

ANEXO 1: Enlace para visualizar el Costumer Journey Map:

https://www.canva.com/design/DAFS0tYW2EI/fkpLak7uBBEmmK-JRfTASQ/edit?utm_content=DAFS0tYW2EI&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

ANEXO 2: ENTREVISTA A UN EMPRESARIO

COLEGIO MAYOR NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



Programa Avanzado de Dirección de Empresas III

Entrevista a un empresario

Natalia Castro Florez

Natalia Figueredo Parra

Mariana Hernández Torres

Natalia Páez Chaves

Luz Andrea Pinzón

Bogotá D.C, Colombia

2022-I

COLEGIO MAYOR NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



Programa Avanzado de Dirección de Empresas III

Entrevista a un empresario

Natalia Castro Florez

Natalia Figueredo Parra

Mariana Hernández Torres

Natalia Páez Chaves

Luz Andrea Pinzón

Bogotá D.C, Colombia

2022-I

Tabla de contenido

I. Perfil del entrevistado	7
II. Entrevista	8
II.I. Liderazgo	8
II.II. Trabajo en equipo	9
II.III. Estrategias diferenciales aplicadas para el éxito de la organización	10
II.IV. Seguimiento, control y desarrollo de equipos comerciales	10
II.V. Cliente interno y externo como centro de la organización	11
II.VI. KPIS Alineados a objetivos corporativos	11
II.VII. Cierre	12
III. Conclusiones	114
IV. Video de la entrevista	15

Resumen

La globalización y los avances tecnológicos han creado grandes cambios en las industrias, desde la estructura interna hasta pequeños detalles como por ejemplo el trabajo en equipo y el liderazgo que se implementa en las compañías, es por esto que se realizó una entrevista con el objetivo de conocer la manera en la que funcionan las grandes compañías hoy en día, como lo es Rappi, y saber cómo uno de sus líderes actúa en este nuevo entorno tecnológico en donde el cliente es el núcleo de todo aquello que se crea y cambia.

Adicionalmente, se cree que es importante poder conocer la perspectiva de grandes líderes como lo es la de Julián Mayorga, actual Head Global de Monetización en Rappi, a quién se escogió para hacerle esta entrevista y poder ver el punto de vista de una persona que trabaja en la industria de la tecnológica y como Rappi ha logrado cambiar la forma en la que actúan los líderes, los clientes y la industria de la tecnología en toda Latinoamérica.

Es clave poder conocer a este tipo de líderes, escuchar sus ideas y pensamientos con el fin de dejar un legado intelectual y personal, debido a la amplia experiencia que tienen en el mundo laboral, y que puedan aportar a la educación superior de Colombia, enseñando a los estudiantes conceptos claves bajo su experiencia y de una manera diferente a la habitual, logrando un mayor impacto que será aplicado por los estudiantes luego de escuchar a estos líderes.

Palabras clave: Globalización, liderazgo, estrategias diferenciales, trabajo en equipo, KPI, OKR

Abstract

Globalization and technological advances have created great changes in industries, from the internal structure to small details such as teamwork and leadership that is implemented in companies, which is why an interview was conducted with the objective of to know the way in which large companies work today, such as Rappi, and to know how one of its leaders acts in this new technological environment where the client is the core of everything that is created and changed.

Additionally, it is believed that it is important to be able to know the perspective of great leaders such as Julian Mayorga, current Global Head of Monetization at Rappi, who was chosen to do this interview and to be able to see the point of view of a person who works in the technology industry and how Rappi has managed to change the way leaders, customers, and the technology industry act throughout Latin America.

It is key to be able to meet this type of leaders, listen to their ideas and thoughts in order to leave an intellectual and personal legacy, due to the extensive experience they have in the world of work, and that they can contribute to higher education in Colombia, teaching to the students key concepts based on their experience and in a different way than usual, achieving a greater impact that will be applied by the students after listening to these leaders.

Keywords: Globalization, leadership, differential strategies, teamwork, KPI, OKR.

I. Perfil del entrevistado



Julián Mayorca

Head Global de monetización en Rappi, experto en temas de intra- emprendimiento, retail, strategic partnerships, publicidad y medios.

