



**INFORME DE OPCION DE GRADO TRABAJO EMPRESARIAL
REALIZADO EN MOVISTAR – AREA DE TRADE MARKETING**



PRESENTADO POR SERGIO ANDRÉS GÓMEZ ROJAS

TUTORA DE PRACTICA HANDRIX GARCIA DURAN

UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO
2024

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	1
2	ANÁLISIS DEL MACROENTORNO Y MICROENTORNO	2
2.1	Macroentorno	2
2.2	Microentorno	5
3	ORGANIGRAMA	6
4	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
5	JUSTIFICACIÓN	7
6	OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA	8
6.1	Objetivo general	8
6.2	Objetivos específicos	8
7	CARACTERÍSTICAS DEL CARGO	9
8	FUNCIONES Y RESPONSABILIDAD	9
8.1	Responder atentamente los permisos de ingresos y retiros del personal y materiales en los tiempos requeridos para lograr las actividades del área.	10
8.2	Actualización semanal base de datos de los centros de experiencia a nivel nacional llamada Digital Price.	12
8.3	Recopilación de información acerca de los 91 centros de experiencia a nivel nacional sobre las posiciones que hay de los equipos exhibidos en los muebles de fabricantes y propios de movistar (equipos y tecnología).	13
8.4	Mantener actualizadas las fichas de todos los centros de experiencia a nivel nacional con su respectiva foto.	16
8.5	Redacción de informe acerca de las activaciones comerciales y las promotorías que hubo en el 2023 en todos los centros de experiencia a nivel regional.	18
8.6	Recolección de los equipos obsoletos de manera quincenal en los Centros de experiencia	21
9	OTRAS ACTIVIDADES	23
9.1	Presentaciones/informes de último momento en PowerPoint	23
10	LOGROS Y RESULTADOS	25
11	CONCLUSIONES	25
12	BIBLIOGRAFÍA	27
13	ANEXOS	28

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Imagen tomada en el momento que seguridad autorizaba el ingreso del personal para realizar su respectiva labor.....	11
Ilustración 2: Resultado de cómo quedaba el permiso autorizado por parte de seguridad	11
Ilustración 3: Resultado de la base de digital Price actualizada semana tras semana donde se evidencian los equipos conectados a la app en cada punto.	13
Ilustración 4: Posiciones de equipos de los diferentes fabricantes en cada apunto.	14
Ilustración 5: Registro posiciones de equipos de las mesas de movistar y los respectivos accesorios en el punto.	15
Ilustración 6: Ejemplo de lo que es una mesa de fabricante con sus respectivas posiciones. (en este caso hay 3 posiciones)	15
Ilustración 7: Ficha actualizada del CE cedritos como demostración	17
Ilustración 8: Otro ejemplo de lo que contienen las fichas actualizadas	17
Ilustración 9: Informe de la promotoría de Enero – Diciembre por fabricantes	19
Ilustración 10: Informe de promotoría de fabricantes de todo el 2023	20
Ilustración 11: Informe de promotoría de fabricantes a nivel regional en el 2023	21
Ilustración 12: Ejemplo de tabla con la cantidad de equipos obsoletos que se tienen que recoger en cada centro de experiencia.	22
Ilustración 13: Página web de intranet para la creación del REQ del retiro de los equipos obsoletos.	23
Ilustración 14: Ejemplo de una presentación sobre un desmonte de motorola con su respectivo antes y después.....	24

RESUMEN

Este informe tiene el objetivo de explorar la experiencia de prácticas llevadas a cabo en Telefónica Movistar, reconocida empresa en el sector de telecomunicaciones de Colombia. Se explorará la historia de la empresa, destacando su desarrollo y posición en el mercado colombiano, y se detallará el papel desempeñado en el área de Trade Marketing (B2C), con un enfoque particular en los Centros de Experiencia a nivel nacional.

Este documento también brindará una visión sobre la estructura organizacional de la empresa y la integración del practicante en ella. Se describirán las estrategias y acciones implementadas para optimizar y mejorar las operaciones de Trade Marketing, centrándose en la coordinación de actividades, la gestión del Merchandising y la presentación estética en los puntos de venta para enriquecer la experiencia del cliente.

Palabras Claves: Trade Marketing, telecomunicaciones, prácticas, estrategia de marca, experiencia del cliente.

ABSTRACT

This report aims to provide a comprehensive overview of the internship experience at Telefónica Movistar, a leading company in the telecommunications sector in Colombia. It will cover the history of the company, highlighting its evolution and presence in the Colombian market, as well as the role played in the Trade Marketing (B2C) area, specifically focusing on the Experience Centers nationwide.

The report will also offer insight into the organizational structure of the company and the integration of the intern within it. Strategies and actions carried out to optimize and improve Trade Marketing operations will be described, focusing on the coordination of activities, merchandising management, and aesthetic presentation at the sales points to enhance customer experience.

1 INTRODUCCIÓN

Movistar Colombia Telecomunicaciones S.A.

NIT: 830122566-1

Telefónica Movistar, una de las mayores compañías de tecnologías de la información y la comunicación en Colombia, reflejando su crecimiento y adaptación en un sector en constante evolución. Inició su actividad en Colombia en 2006 cuando adquirió el 50% más una acción de Colombia Telecomunicaciones (ColTel) en una subasta pública, marcando el comienzo de una expansión significativa en el país. Esta adquisición se produjo en un contexto donde Telefónica ya estaba presente en América Latina, habiendo entrado en la región en 1990 con adquisiciones en Chile, Argentina, Perú y México.

La empresa se consolidó rápidamente como un actor clave en la industria de telecomunicaciones colombiana. En 2012, se produjo un momento decisivo cuando Telefónica unificó Colombia Telecomunicaciones con la compañía de telefonía móvil Movistar. Este movimiento estratégico no solo significó una fusión de operaciones, sino también un cambio de marca, pasando de Telefónica-Telecom a Movistar, aunque manteniendo su razón social original. En 2017, Movistar renovó su imagen de marca, enfocándose en la letra "M" con colores verde y azul, lo que refleja su constante evolución y adaptación a los tiempos modernos.

Movistar ha jugado un papel crucial en la introducción y desarrollo de nuevas tecnologías en Colombia. La compañía no solo se ha enfocado en la telefonía móvil y fija, sino también en servicios de banda ancha, conectividad a Internet móvil y televisión satelital, marcando hitos importantes en la digitalización del país. Sus servicios y productos, que incluyen desde soluciones de Internet de las Cosas hasta Big Data y ciberseguridad, demuestran su compromiso con el avance tecnológico y la innovación.

Mi experiencia en Telefónica Movistar se desarrolló en el área de Trade Marketing (B2C), un sector crucial del departamento de marketing. Esta área se enfoca en fortalecer la imagen de Movistar, buscando mejorar su percepción y aumentar la lealtad de la audiencia. Mis responsabilidades

incluyeron la supervisión de la presentación de productos en los puntos de venta y la interacción con áreas como ventas y servicio al cliente.

El informe está dividido en dos secciones esenciales: la primera ofrece un panorama general de Telefónica Movistar y su entorno empresarial. La segunda sección detalla las metodologías de trabajo y plantea soluciones a problemas desde una perspectiva académica y organizacional, resaltando los logros y áreas de mejora experimentados durante mi práctica.

2 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO Y MICROENTORNO

2.1 Macroentorno

Desempeño Económico y Financiero:

Según reportes recientes, Telefónica Movistar Colombia ha experimentado un crecimiento en sus ingresos, evidenciando una sólida posición financiera en el mercado de telecomunicaciones. Este crecimiento se atribuye en parte al despliegue de la fibra óptica en el país, lo que ha mejorado significativamente la conectividad y la oferta de servicios. Valora Analitik afirma:

“Los resultados del primer semestre de 2023 reflejan el buen desempeño comercial y operativo de la empresa, así como la ejecución de una estrategia con foco en proyectos de valor, crecimiento y rentabilidad en medio de un mercado cada vez más competitivo”. (Botero, 2023).

