

## Tabla de contenido

<b>1.</b>	<b>Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1.</b>	<b>Descripción del tema a abordar .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2.</b>	<b>Alcance del tema a abordar.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3.</b>	<b>Objetivos .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3.1.</b>	<b>Objetivo general .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3.2.</b>	<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>2</b>
<b>1.4.</b>	<b>Resultados esperados .....</b>	<b>2</b>
<b>2.</b>	<b>Marco conceptual .....</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>Elaboración del diagnóstico .....</b>	<b>3</b>
<b>3.1.</b>	<b>Situación actual.....</b>	<b>3</b>
<b>3.1.1.</b>	<b>Caracterización de la empresa.....</b>	<b>3</b>
<b>3.1.2.</b>	<b>Análisis interno del área .....</b>	<b>4</b>
<b>3.1.2.1.</b>	<b>Análisis del headcount del área .....</b>	<b>4</b>
<b>3.1.2.2.</b>	<b>Nivel de automatización de procesos del área .....</b>	<b>5</b>
<b>3.1.2.3.</b>	<b>Nivel de robotización de procesos del área .....</b>	<b>12</b>
<b>3.1.3.</b>	<b>Niveles de servicio actuales .....</b>	<b>12</b>
<b>3.2.</b>	<b>Análisis de clientes .....</b>	<b>12</b>
<b>3.2.1.</b>	<b>Identificar los clientes.....</b>	<b>13</b>
<b>3.2.2.</b>	<b>Levantamiento de necesidades de cada segmento de clientes .</b>	<b>13</b>
<b>3.2.3.</b>	<b>Niveles de valoración del servicio de cada segmento .....</b>	<b>14</b>
<b>3.2.4.</b>	<b>Identificar brechas respecto de las expectativas de los clientes</b>	<b>15</b>
<b>3.3.</b>	<b>Benchmarking.....</b>	<b>16</b>
<b>3.3.1.</b>	<b>Benchmark general internacional .....</b>	<b>16</b>
<b>3.3.1.1.</b>	<b>Análisis del headcount del área.....</b>	<b>16</b>
<b>3.3.1.2.</b>	<b>Nivel de automatización de procesos del área .....</b>	<b>18</b>
<b>3.3.1.3.</b>	<b>Nivel de robotización de procesos del área .....</b>	<b>19</b>
<b>3.3.2.</b>	<b>Benchmark respecto de otras firmas del grupo .....</b>	<b>19</b>
<b>3.3.2.1.</b>	<b>Análisis del headcount del área.....</b>	<b>20</b>
<b>3.3.2.2.</b>	<b>Nivel de automatización de procesos del área .....</b>	<b>20</b>
<b>3.3.2.3.</b>	<b>Nivel de robotización de procesos del área .....</b>	<b>22</b>
<b>3.4.</b>	<b>Individualización de las opciones de optimización .....</b>	<b>22</b>
<b>3.5.</b>	<b>Análisis del entorno.....</b>	<b>30</b>
<b>3.5.1.</b>	<b>Situación macroeconómica .....</b>	<b>30</b>
<b>3.5.2.</b>	<b>Resultados financieros de la empresa .....</b>	<b>31</b>

3.5.4. Equipamiento y tecnología.....	31
4. Síntesis del diagnóstico mediante la aplicación de la matriz FODA por alternativa de optimización .....	32
5. Elaboración del plan de optimización .....	35
5.1. Definición del plan de optimización.....	35
5.2. Definición de plan de mitigación de riesgos .....	39
6. Evaluación de factibilidad económica .....	41
6.1. Definición de la inversión requerida y fuentes de financiamiento...	41
6.2. Evaluación del retorno de la inversión del plan de optimización.....	43
6.4. Identificar plazo de recuperación de la inversión .....	46
6.5. Evaluación global de la reducción de costos generada por el plan de optimización .....	46
7. Conclusiones y recomendaciones.....	46
8. Bibliografía.....	48
9. Anexos.....	49
9.1. Headcount actual del área de Finanzas .....	49
9.2. Resumen de los resultados de la encuesta a clientes .....	50
9.3. Evaluación económica por iniciativa de optimización.....	55