesidades de la empresa	Se identifica las necesidades que tiene la empresa y deben ser atendidas	Personal de capacitación
2	Identificar las necesidades de la empresa	Identificar necesidades	Subproceso: Diseñar un programa de capacitación	Implementar un programa de capacitación para los	Personal de capacitación

				nuevos empleados de la empresa	
3	Subproceso: Diseñar un programa de capacitación	Diseñar sesiones de entrenamiento	Proporcionar materiales de apoyo	Se le otorga a los nuevos empleados materiales que les servirá de apoyo	Personal de capacitación
4	Proporcionar materiales de apoyo	Proporcionar materiales de apoyo	Fomentar el aprendizaje al equipo	Se impulsa el trabajo en equipo mediante actividades	Personal de capacitación
5	Fomentar el aprendizaje al equipo	Se impulsa el trabajo en equipo	Actualizar regularmente la capacitación		Personal de capacitación

3.10.3.4.1 Subproceso Diseñar programa de capacitación

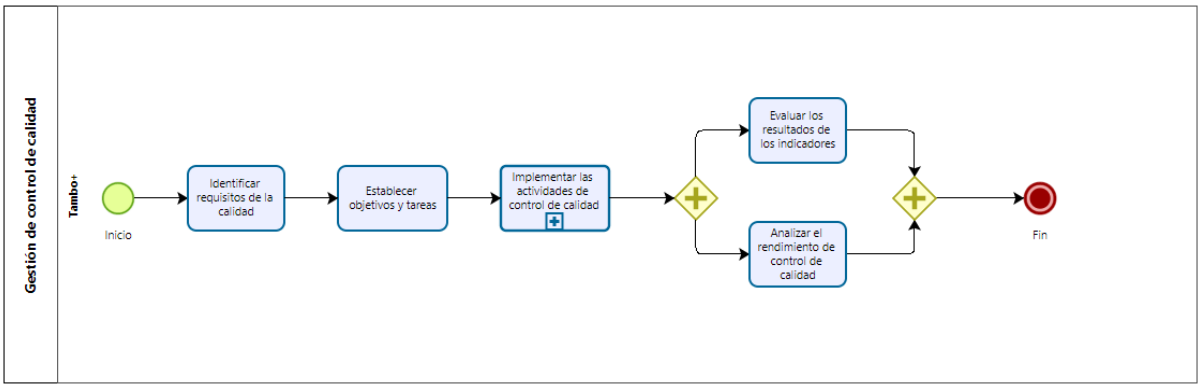


Subproceso Diseñar programa de Capacitación					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Organizar sesiones de entrenamiento	El jefe se encarga de realizar	Jefe de área

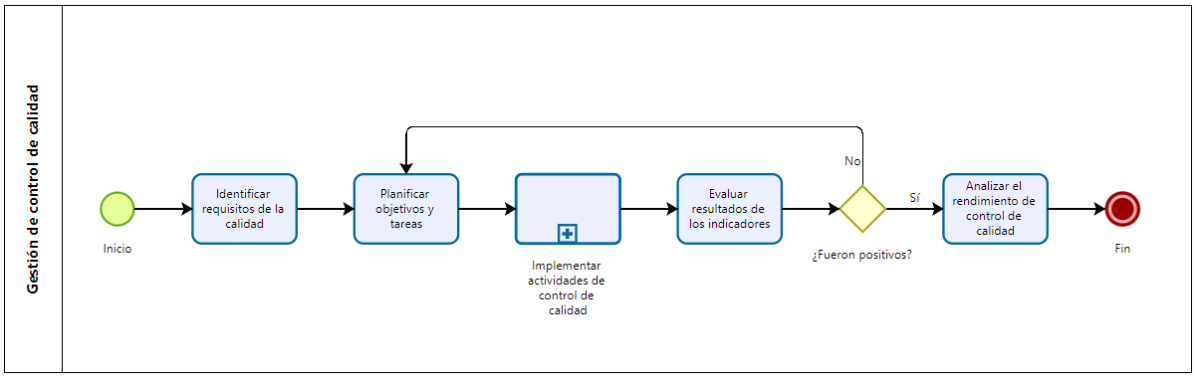
				sesiones de entrenamiento	
2	Organizar sesiones de entrenamiento	-	Evaluar el programa	El jefe se encarga de evaluar el programa de capacitación a los empleados	Jefe de área
3	Evaluar el programa	-	Seleccionar a los empleados para el programa	El jefe se encarga de seleccionar a los empleados a capacitar	Jefe de área

3.10.3.5. Gestión de control de calidad

As is:

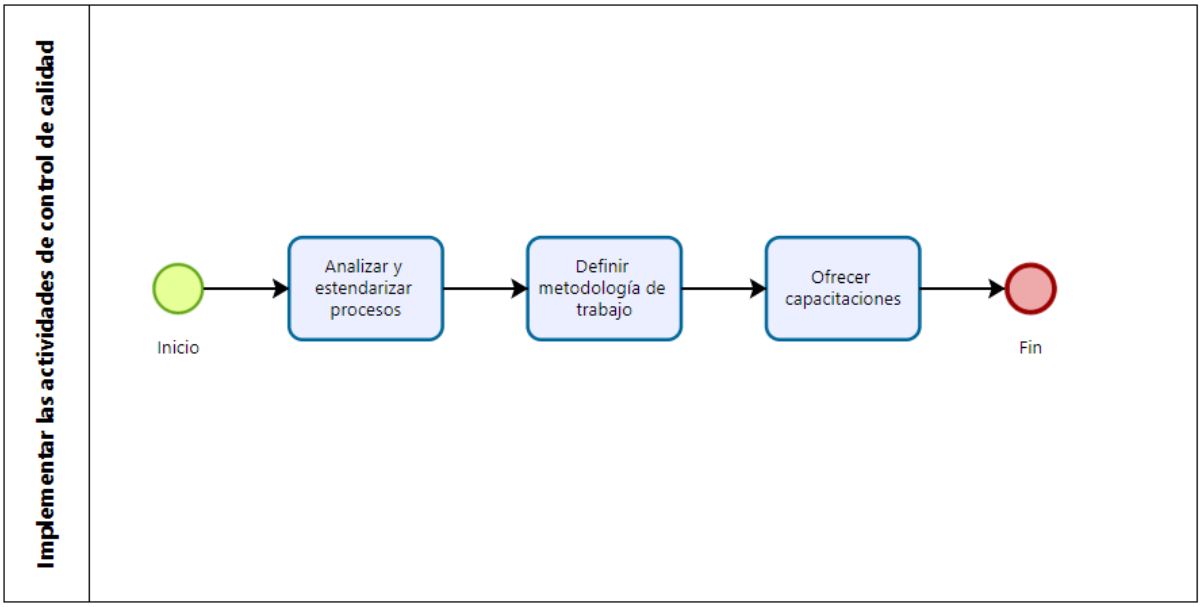


To be:



Macroproceso de Gestión de calidad

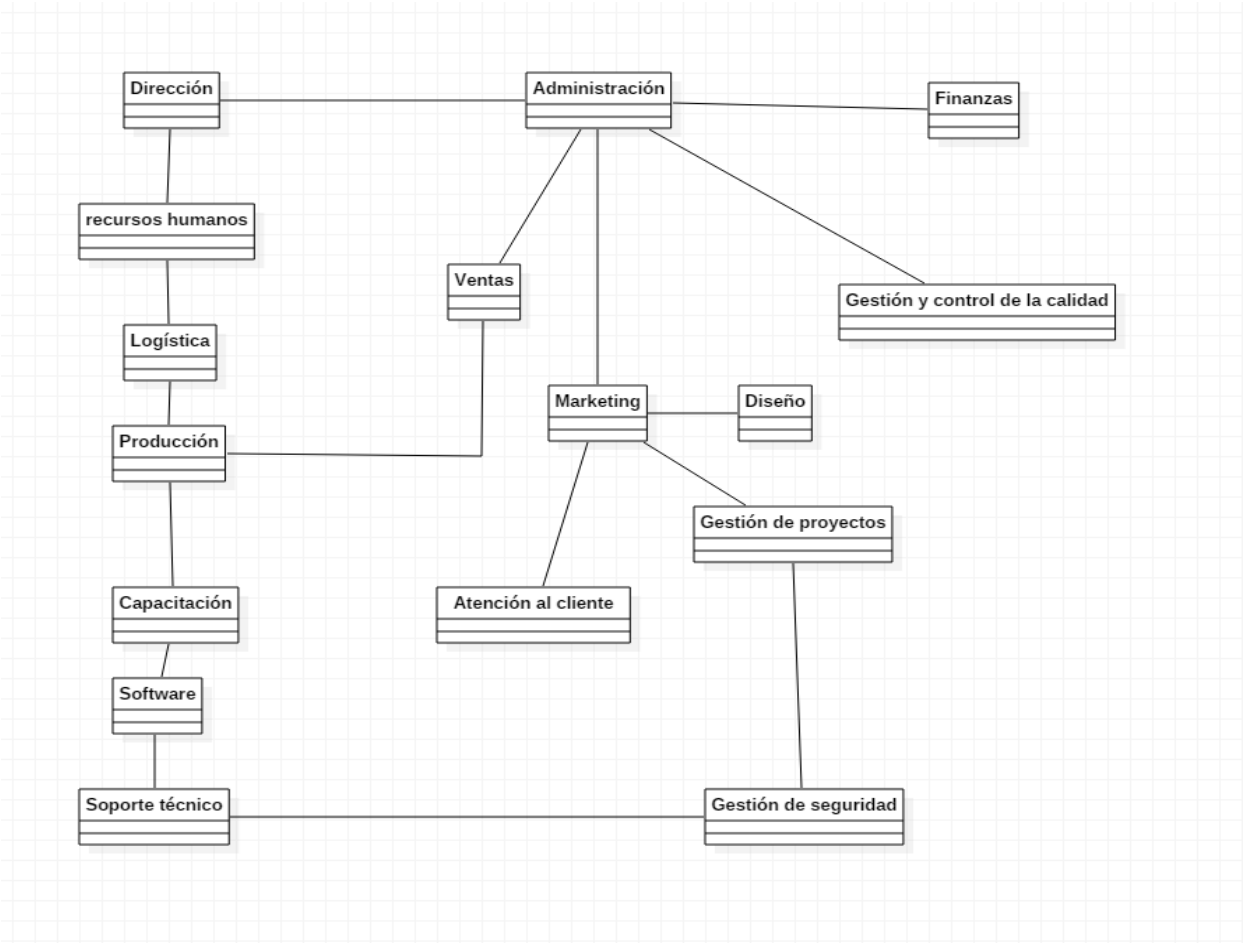
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Identificar requisitos de calidad	Se identifica los requisitos para el control de calidad	Área de gestión de calidad
2	Identificar requisitos de calidad	-	Establecer objetivos y tareas	Se establecen los objetivos para tener productos con un buen estándar de calidad	Área de gestión de calidad
3	Establecer objetivos y tareas	-	Subproceso: Implementar las actividades de control de calidad	Se realizan las actividades de acuerdo a los objetivos elegidos	Área de gestión de calidad
4	Subproceso: Implementar las actividades de control de calidad	-	- Evaluar los resultados de los indicadores - Analizar el rendimiento de control de calidad	Se evalúan y analizan los resultados de las actividades	Área de gestión de calidad



Macroproceso de Gestión de calidad					
N°	Entrada	Actividad	Salida	Descripción	Responsable
1		Inicio	Analizar y estandarizar procesos	Se analizan las actividades de la empresa para optimizarlas	Área de gestión de calidad
2	Analizar y estandarizar procesos	-	Definir metodología de trabajo	Se define el método a usar para conseguir la optimización de los procesos	Área de gestión de calidad
3	Definir metodología de trabajo	-	Ofrecer capacitaciones	Se ofrecen capacitaciones a los trabajadores a fin de que se acostumbren a los cambios	Área de gestión de calidad

3.13. Modelo de dominio

Modelo Empresarial



- **Dirección**

  Área encargada de liderar y coordinar las actividades y recursos de una organización para alcanzar sus objetivos.

- **Administración**

  Área fundamental para la eficiencia y el éxito de cualquier organización, encargada de gestionar de manera efectiva los recursos de la empresa.

- **Finanzas**

  Área encargada de la gestión de los recursos económicos de la empresa, incluyendo el control de ingresos y gastos, la elaboración de presupuestos y la gestión de inversiones.

- **Marketing**

  Área encargada de la gestión y promoción de los productos o servicios de la empresa. Incluye la Investigación de Mercado, Planificación Publicitaria, Gestión de Clientes.

- **Recursos Humanos**

Área encargada de la gestión de los recursos humanos de la empresa.

- **Logística**

  Área encargada de la gestión de la cadena de suministro de la empresa, incluyendo la planificación, coordinación y control del transporte, almacenamiento y distribución de productos. Planificación de la Cadena de Suministro, Coordinación y Control de Transporte, Almacenamiento y Distribución.

- **Producción**

  Área encargada de la planificación y gestión de los procesos productivos de la empresa, incluyendo la selección de proveedores, la gestión de inventarios y la optimización de la producción. Planificación y Gestión de Procesos Productivos, Selección de Proveedores,

- **Gestión de Inventarios**

  Diseño Área encargada de la creación y desarrollo de productos o servicios, incluyendo el diseño gráfico, industrial y de experiencia de usuario. Creación y Desarrollo de Productos o Servicios.

- **Ventas**

  Área encargada de la gestión y promoción de los productos o servicios de la empresa, incluyendo la identificación de oportunidades de venta, la negociación de contratos y la gestión de la relación con los clientes.Identificación de Oportunidades de Venta, Negociación de Contratos, Gestión de Clientes.