Político y Legal:

Este factor impacta directamente a Telefónica Movistar a través de regulaciones gubernamentales, políticas de telecomunicaciones y leyes de protección de datos. La empresa debe adaptarse a las normativas que rigen el sector, incluyendo licencias de operación, espectro radioeléctrico y estándares de servicio. Además, las políticas sobre privacidad y seguridad de la información son cruciales, dado el creciente enfoque en la ciberseguridad. Movistar colabora estrechamente con autoridades para asegurar el cumplimiento y contribuir al desarrollo de un marco regulatorio que favorezca la innovación y la competencia leal. Descubre movistar confirma:

“Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP opera con la marca comercial Movistar. Es una sociedad anónima, de capital mixto, con una participación en el capital de 32,49984282% por parte de la Nación -Ministerio de Hacienda y Crédito Público-, y un 67,49937427% por parte de Telefónica Hispanoamérica S.A. El porcentaje restante se encuentra en manos de accionistas minoritarios.” (Movistar, 2021)

Fuerzas tecnológicas:

En el ámbito tecnológico, Telefónica Movistar Colombia lidera significativamente, marcando un hito al superar el millón de clientes conectados a su red de Fibra Óptica, lo cual no solo la consolida como el operador principal en esta tecnología en el país, sino que también destaca por ofrecer el Internet fijo más rápido de Colombia, reconocimiento otorgado por Speedtest Awards de Ookla por tercera vez consecutiva. Esta expansión incluye más de 21 mil kilómetros de fibra óptica desplegados en 51 municipios, con planes de extensión a 17 municipios adicionales durante el 2023.

Además, el compromiso de Movistar con la innovación tecnológica abarca el impulso de servicios digitales y de conectividad avanzada, incluyendo Internet de las Cosas, Big Data, Inteligencia Artificial y Blockchain, reflejando su esfuerzo por fomentar la sostenibilidad y la eficiencia en diversos entornos. Estas iniciativas no solo demuestran el liderazgo tecnológico de Movistar en Colombia, sino también su contribución al progreso económico y social a través de la digitalización y la generación de oportunidades de acceso incluso a servicios de telecomunicaciones para todos los colombianos.

Crecimiento en el Mercado Móvil:

Telefónica Movistar Colombia ha reportado un aumento en su base de clientes móviles, lo que demuestra su capacidad para crecer y mantener su competitividad en este segmento. Este crecimiento es indicativo de la efectividad de su estrategia comercial y operativa en un mercado altamente competitivo. La República menciona:

“La empresa señaló que, al cierre de septiembre, su base total de clientes llegó a los 25,04 millones, lo que representa un crecimiento de 7,2% interanual. De esta cifra, 21,4 millones provienen del negocio móvil, con 1,4 millones de nuevos clientes. FibraMovistar concluyó el tercer trimestre con 1,1 millón de

clientes, que representan un crecimiento interanual del 52,3 por ciento, que equivale a 287.000 nuevos accesos.” (Ospina, 2023).

Social y cultural:

Telefónica Movistar ha demostrado un fuerte compromiso con la sociedad colombiana. A través de la Fundación Telefónica Movistar, la empresa ha implementado diversos proyectos sociales, educativos y culturales para cerrar la brecha digital. Estos proyectos han beneficiado a más de seis millones de niños, niñas, adolescentes, docentes, padres y madres de familia, personas mayores y personas con discapacidad. Además, la empresa ha generado valor al ofrecer medios para facilitar la comunicación entre personas mediante tecnología segura, sostenible y de vanguardia.

La Fundación Telefónica Movistar también ha tenido un impacto significativo en la cultura colombiana. Con el apoyo de diferentes aliados, la fundación ha generado foros, exposiciones y publicaciones que construyen espacios de reflexión, aprendizaje y diálogo, a través de la divulgación del conocimiento digital. Además, la empresa ha promovido la formación de habilidades y competencias en adolescentes, jóvenes y adultos, de acuerdo al mercado laboral y el emprendimiento.

Demográfico:

El factor demográfico es crucial para Movistar en Colombia, especialmente en términos de digitalización y su impacto económico. Un incremento del 1% en el índice de digitalización podría aumentar el PIB en 0.3%, según el Informe Sociedad Digital en América Latina 2023 de la Fundación Telefónica Movistar. Este crecimiento refleja cómo la conectividad mejora la eficiencia y competitividad económica. Además, la digitalización promete generar más de 400,000 empleos al año, cerrando la brecha digital y fomentando la inclusión a través de la educación y el desarrollo de habilidades digitales.

2.2 Microentorno

Competencia:

Movistar y Tigo en Colombia firmaron un memorando para compartir redes móviles, mejorando la eficiencia operativa y la cobertura para más de 35 millones de usuarios. Este acuerdo refuerza la cobertura en aproximadamente el 10% del territorio, especialmente en zonas de baja conectividad. Organizaciones como la OCDE y el Banco Mundial respaldan la compartición de redes para fomentar la competencia y eficiencia. Además, Telefónica Movistar promueve la educación digital a través de su fundación, buscando cerrar la brecha educativa y elevar las competencias digitales en Colombia y Latinoamérica. Portafolio Menciona:

“Ambas compañías buscan crecer en diferentes frentes que hacen parte la operatividad de las empresas de telecomunicaciones en Colombia, por lo que se busca fortalecer su impacto en áreas como el internet, la cobertura y la calidad de servicio.” (Portafolio, 2023).

Intermediarios:

En Telefónica Movistar, los intermediarios juegan un papel crucial en la estética y funcionalidad de los Centros de Experiencia. Estos incluyen empresas especializadas en la producción de vinilos y fachadas, así como en la creación de mobiliario innovador para la exhibición de equipos. La selección cuidadosa de estos intermediarios asegura que los puntos de venta no solo cumplan con los estándares de marca, sino que también ofrezcan una experiencia atractiva y moderna a los clientes. Este enfoque integral hacia los intermediarios subraya la importancia de la presentación visual y la experiencia del usuario en la estrategia de marketing de Movistar.

Colaboración y Alianzas Estratégicas:

Movistar ha firmado acuerdos importantes, como un memorando de entendimiento con Tigo para compartir la red móvil en Colombia. Esta colaboración es un paso estratégico que refleja la importancia de las alianzas en el fortalecimiento y la expansión de las capacidades de la red. El país afirma:

“El objetivo de este acuerdo es hacer más eficiente la gestión de las redes actuales y que la nueva empresa se convierta en un vehículo de despliegue de nuevas tecnologías como el 5G. Aproximadamente, más de 35 millones de usuarios móviles de ambas compañías en Colombia se verían beneficiados por este acuerdo, teniendo acceso a servicios con mejores estándares.” (El país, 2023).

Empleados:

En Telefónica Movistar, la relación con los empleados es clave para el éxito. La empresa fomenta un ambiente laboral positivo a través de iniciativas como el "Programa Momentos Movistar", que ofrece actividades para mejorar la calidad de vida de los colaboradores, y políticas de equidad de género, con un 46% de participación femenina y significativa presencia en puestos directivos. Además, se enfoca en la meritocracia, ofreciendo salarios y beneficios competitivos para asegurar la satisfacción y compromiso del equipo.

Además, en Movistar se compromete con el desarrollo profesional continuo de sus empleados, ofreciendo programas de capacitación y actualización en tecnologías emergentes y prácticas de gestión innovadoras. Este enfoque no solo potencia las habilidades individuales, sino que también asegura que la empresa se mantenga a la vanguardia en un sector altamente competitivo. La inversión en el bienestar y el crecimiento profesional de sus colaboradores refleja la visión de Movistar de valorar y nutrir su recurso más valioso: su gente.