- Asesor y dueño de equity en potenciales unicornios de Latinoamérica
- Jefe de alianzas y estrategias globales de Rappi
- Speaker en importantes foros como BIZFIT Panamá 2021 y quintas jornadas tecnológicas

Julián Mayorca es un intra-emprendedor caleño con más de 20 años de experiencia en posiciones gerenciales de consumo masivo, startups y medios, las cuales le han permitido desarrollar equipos de alto desempeño con grandes capacidades de negociación, trabajo en equipo y excelentes relaciones interpersonales al igual que grandes habilidades consultoras.

Actualmente, es el líder global encargado de los partnerships, la estrategia comercial y de monetización para Rappi, donde ha logrado consolidar grandes alianzas (como McLaren y la Federación Colombiana de Fútbol) al igual que un modelo de ingresos sostenido para la compañía, apalancado en múltiples propuestas de valor al comercio las cuales impactan en países como Colombia, México, Brasil, Argentina, Uruguay, Chile, Perú, Ecuador y Costa Rica.

Este experto en temas de tecnología y retail considera que la constante evolución del

mercado digital hace que Rappi deba convertirse en el benchmark más importante de tecnología a nivel Latam. Es por eso que nos muestra cómo derribar barreras que se tienen hoy en el mundo tradicional para probar, crear, innovar y crecer a estos niveles cualquier tipo de negocio.

II. Entrevista

II.I. Liderazgo

1. ¿Crees que el liderazgo es una habilidad con la que se nace o se desarrolla?

Julián considera que esta habilidad puede nacer o desarrollarse, para ello él hace la analogía con el fútbol, en donde toma como ejemplo a Messi, quién él considera que nació con estas habilidades, y por otro lado menciona a Cristiano Ronaldo, jugador que trabajó para poder desarrollarse como líder. Además, él considera que las personas que nacen con esta habilidad de forma innata tienen la destreza del liderazgo en cualquier contexto, sin embargo, hay personas que deben trabajar para desarrollarse como buenos líderes y lo logran y son muy buenos, pero no logran tener esta competencia en todos los contextos de su vida.

Por otro lado, menciona que es clave lograr tener una mezcla de ambas. Él considera que tiene el don del liderazgo y que de igual forma continúa trabajando en ello para poder seguir ayudando a su grupo de trabajo y organización a crecer, ya que considera que un buen líder no es aquel que solamente hace observaciones negativas, sino aquella persona que logra dar un buen feedback y te ayuda a crecer profesional y personalmente.

2. ¿Cómo identificaste que tenías dicha habilidad?

Julián menciona que quienes identificaron esta habilidad en él fueron sus padres. Él se dio cuenta en el crecimiento con sus hermanos en donde él organizaba fiestas y sus hermanos, solo invitaban a un pequeño grupo de amigos, en cambio él se relacionaba con muchas más

personas y todos sus amigos lo seguían, después con el tiempo se dio cuenta que podía influenciar a las personas en diferentes aspectos buenos y malos, por ello también considera que es clave que los líderes deben tener una buena guía desde casa en donde se les enseñen valores y principios para que usen ese liderazgo de forma positiva en la sociedad.

3. ¿Cómo definirías tu tipo de liderazgo?

Julián sigue mucho una frase del fundador de Nike, la cual es “Leading by example” en donde él considera que las personas no pueden liderar cuando no conocen las actividades y los esfuerzos que deben hacer, para poder dirigir y presionar acción de los colaboradores. En conclusión, Julián definiría su liderazgo, como un liderazgo empático, ya que sabe que debe ponerse en los zapatos de sus colaboradores y saber cómo se realiza cada trabajo tarea para lograr dar un buen feedback y corregir aquellas cosas que no están saliendo bien.

II.II. Trabajo en equipo

1. ¿Nos podrías contar la importancia que tiene el trabajo en equipo para esta área?

Julián hace referencia al trabajo en equipo como un “todo” pues comenta que, al ser un área comercial, esta debe componerse por diferentes complementos en donde todos contribuyen para la consecución de la meta. Aquí, vuelve a hacer la analogía con un equipo de fútbol donde comenta que, para poder anotar un gol, se requiere de un equipo y no solo de una persona. Finalmente, concluye que la clave para lograr una meta es poder lograr sincronía, cadencia y alineación en cuanto a las expectativas de trabajo que se tienen como equipo.