- **Gestión de Seguridad**

  Área encargada de la implementación y gestión de políticas y procedimientos de seguridad, incluyendo la prevención y gestión de riesgos y la protección de la información. Implementación y Gestión de Políticas y Procedimientos de Seguridad.

- **Gestión de Proyectos**

  Área encargada de la planificación, coordinación y control de los proyectos de la empresa, incluyendo la gestión de recursos y la supervisión del cumplimiento de los objetivos.

- **Capacitación**

  Área encargada de la capacitación y formación de los empleados.

3.11. Mapeo entidad proceso

MAPEO ENTIDAD/PROCESO	Areas funcionales	Area de Dirección	Area de Marketing	Area de Finanzas	Area Capacitación	Area de Logística	Area de Recursos Humanos	Gerente de Recursos Humanos	Gerente de Logística	Gerente de Finanzas	Inventario	Empleado	Asesor	Accionista	Contador	Analista de mercado	Producto	Competidor	Social media manager	Cliente	Cuenta social	Comunidad	Equipo de soporte	Servicio	Proveedor	Asesor legal	Técnico de Control de Calidad	Supervisor de Calidad	Gestor de Control de Calidad	Distribuidores	Empleado/Trabajador	Venta	Campaña	Publicidad	Candidato laboral	Contrato	Patrimonio	Inversionista	Audiencia	Auspiciador	Líder de relaciones públicas	Informe	Total
Actualización de inventario											x	x																															2
Agendar fecha de envio						x																			x																		2
Ampliar deadline de la tarea																			x																								1
Analizar factibilidad del proyecto										x																																	1
Aprobar análisis		x						x																																		x	3
Asignación de tareas y responsabilidades							x																																				1
Buscar proveedores	x					x										X									x				x														5
Clasificar destino de lote según orden						x	x		x							x																						x					5
Completar tareas restantes		X	X																																								2
Consolidar el proyecto		x																																									1
Contactar distribuidores						X			X							X									X																		4
Control de presupuesto y gastos				x											x																												2
Designar nuevos integrantes de grupo							x																																				1
Discutir cláusulas de contrato						x			x																																		2
Elaboración de estados financieros				x											x																												2
Empezar la estrategia de marketing		X	X	X						X			X			X	X		X		X		X								X		X	X								X	14
Entregar documentos de pruebas																															x												1
Entregar reporte a la empresa																															x												1
Enviar cantidad necesaria a destino																									x																		1
Enviar cantidad restante a almacén local						x																																					1
Enviar lote completo a destino																									x																		1
Enviar reporte para confirmar la entrega exitosa		x				x			x																x																	x	5
Evaluar perfiles de proveedores	x					x										X													x														4
Evaluar rendimiento de los empleados							x	x																							x												3
Evaluar resultados		X								X																																	2
Evaluar riesgos y cumplimiento de proveedores	x					x										X									x			x															5
Firmar contrato de proveedores		x				x																			x		x	x	x														6
Firmar permisos requeridos		x																																									1
Generación y envio de facturas						x																																					1
Gestión de entregas a tiendas										X																																	1
Gestión de redes sociales y página web																			x																								1
Gestión de stock mínimo y máximo											x																																1
Gestión de transporte y envio de pedidos						x																																					1
Gestionar Empleados					x		x	x																							x					x							5
Gestionar inversion del proyecto		x	x	x					x																													x					5
Gestionar permisos directivos	x	x					x	x																																			4
Gestionar proveedores		x		x		x										X				x					x		x	x	x							x							10
Guardar restante en almacén general						X			X																																		2
Identificar posibles distribuidores óptimos	x	x				x			x							x																											5
Iniciar desarrollo de proyecto			x							X			X						x		x		x																				6
Iniciar distribución masiva						x			x																																		2
Iniciar proceso de aprobación		x								x																																	2
Listar empleados segun rango de productividad		x						x																							x												3
Llamar a una asamblea de equipos			x										X			x			x				x								x												6
Monitorear envio y entrega de pedidos	x					x																			x		x	x	x														6
Negociar con distribuidores									x																																		1
Obtener lista de empleados							x																																				1
Organizar plazos fijos para el completado de tareas			x																x																								2
Pago de facturas																									x																		1
Planificación y ejecución de campañas publicitarias																								x																			1
Presentar proyecto completo										X																										x							2
Presentar tareas previo a las deadlines																													x														1
Procesar resultados de evaluación		x					x	x																																			3
Proceso de entrega de lote																									x						x												2
Proceso de reasignación de lote						x																			x																		2
Proceso de reporte de daños																											x	x	x														3
Proceso de selección de distribuidores						x			x																																		2
Realizar gestión del personal							x																								x												2
Realizar informe de conformidad		x								x																																	2
Realizar informe de desaprobación de propuesta																										x																	1
Realizar metricas de aprobacion				x						x																																	2
Recepción de pedidos																																	x										1
Recepción y registro de pagos																																					x						1
Recibir informe del proyecto		x								x																																	2
Recibir plan de Marketing			x													X	x		x				x								x		x									x	8
Recibir Propuesta de gerencia		x							x														x																				3
Reestructuracion de plan de marketing																X																											1
Registro de nuevos clientes							x	x																																			2
Registro de nuevos empleados							x	x																																			2
Registro de nuevos proveedores							x	x																																			2
Reiniciar Desarrollo de artefactos			X																																								1
Replanteamineto de tareas			X										X																														2
Reportar a la empresa																															x												1
Revisar detalle de orden															x																												1
Revision de Artefactos			X																																								1
Segmentar proveedores según necesidades						x			x																			x															3
Selección de proveedores para pedidos								x																					x														2
Seleccionar proveedores									x																				x														2
Supervisión y control de procesos																											x																1
Toma de decisiones estratégicas		x			x																																						2
Verificar tamaño de lotes y cantidad de la orden						x										x															x												3

Nota: Elaboración propia.

Enlace : https://docs.google.com/spreadsheets/d/1C1yECUUgBBA9JP50dPwH_GdLvgPcVF-aXldrwijMLTM/edit#gid=444827801

3.14. Matriz RAM

Matriz RAM	**Área de gestión de clientes**	**Área de gestión financiera**	**Área de gestión de marketing**	**Área de gestión de mantenimiento**	**Área de planificación de ingresos**	**Área de gestión de desarrollo**	**Área de gestión de recursos humanos**
Gestión de clientes potenciales	RAM	-	-	-	RA	-	-
Fidelización de clientes	RAM	-	-	-	A	-	-
Planificación financiera	-	RAM	M	-	A	-	-
Evaluación del presupuesto	-	RAM	M	-	RA	R	R
Análisis de mercado	A	-	RAM	-	AM	R	A
Creación estratégica de publicidad	RA	A	RAM	-	RAM	RAM	A
Mantenimiento de instalaciones	-	A	-	RAM	-	A	-
Mantenimiento de servicios	-	A	-	RAM	-	A	-
Mensualidades	RA	A	-	-	RA	-	-
Satisfacción de los clientes	RAM	A	-	A	RA	-	-
Gestión de comisiones	-	R	-	-	RAM	R	.
Diseño y planificació	RAM	R	RAM	-	A	RAM	R

n							
Análisis de currículos	-	-	R	-	-	RA	RAM
Recursos humanos	-	-	-	-	-	A	RAM
Evaluación de rendimiento	-	-	-	-	-	A	RAM

- R: Recibe **-A:Apoya** **-M: Modifica**

3.15. Matriz RACI

Matriz RACI	**Clientes**	**Personal de atención**	**Contador**	**Personal de limpieza**	**Área financiera**	**Personal de administración**
Comprar productos para las sucursales	-	I	-	-	C	R
Vender productos para los clientes	-	R	-	-	-	C
Promocionar los productos con descuentos u ofertas	I	R	C/I	-	-	A
Administrar las ganancias	-	-	R	-	A	R
Mantener en funcionamiento las tiendas de la empresa				I		R

Capacitar personal	-	-	I	I	-	R
Atención al cliente	I	R	-	-	-	A
Servicio de Delivery	-	R	-	-	I	C

-R: Responsable **-A: Aprobador** **-C: Consultado** **-I: Informado**

Capítulo 4: Artículos PM

4.1 Desarrollo de módulos

4.1.1. Programa: Marketing

4.1.1.1. Proyecto: Sistema de Marketing Tambo

4.1.1.1.1. Project Charter

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

SISTEMA DE MARKETING TAMBO

PROJECT CHARTER

VERSIÓN 1.50

Resumen ejecutivo

El informe presenta una descripción detallada del negocio de Tambo+, una cadena de tiendas de conveniencia en el Perú que se destaca por ofrecer una amplia variedad de productos de consumo diario. Con ubicaciones estratégicas en gasolineras, universidades y centros comerciales, Tambo+ brinda a sus clientes acceso conveniente a sus productos en cualquier momento del día. Además, la empresa ha implementado servicios innovadores como el delivery y el uso de aplicaciones móviles para pagos, así como la incorporación de cajeros automáticos en sus tiendas. Todo esto ha contribuido a consolidar su posición como líder en el mercado peruano.

Marco Teórico

El informe justifica el proyecto de investigación realizado por un grupo de estudiantes de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, en el cual se analiza la empresa Tambo+. La cadena de tiendas de conveniencia, con una trayectoria de aproximadamente 7 años, se convierte en el objeto de estudio para aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo del curso y analizar sus procesos y estructuras. El objetivo principal es proponer mejoras que optimicen los procesos de acuerdo con la misión y visión de la empresa.

Posicionamiento

Planteamiento del problema relacionado con el sistema de patrocinio de equipos. Análisis del posicionamiento actual de Tambo+ en el mercado peruano.

Planteamiento del problema

Evaluación de las necesidades y desafíos de Tambo+ en relación con el patrocinio de equipos.

Objetivos

1. **Objetivos General**
   Ofrecer patrocinio a equipos en el contexto de la cadena de tiendas Tambo+.

2. **Objetivos Específicos**

- OE1: Identificar las necesidades y áreas de enfoque para determinar los patrocinios.
- OE2: Realizar buenos acuerdos de patrocinio
- OE3: Generar asociaciones estratégicas con equipos para aumentar la presencia de Tambo+.

INDICADORES DE ÉXITO

N°	Indicador de éxito	Objetivo específico
1	Se reciben patrocinios de acuerdo al público objetivo determinado	OE1
2	Los patrocinios son rentables para la empresa	OE2
3	La empresa se beneficia más gracias al trabajo conjunto con los patrocinadores	OE3

ESTIMACIÓN DE ESFUERZO

UAW (Pesos de los actores sin ajustar)		
Nro CU	**CU**	**UAW**
F-MKT-01	**Recibir solicitudes de equipos**	**4**
F-MKT-02	**Evaluar solicitudes**	**5**
F-MKT-03	**Realizar patrocinio**	**4**
UUCW (Pesos de los casos sin ajustar)		
Nro CU	**CU**	**UUCW**
F-MKT-01	**Recibir solicitudes de equipos**	**6**
F-MKT-02	**Evaluar solicitudes**	**4**
F-MKT-03	**Realizar patrocinio**	**8**

UUCP (Puntos de los casos sin ajustar)				
Función	**NroCU**	**CU**	**UAW+UUCW**	**UUCP**
Sistema de patrocinio de equipos	**F-MKT-01**	**Recibir solicitudes de equipos**	**10**	**31**
	F-MKT-02	**Evaluar solicitudes**	**9**	
	F-MKT-03	**Realizar patrocinio**	**12**	

4.1.1.2. Proyecto: Sistema de gestión de planes de marketing

4.1.1.2.1. Project Charter

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

SISTEMA DE GESTIÓN DE PLANES DE MARKETING

PROJECT CHARTER

VERSIÓN 1.50

RESUMEN EJECUTIVO

El informe detalla las actividades comerciales de Tambo así mismo la cadena de tiendas de conveniencia en Perú que se destaca por su amplia selección de artículos de consumo diario. Estratégicamente ubicado cerca de gasolineras, universidades y centros comerciales, Tambo ofrece a sus clientes un cómodo acceso a sus productos en cualquier momento del día. Además, la empresa introdujo servicios innovadores como la entrega y el uso de aplicaciones móviles para el pago, así como la conexión de cajeros automáticos a sus tiendas. Todo esto ayudó a fortalecer su posición como líder en el mercado peruano.

Por otro lado estas tiendas de Retail que son consideradas como tiendas de conveniencia ya que trabajan en una línea de productos muy ajustada, a lo que el cliente está buscando un área de 150 a 500 m2, atendiendo en un horario recorrido y sobre todo que están posicionadas en puntos estratégicos del Perú en donde hay mayor flujo de clientes.

MARCO TEÓRICO

El informe demuestra un proyecto de investigación realizado por un grupo de estudiantes de una universidad peruana de ciencias aplicadas que analiza la empresa Tambo. Una cadena de tiendas de conveniencia de aproximadamente 7 años de antigüedad es el objetivo de estudio para aplicar los conocimientos adquiridos durante el curso y analizar sus procesos y estructuras. El objetivo principal es ofrecer mejoras de optimización de procesos que estén en línea con la misión de mejorar la calidad de vida de los clientes y socios y la visión de la empresa de ser la tienda con más tiendas en el país.

POSICIONAMIENTO

Planteamiento del problema relacionado con el sistema de patrocinio de equipos. Análisis del posicionamiento actual de Tambo en el mercado peruano.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Evaluación de las necesidades y desafíos de Tambo en relación con el patrocinio de equipos.