3 ORGANIGRAMA

La estructura organizativa de Telefónica Movistar en Colombia se estructura en torno a una jerarquía de liderazgo y distintas áreas de gestión. En la cima de la estructura se encuentra el CEO o presidente ejecutivo, seguido de un equipo de directivos y ejecutivos responsables de áreas vitales como finanzas, asuntos corporativos, sostenibilidad y tecnología. Esta configuración organizativa está pensada para atender de manera efectiva las variadas esferas de operación de la compañía, abarcando desde los servicios de telecomunicaciones móviles y fijos hasta segmentos especializados como ciberseguridad, servicios en la nube y análisis de grandes volúmenes de datos. **(Ver anexo)**

4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En el área de Trade Marketing, se ha detectado una dificultad significativa en la gestión y análisis de la información relativa a la conexión de dispositivos móviles con la aplicación Ohmyfi. Actualmente, el informe proporcionado por el área de terminales presenta únicamente datos generales sobre la cantidad de equipos que no conectan con la aplicación, sin especificar las marcas de los dispositivos. Esta falta de segmentación detallada por fabricante impide identificar qué marcas específicas utilizan menos la aplicación. Esta situación representa un desafío en términos de eficiencia operativa y estrategia de marketing, ya que no permite realizar un seguimiento adecuado ni establecer acciones correctivas dirigidas a fabricantes específicos.

La ausencia de una segmentación detallada por marcas en los informes sobre la conectividad de los dispositivos con la app limita la capacidad de Movistar para tomar decisiones informadas y dirigir esfuerzos de mejora hacia los fabricantes que menos utilizan la aplicación. Por lo tanto, se identifica una oportunidad de mejora en la recopilación y análisis de datos de conexión de los dispositivos, lo cual permitiría a Movistar optimizar sus estrategias de marketing y colaboración con los fabricantes, y a su vez, mejorar la efectividad del uso de la aplicación Ohmyfi en los Centros de Experiencia.

5 JUSTIFICACIÓN

La solución al problema de segmentación por marcas en la aplicación de "Ohmyfi" en Movistar es relevante desde una perspectiva académica, ya que ofrece una oportunidad práctica para aplicar teorías de marketing y análisis de datos, enseñando cómo el manejo detallado de datos influye en decisiones empresariales. Socialmente, esta mejora potencia la experiencia del cliente, promoviendo marcas que ofrecen una mejor conectividad, lo cual puede elevar la satisfacción y la percepción positiva hacia Movistar.

Organizacionalmente, segmentar los datos por marcas permite una gestión más eficiente y una reducción de costos, al identificar y ajustar las relaciones con fabricantes que no cumplen con los estándares de conexión, mejorando así la eficacia operativa y la estrategia de marketing de Movistar. En conjunto, esta solución no solo aborda un desafío específico de la empresa,

sino que también ilustra cómo el análisis de datos puede ser crucial para mejorar estrategias de marketing y operaciones en el sector de telecomunicaciones.

Para la empresa, las prácticas aportan ideas frescas y apoyo en proyectos clave, impulsando la innovación y fortaleciendo su competitividad. A nivel social, contribuyen al desarrollo profesional de futuros talentos, fomentando una cultura de aprendizaje continuo. Para la universidad, refuerzan la relevancia de su currículo al vincular teoría y práctica, mejorando su oferta educativa. Y para el estudiante, ofrecen una experiencia invaluable, desarrollando habilidades prácticas y preparándolo para futuros desafíos profesionales.

6 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA

6.1 Objetivo general

- Apoyar y optimizar las operaciones de la Célula de Trade Marketing, con un enfoque especial en el Canal de los Centros de Experiencia a nivel nacional.

6.2 Objetivos específicos

- Comprender la dinámica del área y ser parte de ella con compromiso y liderazgo.
- Brindar un excelente servicio al cliente interno, con respuestas ágiles y oportunas.
- Mantener el 70% la conexión de equipos en el digital Price.
- Completar la base de datos en un 100% de las posiciones de los equipos que hay en los centros de experiencia y mantenerla actualizada.
- Mantener actualizada la información de las fichas de los Centros de experiencia (vinilos, avisos, posiciones mobiliario etc.).

- Asegurar junto con el área Terminales las activaciones y promotoría mensualmente y hacer informes de seguimiento mensual.

7 CARACTERÍSTICAS DEL CARGO

Cargo dentro de la empresa

Practicante en el área de B2C (Trade Marketing)

Duración de la práctica

13 de Julio del año 2023 al 13 de enero del año 2024

Horario

Lunes a viernes de 8:00am a 6:00pm (lunes y martes de manera presencial en la sede de administrativa de morato y de miércoles a viernes con la modalidad de Home Office)

Intensidad horaria semanal

45 horas

Jefe inmediato

Dina Luz García (Especialista en Trade Marketing, Material POP y Patrocinios)

8 FUNCIONES Y RESPONSABILIDAD

El estudiante en práctica asume una amplia gama de responsabilidades asignadas por la empresa en el área de Trade Marketing. Se encarga de supervisar los 91 Centros de Experiencia a nivel nacional, atendiendo a una variedad de tareas que se llevan a cabo como las siguientes:

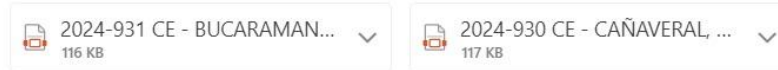
8.1 Responder atentamente los permisos de ingresos y retiros del personal y materiales en los tiempos requeridos para lograr las actividades del área.

Como estudiante en práctica en Telefónica Movistar, una responsabilidad clave era manejar los permisos de ingreso y salida de personal y materiales en los Centros de Experiencia. Esta gestión, crucial para el flujo operativo del área, se realizaba en coordinación con la empresa de seguridad "Atlas Seguridad", encargada de autorizar estos accesos. El practicante procesaba y verificaba las solicitudes de permiso de varios proveedores, incluyendo técnicos y promotores de marcas de teléfonos muy reconocidas.

Revisaba detalladamente la información y documentación requerida, como fechas, identificación y detalles del trabajo, para reenviarlas a seguridad, asegurando así el ingreso autorizado del personal y la continuidad de las operaciones en los puntos de venta. En ocasiones era indispensable solicitar un motorizado de la misma empresa de seguridad Atlas para el acompañamiento del personal cuando el punto ya se encontraba cerrado, esto surgía porque la labor se realizaba en la jornada nocturna y no se encontraba nadie en el punto.

Ilustración 1: Imagen tomada en el momento que seguridad autorizaba el ingreso del personal para realizar su respetiva labor.

INGRESOS MOVISTAR



Mostrar los 4 datos adjuntos (471 KB) Guardar todo en OneDrive - Telefonica Descargar todo

Cordial saludo,

Conforme a los lineamientos de la Gerencia de Seguridad, adjunto formato **No. 2024-928** al **2024-931** tramitado y autorizado.

NOTA: PARA GARANTIZAR EL INGRESO DEL PERSONAL ES INDISPENSABLE INDICAR EL NUMERO DE CONSECUTIVO Y/O FORMATO FISICO.

Atento a sus comentarios y agradeciendo su atención.

Atentamente,

D.S.L



Seguridad Ingresos Colombia
 Módulo ingresos – Gerencia de Seguridad Corporativa.
 Transv. 60 # 114 A – 55, Sede Morato, Bloque D piso 3 – Bogotá
seguridad.telefonica.ingresos@atlas.com.co
 Telefono: + 57 (01) 7050000 Extensión 15586.
 Celular: 3176363261 / 3185778697.

