

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
E.P. DE INGENIERÍA DE SISTEMAS



GESTION DE PROCESOS

ARTÍCULO:

**“Informe unidad I -FLY
UNIVERSAL”**

DOCENTE:

TOCTO CANO ESTEBAN

INTEGRANTE:

**ITO LOPEZ RONALDY SOLANO
MAMANI QUISPE MARILYN
GUITIERREZ OSCATA ROMEL
QUISPE APAZA KEVIN ARTURO**

JULIACA – 2024

Introducción

Este informe representa un avance significativo en nuestro esfuerzo por mejorar los procesos operativos en Fly-Universal, resultado del aprendizaje obtenido durante nuestro curso de Gestión de Procesos. A través de un exhaustivo análisis, hemos identificado y categorizado los procesos de nuestra empresa en niveles misionales, estratégicos y de apoyo. Además, hemos desarrollado matrices que nos permiten visualizar las relaciones entre nuestros productos, clientes y procesos.

En esta etapa inicial, nos complace presentar una descripción preliminar de los procesos identificados en cada nivel, así como una vista previa de las matrices de producto/cliente y la matriz de procesos con productos-clientes. Estas herramientas nos han brindado una comprensión más profunda de cómo nuestros productos y servicios impactan en la experiencia del cliente y cómo nuestros procesos internos respaldan estas interacciones.

Descripción de la empresa:

Fly-Universal es mucho más que una empresa de parapente; somos una puerta de entrada a la aventura, la libertad y la emoción en el cielo. Fundada por un equipo de apasionados del vuelo y la exploración, nuestra empresa se ha convertido en un referente en la industria de los deportes de aventura y el turismo extremo.

Nos enorgullece ofrecer a nuestros clientes experiencias únicas y emocionantes que van más allá de lo ordinario. Con una combinación perfecta de seguridad, calidad y pasión por el vuelo, nos esforzamos por proporcionar momentos inolvidables que dejen una huella duradera en la memoria de nuestros clientes.

Nuestro equipo está formado por pilotos expertos y personal altamente capacitado, dedicados a brindar un servicio excepcional y una experiencia personalizada a cada cliente. Desde el momento en que nuestros clientes nos contactan hasta el instante en que vuelan entre las nubes, nos comprometemos a ofrecer un viaje sin igual, lleno de emoción, adrenalina y belleza panorámica.

Visión:

Ser reconocidos como líderes mundiales en la industria de los deportes de aventura y el turismo extremo, proporcionando experiencias de vuelo en parapente que inspiren a nuestros clientes a alcanzar nuevas alturas y descubrir la magia del cielo abierto.

Misión:

En Fly-Universal, nuestra misión es ofrecer experiencias inolvidables en el cielo, creando momentos emocionantes y memorables que enriquezcan la vida de nuestros clientes. Nos comprometemos a proporcionar un servicio excepcional, garantizando la seguridad, la calidad y la satisfacción del cliente en cada vuelo. Nuestro objetivo es abrir las puertas del cielo a aventureros de todas las edades y niveles de experiencia, brindándoles la oportunidad de experimentar la emoción del vuelo en parapente de una manera segura, profesional y accesible.

Objetivo de la empresa:

En Fly-Universal, nuestro propósito es ofrecer a nuestros clientes una experiencia incomparable. Nos esforzamos por llevarlos a nuevas alturas y permitirles experimentar la sensación única de libertad que solo se encuentra en el cielo abierto. A través de nuestras emocionantes aventuras en parapente, creamos momentos inolvidables y dejamos una marca perdurable en cada persona que elige volar con nosotros.

MAPA DE PROCESOS NIVEL 0:



MATRIZ PRODUCTO – CLIENTE

https://upeuedupe-my.sharepoint.com/:x:/r/personal/marilyn_mamani_upeu_edu_pe/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B9E7F8E8B-148A-4A36-842F-BC3105DB8901%7D&file=h01.01.01%20matriz%20productos%20-%20clientes%20v2.0_ctvcv566yq.xlsx&action=default&mobileredirect=true