OBJETIVOS

1. Objetivo general
Ofrecer patrocinio a equipos en el contexto de la cadena de tiendas Tambo.

2. Objetivos específicos

- OE1: Establecer un programa de patrocinio para Minimarkets o de interés comunitario.
- OE2: Identificar los beneficios y oportunidades que el patrocinio brinda a Tambo.
- OE3: Mejorar la visibilidad y la imagen de marca a través del patrocinio.

INDICADORES DE ÉXITO

N°	Indicador de éxito	Objetivo específico
1	Satisfacción del cliente en términos de experiencia y comunicación.	OE1
2	Segmentación efectiva del mercado objetivo	OE2
3	Crecimiento de la cadena de tiendas en nuevas ubicaciones.	OE3

ESTIMACIÓN DE ESFUERZO

UAW (Pesos de los actores sin ajustar)		
Nro CU	**CU**	**UAW**
F-MKT-03	**Elaboración de estrategias de marketing**	**3**
F-MKT-04	**Implementación de las tácticas de marketing**	**3**

F-MKT-05	**Análisis de los resultados obtenidos**	**2**
UUCW (Pesos de los casos sin ajustar)		
Nro CU	**CU**	**UUCW**
F-MKT-03	**Elaboración de estrategias de marketing**	**5**
F-MKT-04	**Implementación de las tácticas de marketing**	**3**
F-MKT-05	**Análisis de los resultados obtenidos**	**10**

UUCP (Puntos de los casos sin ajustar)				
Función	**NroCU**	**CU**	**UAW+UUCW**	**UUCP**
Sistema de gestión de marketing	**F-MKT-03**	**Elaboración de estrategias de marketing**	**8**	**26**
	F-MKT-04	**Implementación de las tácticas de marketing**	**6**	
	F-MKT-05	**Análisis de los resultados obtenidos**	**12**	

4.1.2. Programa: Financiero

4.1.2.1. Proyecto: Sistema Contable:

4.1.2.1.1. Project Charter

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

SISTEMA CONTABLE

PROJECT CHARTER

VERSIÓN 1.50

RESUMEN EJECUTIVO

El área de Contabilidad de Tambo+ se encarga de elaborar el presupuesto para el abastecimiento de todas las sucursales de la empresa a lo largo del Perú, además de hacer los balances de la empresa.

MARCO TEÓRICO

Tambo+ se encarga de la venta de diversos productos que cuenta con un buen respaldo de los consumidores peruanos. El objetivo principal es proponer mejoras en cuanto al aspecto financiero de la empresa.

POSICIONAMIENTO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Manifestación explícita y declarativa del problema que busca resolver el producto de software que se desarrollará en este proyecto.

Problema	Causas
• La gestión contable de todas las sucursales de Tambo+ tiene una alta tasa de errores.	• Falla en la comunicación entre las áreas de la empresa • El sistema contable no está automatizado

OBJETIVOS

1. **Objetivo general**

   Aumentar la rentabilidad y eficiencia de la empresa a largo plazo

2. **Objetivos específicos**
   - OE1: Optimizar los procesos con el fin de reducir costos.
   - OE2: Establecer un porcentaje de beneficio como meta a alcanzar
   - OE3: Realizar un análisis frecuente para tomar mejores decisiones.

INDICADORES DE ÉXITO

N°	Indicador de éxito	Objetivo específico
1	Reducción de gastos al detectar fallos en los procesos e incremento de la productividad.	OE1
2	Aumento de las ganancias de la empresa y con ello, mayor capacidad de inversión.	OE2
3	Entrega correcta y a tiempo de cada balance de la empresa para manejar información actualizada en todo momento.	OE3

ESTIMACIÓN DE ESFUERZO

UAW (Pesos de los actores sin ajustar)		
Nro CU	**CU**	**UAW**
F-FIN-01	**Preparar informe financiero de ganancias y pérdidas**	**5**
F-FIN-02	**Crear un desglose mensual del presupuesto**	**3**
F-FIN-03	**Evaluar el estado actual del presupuesto**	**4**
F-FIN-04	**Buscar financiamiento mediante un préstamo bancario**	**3**

UUCW (Pesos de los casos sin ajustar)		
Nro CU	**CU**	**UUCW**
F-FIN-01	**Preparar informe financiero de ganancias y pérdidas**	**5**
F-FIN-02	**Crear un desglose mensual del presupuesto**	**10**
F-FIN-03	**Evaluar el estado actual del presupuesto**	**8**
F-FIN-04	**Buscar financiamiento mediante un préstamo bancario**	**6**

UUCP (Puntos de los casos sin ajustar)				
Función	**NroCU**	**CU**	**UAW+UUCW**	**UUCP**
Sistema contable	**F-FIN-01**	**Preparar informe financiero de ganancias y pérdidas**	**10**	**44**
	F-FIN-02	**Crear un desglose mensual del presupuesto**	**13**	
	F-FIN-03	**Evaluar el estado actual del presupuesto**	**12**	
	F-FIN-04	**Buscar financiamiento mediante un préstamo bancario**	**9**	

4.1.3. Programa: Abastecimiento de Insumos

4.1.3.1. Proyecto: Sistema de Almacenamiento

4.1.3.1.1. Project Charter

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

SISTEMA DE ALMACENAMIENTO

PROJECT CHARTER

VERSIÓN 1.50

RESUMEN EJECUTIVO

El encargado de la tienda y los empleados de la empresa Tambo+ se encargan del diariamente de pedir y almacenar respectivamente de los productos necesarios con la finalidad de tener stock en sus respectivas tiendas

Este proyecto tiene la motivación de poder gestionar de manera eficaz y rápida el abastecimiento de los productos

MARCO TEÓRICO

Tambo+ gestiona con los proveedores de los productos,y al final ellos coordinan con el encargado de tienda para el abastecimiento y almacenamiento de estos. El objetivo principal es proponer mejoras en torno al tiempo que les toma a los proveedores poder abastecer las tiendas Tambo+.

POSICIONAMIENTO

Planteamiento del problema relacionado con la gestión del sistema de almacenamiento tanto en la tienda física.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Problema	Causas
El sistema de abastecimiento y almacenamiento de los productos tiene mal rendimiento	• Falta de seguimiento de los proveedores • Comunicación ineficiente con los proveedores e encargados • Tiempos muy largos,solo para poder abastecer tiendas

OBJETIVOS

1. **Objetivos General**
   - Mejorar y optimizar el flujo de tiempo de trabajo del encargado de tienda y el proveedor

2. **Objetivos Específicos**
   - OE1: Disminuir en un 40% el tiempo empleado al almacenar los insumos
   - OE2: Negociar buenos acuerdos con los proveedores en términos de buenos precios y plazos de entrega.
   - Gestionar la recepción de cada entrega de productos de forma adecuada.

INDICADORES DE ÉXITO

N°	Indicador de éxito	Objetivo específico
1	El registro de insumos de nuevo ingreso tiene una duración de menor de 4hrs.	**OE1**
2	Los plazos de entrega acordados con los proveedores no exceden los 7 días.	**OE2**
3	La comprobación si los insumos son suficientes tiene una duración de 10 min a 15 min	**OE3**

ESTIMACIÓN DE ESFUERZO

UAW (Pesos de los actores sin ajustar)

Nro CU	CU	UAW
F-AL-01	Comprobar si hay falta de productos	4
F-AL-02	Registrar la falta de productos	7
F-AL-03	Solicitud de abastecimiento al proveedor	5
F-AL-04	Recepción de entrega de productos	8
F-AL-05	Registro de productos en el inventario	6
UUCW (Pesos de los casos sin ajustar)		
Nro CU	CU	UUCW
F-AL-01	Comprobar si hay falta de productos	10
F-AL-02	Registrar la falta de productos	10
F-AL-03	Solicitud de abastecimiento al proveedor	5
F-AL-04	Recepción de entrega de productos	3
F-AL-05	Registro de productos en el inventario	5

UUCP (Puntos de los casos sin ajustar)				
Función	NroCU	CU	UAW+UUCW	UUCP
Sistema de almacenamiento	F-AL-01	Comprobar si hay falta de productos	14	63
	F-AL-02	Registrar la falta de productos	17	
	F-AL-03	Solicitud de abastecimiento al proveedor	10	
	F-AL-04	Recepción de entrega de productos	11	
	F-AL-05	Registro de productos en el inventario	11	

MOCKUP:

4.1.4. Programa: Ventas

4.1.4.1. Proyecto: Sistema de ventas:

4.1.4.1.1. Project Charter

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

SISTEMA DE VENTAS

PROJECT CHARTER

VERSIÓN 1.50

RESUMEN EJECUTIVO

Las personas responsables de la gestión del macroproceso de ventas son los trabajadores y los clientes de la tienda comercial Tambo, quienes se encargan de vender y comprar productos lo que genera movimientos económicos dentro del área de ventas. Por ejemplo, los trabajadores ejercen un rol importante para este proceso, en este caso, desempeñan sus destrezas para lograr una buena comunicación con los clientes y ofrecer un buen servicio.

MARCO TEÓRICO

Implementar herramientas conocidas como arquitectura de soluciones las cuales permiten que las necesidades de una empresa se ejecuten correctamente, además de establecer un plan con funciones consecutivas con el propósito de mejorar e impulsar la gestión de ventas de la empresa Tambo+.

POSICIONAMIENTO

Planteamiento del problema relacionado con la gestión del sistema de ventas tanto en tienda online como física.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Determinar cuáles son las posibles causas del manejo erróneo que se genera para la gestión de ventas de la tienda de conveniencia Tambo+.

Problema	Causas
Tambo+ experimenta un bajo nivel de ventas en sus sucursales a lo largo del Perú.	• Falta de capacitación al personal de atención. • Competencia en el mercado. • Aumento de precios en sus productos.

OBJETIVOS

1. **Objetivos General**

   Mejorar el sistema de gestión de ventas en todas las cadenas de tiendas Tambo.

2. **Objetivos Específicos**

   - OE1: Actualizar los precios en periodos establecidos de acuerdo a la oferta y demanda del momento, competencia en el mercado, o por promociones que ofrece la tienda.

- OE2: Ajustarse a los constantes cambios del mercado con relación a las tendencias e identificar los productos populares y cómo son los comportamientos del consumidor.
- OE3: Mejorar los puntos de venta y mantenerlos actualizados para agilizar el proceso de pago, por lo que, mejora la experiencia del cliente y no afecta a las ventas.

INDICADORES DE ÉXITO

N°	Indicador de éxito	Objetivos específicos
1	Mayor número de clientes lo que significa que se registran más compras y ventas.	**OE1**
2	Los productos que son comprados con más frecuencia quedan agotados en poco tiempo	**OE2**
3	Notorio incremento en los ingresos totales de todas las cadenas de Tambo.	**OE3**

ESTIMACIÓN DE ESFUERZO

UAW (Pesos de los actores sin ajustar)		
Nro CU	**CU**	**UAW**
F-VT-01	**Atender al cliente en su llegada**	**4**
F-VT-02	**Determinar la ubicación del cliente**	**5**
F-VT-03	**Registrar el pedido del cliente**	**3**
F-VT-04	**Gestionar la preparación del pedido**	**5**
F-VT-05	**Recibir el pedido listo para entrega**	**4**
F-VT-06	**Recibir el pago del cliente**	**6**
UUCW (Pesos de los casos sin ajustar)		
Nro CU	**CU**	**UUCW**

F-VT-01	**Atender al cliente en su llegada**	**8**
F-VT-02	**Determinar la ubicación del cliente**	**14**
F-VT-03	**Registrar el pedido del cliente**	**10**
F-VT-04	**Gestionar la preparación del pedido**	**8**
F-VT-05	**Recibir el pedido listo para entrega**	**7**
F-VT-06	**Recibir el pago del cliente**	**15**

UUCP (Puntos de los casos sin ajustar)				
Función	**NroCU**	**CU**	**UAW+UUCW**	**UUCP**
Sistema de Ventas	**F-VT-01**	**Atender al cliente en su llegada**	**12**	**89**
	F-VT-02	**Determinar la ubicación del cliente**	**19**	
	F-VT-03	**Registrar el pedido del cliente**	**13**	
	F-VT-04	**Gestionar la preparación del pedido**	**13**	
	F-VT-05	**Recibir el pedido listo para entrega**	**11**	
	F-VT-06	**Recibir el pago del cliente**	**21**	

4.1.5 Programa: Recursos Humanos

4.1.5.1. Proyecto: Sistemas de Recursos Humanos

4.1.5.1.1. Project Charter

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

SISTEMA DE RECURSOS HUMANOS

PROJECT CHARTER

VERSIÓN 1.50

Resumen ejecutivo

El departamento de Recursos Humanos de Tambo es responsable de gestionar el reclutamiento, selección, desarrollo y bienestar de los empleados de la empresa. El objetivo principal es implementar mejoras en los procesos y políticas de recursos humanos para garantizar un ambiente laboral productivo y satisfactorio.

Marco Teórico

Tambo es una empresa reconocida en la venta de diversos productos y busca asegurar la eficiencia en la gestión de su capital humano. El área de Recursos Humanos desempeña un papel fundamental en la contratación y retención de empleados talentosos y en el desarrollo de su crecimiento profesional.

Posicionamiento

Planteamiento del problema

Manifestación explícita y declarativa del problema que busca resolver el programa de recursos humanos que se desarrollará en este proyecto.