Fuente: Elaboración propia tomando pantallazo del correo

Ilustración 2: Resultado de cómo quedaba el permiso autorizado por parte de seguridad

		SOLICITUD DE INGRESO A INSTALACIONES Gerencia de Seguridad Corporativa Código: SEG-FT-0101011001				2024-926	
DATOS GENERALES							
Sede		Ciudad		Area Tecnica		Instalación de equipos	Fecha Ingreso:
CE Telebucaramanga/ ce Bucaramanga Cabecera/Ce Bucaramana centro/ ce piedecuesta		BUCARAMANGA		Area Administrativa		Desinstalación de equipos	31-ene-24
							Fecha Salida: 31-ene-24
DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES A REALIZAR							
INSTALACION VENTIL							
OBSERVACIONES							
NINGUNA							
RELACION DE INGRESO Y SALIDA DE PERSONAL A LAS INSTALACIONES (La ARL, EPS y el numero de Cédula se deberan relacionar de forma obligatoria)							
Nombre		EPS	ARL	Cédula	Empresa		Hora ingreso
DIAZ GALLO JESSICA		NUJEVA EPS	ALFA	1095810050	OUTROURSING MEGALINEA		18.00
INVENTARIO DE MATERIALES O EQUIPOS QUE INGRESAN Y/O SALEN							
CANTIDAD		SERIAL	MODELO			DESCRIPCION	
<small>NOTA: LOS COLABORADORES EN MENCIÓN DEBEN IDENTIFICARSE EN EL MOMENTO AL INGRESO Y DURANTE SU PERMANENCIA DEBEN PORTAR EL CARNE QUE LO ACREDITA COMO FUNCIONARIO DE LA EMPRESA EN LA CUAL LABORA; ASI MISMO, EN CASO QUE SE REQUIERA DEBEN ESTAR COMPAÑADOS POR UN COLABORADOR DE COLOMBIA TELECOMUNICACIONES DURANTE TODA SU PERMANENCIA.</small>							

SOLICITADA POR:	
Nombre	DINA GARCIA
Dependencia	TRADE
Cargo	PROFESIONAL TRADE
Telefono	316 8767877

AUTORIZADO POR:	
Nombre	DINA GARCIA
Dependencia	TRADE
Cargo	PROFESIONAL TRADE
Telefono	316 8767877

V.3 - 13092016 USO: INTERNO

Vo.Bo. SEGURIDAD TELEFONICA	
Nombre	DIANA PATRICIA BERNAL YERMANOS
Dependencia	GERENCIA DE SEGURIDAD CORPORATIVA
Cargo	PRODUCT OWNER SENIOR SEGURIDAD FISICA Y CONTINUIDAD
Telefono	3185778697 - 3176363261

Fuente: Elaboración propia tomando pantallazo del correo

8.2 Actualización semanal base de datos de los centros de experiencia a nivel nacional llamada Digital Price.

Esta función consiste en la actualizar semanalmente una base de datos llamada “Digital Price”, donde contiene información sobre los dispositivos móviles conectados a una app externa en los Centros de Experiencia a nivel nacional. Esta base de datos es esencial para la aplicación externa llamada “Ohmyfi”, que muestra las especificaciones, precios, almacenamiento y detalles técnicos, incluyendo el tipo de red (4G, 5G) de cada dispositivo para la interacción de los usuarios que visitaban el punto buscando información del dispositivo.

La labor principal era descargar y actualizar los formatos en Excel proporcionados por los analistas de inventarios de cada punto. Estos formatos contenían información sobre los nuevos modelos de teléfonos que llegaban a los puntos de venta para ser incluidos en la base de datos, así como sobre los modelos antiguos que debían ser retirados de esta misma base de datos.

La inclusión precisa de estos datos en Digital Price era crucial, ya que solo los dispositivos listados en esta base podían tener instalada la aplicación. Por lo tanto, la responsabilidad del practicante era garantizar que la base de datos estuviera constantemente actualizada para reflejar con precisión el inventario disponible en los Centros de Experiencia, asegurando así que la aplicación funcionara correctamente en todos los dispositivos en exhibición.

Ilustración 3: Resultado de la base de digital Price actualizada semana tras semana donde se evidencian los equipos conectados a la app en cada punto.

Pos confirmada	Cod. Bodega	Almacen	Descripción bodega
11	5092	TB87	CE CHIA
8	5116	TC56	CE AGUACHICA
2	5115	TO80	CE ARAUCA
16	897	TN02	CE ARMENIA AV BOLÍVAR
26	5101	TN38	CE KR 16 ARMENIA
17	4656	TS22	CE AVENTURA PLAZA
22	5114	TO79	CE BARRANCABERMEJA
6	5121	TC51	CE BARRANQUILLA ESTADIO
39	5112	TO77	CE BUCARAMANGA CENTRO
30	899	TC06	CE MOVISTAR PRADO
42	5477	TF12	CE BELLO PUERTA DEL NORTE
8	4627	TC11	CE BOCAGRANDE
34	5401	TE26	CE BOGOTÁ CEDRITOS
21	5464	TE96	CE BOGOTA CENTRO MAYOR
20	4755	TB29	CE BOGOTÁ CHAPINERO CR 13
10	5703	TG31	CE GRAN ESTACION
10	5303	TD06	CE BOGOTÁ MORATO
51	912	TO16	CE BUCARAMANGA CABECERA
31	1083	TS14	CE CALI CALLE 9A
10	5123	TC53	CE CARTAGENA BADEL
31	945	TO03	CE CUCUTA AV 5
2	5096	TO70	CE DUITAMA
8	5091	TB86	CE FACATATIVA
4	4906	TO39	CE FLORENCIA

Fuente: Elaboración propia base de datos digital Price

8.3 Recopilación de información acerca de los 91 centros de experiencia a nivel nacional sobre las posiciones que hay de los equipos exhibidos en los muebles de fabricantes y propios de movistar (equipos y tecnología).

Una labor esencial desempeñada fue la recopilación y actualización de información sobre la disposición de los dispositivos móviles exhibidos en los 91 Centros de Experiencia a nivel nacional. Esta tarea involucraba el manejo de una base de datos denominada “Posiciones CE”, que requería actualizaciones periódicas y minuciosas. En este archivo de Excel, se detallaba la cantidad y distribución de los equipos expuestos en los centros, segmentados en dos categorías principales.

La primera categoría abarcaba las posiciones de los equipos de fabricantes específicos, incluyendo marcas como Huawei, Xiaomi, Samsung, Motorola, Oppo, entre otras, que son parte del portafolio de Movistar. La segunda categoría se centraba en las mesas propias de Movistar, las cuales son multimarca y albergan una variedad de dispositivos de diferentes fabricantes. Además, el practicante también se encargaba de registrar la tecnología de accesorios y productos complementarios como audífonos, relojes inteligentes, patinetas, aspiradoras y televisores disponibles en los puntos de venta.

La labor consistía en identificar y documentar el número de posiciones de equipos en cada mesa de marca específica y en las mesas multimarca de Movistar en cada centro. Este meticuloso registro permitía obtener una visión clara sobre la cantidad y variedad de dispositivos disponibles en los puntos de venta, facilitando análisis detallados sobre el desempeño de las marcas, la eficacia de la promoción y las tendencias de ventas en los Centros de Experiencia.

Ilustración 4: Posiciones de equipos de los diferentes fabricantes en cada punto.

