

Tabla de Contenido

1. Introducción	1
2. Descripción de la Organización	2
2.1. Ventas, servicios y clientes	4
2.2. Descripción del equipo de trabajo	7
2.3. Estrategia de la compañía.....	8
3. Planteamiento del trabajo de tesis.....	9
3.1. Descripción del tema.....	9
3.2. Preguntas Clave.....	11
3.3. Alcance	12
4. Objetivo General y Objetivos Específicos	12
4.1. Objetivo General	12
4.2. Objetivos Específicos.....	13
4.3. Factores Críticos de Éxito	13
4.4. Marco Conceptual	14
5. Análisis de la Industria y el Mercado de la Consultoría de Analítica de Datos	16
5.1. Descripción del Mercado de la Consultoría en Chile.....	16
5.2. Descripción del mercado y principales servicios brindados de la consultoría de datos	17
Servicios	18
5.3. Diagnóstico de recursos y capacidades de la organización en comparación a las capacidades requeridas para afrontar los desafíos de la industria.....	18
5.4. Análisis PESTEL	20
5.4.1. Análisis Político.....	20
5.4.2. Análisis Económico.....	21
5.4.3. Análisis Social.....	23
5.4.4. Análisis Tecnológico	24
5.4.5. Análisis ecológico	25
5.4.6. Análisis Legal.....	26
5.5. Principales conclusiones del análisis del macroentorno.....	26
6. Análisis de la competitividad de la consultora respecto al Mercado de la consultoría de datos en Chile	29
6.1. Fuerza de los proveedores.....	29

6.2.	Fuerza de los clientes	29
6.3.	Fuerza de los productos sustitutos.....	30
6.4.	Amenaza de nuevos competidores	30
6.5.	Rivalidad de la industria	30
6.6.	Principales conclusiones del análisis de la competitividad.....	30
7.	Estudio cualitativo del Mercado de consultoría de analítica de datos	32
7.1.	Identificación de actores clave para el levantamiento de información.....	32
7.2.	Principales elementos identificados desde el levantamiento de información	33
8.	Elaboración de la estrategia de negocio para la gerencia de <i>Analytics</i>	35
9.	Diseño del Plan de Marketing	41
9.1.	Marketing Estratégico.....	41
9.1.1.	Segmentación	41
9.1.2.	Mercado Objetivo.....	41
9.1.3.	Posicionamiento.....	42
9.1.4.	Objetivos de marketing	43
9.2.	Marketing Operacional	43
9.2.1.	Servicios	43
9.2.2.	Promoción.....	44
9.2.3.	Canal de distribución	46
9.2.4.	Precio.....	47
9.3.	Principales conclusiones del Plan de Marketing	49
10.	Plan Estratégico de la nueva gerencia	50
10.1.	Declaraciones estratégicas	50
10.1.1.	Misión	50
10.1.2.	Visión.....	51
10.1.3.	Valores	52
10.2.	Diseño de la Estrategia.....	53
10.2.1.	Ejes estratégicos	53
10.2.2.	Objetivos estratégicos	54
10.3.	Plan de implementación – Iniciativas estratégicas.....	56
11.	Plan de Operaciones	58
11.1.	Actividades previas a la instalación de la nueva gerencia	58
11.2.	Actividades operacionales	60
11.3.	Actividades post- venta.....	62

11.4.	Matriz de riesgos de la nueva gerencia	63
12.	Plan de Personas y talento.....	64
12.1.	Definición de roles, funciones y perfiles de cargo	65
12.2.	Plan de dotación	67
12.3.	Plan de capacitación	68
12.4.	Compensaciones	69
12.5.	Procesos asociados al Plan de Personas y talento	71
13.	Plan financiero y evaluación económica.....	72
13.1.	Consideraciones iniciales para el análisis del flujo de caja	72
13.2.	Inversiones Iniciales.....	72
13.3.	Proyección de ingresos.....	74
13.4.	Estructura de costos	77
13.5.	Evaluación del negocio puro	79
13.5.1.	Capital de trabajo.....	79
13.5.2.	Flujo de caja puro	80
13.6.	Evaluación del negocio financiado.....	81
13.6.1.	Financiamiento a través de crédito	81
13.6.2.	Flujo de caja financiado	81
13.7.	Análisis de sensibilidad.....	82
13.7.1.	Análisis de sensibilidad proyecto puro	82
13.7.2.	Análisis de sensibilidad proyecto 100% financiado.....	83
13.8.	Principales conclusiones del Plan Financiero y evaluación económica	83
14.	Conclusiones y recomendaciones	85
15.	Bibliografía.....	87
Anexos	88
Anexo A:	Especialización de DAMA en ciencia de datos.....	88
Anexo B:	Análisis de la capacidad de instalación de nuevos servicios	88
Anexo C:	Matriz de riesgos de la nueva gerencia	89
Anexo D:	Procesos de personas y talento de M&U	91
Anexo E:	Cálculo de la tasa de descuento.....	92
Anexo F:	Proyección del Estado de Resultados	93