Problema	Causas
El personal reclutado y el proceso de selección no son los idóneos.	• Falta de evaluaciones periódicas del desempeño. • Limitada oferta de capacitación y desarrollo profesional. • Comunicación interna deficiente entre departamentos

Objetivos

1. Objetivo general

- Optimizar la gestión de recursos humanos para seleccionar y capacitar a su personal con el fin de promover un ambiente laboral productivo y satisfactorio.

2. Objetivos específicos

- OE1: Establecer perfiles de puesto claros que indiquen los requisitos y competencias para el trabajo.
- OE2: Desarrollar planes de capacitación y crecimiento profesional.
- OE3: Fortalecer la comunicación interna entre los empleados.

INDICADORES DE ÉXITO

N°	Indicador de éxito	Objetivo Específico
1	Mayor número de contratados que cumplen con el perfil que busca la empresa.	OE1
2	Mejora en los indicadores de desempeño y productividad.	OE2
3	Incremento en la satisfacción y compromiso de los empleados.	OE3

ESTIMACIÓN DE ESFUERZO

UAW (Pesos de los actores sin ajustar)		
Nro CU	**CU**	**UAW**
F-RH-01	**Presentación de propuesta laboral**	**4**
UUCW (Pesos de los casos sin ajustar)		

Nro CU	CU	UUCW
F-RH-01	**Presentación de propuesta laboral**	**8**

UUCP (Puntos de los casos sin ajustar)				
Función	**NroCU**	**CU**	**UAW+UUCW**	**UUCP**
Sistema de recursos humanos	**F-RH-01**	**Presentación de propuesta laboral**	**12**	**12**

4.2 Descomposición funcional

4.2.1. Macroproceso de Finanzas

Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Planificación de presupuestaria	Se encarga de planificar el presupuesto para la empresa.	- Revisar las ganancias de la empresa. - Consultar el dinero que tiene la empresa.	Área de finanzas
G2	Gestión de cuentas pendientes	Se encarga de gestionar las cuentas que Tambo+ debe pagar o cobrar.	- Consultar a las entidades que cuentas debe cobrar Tambo+ - Analizar las cuentas con el presupuesto.	Contador
G3	Gestión de tesorería	Se encarga de gestionar la tesorería	- Gestionar los recursos financieros - Evaluar el control de flujo de caja - Administrar las inversiones - Gestionar los préstamos	Área de finanzas
G4	Revisión y	Se encarga de	- Revisar las	Área de finanzas

	análisis de los resultados financieros	evaluar la situación financiera de la empresa	ganancias y pérdidas de Tambo+ - Evaluar la situación financiera de la empresa.	

4.2.2. Macroproceso de Gerencia Estratégica

Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Definición de estrategia	Se encarga de establecer la estrategia que usará la empresa para emprender.	- Identificar necesidades de la empresa - Consultar al equipo de administración de la empresa para tener ideas	Personal de administración
G2	Análisis de la empresa	Se encarga de analizar el entorno externo e interno de la empresa.	- Identificar los factores que influyen dentro y fuera de la empresa	Personal de administración
G3	Elaboración de plan de acción	Se encarga de elaborar un plan de acción y hacer un seguimiento.	- Realizar seguimiento al plan propuesto por Tambo	Personal de administración

4.2.3. Macroproceso de Gestión de Proyectos

Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Identificación de necesidad	Se encarga de identificar la necesidad de un proyecto	- Analizar las distintas necesidades que puede tener la empresa	Personal de administración
G2	Elaboración de proyecto	Se encarga de elaborar el proyecto en base a la	- Idear el proyecto con los datos identificados	Personal de administración

		necesidad		
G3	Gestión de riesgo	Se encarga de gestionar los riesgos del proyecto	- Identificar los riesgos potenciales asociados al proyecto - Establecer estrategias para mitigarlos o eliminarlos - Verificar eliminación de riesgos	Personal de administración
G4	Asignación de recursos	Se encarga de asignar los recursos	- Identificar y asignar recursos humanos - Establecer estrategias para una mejor distribución - Verificar distribución	Contador
G5	Revisión de proyectos	Se encarga de planificar las actividades, ejecutar las actividades y supervisar el avance del proyecto	- Ejecutar actividades planeadas por el equipo - Supervisar los avances del proyecto	Personal de administración

4.2.4. Macroproceso de Marketing

Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Establecimiento de metas	Se encarga de establecer las metas para el marketing	- Establecer objetivos para la estrategia de marketing	Personal de administración
G2	Propuesta de promociones	Se encarga de proponer promociones	- Definir plan de promoción - Establecer productos - Fijar precio de promocion - Definir fecha	Personal de administración

4.2.5. Macroproceso de Ventas

Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Solicitud de compra	Se encarga de solicitar la compra a la empresa	- Solicitar compra de productos en la caja de la tienda	Cliente
G2	Procesamiento de productos	Se encarga de procesar los productos si la solicitud fue aceptada	- Escanear los productos - Verificar los precios - Generar boleta electrónica	Personal de atención
G3	Pago de productos	Se encarga de entregar el dinero correspondiente por los productos	- Realizar el pago correspondiente a la tienda por la compra de los productos	Cliente

4.2.6. Macroproceso de Atención al cliente

Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Presentación de reclamo o queja	Se encarga de presentar el reclamo o queja	- Enviar el reclamo por algún medio que tenga la empresa	Cliente
G2	Comunicación con el cliente	Se encarga de comunicarse con el cliente para buscar una posible solución al problema	- Analizar el problema - Solicitar detalles al cliente - Estructurar y proponer solución al cliente	Personal de atención

4.2.7. Macroproceso de Post-venta

Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Registro de cuenta	Se encarga de registrar una cuenta en la página de Tambo+	- Brindar los datos requeridos - Registrar correo electrónico - Crear contraseña válida	Cliente
G2	Envío de promociones y ofertas	Se encarga de enviar correos de promociones y/u ofertas al correo registrado.	- Ofrecer diversas promociones y descuentos	Personal de administración

4.2.8. Macroproceso de Recursos Humanos

Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Presentación de CV	Se encarga de presentar la CV a la entidad correspondiente.	- Escribir datos necesarios en la CV	- Personal de atención - Personal de limpieza
G2	Aprobación de entrevista	Se encarga de agendar y realizar la entrevista para el postulante.	- Determinar fecha y hora de entrevista - Contactar al postulante - Establecer día de la entrevista	Personal de administración
G3	Asistencia a la entrevista	Se encarga de asistir a la entrevista agendada.	- Recibir correo de citación	Personal de administración
G4	Contratación del postulante	Se encarga de contratar al postulante.	- Aprobar el CV - Contratar al nuevo empleado - Asignarlo a un área de la tienda	Personal de administración

4.2.9. Macroproceso de Tecnologías de Información

Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Selección de equipos de tecnología	Se encarga de seleccionar los equipos de tecnología que usará la empresa	- Elegir los equipos de tecnología que usará cada sucursal de la empresa	Personal de administración
G2	Evaluación de necesidades y soluciones	Se encarga de evaluar las necesidades de la tienda y clientes y seleccionar soluciones tecnológicas	- Evaluar las soluciones que se implementará para satisfacer las necesidades de los clientes	Personal de atención
G3	Instalación de software	Se encarga de instalar el software a los equipos	- Instalar los software - Contactar con el equipo de sistemas en caso de problemas técnicos.	Personal de atención
G4	Mantenimiento y pruebas a los equipos	Se encarga de realizar mantenimiento y probar los equipos	- Realizar mantenimiento a los equipos con los equipos con software instalados recientemente	Personal de administración

4.2.10. Macroproceso de Compra

Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Realización de inventario de productos	Se encarga de realizar inventario a los productos de la tienda	- Realizar conteo del stock disponible de los productos	Personal de atención
G2	Contacto con proveedores	Se encarga de contactar a los proveedores	- Contactar a los proveedores - Entrega de productos	Personal de administración

G3	Realización de pedido y contrato	Se encarga de realizar el pedido de los productos y el contrato	- Recepcionar productos - Registrar productos - Almacenarlos en el área correspondiente	Personal de administración

4.2.11. Macroproceso de Capacitación de personal de atención

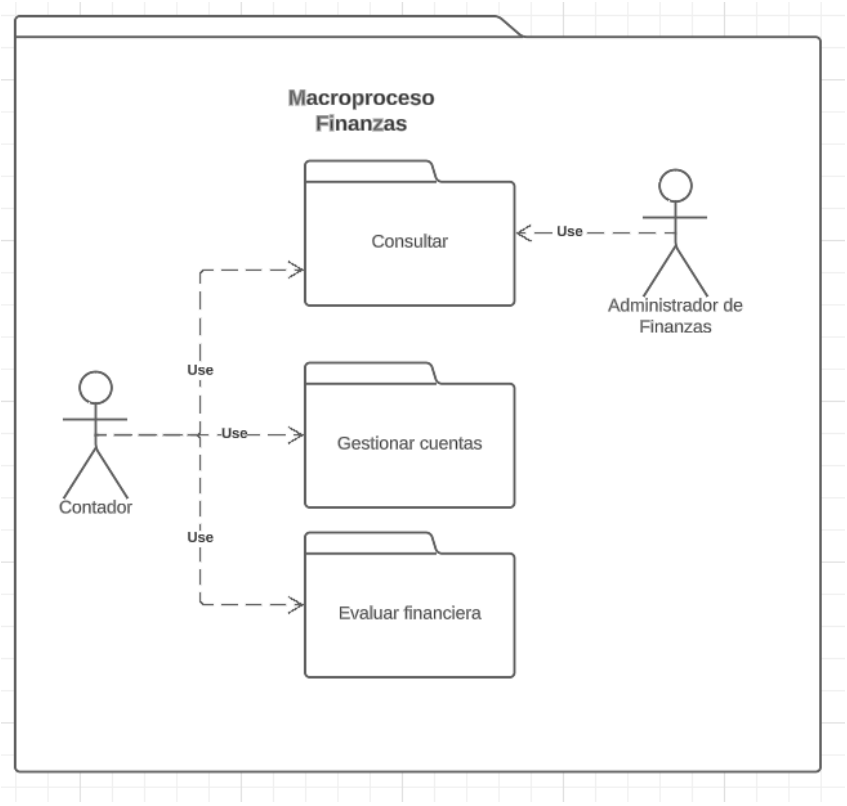
Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Diseño de programa de capacitación	Se encarga de diseñar un programa de capacitación para los empleados	- Organizar sesiones de entrenamiento - Evaluar el programa - Seleccionar empleados para el programa	Personal de administración
G2	Fomentación de aprendizaje al equipo	Se encarga de fomentar el aprendizaje al equipo asignado al programa	- Motivar al equipo que forma parte al programa de capacitación	Personal de administración
G3	Actualización de capacitación	Se encarga de actualizar regularmente la capacitación	- Realizar actualización regular de las sesiones de capacitación	Personal de administración

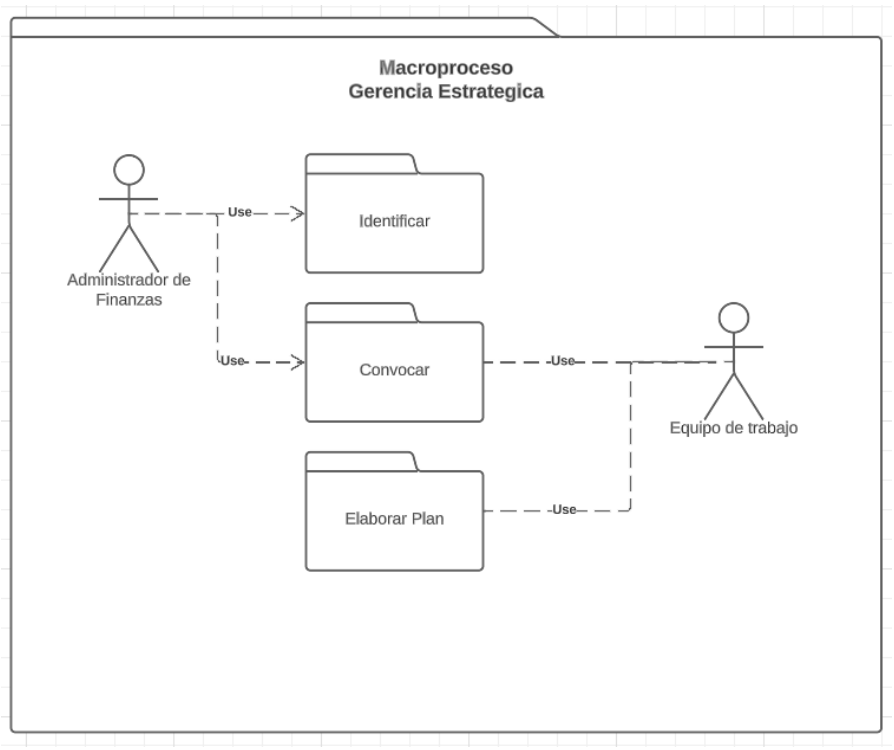
4.2.12. Macroproceso de Control de Calidad