CE	MESAS DE FABRICANTES EN CE											
	VO	APPLE		OPPO		HONOR		REALME		Total Posiciones Fabricantes		
	Naves	Mesas	Naves	Mesas	Naves	Mesas	Naves	Mesas	Naves	Mesas	Naves	Total
CE BUCARAMANGA CABECERA		6		6		4				56	0	56
CE SOACHA	7	5		6		8		2		75	18	93
CE CÚCUTA AV 0				6	6	8		2		51	19	70
CE BOGOTÁ CENTRO MAYOR		6		8		6				34	0	34
CE BUCARAMANGA CENTRO				6		7		2		29	7	36
CE BOGOTÁ PLAZA DE LAS AMÉRICAS				6		8				48	0	48
CE BOGOTÁ SUBA AL PASO				6		8		2		64	0	64
CE BARRANQUILLA PRADO				6		8				50	4	54
CE PALMIRA	7			6		8				20	7	27
CE CALI CENTRO	6	4		6		4				36	9	45
CE IBAGUÉ PIEDRAPINTADA		5		6		8				39	11	50
CE CÚCUTA AV 5		4		6		8				28	9	37
CE BOGOTÁ LA FLORESTA		4		6		3				45	18	63
CE NEIVA AV 26				6		8				38	28	66
CE CALI CLL 9A				6		8		2		26	20	46
CE CALI AVENTURA PLAZA				6		8				24	7	31
CE BOGOTÁ FONTIBÓN				6		8		2		50	0	50
CE NEIVA CENTRO				6		8				26	0	26
CE BOGOTÁ CHAPINERO CR 13				6		8		2		44	0	44
CE CALI SANTA MÓNICA				6						35	5	40
CE MEDELLÍN MAYORCA				6		8				39	0	39
CE CALI CALIMA	6			6		8		2		20	17	37

Fuente: Elaboración propia base de datos posiciones exhibidas

Ilustración 5: Registro posiciones de equipos de las mesas de movistar y los respectivos accesorios en el punto.

CE	MOVISTAR										Total posiciones equipos y accesorios
	Equipos					Accesorios					
	Mesas		Naves		Total posiciones equipos	Mueble de tecnología		Mueble de pared		Total posiciones accesorios	
No. Mesas	Posiciones	No. Naves	Posiciones		Mueble	Posiciones	No. Naves	Posiciones			
CE BUCARAMANGA CABECERA	1	6			6	1	10			10	16
CE SOACHA	1	4			4	1	10			10	14
CE CÚCUTA AV 0	1	5			5	1	10			10	15
CE BOGOTÁ CENTRO MAYOR					0					0	0
CE BUCARAMANGA CENTRO	2	10			10	1	9	1	9	18	28
CE BOGOTÁ PLAZA DE LAS AMÉRICAS	1	5			5	1	7			7	12
CE BOGOTÁ SUBA AL PASO					0	1	6			6	6
CE BARRANQUILLA PRADO	5				0	1	7			7	7
CE PALMIRA	5				0					0	0
CE CALI CENTRO	1	6			6	1	9			9	15
CE IBAGUÉ PIEDRAPINTADA					0	1	5			5	5
CE CÚCUTA AV 5	3	16			16	1	7			7	23
CE BOGOTÁ LA FLORESTA					0					0	0
CE NEIVA AV 26	1	5			5	1	8			8	13
CE CALI CLL 9A	1	5			5					0	5
CE CALI AVENTURA PLAZA	5				0	1	3			3	3
CE BOGOTÁ FONTIBÓN					0					0	0
CE NEIVA CENTRO	3	24			24	1	7			7	31
CE BOGOTÁ CHAPINERO CR 13					0	1	8			8	8
CE CALI SANTA MÓNICA	1	5			5			21		0	5
CE MEDELLÍN MAYORCA	2	12			12	1	3	1	7	10	22
CE CALI CALIMA	6				0					0	0

Fuente: Elaboración propia base de datos posiciones

Ilustración 6: Ejemplo de lo que es una mesa de fabricante con sus respectivas posiciones. (en este caso hay 3 posiciones)



Fuente: Elaboración propia tomada con celular

8.4 Mantener actualizadas las fichas de todos los centros de experiencia a nivel nacional con su respectiva foto

Una de las responsabilidades fundamentales del practicante en Telefónica Movistar consistía en mantener actualizadas las fichas de los 91 Centros de Experiencia a nivel nacional, cada una con su respectiva foto. Estas fichas, situadas en documentos de PowerPoint, contienen información detallada sobre cada centro, incluyendo aspectos como los vinilos, fachadas, publicidad, mesas de fabricantes con dispositivos, áreas de atención al cliente, dimensiones de la publicidad y datos generales como la ubicación y el nombre del coordinador del punto.

La tarea principal del practicante era asegurar que estas fichas estuvieran constantemente actualizadas, lo que implicaba recordarles regularmente a los coordinadores de cada centro la importancia de mantener al día esta información. Esta actualización era crucial, ya que las fichas se utilizan para realizar otras labores esenciales dentro de la empresa. En caso de que faltaran fotos o detalles en alguna ficha, el practicante tenía la responsabilidad de contactar al coordinador correspondiente para solicitar la información o imágenes necesarias. Esta función era especialmente importante porque implicaba una comunicación directa y constante con los coordinadores de todos los Centros de Experiencia, asegurando así que toda la información estuviera completa y al día.

Ilustración 7: Ficha actualizada del CE cedritos como demostración



DATOS GENERALES



REGIONAL	BOGOTÁ
NOMBRE DEL CE	CEDRITOS
GERENTE	FABIO GORDILLO
COORDINADOR	SAIDA MARCELA DUEÑAS MOSQUERA
CELULAR	3174022014
DIRECCIÓN	CLL 140 12 81
#ASESORES EN EL PDV	13




*** Telefónica o como USO INTERNO por TELEFÓNICA. INTERNAL USE BY TELEFÓNICA.
Establecer tipo de Uso

Fuente: Elaboración propia base de datos fichas de los CE

Ilustración 8: Otro ejemplo de lo que contienen las fichas actualizadas

VINILOS INTERNOS



MEDIDAS VINILOS	
ALTURA:	327
BASE:	763
AREA TOTAL:	249,501



*** Telefónica o como USO INTERNO por TELEFÓNICA. INTERNAL USE BY TELEFÓNICA.
Establecer tipo de Uso

Fuente: Elaboración propia base de datos fichas de los CE

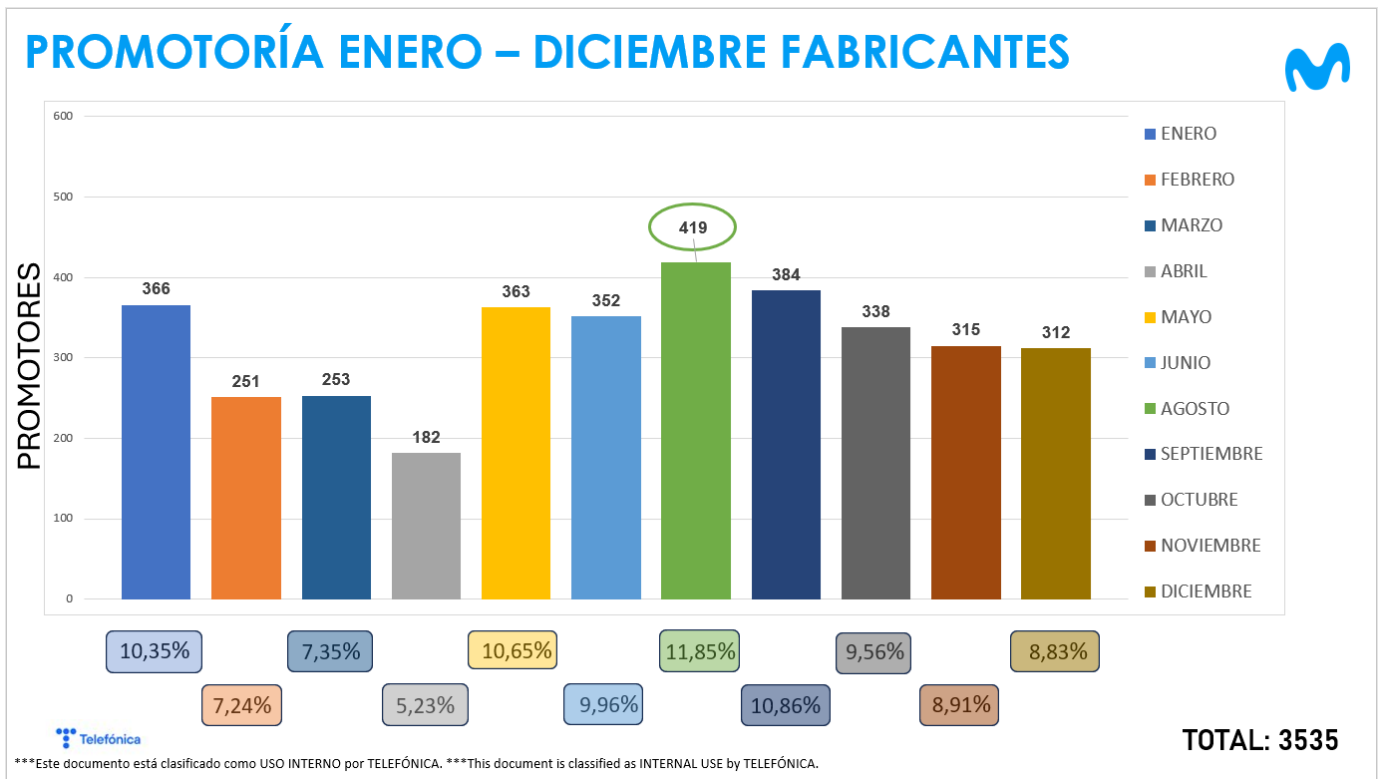
8.5 Redacción de informe acerca de las activaciones comerciales y las promotorías que hubo en el 2023 en todos los centros de experiencia a nivel regional.

