

Electrificadora de Santander S.A. E.S.P., ESSA.
Oficina de Proyectos PMO ESSA

Proyecto Desarrollo Empresarial: [Nombre del Proyecto]
CÓDIGO: [Digite aquí el código asignado]

Documento confidencial solo para uso interno de ESSA

Fecha de inscripción del proyecto tipo Desarrollo Empresarial: [dd/mm/aaaa]

Fecha de entrega de evaluación para aval: [dd/mm/aaaa]

[Mes ##] de 20##

Bucaramanga

Tabla de Contenido

| | |
|---|---|
| 1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO..... | 3 |
| 2. ESTUDIOS..... | 3 |
| 2.1. PROPÓSITO | 3 |
| 2.2. CAJA DE PRODUCTO: | 4 |
| 2.2.1. Beneficios e impactos..... | 4 |
| 2.2.2. Slogan. | 4 |
| 2.2.3. Funcionalidades | 4 |
| 2.3. ALCANCE | 4 |
| 2.3.1. Dentro del alcance..... | 4 |
| 2.3.2. Fuera del alcance | 4 |
| 2.3.3. Sin definir | 5 |
| 2.4. COMUNIDAD DEL PROYECTO..... | 5 |
| 2.5. HERRAMIENTAS PARA EL DESCUBRIMIENTO DEL PRODUCTO | 5 |
| 2.5.1. Mapa de impacto: | 5 |
| 2.6. ¿QUÉ NO NOS DEJA DORMIR? | 6 |
| 2.7. MIDAMOS EL PROYECTO | 7 |
| 2.8. RESTRICCIONES | 7 |
| 2.9. PLAN DE ENTREGAS Y COSTEO | 7 |
| 2.9.1. User Story Mapping..... | 7 |
| 2.9.2. ¿Cuánto va a costar? | 8 |
| 3. CONCLUSIONES SOBRE LA FACTIBILIDAD DEL PROYECTO | 8 |
| 4. ANEXOS | 8 |

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Dependencia solicitante: [Nombre del área/dependencia donde surge la problemática, la Necesidad o donde se origina la oportunidad.]

Responsables de formulación: [Nombre del(os) jefe(s) de la(s) dependencia(s) encargada(s) de la formulación y responsable(s) asignado(s)]

Resumen ejecutivo del proyecto: [Explicar, entre otros aspectos: cuál es su objeto y tipo de intervención, la ubicación geográfica, el monto total de la inversión, componentes principales, cuáles son los servicios que van a suministrarse; los beneficios esperados, etc.]

Para el caso de licitaciones o concesiones detallar el plazo de la concesión y la descripción de los principales aspectos de los términos de referencia o pliegos de condiciones. Este aspecto podrá ampliarse como anexo al final del documento.

Objetivo(s) estratégico(s) que se impactan con el proyecto: [Seleccione de la lista, el o los objetivos estratégicos que son impactados por el desarrollo del proyecto]

Objetivo Estratégico Principal: _____

Otros Objetivos impactados: _____

Impacto sobre el objetivo estratégico: [Describa cualitativamente el impacto sobre el(los) objetivo(s) estratégico(s) al(los) cual(es) contribuirá la solución provista por el proyecto o intervención una vez se haya obtenido el producto final.

Precise si el resultado esperado del desarrollo del proyecto o intervención aportará a la rentabilidad, calidad del servicio, cobertura, territorios competitivos y/o cuidado del ambiente, mejorará la eficiencia en los procesos/servicios, generará ahorros o generará más ingresos para el grupo, entre otros impactos].

Objetivo del plan estratégico de Gestión de Activos- PEGA que se impactan con el proyecto: [Identifique el o los objetivos que son impactados por el desarrollo del proyecto]

2. ESTUDIOS

En cada estudio resuma los principales hallazgos y los aspectos más importantes a resaltar.

2.1. PROPÓSITO

En esta actividad realizamos una descripción breve de lo que es el producto, porque se está construyendo y para quienes está dirigido. Se utiliza el siguiente formato:

- **Define quién eres:** Simplemente implica redactar una frase sobre tu ocupación. Puedes referirte a ti mismo como consultor de empresas, emprendedor, ingeniero informático y más.
- **Describe lo que haces:** En este paso, puedes aprovechar la declaración de misión y la lista de productos o servicios del negocio como guía. Se trata de escribir un par

de oraciones sobre lo que haces cada día en tu ambiente laboral y exponer brevemente cómo funcionan tus estrategias.