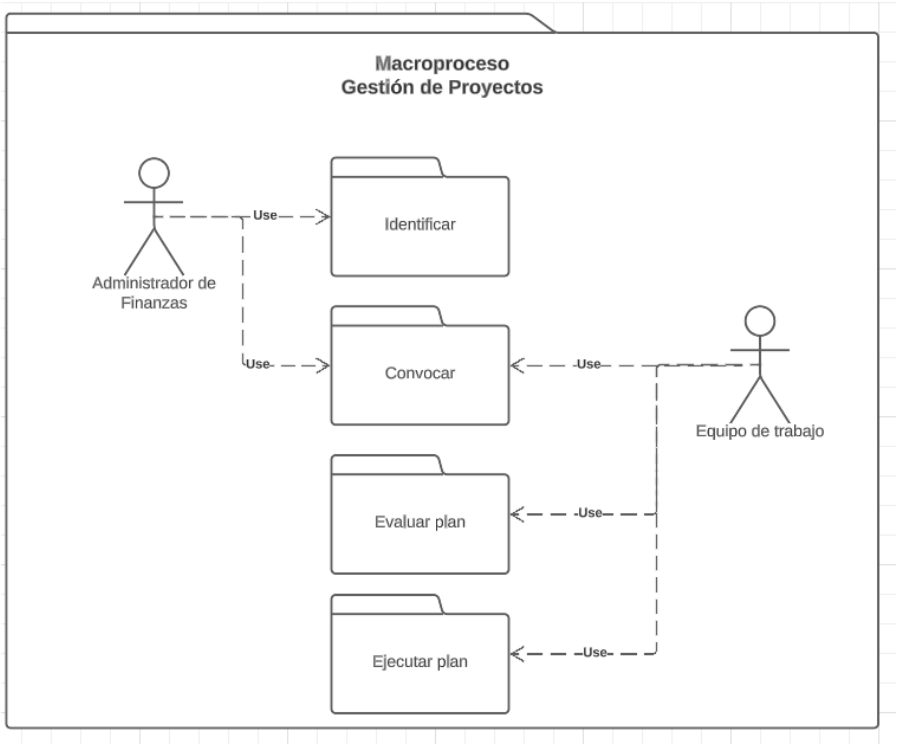
Grupo	Función	Descripción	Actividades incluidas	Entidades
G1	Identificación de requisitos, objetivos y tareas	Se encarga de identificar los requisitos, objetivos y tareas para el control de calidad	- Identificar los requisitos para el control de calidad - Definir objetivos y tareas para el control	Personal de atención
G2	Implementación	Se encarga de	- Analizar y	Personal de

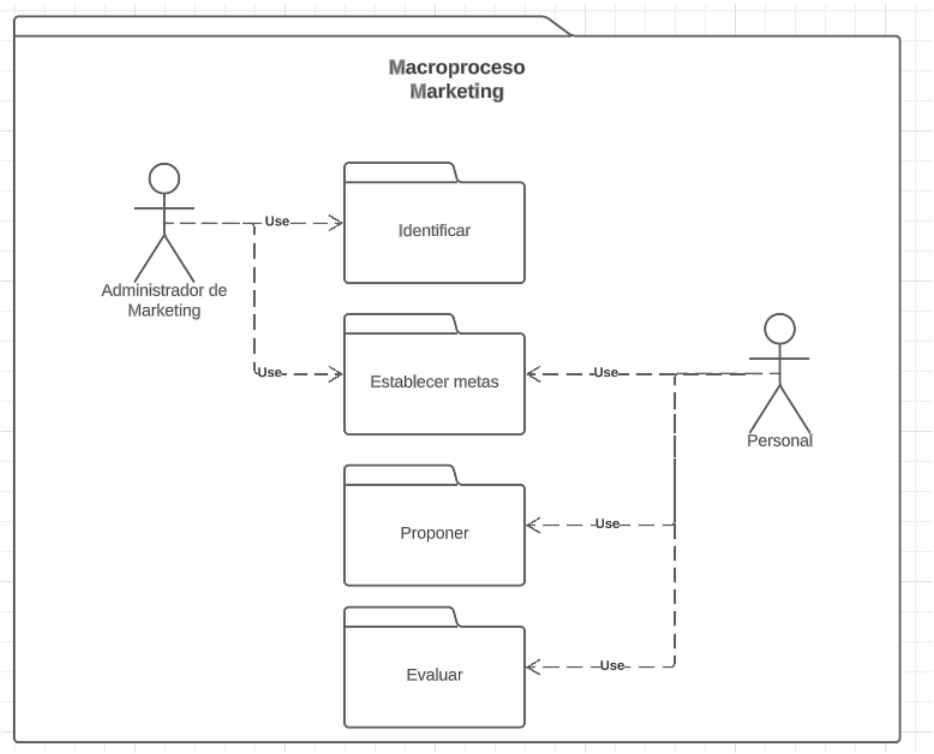
	de actividades	implementar las actividades identificadas anteriormente	estandarizar procesos - Definir la metodología de trabajo - Ofrecer capacitaciones	atención
G3	Análisis del rendimiento	Se encarga de analizar los procesos de calidad	- Analizar los procesos del control de calidad	Personal de atención

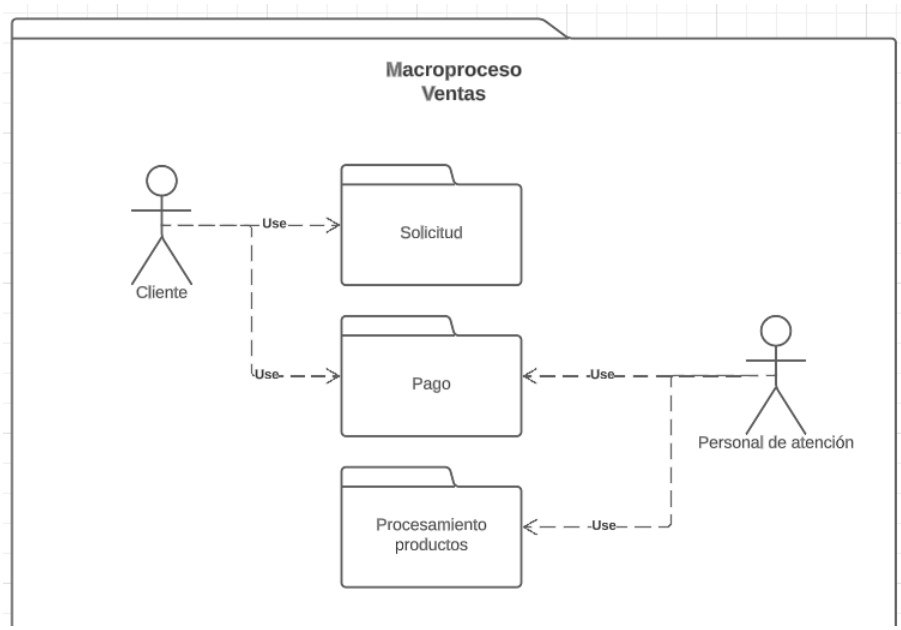
4.3. Diagrama de Paquetes

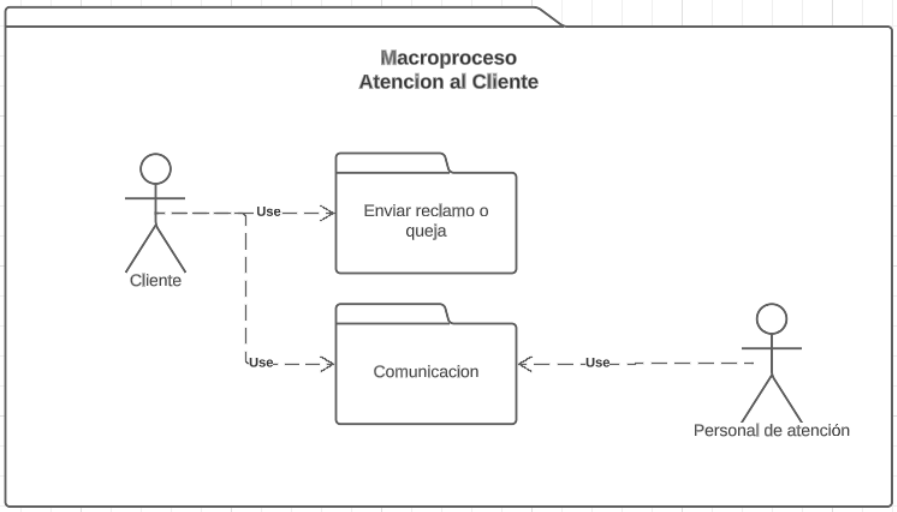


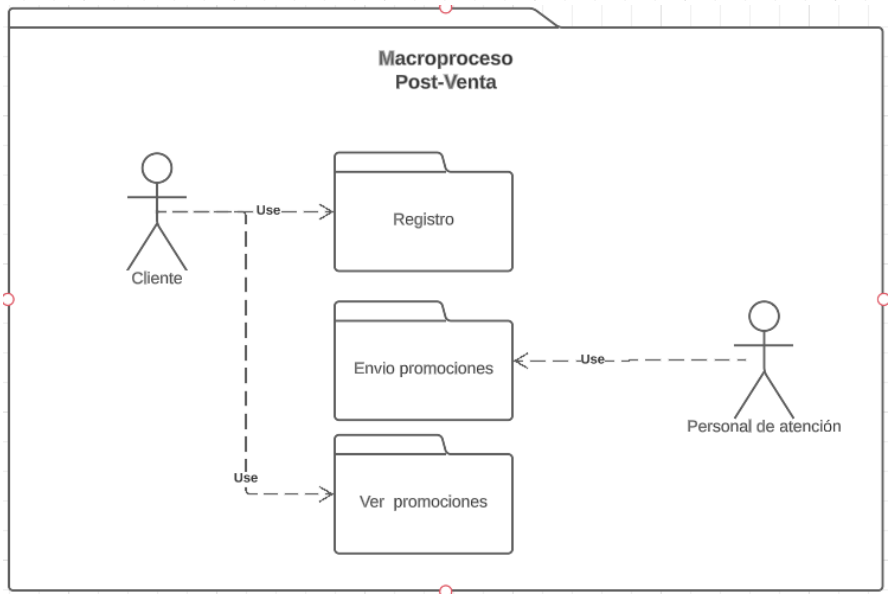


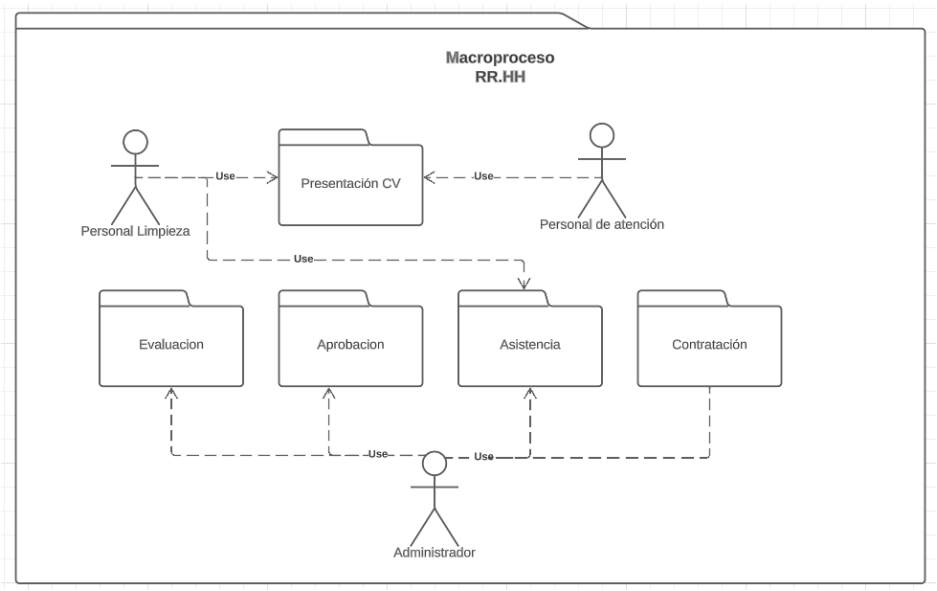

Macroproceso
Gestión de Proyectos
Administrador de Finanzas
Use
Identificar
Use
Convocar
Use
Equipo de trabajo
Evaluar plan
Use
Ejecutar plan
Use

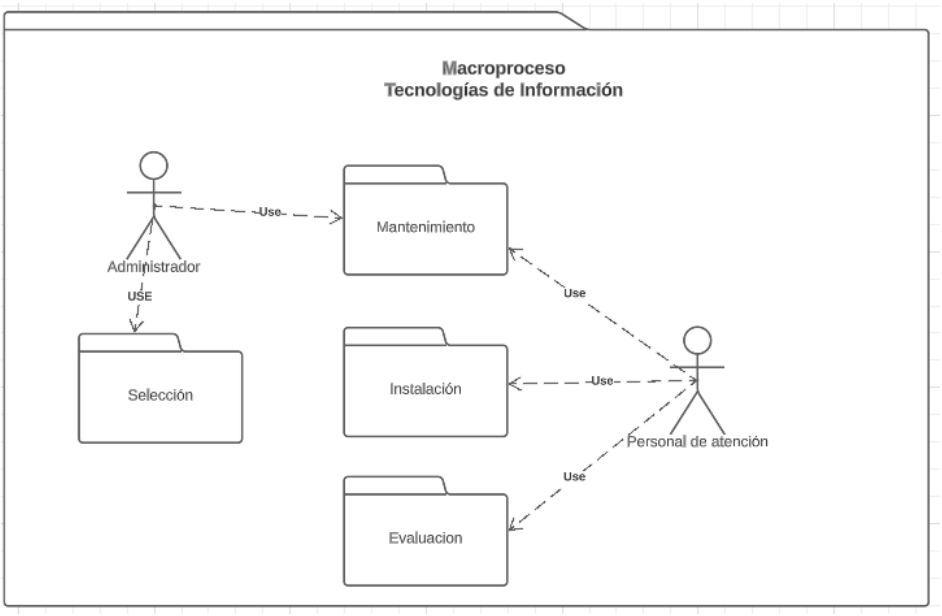

Macroproceso
Marketing
Administrador de Marketing
Use
Identificar
Use
Establecer metas
Use
Personal
Proponer
Use
Evaluar
Use