Nro.	Producto / Servicio	Cliente(s) que Recibe(n) el Producto o Servicio	Expectativas del Cliente (QUE, COMO)	Área que Entrega el Producto o Servicio	Otras Áreas Participantes
1	PAQUETE - FLY GIFT CARD	Personas en general	Regalar un experiencia única y emocionante del vuelo en parapente; Presentación atractiva de la tarjeta de regalo	Departamento de venta	Área de finanzas y atención al cliente.
2	PAQUETE - FLY BLUE	Clientes individuales, grupos turísticos mayores de 6 años y que no presenten signos cardiacos	Experimentar la emoción única y emocionante del vuelo en parapente; Seguridad durante el vuelo	Área de Vuelo	Área de reservas, Área de finanzas, Recursos Humanos
3	PAQUETE - FLY BLACK	Clientes individuales, grupos turísticos mayores de 6 años y que no presenten signos cardiacos	Experimentar la emoción única y emocionante del vuelo en parapente; Seguridad durante el vuelo	Área de Vuelo	Área de reservas, Área de finanzas, Recursos Humanos
4	PAQUETE - FLY PREMIUM	Clientes individuales, grupos turísticos mayores de 6 años y que no presenten signos cardiacos	Experimentar la emoción única y emocionante del vuelo en parapente; Seguridad durante el vuelo	Área de Vuelo	Área de reservas, Área de finanzas, Recursos Humanos

5	PAQUETE - FLY CUMPLEAÑOS	Clientes individuales, grupos turísticos mayores de 6 años y que no presenten signos cardiacos	Experimentar la emoción única y emocionante del vuelo en parapente; Seguridad durante el vuelo	Área de Vuelo	Área de reservas, Área de finanzas, Recursos Humanos
6	PAQUETE - FLY ESPECIALES	Clientes individuales, grupos turísticos mayores de 6 años y que no presenten signos cardiacos	Experimentar la emoción única y emocionante del vuelo en parapente; Seguridad durante el vuelo	Área de Vuelo	Área de reservas, Área de finanzas, Recursos Humanos

LISTADO DE PROCESOS CON PRODUCTOS – CLIENTE:

https://upeuedupe-my.sharepoint.com/:x/r/personal/marilyn_mamani_upeu_edu_pe/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B243DD38C-68FE-4CEE-B82C-B23EBC4E8E2E%7D&file=h01.02.01%20listado%20de%20procesos%20con%20productos%20-%20clientes%20v2.0_c6hsh3eeeph.xlsx&action=default&mobileredirect=true

Nro.	Producto / Servicio	Cliente(s) que Recibe(n) el Producto o Servicio	Procesos que Elaboran el Producto o Servicio		Otros Procesos Necesarios
			Proceso que Entrega el Producto o Servicio	Otros Proceso que Elaboran el Producto o Servicio	
1	PAQUETE - FLY GIFT	Personas en General	Proceso Misional - Ventas	Atención al cliente	Gestión de pagos
2	PAQUETE - FLY BLUE	Personas mayores de 6 años y que no presenten signos cardiacos	Proceso Misional - Gestión de vuelo	gestión de seguridad y riegos, gestión de calidad, Gestión de preparación,	Gestión de marketing, gestión de reservas, gestión de cobranza.
3	PAQUETE - FLY BLACK	Personas mayores de 6 años y que no presenten signos cardiacos	Proceso Misional - Gestión de vuelo	gestión de seguridad y riegos, gestión de calidad, Gestión de preparación,	Gestión de marketing, gestión de reservas, gestión de cobranza.
4	PAQUETE - FLY PREMIUM	Personas mayores de 6 años y que no presenten signos cardiacos	Proceso Misional - Gestión de vuelo	gestión de seguridad y riegos, gestión de calidad, Gestión de preparación,	Gestión de marketing, gestión de reservas, gestión de cobranza.
5	PAQUETE - FLY CUMPLEAÑOS	Personas mayores de 6 años y que no presenten signos cardiacos	Proceso Misional - Gestión de vuelo	gestión de seguridad y riegos, gestión de calidad, Gestión de preparación,	Gestión de marketing, gestión de reservas, gestión de cobranza.
6	PAQUETE - FLY ESPECIALES	Personas mayores de 6 años y que no presenten signos cardiacos	Proceso Misional - Gestión de vuelo	gestión de seguridad y riegos, gestión de calidad, Gestión de preparación,	Gestión de marketing, gestión de reservas, gestión de cobranza.
7	GRABACION DE LA EXPERIENCIA	Cliente que realizo la experiencia de vuelo	Proceso Misional - Gestión de vuelo	Proceso de seguimiento.	Gestión de reservas, gestión de cobranza. Gestión de vuelo