- **Detalla a tu cliente ideal:** Toma como referencia al público objetivo de tu empresa para anotar 1 o 2 frases sobre el perfil de tus clientes modelo. En caso de que éstos apuesten por el team-building, se recomienda indicar cuándo y por qué podrían tener esas necesidades.
- **Resalta tus diferencias:** Es posible que tengas una estrategia poco común o hayas superado situaciones trascendentales que vale la pena compartir. Para este paso es importante resaltar lo que te diferencia de quienes hacen lo mismo que tú. Sugiere un seguimiento. Con la idea de que el interlocutor quiera saber más sobre tu propuesta, hazle saber dónde puede encontrarte (redes sociales, web, blog, etc.). Simplemente le informas sobre los medios que puede usar para seguir la conversación o agendar una reunión más extensa.
- **Lanza un gancho para crear más compromiso:** Utilizando una o dos oraciones, explica cómo tus estrategias pueden generar ganancias. Esto implica dar algunos datos verificables sobre la rentabilidad de lo que estás ofreciendo para provocar

2.2. CAJA DE PRODUCTO:

2.2.1. Beneficios e impactos.

¿Cuáles son las tres principales razones se requiere el proyecto?

2.2.2. Slogan.

¿Cuál podría ser el slogan que represente el proyecto?

2.2.3. Funcionalidades

¿Cuáles son sus características principales?

2.3. ALCANCE

Se delimitan las características del proyecto, indicando los ítems que definitivamente no están dentro del alcance de la solución o los que están sin resolver. Ayuda a acotar el alcance y centrarnos en lo que realmente es indispensable para el producto.

2.3.1. Dentro del alcance

Cosas que vamos a hacer. Características u objetivos Es muy común que aquí se identifiquen las partes básicas del sistema como la gestión de usuarios o disponer de informes personalizados o funcionalidades automatizadas o complejas en esta fase.

2.3.2. Fuera del alcance

Cosas que no vamos a hacer Se harán a futuro o no están dentro del alcance.

2.3.3. Sin definir

Cosas pendientes de decidir.

2.4. COMUNIDAD DEL PROYECTO

Identificar los actores o áreas involucradas en el proyecto pensando además en su nivel de involucramiento con el mismo, identificando con antelación con quiénes deben establecer relaciones, a quiénes deben informar sobre avances o cambios, y de este modo evitar impedimentos.



2.5. HERRAMIENTAS PARA EL DESCUBRIMIENTO DEL PRODUCTO

2.5.1. Mapa de impacto:

Esta técnica ayuda a visualizar cómo las características y los entregables contribuyen a un objetivo de negocio y a la toma de decisiones que ayudan a generar buenas prácticas en un proyecto. La creación de un mapa de impacto implica identificar y comprender las relaciones entre variables como decisiones informadas, evaluación de riesgos y planificación de estrategias en diversos contextos.

Objetivos: Deben ser medibles, para asegurar un entendimiento común de lo que se supone que el proyecto debe entregar.

- ✓ ¿Por qué hacemos esto?
- ✓ ¿Por qué requiero una solución?
- ✓ ¿Qué es lo que queremos lograr con el proyecto?
- ✓ ¿Para lograr qué?

Actores: Actores impactados, no se debe incluir las personas que trabajan en el proyecto.

- ✓ ¿Quién puede ayudarnos a alcanzar el objetivo planteado?
- ✓ ¿Quiénes pueden contribuir al objetivo o afectarlo?

Impactos: Impactos deseados en los actores.

- ✓ ¿Cómo pueden los actores ayudarnos a lograr el objetivo?
- ✓ ¿Qué impactos o comportamientos se espera de cada actor?

Entregables: Entregables que permiten lograr los impactos/beneficios deseados

- ✓ ¿Qué se puede hacer/entregar para lograr el beneficio deseado en los actores?
- ✓ ¿Qué entregables / actividades permiten obtener los beneficios esperados?

2.6. ¿QUÉ NO NOS DEJA DORMIR?

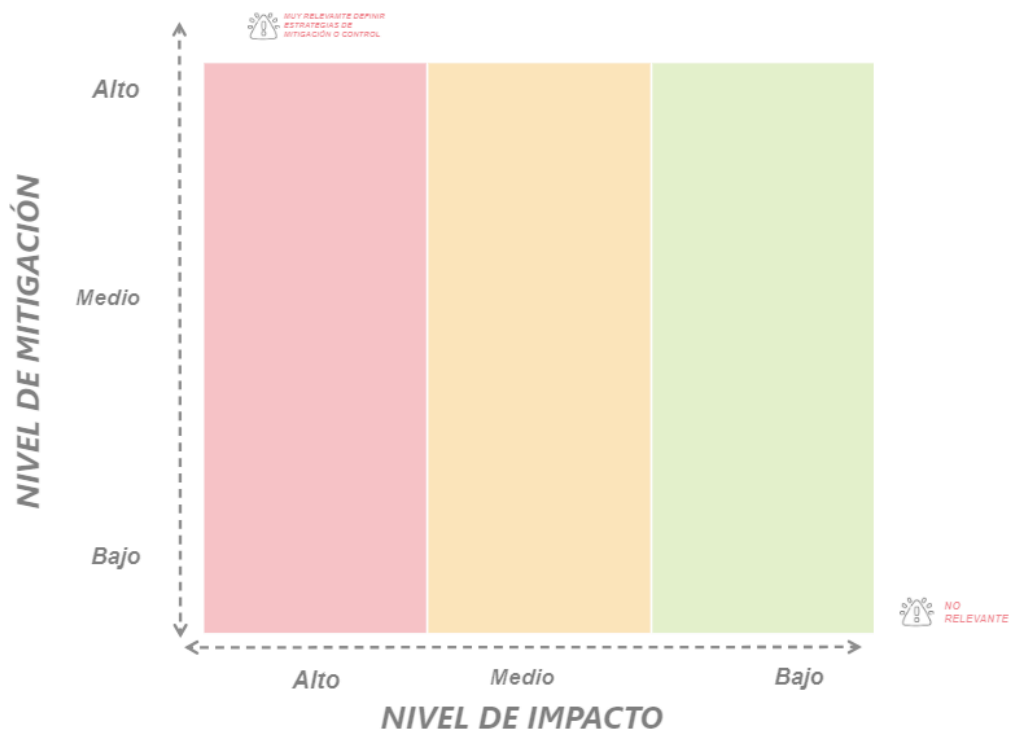
Identificar los posibles riesgos que pueden impedir el logro de la meta y centrarnos en resolver aquellos en los que podemos influir y no preocuparnos por los que están fuera de nuestro alcance (esto además nos permite ser conscientes de que estos últimos existen).