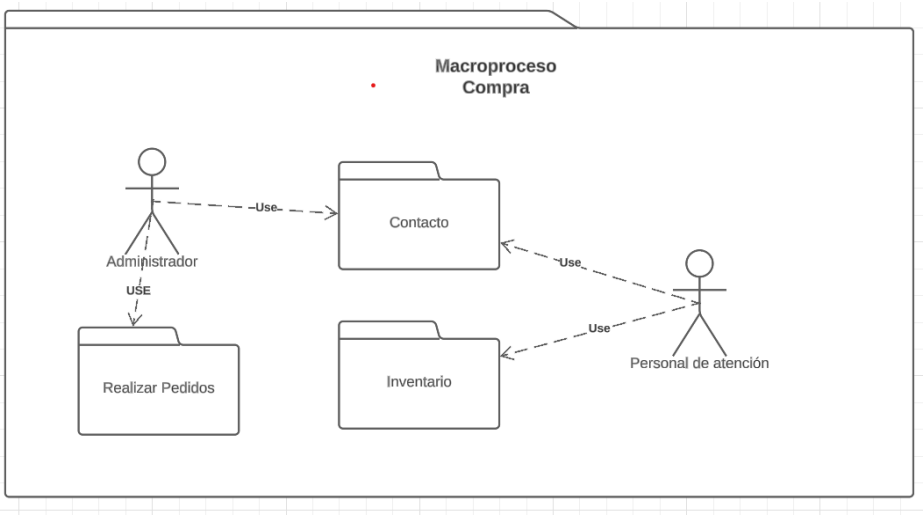

Macroproceso
Ventas
Cliente
Use
Solicitud
Use
Pago
Use
Personal de atención
Procesamiento
productos
Use

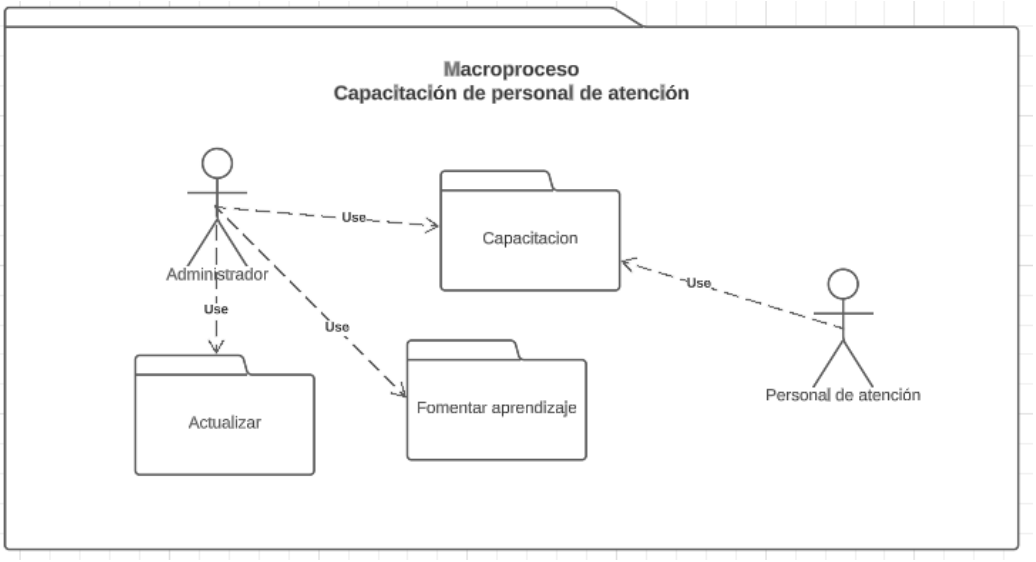

Macroproceso
Atencion al Cliente
Cliente
Use
Enviar reclamo o
queja
Use
Comunicacion
Use
Personal de atención

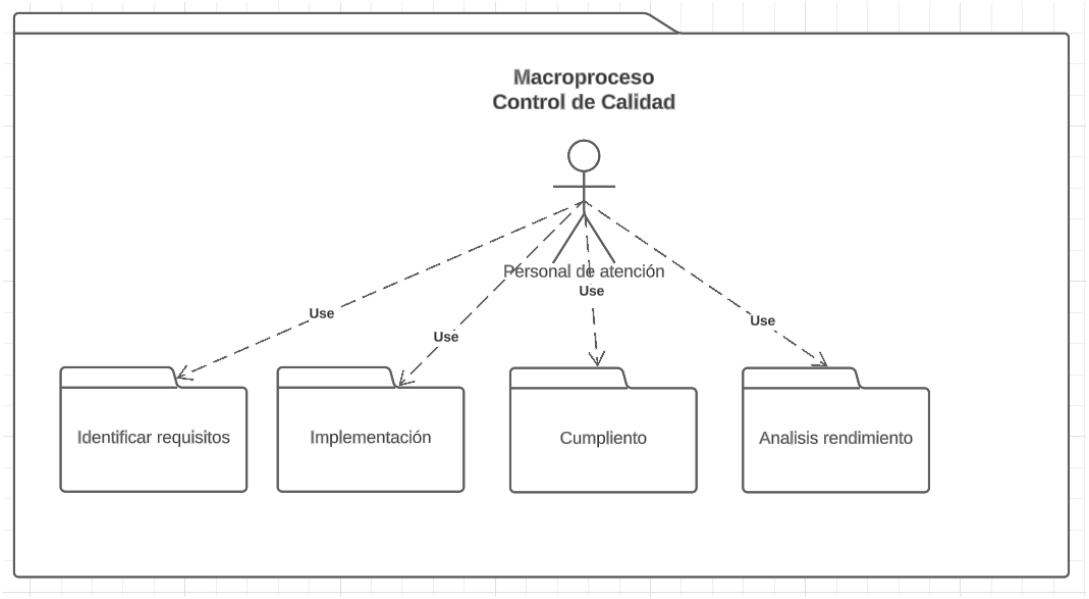

Macroproceso
Post-Venta
Cliente
Use
Registro
Envio promociones
Use
Personal de atención
Use
Ver promociones


Macroproceso
RR.HH
Personal Limpieza
Use
Presentación CV
Use
Personal de atención
Use
Evaluacion
Aprobacion
Asistencia
Contratación
Use
Use
Administrador


Macroproceso
Tecnologías de Información
Administrador
Use
Mantenimiento
USE
Selección
Instalación
Use
Use
Personal de atención
Use
Evaluacion


Macroproceso
Compra
Administrador
Use
Contacto
USE
Realizar Pedidos
Use
Inventario
Use
Personal de atención


Macroproceso
Capacitación de personal de atención
Administrador
Use
Capacitacion
Use
Use
Actualizar
Fomentar aprendizaje
Use
Personal de atención


Macroproceso
Control de Calidad
Personal de atención
Use
Use
Use
Use
Identificar requisitos
Implementación
Cumpliento
Analisis rendimiento

4.4 Mapeo Producto-Proceso

La siguiente matriz nos enseña la relación entre los productos y procesos de la empresa.

PRODUCTO/PROCESO	Macroproceso A: Gestion Financiera		Macroproceso B: Gestion de Marketing		Macroproceso C: Ventas		Macroproceso C: Atencion al cliente	Macroproceso D: Recursos Humanos	Macroproceso E: Gestion de tecnologia de información		Macroproceso F: Gestion de Compra	Macroproceso G: Gestion de Calidad
	Planificar presupuestaria	Gestionar tesoreria	Establecer metas	Publicar Promociones	Solicitud de Compra	Procesar Productos	Buscar una solucion	Agendar Entrevista	Determinar necesidades	Instalar software de los equipos	Realizar Pedido	Implementar las actividades de control de calidad
Sistema de Marketing Tambo	1	1	1	1				1				
Sistema de gestion de planes de marketing			1				1	1	1			
Sistema Financiero	1	1			1	1		1	1	1	1	
Sistema de Almacenamiento		1			1	1					1	1
Sistema de Ventas		1			1	1						
Sistema de Recursos Humanos		1						1	1	1		1

4.5 Malla relacional

4.5.1 Malla relacional por función de negocio

4.5.1.1 Finanzas

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2		
		Planificación de presupuestaria		Total General
Producto	Caso de Uso	Revisar las ganancias de la empresa.	Consultar el dinero que tiene la empresa.	
Planificación de presupuestaria	Revisar las ganancias de la empresa	1		1
	Consultar el dinero que tiene la empresa		1	1
Total General		1	1	2

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2			
		Gestion de cuentas pendientes		Planificación de presupuestaria	Total General
Producto	Caso de Uso	Consultar a las entidades que cuentas debe cobrar	Analizar las cuentas	Consultar el dinero que tiene la empresa.	
Gestion de cuentas pendientes	Consultar a las entidades que cuentas debe cobrar			1	1
	Analizar las cuentas	1			1
Total General		1	0	1	2

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2				
		Gestión de tesorería			Gestion de cuentas pendientes	Total General
Producto	Caso de Uso	Gestionar los recursos financieros	Evaluar el control de flujo de caja	Administrar las inversiones	Analizar las cuentas	
Gestión de tesorería	Gestionar los recursos financieros				1	1
	Evaluar el control de flujo de caja	1				1
	Administrar las inversiones		1			1
	Gestionar los préstamos			1		1
Total General		1	1	1	1	4

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2		
		Revisión y análisis de los resultados financieros	Gestión de tesorería	Total General
Producto	Caso de Uso	Evaluar la situación financiera de la empresa	Administrar las inversiones	
Revisión y análisis de los resultados financieros	Revisar las ganancias y pérdidas	1		1
	Evaluar la situación financiera de la empresa		1	1
Total General		1	1	2

4.5.1.2 Gerencia Estratégica

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2		
		Definición de estrategia		Total General
Producto	Caso de Uso	Identificar necesidades	Consultar al equipo de administración para tener ideas	
Definición de estrategia	Identificar necesidades		1	1
	Consultar al equipo de administración para tener ideas	1		1
Total General		1	1	2

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Definición de estrategia	Total General
Producto	Caso de Uso	Identificar necesidades	
Análisis de la empresa	Identificar los factores que influyen dentro y fuera	1	1
Total General		1	1

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Análisis de la empresa	Total General
Producto	Caso de Uso	Identificar los factores que influyen dentro y fuera de la empresa	
Elaboración de plan de acción	Realizar seguimiento al plan propuesto	1	1
Total General		1	1

4.5.1.3 Gestión de Proyectos

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Identificación de necesidad	Total General
Producto	Caso de Uso	Analizar las distintas necesidades	
Identificación de necesidad	Analizar las distintas necesidades que puede tener la empresa	0	0
Total General		0	0

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2		
		Identificación de necesidad	Elaboración de proyecto	Total General
Producto	Caso de Uso	Analizar las distintas necesidades	Idear el proyecto	
Elaboración de proyecto	Idear el proyecto	1		1
Total General		1		1

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2			
		Elaboración de proyecto	Gestión de riesgo		Total General
Producto	Caso de Uso	Idear el proyecto	Identificar los riesgos potenciales	Establecer estrategias para mitigarlos o eliminarlos	
Gestión de riesgo	Identificar los riesgos potenciales	1			1
	Establecer estrategias para mitigarlos o eliminarlos		1		1
	Verificar eliminación de riesgos			1	1
Total General		1	1	1	3

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2			
		Elaboración de proyecto	Asignación de recursos		Total General
Producto	Caso de Uso	Idear el proyecto	Identificar y asignar recursos humanos	Establecer estrategias para una mejor distribución	
Asignación de recursos	Identificar y asignar recursos humanos	1			1
	Establecer estrategias para una mejor distribución		1		1
	Verificar distribución			1	1
Total General		1	1	1	3

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2		
		Asignación de recursos	Revisión de proyectos	Total General
Producto	Caso de Uso	Identificar y asignar recursos humanos	Ejecutar actividades planeadas por el equipo	
Revisión de proyectos	Ejecutar actividades planeadas por el equipo	1		1
	Supervisar los avances del proyecto		1	1
Total General		1	1	2

4.5.1.4 Marketing

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2				
		Establecimiento de metas	Propuesta de promociones			Total General
Producto	Caso de Uso	Establecer objetivos para la estrategia de marketing	Definir plan de promoción	Establecer productos	Fijar precio de promocion	
Propuesta de promociones	Definir plan de promoción	1				1
	Establecer productos		1			1
	Fijar precio de promocion			1		1
	Definir fecha		1			1
Total General		1	2	1	0	4

4.5.1.5 Ventas

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Solicitud de compra	Total General
Producto	Caso de Uso	Solicitar compra de productos en la caja de la tienda	
Solicitud de compra	Solicitar compra de productos en la caja de la tienda		0
Total General		0	0

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2			
		Solicitud de compra	Procesamiento de productos		Total General
Producto	Caso de Uso	Solicitar compra de productos en la caja de la tienda	Escanear los productos	Verificar los precios	
Procesamiento de productos	Escanear los productos	1			1
	Verificar los precios		1		1
	Generar boleta electrónica			1	1
Total General		1	1	1	3

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Procesamiento de productos	Total General
Producto	Caso de Uso	Generar boleta electrónica	
Pago de productos	Realizar el pago a la tienda por la compra de los productos	1	1
Total General		1	1

4.5.1.6 Atención al cliente

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Presentación de reclamo o queja	Total General
Producto	Caso de Uso	Enviar el reclamo por algún medio que tenga la empresa	
Presentación de reclamo o queja	Enviar el reclamo por algún medio que tenga la empresa		0
Total General		0	0

