

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	1
1.1	Planteamiento del problema	2
1.2	Descripción de la organización	2
1.3	Descripción del mercado y tendencias de la industria	4
1.4	Descripción del tema a abordar	5
1.5	Alcances del tema a abordar.....	6
1.6	Objetivo general y objetivos específicos	6
1.6.1	Objetivo general.....	6
1.6.2	Objetivos específicos.....	6
1.7	Factores críticos de éxito	6
2	MARCO CONCEPTUAL	7
2.1	Efectividad en equipos de trabajo	7
2.2	Equipos de alto desempeño.....	7
2.2.1	Modelo de rendimiento (Perform)	9
2.2.2	Modelo de desempeño de Marcial Losada.....	10
2.3	Otros aspectos a evaluar en el desempeño	10
2.4	Definición del concepto de desempeño	11
2.5	Las cinco fuerzas de Porter	11
2.6	Transformación digital	11
2.7	Agilidad, rapidez e innovación	11
3	METODOLOGÍA	12
3.1	Levantamiento Preliminar de información teórica.....	12
3.2	Levantamiento de datos respecto al equipo de trabajo.....	12
3.3	Formulación y aplicación del piloto	12
3.4	Identificación de hallazgos.....	12
4	ANÁLISIS DE LAS INDUSTRIA Y EL ENTORNO	13
4.1	Análisis del modelo Pestel	13
4.2	Análisis FODA	14
4.3	Análisis de las 5 fuerzas de Porter	14
4.3.1	Poder de negociación de los clientes.....	14
4.3.2	Poder de negociación de los proveedores.....	15
4.3.3	Amenaza de nuevos competidores entrantes	15
4.3.4	Amenaza de nuevos productos sustitutivos	15

4.3.5	Rivalidad entre los competidores	16
4.4	Análisis de la tendencia en la industria.....	17
4.4.1	Fabricación flexible	17
4.4.2	Mantenimiento predictivo	17
4.4.3	Consumo de electricidad	18
5	ANÁLISIS Y GESTIÓN DE EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO	20
5.1	Levantamiento de antecedentes de la división	20
5.1.1	Información cualitativa	20
5.1.2	Información cuantitativa.....	22
5.1.3	Hallazgos a partir de los antecedentes levantados	27
5.2	Análisis de equipos de trabajo	29
5.2.1	Elección de modelo a utilizar en análisis	29
5.2.2	Desarrollo del piloto.....	29
5.2.3	Hallazgos a partir del piloto ejecutado	32
5.3	Recopilación y contraste de hallazgos	33
5.4	Acciones coaching para mejorar el rendimiento del equipo de trabajo	34
5.4.1	Creando cultura a través del coaching.....	34
5.4.2	Sesiones formales de coaching ejecutivo	37
5.4.3	Coaching para equipos de alto rendimiento.....	40
5.5	Diagnóstico del equipo comercial.....	42
5.5.1	Evaluación de las difusiones del equipo comercial.....	42
5.5.2	Variables a consolidar en el equipo de alto desempeño.....	47
5.6	Obtener resultados en conjunto.....	47
6	ANÁLISIS ESTRATEGICO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL.....	49
6.1	Encuesta de satisfacción	50
6.2	Aplicación de estrategias para la red de clientes en Lureye.....	50
6.3	Conversión de los datos en activos.....	52
6.3.1	Estrategia de datos en la organización	53
6.3.2	Convertir los datos de los clientes en valor	54
6.3.3	Método para generar valor de datos.....	54
7	PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL	57
7.1	Lureye se convierte en una IDO (Insight Driven Organization)	59
7.2	Estructura TI en la Transformación digital	59
7.2.1	Funciones del equipo de Data.....	60

7.3	Forma de trabajo por el área de TI	63
	Kanban	63
	Backlogs.....	63
	Sprint planning	64
	Sprint review	64
7.4	Implantación de sistema ERP	65
	7.4.1 Acciones tácticas para la aplicación del nuevo ERP	65
7.5	Ruta de la transformación	67
8	PLAN DE MARKETING.....	67
8.1	Objetivos y alcances.....	67
8.2	Declaración y evaluación de la estrategia.....	69
	8.2.1 Lureye preparada para lo digital.....	69
	8.2.2 La nueva experiencia del cliente en Lureye	70
8.3	Marketing estratégico (STP).....	71
	8.3.1 Segmentación por clientes.....	71
	8.3.2 Targeting	73
	8.3.3 Posicionamiento.....	73
8.4	Integración de la estrategia (Marketing Mix: 7 P's).....	74
	8.4.1 Producto.....	75
	8.4.2 Precio	76
	8.4.3 Plaza	76
	8.4.4 Promoción	77
	8.4.5 Personas.....	77
	8.4.6 Proceso.....	78
	8.4.7 Posicionamiento.....	79
9	PLAN DE VENTAS.....	79
9.1	Organización Geográfica	79
9.2	Organización por Producto	80
9.3	Estacionalidad	80
9.4	Master Plan de ventas	81
9.5	Guion de venta telefónica.....	81
9.6	Bonificación.....	82
9.7	Estrategia de Ventas	82
9.8	Postventa	84

10	PLAN DE EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	85
10.1	Datos y supuestos económicos	85
10.2	Flujo de caja descontado e indicadores financieros	87
10.2.1	Tasa de descuento	87
10.3	Análisis de sensibilidad	89
	CONCLUSIÓN GENERAL.....	91
	BIBLIOGRAFÍA.....	93
	ANEXOS	94
	A. Pauta de entrevista exploratoria	94
	B. Encuestas de satisfacción:	101
	B.1. Cálculo de NPS (Net Promoter Score).....	102
	B.2. Comentarios de satisfacción con nota 5.....	103
	B.3. Comentarios de satisfacción con nota 4.....	103
	B.4. NPS por Ejecutivo Comercial.....	104
	C. Participación de mercado en las líneas de producto.....	105
	C.1. Participación de mercado en la línea VDF	105
	C.2. Participación de mercado en la línea de Motor BT	106
	C.3. Participación de mercado en la línea de Reductores	106
	C.4. Participación de mercado en la línea de Equipos de Levante	106
	D. Estudio de benchmarking en posicionamiento	107
	D.1. Calidad de producto	107
	D.2. Calidad de servicio	109
	D.3. Precio	110
	D.4. Recuerdo de la marca	111
	E. Plan de ventas detallado	112
	E.1. Plan de ventas en el año 2022	112
	E.2. Plan de ventas en el año 2023	112
	E.3. Plan de ventas en el año 2024	113
	F. Identificación de hallazgos en la gestión de equipos.....	114