Otra responsabilidad significativa del practicante fue la elaboración de un informe detallado sobre las activaciones comerciales y promotorías realizadas en el año 2023 en los 91 Centros de Experiencia, desglosado por regiones. Este informe implicaba recopilar y analizar los datos mensuales enviados por el área de terminales, los cuales reflejaban la cantidad y naturaleza de las activaciones y el número de promotores en cada centro.

Las activaciones comerciales generalmente incluían eventos de impulso de marca, como instalaciones inflables o actividades interactivas con clientes, destinadas a promocionar nuevos productos o accesorios de los fabricantes específicos. Por otro lado, la promotoría se refería a la presencia de asesores de venta ubicados junto a las mesas de las distintas marcas, quienes asistían a los clientes en la selección y compra de dispositivos móviles.

La labor del practicante consistía en crear un informe consolidado que abarcará todos los meses del año, ofreciendo un análisis claro y simple de estas actividades comerciales y las promotorías. Este análisis incluía la elaboración de gráficos y tablas que facilitaban la visualización y comprensión de los datos, permitiendo así evaluar el impacto y efectividad de las activaciones y promotorías en cada región. Este informe no solo servía para entender el desempeño de las estrategias comerciales en los centros, sino que también proporcionaba insights valiosos para la planificación y mejora de futuras iniciativas de marketing.

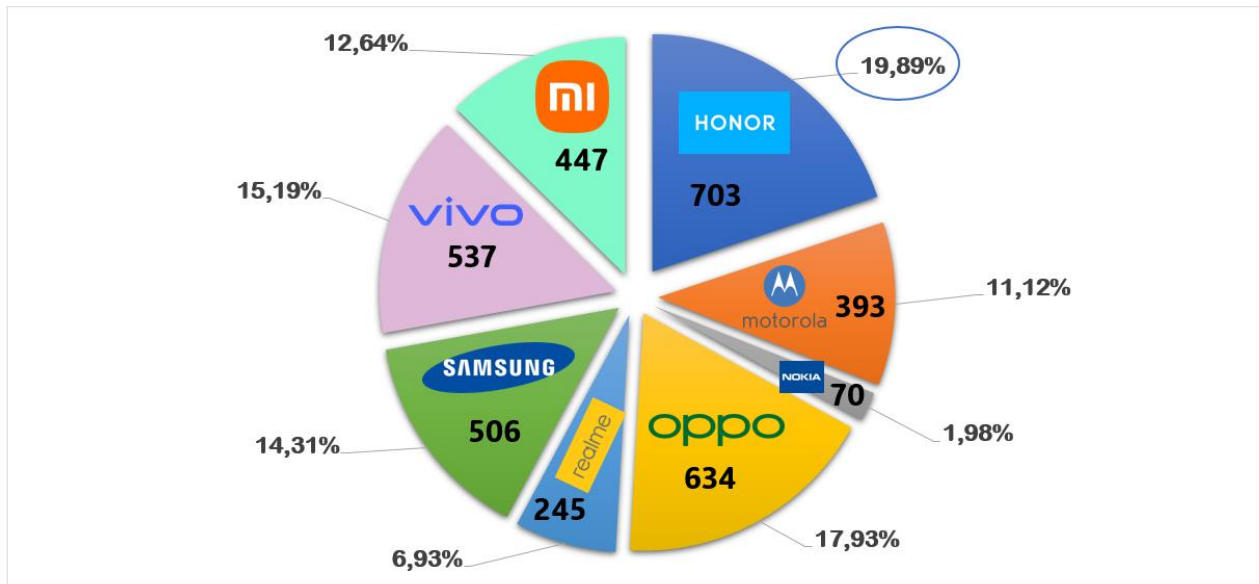
Ilustración 9: Informe de la promotoría de Enero – Diciembre por fabricantes



Fuente: Elaboración propia base de datos promotorías

Ilustración 10: Informe de promotoría de fabricantes de todo el 2023

PROMOTORÍA ENERO – DICIEMBRE FABRICANTES

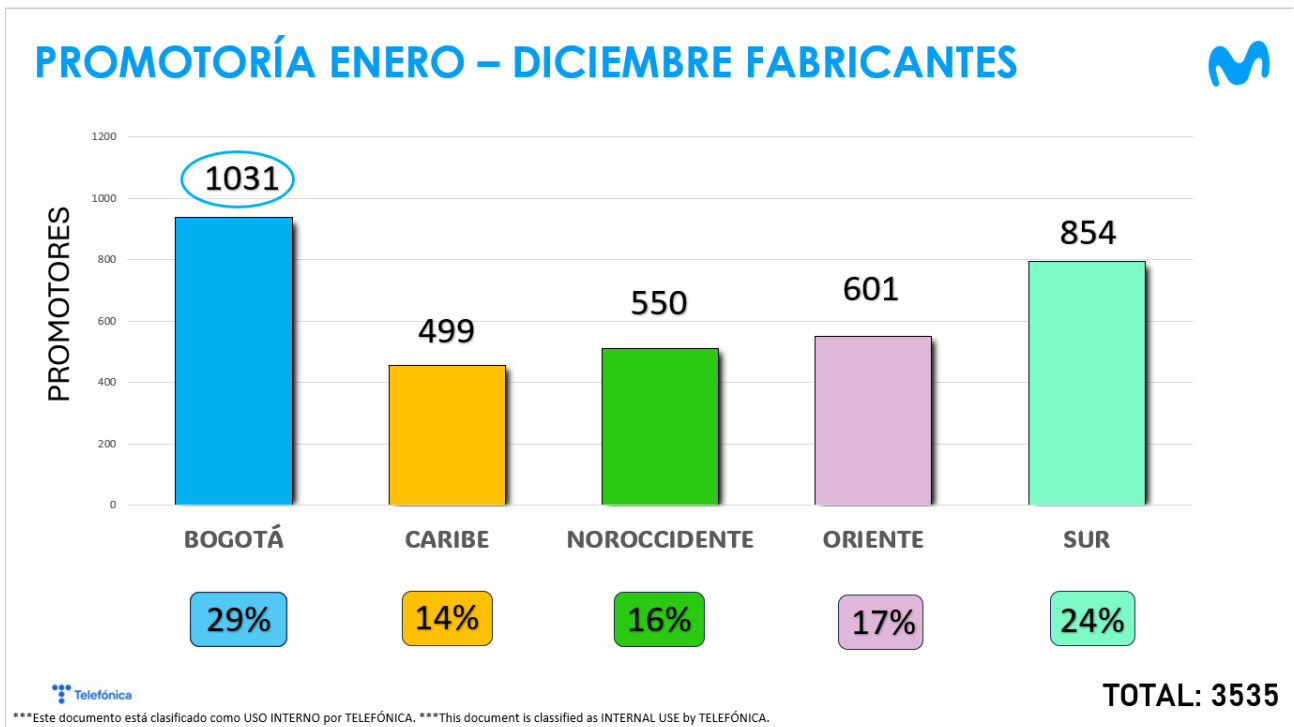


***Este documento está clasificado como USO INTERNO por TELEFÓNICA. ***This document is classified as INTERNAL USE by TELEFÓNICA.