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2			
		Presentación de reclamo o queja	Comunicación con el cliente		Total General
Producto	Caso de Uso	Enviar el reclamo por algún medio que tenga la empresa	Analizar el problema	Solicitar detalles al cliente	
Comunicación con el cliente	Analizar el problema	1		1	2
	Solicitar detalles al cliente		1		1
	Estructurar y proponer solución al cliente		1		1
Total General		1	2	1	4

4.5.1.7 Post-venta

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2		
		Registro de cuenta		Total General
Producto	Caso de Uso	Brindar los datos requeridos	Registrar correo electrónico	
Registro de cuenta	Brindar los datos requeridos			0
	Registrar correo electrónico	1		1
	Crear contraseña válida		1	1
Total General		1	1	2

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Registro de cuenta	Total General
Producto	Caso de Uso	Registrar correo electrónico	
Envío de promociones y ofertas	Ofrecer diversas promociones y descuentos	1	1
Total General		1	1

4.5.1.8 Recursos Humanos

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Presentación de CV	Total General
Producto	Caso de Uso	Escribir datos necesarios en la CV	
Presentación de CV	Escribir datos necesarios en la CV	0	0
Total General		0	0

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2			
		Presentación de CV	Aprobación de entrevista		Total General
Producto	Caso de Uso	Escribir datos necesarios en la CV	Determinar fecha y hora de entrevista	Contactar al postulante	
Aprobación de entrevista	Determinar fecha y hora de entrevista	1			1
	Contactar al postulante		1		1
	Establecer día de la entrevista			1	1
Total General		1	1	1	3

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Aprobación de entrevista	Total General
Producto	Caso de Uso	Establecer día de la entrevista	
Asistencia a la entrevista	Recibir correo de citación	1	1
Total General		1	1

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2			
		Asistencia a la entrevista	Contratación del postulante		Total General
Producto	Caso de Uso	Escribir datos necesarios en la CV	Aprobar el CV	Contratar al nuevo empleado	
Contratación del postulante	Aprobar el CV	1			1
	Contratar al nuevo empleado		1		1
	Asignarlo a un área de la tienda			1	1
Total General		1	1	1	3

4.5.1.9 Tecnologías de Información

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Selección de equipos de tecnología	Total General
Producto	Caso de Uso	Elegir los equipos de tecnología que usará cada sucursal	
Evaluación de necesidades y soluciones	Evaluar las soluciones que se implementará para satisfacer las necesidades de los clientes	1	1
Total General		1	1

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Instalación de software	Total General
Producto	Caso de Uso	Instalar los software	
Instalación de software	Instalar los software		0
	Contactar con el equipo de sistemas en caso de problemas técnicos.	1	1
Total General		1	1

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Instalación de software	Total General
Producto	Caso de Uso	Instalar los software	
Mantenimiento y pruebas a los equipos	Realizar mantenimiento a los equipos con los equipos con software instalados	1	1
Total General		1	1

4.5.1.10 Compra

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Realización de inventario de productos	Total General
Producto	Caso de Uso	Realizar conteo del stock disponible de los productos	
Realización de inventario de productos	Realizar conteo del stock disponible de los productos		0
Total General		0	0

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2		
		Realización de inventario de productos	Contacto con proveedores	Total General
Producto	Caso de Uso	Realizar conteo del stock disponible de los productos	Contactar a los proveedores	
Contacto con proveedores	Contactar a los proveedores	1		1
	Entrega de productos		1	1
Total General		1	1	2

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2			
		Contacto con proveedores	Realización de pedido y contrato		Total General
Producto	Caso de Uso	Entrega de productos	Recepcionar productos	Registrar productos	
Realización de pedido y contrato	Recepcionar productos	1			1
	Registrar productos		1		1
	Almacenarlos en el área correspondiente			1	1
Total General		1	1	1	3

4.5.1.11 Capacitación de personal de atención

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2		
		Diseño de programa de capacitación		Total General
Producto	Caso de Uso	Organizar sesiones de entrenamiento	Evaluar el programa	
Diseño de programa de capacitación	Organizar sesiones de entrenamiento			0
	Evaluar el programa	1		1
	Seleccionar empleados para el programa		1	1
Total General		1	1	2

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Diseño de programa de capacitación	Total General
Producto	Caso de Uso	Seleccionar empleados para el programa	
Fomentación de aprendizaje al equipo	Motivar al equipo que forma parte al programa de capacitación	1	1
Total General		1	1

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Fomentación de aprendizaje al equipo	Total General
Producto	Caso de Uso	Motivar al equipo que forma parte al programa de capacitación	
Actualización de capacitación	Realizar actualización regular de las sesiones de capacitación	1	1
Total General		1	1

4.5.1.12 Control de Calidad

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Identificación de requisitos, objetivos y tareas	Total General
Producto	Caso de Uso	Identificar los requisitos para el control de calidad	
Identificación de requisitos, objetivos y tareas	Identificar los requisitos para el control de calidad		0
	Definir objetivos y tareas para el control	1	1
Total General		1	1

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2			
		Identificación de requisitos, objetivos y tareas	Implementación de actividades		Total General
Producto	Caso de Uso	Definir objetivos y tareas para el control	Analizar y estandarizar procesos	Definir la metodología de trabajo	
Implementación de actividades	Analizar y estandarizar procesos	1			1
	Definir la metodología de trabajo		1		1
	Ofrecer capacitaciones			1	1
Total General		1	1	1	3

Cuenta Dependiente		Dependiente CU2	
		Implementación de actividades	Total General
Producto	Caso de Uso	Ofrecer capacitaciones	
Análisis del rendimiento	Analizar los procesos del control de calidad	1	1
Total General		1	1

4.5.2 Malla relacional por producto

La siguiente matriz muestra la relación de dependencia que existe entre los productos propuestos para perfeccionar el flujo de trabajo del negocio.

Malla Relacional por productos	Planificación de presupuestaria	Gestión de cuentas pendientes	Gestión de tesorería	Revisión y análisis de los resultados financiero	Definición de estrategia	Análisis de la empresa	Elaboración de plan de acción	Identificación de necesidad	Elaboración de proyecto	Gestión de riesgo	Asignación de recursos	Revisión de proyectos	Establecimiento de metas	Propuesta de promociones	Solicitud de compra	Procesamiento de productos	Pago de productos	Presentación de reclamo o queja	Comunicación con el cliente	Registro de cuenta	Envío de promociones y ofertas	Presentación de CV	Aprobación de entrevista	Asistencia a la entrevista	Contratación del postulante	Selección de equipos de tecnología	Evaluación de necesidades y soluciones	Instalación de software	Mantenimiento y pruebas a los equipos	Realización de inventario de productos	Contacto con proveedores	Realización de pedido y contrato	Diseño de programa de capacitación	Fomentación de aprendizaje al equipo	Actualización de capacitación	Identificación de requisitos, objetivos y tarea	Implementación de actividades	Análisis del rendimiento
Planificación de presupuestaria																																						
Gestión de cuentas pendientes	1																																					
Gestión de tesorería		1																																				
Revisión y análisis de los resultados financiero			1																																			
Definición de estrategia																																						
Análisis de la empresa					1																																	
Elaboración de plan de acción						1																																
Identificación de necesidad																																						
Elaboración de proyecto								1																														
Gestión de riesgo									1																													
Asignación de recursos									1																													
Revisión de proyectos											1																											

Revisión de proyectos											1																											
Establecimiento de metas																																						
Propuesta de promociones													1																									
Solicitud de compra																																						
Procesamiento de productos															1																							
Pago de productos																1																						
Presentación de reclamo o queja																																						
Comunicación con el cliente																		1																				
Registro de cuenta																																						
Envío de promociones y ofertas																				1																		
Presentación de CV																																						
Aprobación de entrevista																						1																
Asistencia a la entrevista																							1															
Contratación del postulante																								1														
Selección de equipos de tecnología																																						
Evaluación de necesidades y soluciones																									1													
Instalación de software																																						
Mantenimiento y pruebas a los equipos																											1											
Realización de inventario de productos																																						
Contacto con proveedores																													1									
Realización de pedido y contrato												1																		1								
Diseño de programa de capacitación																																						
Fomentación de aprendizaje al equipo																																1						
Actualización de capacitación																																	1					
Identificación de requisitos, objetivos y tarea																																						
Implementación de actividades																																			1			
Análisis del rendimiento																																				1		

4.6 Cuadro de control de portafolio

Acá tenemos el cuadro de control de portafolio que registra las 4 fases que incluyen los sectores de marketing, finanzas, almacenamiento,ventas y recursos humanos, respectivamente.

FASE 1					FASE 2				FASE 3							FASE 4		
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4	ETAPA 5	ETAPA 6	ETAPA 7	ETAPA 8	ETAPA 9	ETAPA 10	ETAPA 11	ETAPA 12	ETAPA 13	ETAPA 14	ETAPA 15	ETAPA 16	ETAPA 17	ETAPA 18	ETAPA 19
P-01 F-MKT-01	P-01 F-MKT-02	P-01 F-MKT-03			P-03 F-FI-01	P-03 F-FI-02	P-03 F-FI-03	P-03 F-FI-04	P-04 F-AL-01	P-04 F-AL-02	P-04 F-AL-03	P-04 F-AL-04	P-04 F-AL-05					
		P-02 F-MKT-04	P-02 F-MKT-05	P-02 F-MKT-06						P-05 F-VN-01	P-05 F-VN-02	P-05 F-VN-03	P-05 F-VN-04	P-05 F-VN-05	P-05 F-VN-06			
																P-06 F-RH-01	P-07 F-RH-02	P-08 F-RH-03

4.6.1. Fase 1

FASE 1				
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4	ETAPA 5
P-01 F-MKT-01	P-01 F-MKT-02	P-01 F-MKT-03		
		P-02 F-MKT-04	P-02 F-MKT-05	P-02 F-MKT-06

4.6.2. Fase 2

FASE 2			
ETAPA 6	ETAPA 7	ETAPA 8	ETAPA 9
P-03 F-FI-01	P-03 F-FI-02	P-03 F-FI-03	P-03 F-FI-04

4.6.3. Fase 3

FASE 3						
ETAPA 10	ETAPA 11	ETAPA 12	ETAPA 13	ETAPA 14	ETAPA 15	ETAPA 16
P-04 F-AL-01	P-04 F-AL-02	P-04 F-AL-03	P-04 F-AL-04	P-04 F-AL-05		
	P-05 F-VN-01	P-05 F-VN-02	P-05 F-VN-03	P-05 F-VN-04	P-05 F-VN-05	P-05 F-VN-06

4.6.4. Fase 4

FASE 4		
ETAPA 17	ETAPA 18	ETAPA 19
P-06 F-RH-01	P-07 F-RH-02	P-08 F-RH-03

4.7 Estimación de esfuerzo

Factor de complejidad técnica (TCF)
Este coeficiente se calcula mediante la cuantificación de un conjunto de factores que determinan la complejidad técnica del sistema. Cada uno de los factores se cuantifica con un valor de 0 a 5, donde 0 significa un aporte irrelevante y 5 un aporte muy importante.

Factor de ambiente (EF)
Las habilidades y el entrenamiento del grupo involucrado en el desarrollo tienen un gran impacto en las estimaciones de tiempo. Estos factores son los que se contemplan en el cálculo del Factor de ambiente. El cálculo del mismo es similar al cálculo del Factor de complejidad técnica, es decir, se trata de un conjunto de factores que se cuantifican con valores de 0 a 5

4.7.1. Marketing

4.7.1.1 TCF

TCF				
Factor	Descripcion	Peso	Valor	Resultado
T1	Programas Informaticos distribuido	2	1	2
T2	Objetivos de desempeño	1	4	4
T3	Eficiencia del usuario final	1	2	2
T4	Procesamiento interno complejo	1	3	3
T5	Codigo debe ser reutilizable	1	1	1
T6	Facilidad de instalacion	0,5	1	0,5
T7	Facilidad de uso	0,5	2	1
T8	Portabilidad	2	2	4
T9	Facilidad de cambio	1	2	2
T10	Concurrencia	1	3	3
T11	Seguridad	1	0,5	0,5
T12	Acceso directo a terceras partes	1	0,5	0,5
T13	Requiere entrenamiento especial a usuarios	1	2	2
Total				0,855

4.7.1.2 EF

EF				
Factor	Descripcion	Peso	Valor	Resultado
E1	Programas Informaticos distribuido	1,5	1	1,5
E2	Objetivos de desempeño	0,5	4	2
E3	Eficiencia del usuario final	1	1	1
E4	Procesamiento interno complejo	0,5	3	1,5
E5	Codigo debe ser reutilizable	1	2	2
E6	Facilidad de instalacion	2	1,5	3
E7	Personal a medio tiempo	-1	1	-1
E8	Dificultad de lenguaje de programacion	-1	2	-2
Total				1,16

4.7.2. Financiero

4.7.2.1 TCF

TCF				
Factor	Descripcion	Peso	Valor	Resultado
T1	Programas Informaticos distribuido	2	1	2
T2	Objetivos de desempeño	1	4	4
T3	Eficiencia del usuario final	1	2	2
T4	Procesamiento interno complejo	1	1	1
T5	Codigo debe ser reutilizable	1	2	2
T6	Facilidad de instalacion	0,5	1	0,5
T7	Facilidad de uso	0,5	2	1
T8	Portabilidad	2	2	4
T9	Facilidad de cambio	1	2	2
T10	Concurrencia	1	4	4
T11	Seguridad	1	2	2
T12	Acceso directo a terceras partes	1	5	5
T13	Requiere entrenamiento especial a usuarios	1	2	2
Total				0,915