2. ¿Cuáles crees que son los factores más importantes para garantizar un buen trabajo en equipo?

Para él, estos factores varían según la etapa en la que dicho equipo se encuentre. No obstante, la lealtad, la honestidad y la buena comunicación deben estar presentes en todo

momento ya que si se está trabajando en equipo lo ideal es poder confiar “a ciegas” -en todo el sentido- asegurando así, estar en la misma sintonía para lograr los objetivos establecidos.

II.III. Estrategias diferenciales aplicadas para el éxito de la organización

1. ¿Cómo construyen o idean estrategias diferenciales que garanticen el cumplimiento de su propuesta de valor?

Julián comenta que ellos pueden ser el ejemplo de una compañía que escucha al usuario pues su propuesta de valor surge a partir de esa necesidad. Además, asegura que para la construcción o realización de sus estrategias no se requiere “rocket science” pues desde que Rappi nace, su primicia y forma de trabajo siempre ha estado construida con sus clientes escuchándolos, construyendo sinergias en conjunto y desarrollando productos que no solo atiendan la necesidad de sus clientes B2B sino también la de los clientes de dichas compañías.

2. ¿Existe alguna señal que les indique cuando es necesario modificar o realizar nuevas estrategias para su negocio?

Teniendo en cuenta que Rappi es una compañía caracterizada por tener un crecimiento hiperexponencial, Julián comenta que ellos al momento no tienen señales que les indiquen cuándo es necesario modificar o realizar nuevas estrategias pues ellos se encuentran en constante pivoteo y producción de estas las cuales lanzan al mercado y a partir del resultado empiezan a ajustarlo según el comportamiento del entorno.

II.IV. Seguimiento, control y desarrollo de equipos comerciales

Haciendo referencia hacía la pirámide esencial de la que habla Julián está construida por la lealtad, honestidad y buena comunicación Rappi a través del área de monetización intenta orientar las compañías hacia las tendencias del sector y lo que está solicitando el cliente primario de esta manera interconecta las necesidades de las empresas aliadas junto con las ya presentes por el consumidor de Rappi, así mismo hace ver la necesidad de expansión hacía

otros canales, ya que Rappi ha alcanzado canales de distribución efectivos y de fidelización que sobrepasan los canales tradicionales que son los que empleaban las marcas unos años atrás.

1. ¿Cuáles son los retos más grandes que se enfrentan por ser un área comercial?

El frenético crecimiento exponencial que ha tenido Rappi desde sus inicios los ha obligado a enfrentarse a la prueba y error constantemente, Julián comenta que es como si los obligarán a ser adultos mayores no a los 18 años sino a los 7 años lo que les ha impactado considerablemente en sus métodos de aprendizaje y así mismo el aprender a leer al consumidor y saber a qué público están atendiendo, por ejemplo si se están refiriendo a un gran cliente como una cadena de supermercados quienes llevan en el mercado por encima de 50 años o por el contrario el cliente principal de Rappi el receptor y cliente de la aplicación.

II.V. Cliente interno y externo como centro de la organización

1. ¿Cómo ha logrado Rappi equilibrar las necesidades tanto del cliente interno como el externo?

El mantener un camino de comunicación certero ha sido clave para establecer los objetivos a los que se quiere llegar con cada uno de los clientes, de igual manera la constante presión sobre los retos ambiciosos que se proponen en cada equipo ha permitido que se logró llevar la satisfacción del cliente hacia otro nivel y que así mismo se atiendan las necesidades de manera efectiva y duradera.

II.VI. KPIS Alineados a objetivos corporativos

1. ¿De qué forma el área de Monetización asegura que estos KPI 's están aportando al cumplimiento de los objetivos corporativos de la compañía?