TOTAL: 3535

Fuente: Elaboración propia base de datos promotorías

Ilustración 11: Informe de promotoría de fabricantes a nivel regional en el 2023



Fuente: Elaboración propia base de datos promotorías

8.6 Recolección de los equipos obsoletos de manera quincenal en los Centros de experiencia

En Telefónica Movistar, el practicante tenía asignada la responsabilidad de llevar a cabo la recolección de equipos obsoletos en los Centros de Experiencia de manera quincenal. Esta tarea consistía en identificar y registrar los dispositivos móviles que ya no se utilizaban en los centros, ya que con el tiempo algunos equipos se volvían obsoletos y necesitaban ser retirados para evitar la acumulación.

Su función principal era compilar esta información en una base de datos y enviarla a otra área de Movistar, especializada en la gestión y retirada de estos equipos obsoletos. Para realizar este procedimiento, el practicante utilizaba una plataforma interna de la empresa, denominada “Intranet”, donde

con su usuario y contraseña de Movistar, creaba la solicitud de retiro (REQ) de los dispositivos. Esta actividad era crucial para mantener la actualidad y relevancia de los productos exhibidos en los puntos de venta y para garantizar la eficiencia operativa de los Centros de Experiencia.

Realizar esta recolección de datos de forma quincenal aseguraba que todos los equipos obsoletos fueran identificados y retirados de manera oportuna, contribuyendo así a la optimización del espacio y recursos en los Centros de Experiencia.

Ilustración 12: Ejemplo de tabla con la cantidad de equipos obsoletos que se tienen que recoger en cada centro de experiencia.

Se realiza creación de petición REQ000005136073 para esta recolección.

Etiquetas de fila	Cuenta de ORIGEN
CE AV BOLIVAR ARMENIA	2
CE BOGOTA CENTRO MAYOR	17
CE CALI CENTRO	8
CE CARTAGENA MATUNA	7
CE METROTEL CTRO	6
CE NEIVA AV 26	14
CE NEIVA CENTRO	4
CE PITALITO	6
CE VALLEDUPAR CR 19	6
Total general	70

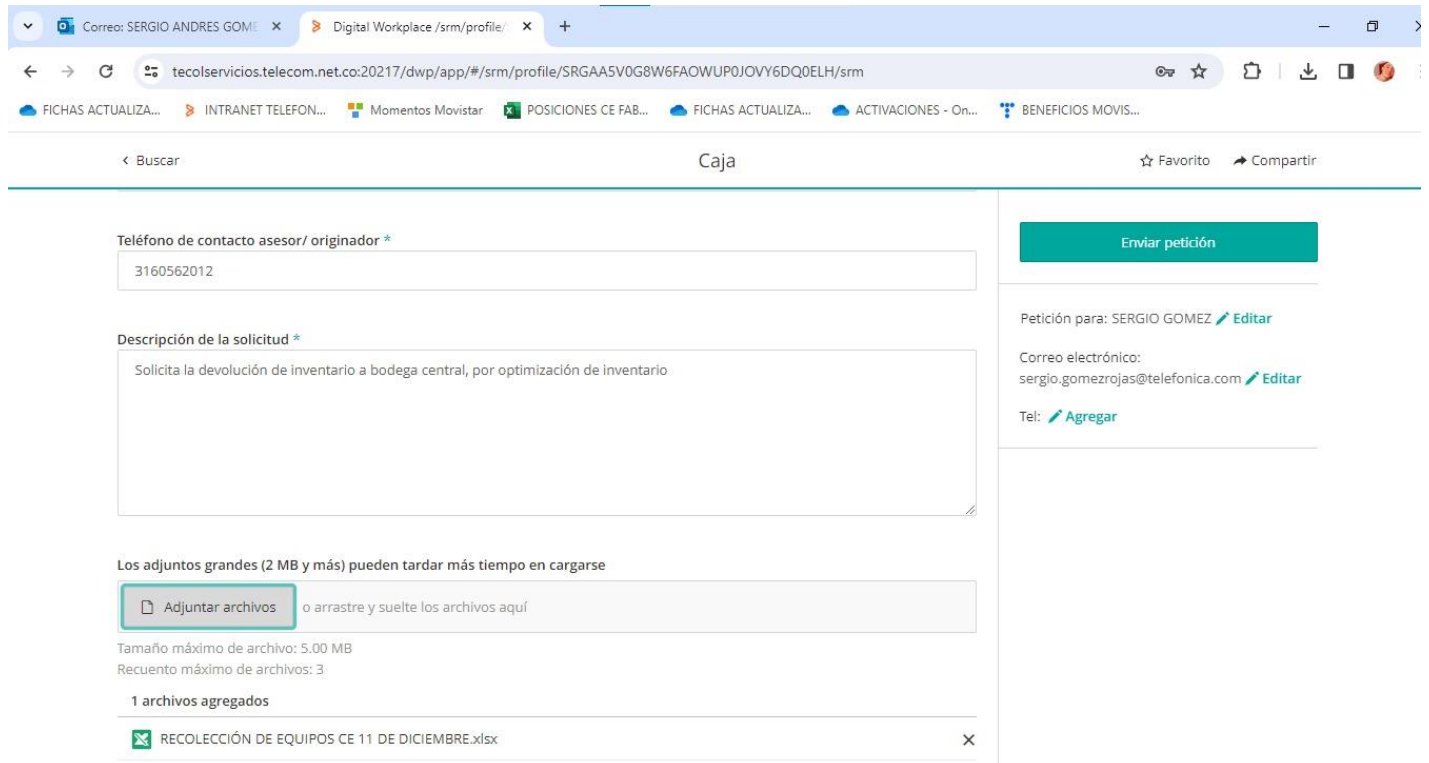
Agradezco su colaboración, quedo atento a sus comentarios.

Cordialmente,

SERGIO GÓMEZ
TRADE MARKETING

Fuente: Elaboración propia archivo Excel recolección de equipos

Ilustración 13: Página web de intranet para la creación del REQ del retiro de los equipos obsoletos.



Correo: SERGIO ANDRES GOMEZ x Digital Workplace /srm/profile/ x +

tecosservicios.telecom.net.co:20217/dwp/app/#/srm/profile/SRGAA5V0G8W6FAOWUP0JOVY6DQ0ELH/srm

FICHAS ACTUALIZA... INTRANET TELEFON... Momentos Movistar POSICIONES CE FAB... FICHAS ACTUALIZA... ACTIVACIONES - On... BENEFICIOS MOVIS...