Identificación: Listar todos los riesgos que puedan influir en el desarrollo del producto, desde todas las perspectivas posibles

Clasificación: Clasificar los riesgos según probabilidad y/o impacto (alto, medio, bajo)

Mitigación: Definir inicialmente estrategias para mitigar o eliminar cada riesgo en la zona donde se tiene más control o influencia en su solución.

Seguimiento: Gestionar los riesgos durante todo el proyecto, no solo en el Inception.



2.7. MIDAMOS EL PROYECTO

Se define la duración del proyecto en 3, 6 o 9 meses, no en términos exactos. El objetivo es inferir la magnitud y ver si es costeable los recursos de los que disponemos.



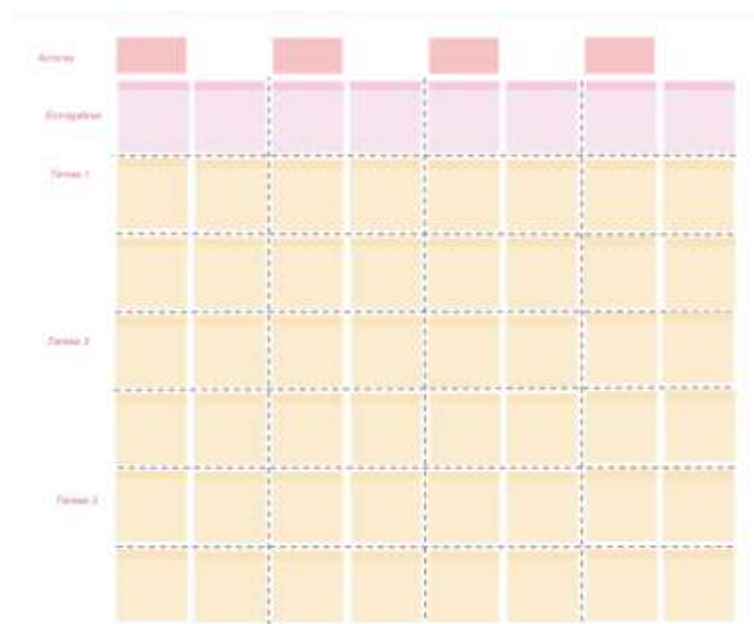
2.8. RESTRICCIONES

Se establece cuales dimensiones pueden actuar sobre cuáles hay poder de negociación y cuáles pueden ser más flexibles.

2.9. PLAN DE ENTREGAS Y COSTEO

2.9.1. User Story Mapping

El objetivo principal del mapa de historias de usuario es facilitar el descubrimiento del producto/servicio y la priorización del trabajo del equipo. Contribuye a visualizar el alcance del proyecto como un mapa, permite ver todo lo que se pretende construir, facilitando el entendimiento de este, ayuda a diseñar el producto o servicio de manera incremental.



2.9.2. ¿Cuánto va a costar?

[¿Cuánto tiempo y cuánto va a costar el proyecto?]. Por medio de unos cálculos muy básicos se puede obtener una idea general del costo teniendo en cuenta el número de personas involucradas, capacidades y habilidades para cumplir con las necesidades en el tiempo establecido.

Matriz de costeo FPEPE002



FPEFE002Matrizcoste
o.xlsx

3. CONCLUSIONES SOBRE LA FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

[En este numeral se deja expresada las conclusiones con relación al proyecto en términos de su evaluación financiera, técnica, ambiental, social, perfil de riesgo y demás que sean aplicables]

4. ANEXOS

[Anexe los soportes de los estudios realizados]