Con el fin de responder esta pregunta, Julián hace referencia al WoW (Way of Working) de grandes empresas establecidas en la industria de la tecnología como lo son Amazon, Google, e incluso Netflix, las cuales se han desarrollado y estructurado para trabajar, como lo

menciona Julián, a un nivel de intensidad fuerte, por lo cual debe existir un nivel de seguimiento formal y rutinario basado en OKRs, es decir, por objetivos y resultados clave. Gracias a esto, al establecer KPIs por cada OKR crucial de Rappi, se puede evidenciar realmente si las metas de cada área se están cumpliendo correctamente.

II.VII. Cierre

1. ¿Cuál es la clave para asegurar una buena gestión empresarial?

Para Julián, asegurar una buena gestión empresarial, se debe gracias a los tres factores que nos mencionó al principio de la entrevista, la lealtad, la honestidad y asegurar una buena comunicación a lo largo de la compañía.

Él atribuye el éxito de Rappi a que todos los actores clave de la compañía, estén conectados con el propósito de ésta y que realmente lo interioricen y se lo crean ellos mismos, ya que de esta manera van a proyectar y transmitir esas mismas creencias, así como la esencia de la compañía a los mismos consumidores. A su vez, Julián menciona que en el momento en que todos los trabajadores de la compañía estén conectados tanto con el propósito de la empresa como con los tres factores que menciona al principio, la lealtad, honestidad y buena comunicación interna, todos los procesos de la cadena de valor van a ser más fluidos y sin fricciones, llevando a su vez a una buena cultura organizacional y buena salud mental de todos los involucrados.

2. ¿Qué recomendaciones le darías a las personas que están iniciando su carrera profesional en ámbitos gerenciales?

La recomendación más grande que le hace Julián a las personas que están iniciando su carrera gerencial es que tengan confianza en sí mismos, “que se la crean” como menciona en un punto de su discurso; ya que al momento en que una persona empieza a creer que es capaz de hacer algo, nada lo va a detener y es esa misma confianza que una persona puede proyectar en cualquier ámbito, especialmente en el empresarial, es la que genera confianza en la misma empresa.

A su vez, Julián menciona que, desde su perspectiva, el éxito de Rappi también se debe en mayor parte al trabajo constante y disciplinado gracias a ese sentido de pertenencia, dejando como enseñanza que una persona debe ser feliz y amar lo que hace ya que eso también se ve reflejado en el trabajo y acciones que hace para que la compañía crezca. Además, menciona que un aspecto importante para el desarrollo en ámbitos gerenciales es que a pesar de que existan y aparezcan problemas, la clave siempre será buscar varias soluciones y no quedarse estancado. Aquí Julián hace referencia a que indudablemente Rappi ha tenido mucha suerte en el mercado, sin embargo, hace referencia a que “la suerte no está para el que está acostado en una cama esperando a que lo levanten, si no para el que está saltando, buscándola”, en otras palabras, lo explica en términos de que una persona debe volver una rutina diaria el hecho de despertarse con las ganas de ser mejor que el día anterior y de esta manera se garantizará el éxito personal y profesional

III. Conclusiones

Con base a la entrevista realizada al empresario Julián Mayorca, se concluye que tanto las habilidades blandas como la estructuración de los equipos son clave para garantizar un buen trabajo y consecución de metas.

Por otro lado, se evidencia que el nivel de orgullo y pertenencia que se produzca en el cliente interno causará un efecto dominó hacia el cliente externo pues todo aquello que ellos sienten será transmitido o comunicado al usuario, incentivando o desmotivando el deseo de apoyar, consumir o sentirse identificado con los valores de la empresa.

Finalmente, se concluye que tanto las habilidades como la estructuración de las empresas pueden variar según el sector, la industria y el tipo de compañía en la que uno se encuentre. Por ende, se debe ajustar un método de trabajo alineado a dicha estructura, donde no solo se cubran las necesidades a atender en el mercado externo, sino que también cumpla con la propuesta de valor, misión y visión que se ha establecido.