Buscar Caja Favorito Compartir

Teléfono de contacto asesor/ originador *

3160562012

Descripción de la solicitud *

Solicita la devolución de inventario a bodega central, por optimización de inventario

Los adjuntos grandes (2 MB y más) pueden tardar más tiempo en cargarse

Adjuntar archivos o arrastre y suelte los archivos aquí

Tamaño máximo de archivo: 5.00 MB
Recuento máximo de archivos: 3

1 archivos agregados

RECOLECCIÓN DE EQUIPOS CE 11 DE DICIEMBRE.xlsx

Enviar petición

Petición para: SERGIO GOMEZ Editar

Correo electrónico: sergio.gomezrojas@telefonica.com Editar

Tel: Agregar

Fuente: Elaboración propia pantallazo sitio web de recolección de equipos

9 OTRAS ACTIVIDADES

9.1 Presentaciones/informes de último momento en PowerPoint

Entre las "otras actividades" asignadas al practicante en Movistar, se encontraba la elaboración de presentaciones e informes de último momento en PowerPoint. En diversas ocasiones, la jefa directa, Dina Luz, solicitaba la creación de presentaciones importantes para reuniones inminentes, ya fuesen programadas para el mismo día o para la semana. La responsabilidad del practicante consistía en preparar dichas presentaciones según los

requerimientos específicos de su jefa, asegurándose de que estuvieran listas para su uso en las reuniones pertinentes.

Además de la elaboración de estas presentaciones, el practicante desempeñaba un papel activo en el apoyo durante las reuniones, estando disponible para presentar y asistir en la discusión de los temas tratados. Esta función destacaba su capacidad para trabajar bajo presión y su habilidad para adaptarse rápidamente a las demandas de última hora, demostrando así su versatilidad y compromiso con las necesidades del equipo y de la empresa.

Ilustración 14: Ejemplo de una presentación sobre un desmonte de motorola con su respectivo antes y después.

VALLEDUPAR CRA 19



Fuente: Elaboración propia fichas de los centros centro de experiencia

10 LOGROS Y RESULTADOS

Durante la práctica en Telefónica Movistar, se ejecutó con éxito funciones clave, destacando la gestión eficiente de permisos en los Centros de Experiencia y la actualización regular de la base de datos Digital Price. La elaboración de informes detallados sobre las activaciones comerciales proporcionó información valiosa, contribuyendo a la eficiencia operativa y a las estrategias de marketing. Estos resultados reflejan un compromiso y competencia notables, evidenciando un impacto positivo en la empresa. Como oportunidad de mejora, se identifica la gestión del tiempo y la organización de tareas; un enfoque más estructurado podría haber optimizado la eficiencia en las tareas diarias. Para Movistar, mejorar la recopilación y categorización de datos, especialmente en aplicaciones como Ohmyfi, podría facilitar una toma de decisiones más informada y estratégica. Estos aspectos, tanto los logros como las áreas de mejora, reflejan un equilibrio positivo de la experiencia de práctica, subrayando el desarrollo profesional del practicante y las contribuciones significativas a la empresa.

Se destacaron diversos logros en el entorno laboral del practicante en Telefónica Movistar. Se desarrollaron habilidades de comunicación asertiva, lo que facilitó la interacción con proveedores y coordinadores de puntos, mejorando la dinámica de trabajo. Además, se evidenció un enfoque proactivo en la realización de tareas, contribuyendo significativamente a la eficiencia operativa de la empresa. Estos avances no solo reflejan un crecimiento profesional notable, sino que también aportaron valor sustancial al equipo de Movistar, subrayando la importancia del trabajo en equipo y la comunicación efectiva.

11 CONCLUSIONES

En los seis meses de prácticas en Telefónica Movistar, se experimentó un significativo crecimiento tanto personal como profesional. A través de diversas funciones, desde la gestión de permisos hasta la elaboración de informes de marketing, se adquirieron y aplicaron conocimientos valiosos que enriquecieron la experiencia y contribuyeron al desarrollo de habilidades críticas como el liderazgo, el trabajo en equipo y la comunicación asertiva. Esta

experiencia permitió no solo aplicar los conocimientos teóricos aprendidos en la universidad, sino también obtener una comprensión práctica del dinámico mundo del marketing y las telecomunicaciones.

Se evidenció que Telefónica Movistar se enfrenta a desafíos y oportunidades únicas en el mercado de telecomunicaciones. El análisis del micro y macroentorno mostró un escenario competitivo en el que Movistar continúa fortaleciendo su posición a través de la innovación y la adaptación a las cambiantes demandas del mercado y las tecnologías emergentes. Especialmente, la gestión de datos y la optimización de estrategias de marketing digital surgieron como áreas clave para el crecimiento continuo y la eficiencia operativa de la empresa.

Como recomendación, se sugiere enfocar en la mejora continua de los sistemas de gestión de datos y la segmentación en las estrategias de marketing. Una mayor precisión en la recopilación y análisis de datos, como en el caso de la aplicación Ohmyfi, puede proporcionar insights más profundos y dirigidos para la toma de decisiones estratégicas. Esta práctica ha demostrado que la combinación de un enfoque analítico y creativo es esencial para afrontar con éxito los retos del mercado actual y posicionar a Movistar como líder en innovación y satisfacción del cliente.

12 BIBLIOGRAFÍA

- Botero, L. (16 de Agosto de 2023). Ingresos totales de Telefónica Colombia aumentaron 4,5 % en primer semestre de 2023. *Valora Analitik* .
- Córdoba, F. D. (23 de Diciembre de 2020). *Evaluación de logos*. Obtenido de <https://marcaporhombro.com/evolucion-movistar/>
- El País. (9 de Junio de 2023). Telefónica y Tigo firman un acuerdo para compartir la red móvil en Colombia. *El País*.
- Fundación Telefónica Movistar. (s.f.). *Estructura organizativa*. Obtenido de <https://www.fundaciontelefonica.co/estructura-organizativa/>
- Henao, D. A. (14 de Noviembre de 2023). Telefónica Movistar Colombia tuvo ingresos a septiembre de 2023 por \$5,25 billones. *La República*.
- Movistar S.A. . (3 de Abril de 2012). Telefónica y Telecom se fusionarán . *Archivado desde el original el 23 de noviembre de 2015*.
- Movistar S.A. (s.f.). *Acerca de telefónica*. Obtenido de <https://descubre.movistar.co/telefonica-accesible/acerca-de-telefonica.html>
- Movistar S.A. (s.f.). *Estructura Organizacional*. Obtenido de <https://www.fundaciontelefonica.co/conocenos/estructura-organizacional/>
- Movistar S.A. (s.f.). *Microentorno Compañía Movistar*. Obtenido de https://www.goconqr.com/p/239664-microentorno-compa--a-movistar-mind_maps
- Movistar S.A. (s.f.). *Misión y visión información empresarial*. Obtenido de <https://misionyvision.info/de-movistar/>
- Tejedor, R. J. (Diciembre de 2008). *Análisis del plan estratégico del grupo telefónica* . Obtenido de https://www.ramonmillan.com/tutoriales/planmarketinggrupotelefonica_parte1.php
- Torres, J. A. (9 de Abril de 2014). Telefónica, socios del gobierno. *Las dos orillas* .

13 ANEXOS

Organigrama



Fabián Hernández
Presidente CEO Telefónica Movistar
Fundación Telefónica



Natalia Guerra
Directora de Relaciones Institucionales
Fundación Telefónica



Mónica Hernández
Directora de Fundación Telefónica Movistar
Colombia
Fundación Telefónica



Sofía Fernández de Mesa
Relaciones Internacionales
Fundación Telefónica



Lydia Loste
Comunicación
Fundación Telefónica



Pablo Gonzalo
Cultura Digital
Fundación Telefónica



Carlos Palacios
Voluntarios Telefónica
Fundación Telefónica



Susana Prieto
Recursos Humanos
Fundación Telefónica



Iñigo Audibert
Finanzas Procesos y Control
Fundación Telefónica

Recuperado de: Organigrama Fundación Telefónica Movistar