LA FICHA DE 1 PROCESO MISIONAL NIVEL 0:

https://upeuedupe-my.sharepoint.com/:x/g/person/marilyn_mamani_upeu_edu_pe/ERDsxrjVw-ZMqh06z-R4oFsBEpa1aqRT5_OLmsyPaffFOQ?e=PQZWob

			FICHA DE CARACTERIZACIÓN DEL PROCESOM01. Marketing y promociones		Versión: 01	
LOGO					16/04/2024	
					Página n de m	
1. Datos del proceso (Planificar)						
Código y Título del Proceso			M01			
Tipo de proceso			Misional		Nivel del Proceso	0
Líder de Proceso			V01. Marketing y promociones			
Áreas Involucradas			D. Marketing Ventas			
Finalidad del Proceso			Con la finalidad de atraer a los cliente con las promociones que se brinda.			
Alcance del Proceso			El proceso de marketing y promociones tiene alcance para aumentar la visibilidad de vuelo de parapente, atraer a nuevos clientes y fomentar la lealtad de los clientes existentes.			
Alineamiento con Objetivos Estratégicos						

Valores a Considerar: 5: Si el alineamiento es muy alto. 4: Si el alineamiento es alto. 3: Si el alineamiento es medio. 2: Si el alineamiento es bajo. 1: Si el alineamiento es muy bajo. 0: Si no hay alineamiento alguno.

1	Capacitar al equipo de marketing y promociones	5			
2	Medir y analizar el impacto de las estrategias	5			
3	Identificar y segmentar adecuadamente el público objetivo	4			
4	Diseñar promociones atractivas	3			

2. Caracterización (SIPOC) (Hacer)

Proveedores (del Proceso)	Elementos de entrada	Proceso	Productos (Elementos de Salida)	Clientes (del Proceso)
1. Agencias de publicidad y marketing. 2. Proveedores de materiales promocionales.	1. Información sobre vuelos disponibles. 2. Presupuesto asignado para marketing y promociones.	Desarrollo y ejecución de estrategias de marketing y promociones.	1. Campañas de marketing en redes sociales y plataformas online. 2. Promociones y descuentos.	1. Potenciales clientes interesados en vuelos de parapente. 2. Clientes recurrentes y leales.

3. Recursos

Participantes del Proceso	Equipo de marketing y promociones: gerente de marketing, especialista en redes sociales, diseñador gráfico
Instalaciones	Oficina o espacio de trabajo para el equipo de marketing y promociones.(sitio web, publicidad online, redes sociales, etc.)
Sistemas informáticos	1. Software de gestión de redes sociales y publicidad online. 2. Plataformas de email marketing y CRM.
Equipos	1. Computadoras, laptops y dispositivos móviles. 2. Equipos de diseño gráfico y camaras para grabacion
Documentos Normativos Internos	Políticas y procedimientos de marketing y promociones.

4. Verificación y mejora (Verificar y actuar)

Indicadores de desempeño	1: Seguimiento y Análisis de Resultados. 1.(CTR (Click-Through Rate) de anuncios en línea. - Retorno de inversión (ROI) de campañas publicitarias.) 2: Desarrollo de Estrategias de Marketing (Número de leads generados a través de campañas. - Tasa de conversión de leads a clientes.) 3:n nose
Registros Generados	Proceso 1: Informes de rendimiento de campañas y resultados obtenidos. Proceso 2: Documentación(lista) de las estrategias de marketing planificadas y ejecutadas. Proceso 3: Registro de todos los materiales promocionales utilizados en cada campaña(videos, imagenes etc)
Oportunidades de Mejora	Proceso 1: Implementar pruebas A/B para optimizar el contenido y el diseño de los anuncios Proceso 2: Explorar nuevas plataformas de publicidad online para llegar a diferentes audiencias(TIKTOK) Proceso 3: Capacitar al equipo en nuevas herramientas y técnicas de marketing digital. proceso 4: Realizar encuestas de satisfacción para recopilar retroalimentación de clientes.

LOGO	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
	Firma Nombre y Apellidos Fecha	Firma Nombre y Apellidos Fecha	Firma Nombre y Apellidos Fecha
	Puesto	Puesto	Puesto