IV. Video de la entrevista

Si se desea consultar la entrevista que fue realizada para el desarrollo de este trabajo haga clic en el siguiente enlace de Youtube:

<https://youtu.be/0VPgS3bA8rI>

ANEXO 3: AUTORIZACIÓN DE INCLUSIÓN Y DIVULGACIÓN DE MATERIAL ACADÉMICO Y/O MEMORIAS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL EdocUR

Nosotras, Natalia Figueredo Parra, Natalia Castro Florez, Natalia Páez Chavez y Mariana Hernández Torres identificadas con cédula de ciudadanía número 1.000.951.236, 1019151855, 1032507329 y 1019151855 respectivamente en calidad de titular de los derechos morales y patrimoniales de las memorias y/o material académico de nuestro trabajo de grado denominado Auditoría estratégica Interbusiness Company - Sector Construcción (en adelante “EL AUTOR”) autorizamos al COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO, institución privada, de educación superior, con el carácter académico de Universidad, ubicada en la calle 12 C # 6-25 en la ciudad de Bogotá D.C. sin ánimo de lucro, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 58 del 16 de septiembre de 1895 expedida por el Ministerio de Gobierno, (en adelante “LA UNIVERSIDAD”) para que reproduzca, comunique, incluya y divulgue las mismas en el Repositorio Institucional EdocUR bajo los lineamientos que se establecen a continuación:

PRIMERO. Autorizo a LA UNIVERSIDAD para que incluya y divulgue el material académico y/o las memorias de la Entrevista denominada Auditoría estratégica Interbusiness Company - Sector Construcción en el Repositorio Institucional EdocUR.

LA UNIVERSIDAD entiende que se autoriza el uso exclusivamente como material de apoyo académico y que la autorización concedida no transfiere los derechos de autor de las memorias y/o el material académico de los cuales soy titular. A través de la suscripción del presente documento no otorgo derecho alguno para que las memorias y/o el material académico sean comercializados a través de ninguna modalidad.

LA UNIVERSIDAD garantiza, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993 y 30 de la Ley 23 de 1982, que en toda utilización que de mis memorias y/o el material académico se haga para los fines anteriormente descritos, se realizará la mención del nombre del autor y se respetará la integridad de los documentos.

Esta autorización está enmarcada dentro de los propósitos y lineamientos de Acceso Abierto y tiene como finalidad ofrecer los contenidos académicos y científicos en acceso gratuito para beneficio de la sociedad sin vulnerar lo dispuesto en la legislación de propiedad intelectual vigente.

SEGUNDO. La autorización que aquí se otorga comprende la posibilidad de exhibición, comunicación pública, en el país y/o en el extranjero, y en general, su utilización mediante reproducción y comunicación por cualquier medio directo o indirecto, en cualquier medio o formato, físico, analógico, electrónico, digital conocido o por conocer.

TERCERO. La presente autorización se entenderá vigente a partir de la fecha de su firma y su vigencia se extenderá por un periodo de dos (2) años.

CUARTO. La presente autorización de inclusión en el repositorio institucional de las memorias y/o el material académico no se enmarca en otra finalidad a la mencionada en el encabezado del presente documento, por tanto, cualquier otra modalidad de explotación, reproducción, transformación, comunicación pública o distribución no relacionada con la autorización aquí concedida, se entenderá como no otorgada.

QUINTO. EL AUTOR manifiesta que por la inclusión dentro del repositorio institucional EdocUR de sus memorias y/o el material académico no recibirá ningún tipo de remuneración y por tanto la autorización de la misma se concede de manera consciente y voluntariamente a título gratuito.

SEXTO. EL AUTOR declara que las memorias y/o el material académico es original y fue realizada por él mismo sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de su exclusiva autoría y detenta la titularidad de la misma.

EL AUTOR a su vez garantiza que las memorias y/o el material académico no contiene citas o transcripciones de obras protegidas que hayan sido realizadas por fuera de los parámetros o límites legales; que no contienen declaraciones difamatorias contra terceros, ni contrarias al orden público y a las buenas costumbres, ni viola derechos de otros autores.

EL AUTOR declara que sobre la obra no pesa ningún gravamen, limitación en uso o utilización ni cesión de los derechos patrimoniales, que impida desarrollar el objeto del presente contrato y otorga los derechos a los que se hace mención en forma exclusiva, motivo por el cual no podrá autorizar a terceros para el ejercicio o disposición de los derechos conferidos en el presente contrato durante la vigencia del mismo.