4.7.2.2 EF

EF				
Factor	Descripcion	Peso	Valor	Resultado
E1	Programas Informaticos distribuido	1	1	1
E2	Objetivos de desempeño	2	4	4
E3	Eficiencia del usuario final	3	1	1
E4	Procesamiento interno complejo	2	3	3
E5	Codigo debe ser reutilizable	0,5	2	3
E6	Facilidad de instalacion	3	0,5	-3
E7	Personal a medio tiempo	0,5	1	3
E8	Dificultad de lenguaje de programacion	4	1	2
Total				0,98

4.7.3. Abastecimiento

4.7.3.1 TCF

TCF				
Factor	Descripcion	Peso	Valor	Resultado
T1	Programas Informaticos distribuido	2	1	2
T2	Objetivos de desempeño	1	4	4
T3	Eficiencia del usuario final	1	2	2
T4	Procesamiento interno complejo	1	1	1
T5	Codigo debe ser reutilizable	1	2	2
T6	Facilidad de instalacion	0.5	1	0.5
T7	Facilidad de uso	0.5	2	1
T8	Portabilidad	2	2	4
T9	Facilidad de cambio	1	2	2
T10	Concurrencia	1	4	4
T11	Seguridad	1	2	2
T12	Acceso directo a terceras partes	1	5	5
T13	Requiere entrenamiento especial a usuario	1	2	2
Total				0.915

4.7.3.2 EF

EF				
Factor	Descripcion	Peso	Valor	Resultado
E1	Programas Informaticos distribuido	1	1	1
E2	Objetivos de desempeño	2	2	4
E3	Eficiencia del usuario final	3	1	3
E4	Procesamiento interno complejo	2	3	6
E5	Codigo debe ser reutilizable	0,5	2	1
E6	Facilidad de instalacion	3	0,5	1,5
E7	Personal a medio tiempo	0,5	2	1
E8	Dificultad de lenguaje de programacion	4	1	4
Total				0,755

4.7.4. Comercial

4.7.4.1 TCF

TCF				
Factor	**Descripcion**	**Peso**	**Valor**	**Resultado**
T1	Programas Informaticos distribuido	2	1	2
T2	Objetivos de desempeño	1	1	1
T3	Eficiencia del usuario final	1	4	4
T4	Procesamiento interno complejo	1	1	1
T5	Codigo debe ser reutilizable	1	2	2
T6	Facilidad de instalacion	0,5	1	0,5
T7	Facilidad de uso	0,5	2	1
T8	Portabilidad	2	2	4
T9	Facilidad de cambio	1	2	2
T10	Concurrencia	1	4	4
T11	Seguridad	1	2	2
T12	Acceso directo a terceras partes	1	2	2
T13	Requiere entrenamiento especial a usuarios	1	2	2
Total				0,875

4.7.4.2 EF

EF				
Factor	**Descripcion**	**Peso**	**Valor**	**Resultado**
E1	Programas Informaticos distribuido	1	1	1
E2	Objetivos de desempeño	2	2	4
E3	Eficiencia del usuario final	3	2	6
E4	Procesamiento interno complejo	2	2	4
E5	Codigo debe ser reutilizable	0,5	2	1
E6	Facilidad de instalacion	3	1	3
E7	Personal a medio tiempo	0,5	2	1
E8	Dificultad de lenguaje de programacion	4	1	4
Total				0,68

4.7.5. Recursos Humanos

4.7.5.1. TCF

TCF				
Factor	**Descripción**	**Peso**	**Valor (0-5)**	**Resultado**
T1	Sistema distribuido	2	3	6
T2	Objetivos de performance	1	3	3
T3	Eficiencia del usuario final	1	4	4
T4	Procesamiento interno complejo	1	2	2
T5	Codigo debe ser reutilizable	1	4	4
T6	Facilidad de instalación	0,5	5	2,5
T7	Facilidad de uso	0,5	5	2,5
T8	Portabilidad	2	2	4
T9	Facilidad de cambio	1	1	1
T10	Concurrencia	1	3	3
T11	Seguridad	1	2	2
T12	Acceso directo a terceras partes	1	4	4
T13	Requiere entrenamiento especial a usuarios	1	1	1
Factor de complejidad técnica				**0,990**

4.7.5.2. EF

EF				
Factor	**Descripción**	**Peso**	**Valor (0-5)**	**Resultado**
E1	Familiaridad con el modelo de proyecto usado	1,5	5	7,5
E2	Experiencia en la aplicación	0,5	4	2
E3	Experiencia en orientación a objetos	1	4	4
E4	Capacidad del analista lider	0,5	5	2,5
E5	Motivación	1	3	3
E6	Estabilidad de los requerimientos	2	4	8
E7	Personal a medio tiempo	-1	3	-3
E8	Dificultad de lenguaje de programación	-1	4	-4
Factor de ambiente				**0,80**

4.7.6. Adquisiciones

4.7.6.1. TCF

TCF				
Factor	**Descripción**	**Peso**	**Valor (0-5)**	**Resultado**
T1	Sistema distribuido	2	2	4
T2	Objetivos de performance	1	3	3
T3	Eficiencia del usuario final	1	5	5
T4	Procesamiento interno complejo	1	2	2
T5	Codigo debe ser reutilizable	1	4	4
T6	Facilidad de instalación	0,5	5	2,5
T7	Facilidad de uso	0,5	5	2,5
T8	Portabilidad	2	3	6
T9	Facilidad de cambio	1	1	1
T10	Concurrencia	1	4	4
T11	Seguridad	1	4	4
T12	Acceso directo a terceras partes	1	2	2
T13	Requiere entrenamiento especial a usuarios	1	1	1
Factor de complejidad técnica				**1,010**

4.7.6.2. EF

EF				
Factor	**Descripción**	**Peso**	**Valor (0-5)**	**Resultado**
E1	Familiaridad con el modelo de proyecto usado	1,5	5	7,5
E2	Experiencia en la aplicación	0,5	3	1,5
E3	Experiencia en orientación a objetos	1	3	3
E4	Capacidad del analista lider	0,5	4	2
E5	Motivación	1	5	5
E6	Estabilidad de los requerimientos	2	4	8
E7	Personal a medio tiempo	-1	1	-1
E8	Dificultad de lenguaje de programación	-1	3	-3
Factor de ambiente				**0,71**

4.7.7. General

	UAW	UUCW	UUCP	TCF	EF
Marketing	21	36	57	0,855	1
Financiero	15	29	44	0,945	1,22
Abastecimiento	30	33	63	0,915	1,25
Comercial	27	62	89	0,875	1,21
Recursos humanos	4	8	12	0,990	0,80
Adquisiciones	23	31	54	1,010	0,71
TOTAL	120	199	319	5,59	6,345

Cálculos previos para la estimación de esfuerzo		
UAW	Peso de los actores	120
UUCW	Peso de caso de transacciones sin ajustar	199
UUCP	Puntos de funciones de negocio sin ajustar	319
TCF	Factor de complejidad técnica	0,59
EF	Factor de ambiente	0,6345
Cálculos de los puntos de funciones de negocio		
UCP	Puntos de funciones de negocio ajustadas	119
Cálculo de la estimación de esfuerzo		
Ratio	Horas de esfuerzo por UCP	20
Hora esfuerzo por un solo hombre		2388

Conclusiones

- En conclusión, se puede afirmar que el uso de las BPMN fueron de gran ayuda, ya que nos dieron una mejor visión de los procesos que tiene la empresa en las distintas áreas de esta.

- Se pudo analizar de mejor manera los sistemas de las áreas de Tambo gracias a la descomposición funcional, debido a que se puede ver el desarrollo de los procesos lo cual ayuda a ver las mejoras que necesita el sistema.

- La gestión de proyectos es de mucha importancia, puesto que este permite la creación de nuevos sistemas que benefician a las mejoras de Tambo+. Incluso, ayuda para la elaboración de programas para desarrollar programas en los proyectos nuevos de la empresa.

Recomendaciones

- Buscar mejores estrategias para tener mejores proyectos y una buena organización en el equipo.

- Realizar un análisis más completo del entorno actual de la empresa para tener datos y evaluar cuáles son las congruencias dentro de ella.

- Para la elaboración del proyecto a lo largo del curso se incorporó estrategias efectivas para la participación continua del equipo de trabajo y completar exitosamente el trabajo.

- Hacer una búsqueda correcta y necesaria de información sobre Tambo+ es fundamental para hacer un análisis profundo del tema.

Bibliografía

Heredia Canales, A(2022).*PROPUESTA DE DESARROLLO DE CANAL DIGITAL PARA TIENDAS TAMBO*. Recuperado de: https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3372/Heredia%2C%20Andrea_Trabajo%20de%20suficiencia%20profesional_Administraci%C3%B3n_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=El%20p%C3%BAblico%20objetivo%20de%20Tambo,sus%20estudios%20universitarios%20o%20t%C3%A9cnicos. [Consulta: 12/04/2023].

Córdova Escobedo, A. Y. S. (2018). *DISEÑO DE ARQUITECTURA EMPRESARIAL BASADO EN FRAMEWORK ZACHMAN PARA EL COLEGIO DE INGENIEROS DEL PERÚ, CASO DE ESTUDIO: CONSEJO DEPARTAMENTAL DE LAMBAYEQUE*. Recuperado de: https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/5477 [Consulta: 30/04/2023]

Arbós, L. C. (2012). *Gestión de proyectos. Producción por puestos fijos. Metodología PMBOK: Organización de la producción y dirección de operaciones*. Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jxNvbfv2rL8C&oi=fnd&pg=PA379&dq=PMBOK+español&ots=jnAtWTupXa&sig=nS38Q4xQt9MBhwEjwVWBqsvd9pY [Consulta: 30/04/2023]

Sánchez Ubillús, J. M. (2014). *PM14-Análisis y diseño de la arquitectura de procesos para la pequeña minería: cierre de mina*. Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/322294 [Consulta: 30/04/2023]

Anexos

MATRIZ QFD

GRUPO B	MATRIZ QFD DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES									
	FILAS: REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE | COLUMNAS: CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO									
CÓMO's: / QUÉ's	Tener una amplia selección de productos	Planificar buenas estrategias de ventas	Contratar y tener personal de atención amable	Contactar con proveedores confiables	Limpiar y decorar los locales de la tienda	Ofrecer diversas opciones de pago a los clientes	Grado de Importancia	Grado de Satisfacción	Calidad Planeada	PAN
a Poder comprar una gran variedad de	9	0	0	3	0	1	5	2	4	10.0
b Contar con precios competitivos	3	9	1	1	0	3	5	4	4	5.0
c Atender a los clientes de buena manera	1	3	9	0	0	0	5	4	5	6.3
d Buena calidad de los productos	9	3	0	9	0	1	5	3	5	8.3
e Presentar un ambiente limpio y agradable	0	0	3	0	9	0	4	3	4	5.3
f Tener más facilidades de pago	0	3	0	0	0	9	5	2	4	10.0
IP	186	119	77	110	48	123				
	5.00	3.19	2.07	2.95	1.29	3.31				

GRUPO B	MATRIZ QFD DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES								
	FILAS: CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO | COLUMNAS: CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO								
CÓMO's: / QUÉ's	Tener locales o tiendas ubicados estratégicamente	Ofrecer buena comodidad de compra	Tener ofertas atractivas para el cliente	Servicio de delivery rápido y confiable	Procesos de pago eficientes	Grado de Importancia	Grado de Satisfacción	Calidad Planeada	PAN
a Tener una amplia selección de productos	0	3	3	0	0	5	2	4	10.0
b Planificar buenas estrategias de ventas	0	9	9	3	3	3	3	5	5.3
c Contratar y tener personal de atención amable	0	1	0	3	0	2	2	4	4.1
d Contactar con proveedores confiables	0	0	0	1	1	3	2	4	5.9
e Limpiar y decorar los locales de la tienda	1	3	0	0	0	1	3	3	1.3
f Ofrecer diversas opciones de pago a los clientes	1	9	3	1	9	3	2	4	6.6
IP	8	145	98	41	81				
	0.27	5.00	3.36	1.41	2.80				

GRUPO B	MATRIZ QFD DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES								
	FILAS: CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO | COLUMNAS: CARACTERÍSTICAS DEL SUBPROCESO								
CÓMO's: / QUÉ's	Tener personal capacitado para atender la tienda	Presentar un ambiente atractivo de la tienda	Analizar zonas donde no haya tiendas cercanas	Realizar los procesos de servicio de manera eficiente y ágil	Ofertas especiales y programas de lealtad	Grado de Importancia	Grado de Satisfacción	Calidad Planeada	PAN
a Tener locales o tiendas ubicados estratégicamente	1	0	9	1	1	0	3	4	0.4
b Ofrecer buena comodidad de compra	3	9	1	3	9	5	4	3	3.8
c Tener ofertas atractivas para el cliente	0	3	1	3	3	3	3	4	4.5
d Servicio de delivery rápido y confiable	1	3	1	9	3	1	4	5	1.8
e Procesos de pago eficientes	1	3	0	3	1	3	5	3	1.7
IP	15	57	13	46	55				
	1.31	5.00	1.15	3.99	4.74				

Enlace de la matriz QFD: https://docs.google.com/spreadsheets/d/11JDa7FdeLFGcUbKm00NYD36PpCrLciaJ/edit?usp=sharing&ouid=102684900918612023437&rtpof=true&sd=true