PARÁGRAFO. En caso de presentarse cualquier reclamación o acción judicial o extrajudicial por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, EL AUTOR asumirá toda responsabilidad y saldrá en defensa de LA UNIVERSIDAD quien actuará como un tercero de buena fe.

SÉPTIMO. Las notificaciones y cualquier comunicación con relación a los términos y contenido de esta autorización, deberán ser realizadas por correo certificado; en este último evento la comunicación o notificación se considerará surtida con el acuse de recibo personalizado del destinatario, a cuyo efecto se dispone de las siguientes direcciones:

LA UNIVERSIDAD: Calle 12C No. 6- 25. Bogotá D.C.

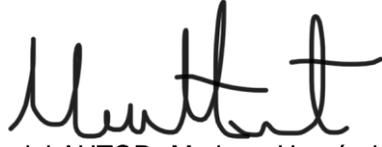
OCTAVO. POLITICA DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES. Declaro que autorizo previa y de forma informada el tratamiento de mis datos personales por parte de LA UNIVERSIDAD para fines académicos y en aplicación de convenios con terceros o servicios conexos con actividades propias de la academia, con estricto cumplimiento de los principios de ley. Para el correcto ejercicio de mi derecho de hábeas data cuento con la cuenta de correo habeasdata@urosario.edu.co, donde previa identificación podrá EL AUTOR solicitar la consulta, corrección y supresión de mis datos.

Se suscribe este documento privado en la ciudad de Bogotá D.C., a los veintisiete (27) días del mes de Septiembre del año 2022.

Firma: 
Nombre del AUTOR: Natalia Figueredo Parra
No C.C. 1000951236
Correo electrónico natalia.figueredo@urosario.edu.co
Teléfono de contacto: +57 3106152987

Firma: 
Nombre del AUTOR: Natalia Castro Florez
No C.C 1019151855
Correo electrónico: natalia.castrof@urosario.edu.co
Teléfono de contacto: +57 314 3353260

Firma: 
Nombre del AUTOR: Natalia Páez Chávez
No C.C. 1032507329
Correo electrónico nataliaand.paez@urosario.edu.co
Teléfono de contacto: +57 301 2077634

Firma: 
Nombre del AUTOR: Mariana Hernández Torres
NoC.C 1020844008
Correo electrónico: mariana.hernandezt@urosario.edu.co
Teléfono de contacto: +57 320 4619734

Firma: 
Firma:
Nombre de directora: Luz Andrea Pinzón Alemán
C.C. No. 52.697.758
Correo electrónico: Luzand.pinzón@urosario.edu.co

Firma: 
Nombre del entrevistado: Jhonatan Pérez - Empresario
C.C. 79.879.736
Correo electrónico: manager@interbusinesscompany.com

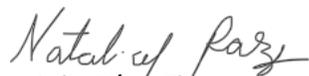
ANEXO 4: CARTA INVESTIGACIÓN PLAN DE MEJORA PYME

Bogotá, Noviembre 16 de 2022

Respetados Señor (a),

Para la Universidad del Rosario es muy importante generar espacios de conocimiento y aprendizaje de la actividad Empresarial con el ánimo de complementar el proceso de formación académica de nuestros estudiantes.

Con base en lo anterior, solicitamos amablemente su colaboración para que permita realizar un acercamiento a cuatro (4) estudiantes de la Escuela de Administración con el fin de hacerle una entrevista con fines académicos como trabajo de la asignatura opción de grado modalidad Pade 3 la cual dirige la profesora Luz Andrea Pinzón Alemán:


Natalia Páez Chaves

Administración en Negocios Internacionales
C.C.: 1032507329



Natalia Castro Flórez

Administración en Negocios Internacionales
C.C.: 1019151855

Luz Andrea Pinzón Alemán

Directora
C.C.: 52.697.758



Natalia Figueredo Parra

Administración en Negocios Internacionales
C.C.: 1000951236



Mariana Hernández Torres

Administración en Negocios Internacionales
C.C.: 1020844008

Dicha entrevista se realiza dentro del marco de la investigación de título Entrevista a un empresario/Trabajo de grado PADE 3 la cual involucra el diagnóstico general de la empresa así como una propuesta de plan de mejora en el o las áreas de mayor impacto en la organización.

**DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



Agradecemos su atención recibiendo a nuestros estudiantes como diligenciando el consentimiento informado anexo.

Cordialmente,

Dirección de Investigación
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**Anexo 5: consentimiento
Informado Plan de mejora PYME**

En este consentimiento informado le indica que se hará explícita la identidad de los participantes, en vista de que el estudio involucra la narración de el desarrollo de su compañía, procesos, planes de trabajo, perfil de empleados, información financiera e información de cada una de las áreas de su organización sin embargo, el participante que solicite que se omita su identidad (nombre, filiación institucional y cargo) en los informes y publicaciones podrá indicarlo al final de este documento.

Que la (o)s Investigadoras Responsables del estudio, Natalia Castro C.C 1019151855, Natalia Figueredo C.C 1000951236, Natalia Páez C.C 1032507329 Y Mariana Hernández C.C 1020844008 y como el orientador de la asignatura Opción de grado modalidad PADE 3, la profesora Luz Andrea Pinzón Alemán C.C 52.697.758 se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Usted es libre de decidir si participar o no en esta entrevista, y también es libre de retirarse, asumiendo el compromiso de informar al investigador lo antes posible cuando decida hacerlo.

No participar, no responder, decidir retirarse del estudio o solicitar al investigador excluir información específica de los análisis e informes del estudio no tiene consecuencias negativas de tipo social, laboral, económica o legal para usted ni para el equipo investigador, usted tiene derecho de conocer el informe final y las publicaciones que produzcan este estudio.

El orientador de la investigación y los estudiantes se comprometen a que la información que usted suministre va a ser guardada de forma segura en los repositorios de la institución destinados para tal fin y no se usará para propósitos diferentes a los de este estudio. Sólo el equipo de investigación tendrá acceso a los formatos de registro (apuntes, notas, grabaciones de audio, documentos suministrados por el entrevistado, etc.).

Por lo anterior

Yo Jhonatan Pérez con CC .79.879.736 de la organización **Interbusiness Company S.A.S** manifiesto que se me ha explicado que mi participación en el estudio de título Trabajo de Grado: Auditoría estratégica Interbusiness Company Sector Construcción, que consistirá en contar a los estudiantes el desempeño de su compañía, entendiendo que mi participación es una importante contribución para el entendimiento del funcionamiento de una empresa y como partiendo desde un diagnóstico inicial y el aprendizaje obtenido durante la carrera universitaria, se pueden proponer diferentes opciones de mejora buscando una visión sistémica que logre impactos positivos al interior de la compañía..

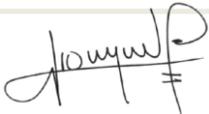
Acepto la solicitud de que las reuniones con los estudiantes y sustentación puedan ser grabadas para su posterior análisis, a los cuales podrá tener acceso parte del equipo de estudiantes y profesores de la Escuela de administración de la Universidad del Rosario.

Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles beneficios, riesgos y molestias derivados de mi participación en el estudio, y que la información que entregue estará protegida por el anonimato y la confidencialidad.

En el caso de que el producto de este trabajo se muestre al público externo, **si** doy mi permiso, reiterando como participante la invitación de forma libre, voluntaria y declarando estar informado que los resultados de esta encuesta tendrán como salida un informe, al que posteriormente tendré acceso.

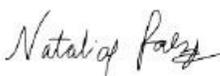
He leído este formulario de consentimiento y acepto este estudio según las condiciones establecidas.

Bogotá, a 28 de noviembre de 2022



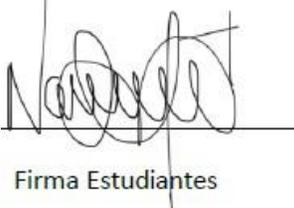
Firma Entrevistado

Nombre:



Firma Estudiantes

Nombre: Natalia Paéz



Firma Estudiantes



Firma Estudiantes

Nombre: Natalia Figueredo



Firma Estudiantes

Nombre: Mariana Hernández

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Firma orientadora de la asignatura

Nombre: Luz Andrea Pinzón Alemán