

CONTRIBUIR A ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS
GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA
COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA

LILIANA MARCELA APARICIO MANTILLA

CODIGO: 1090522917

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
VILLA DEL ROSARIO

2022

CONTRIBUIR A ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS
GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA
COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA

LILIANA MARCELA APARICIO MANTILLA

CODIGO: 1090522917

INFORME FINAL DE PRÁCTICA EMPRESARIAL PARA OPTAR POR EL TITULO
DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

MARY LUZ ORDOÑEZ SANTOS

DIRECTOR DE PRÁCTICA

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

VILLA DEL ROSARIO

2022

Tabla de contenido

ABSTRACT	7
Resumen	8
ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA	9
Informe de Práctica Empresarial	10
1 Reseña Histórica de la Empresa	10
Portafolio de servicios en el área Corporativa:	11
Aspectos Corporativos	12
2 Misión	12
3 Visión	12
4 Objetivos	12
5 Valores	13
6 Descripción de la Gerencia de Trabajo Gestión Humana.	13
7 DESCRIPCIÓN DE LA GERENCIA DE PLANEACIÓN COMERCIAL	14
8 Funciones como pasante en la Gerencia de Gestión Humana	14
9 FUNCIONES DEL PASANTE DE LA GERENCIA DE PLANEACIÓN COMERCIAL	15
10 DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE GESTIÓN HUMANA	16
11 DIAGNÓSTICO DE LA GERENCIA DE PLANEACIÓN COMERCIAL	16
12 MATRIZ FODA DE LA COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA	17
13 MATRIZ EFI CLARO	19
14 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MPC) CLARO	20
15 ESTRUCTURA COMITÉ DIRECTIVO	20
ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	22
16 TÍTULO	22
17 OBJETIVO GENERAL	22
18 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
19 JUSTIFICACIÓN	23
20 PLAN DE ACCIÓN GESTIÓN HUMANA	24

20.1	ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA	24
21	PLAN DE ACCIÓN LA GERENCIA DE PLANEACIÓN COMERCIAL	27
21.1	ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA.	27
22	CRONOGRAMA	28
22.2	ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA	28
	DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	31
23	TITULO	31
	CONCLUSIONES	35
	RECOMENDACIONES	36
	ALCANCES DE LA PRÁCTICA	37
	Bibliografía	38
	Anexos	41

TABLAS

Tabla 1 MATRIZ FODA CLARO COLOMBIA	17
Tabla 2 MATRIZ EFI CLARO COLOMBIA (Colombia, s.f.)	19
Tabla 3 Matriz de Perfil Competitivo (MPC) Claro Colombia	20
Tabla 4 Estructura de la información. Gerencias de gestión humana y planeación comercial Claro Colombia	24
Tabla 5 Estructura de información Gerencias de gestión humana y planeación comercial de la compañía Claro Colombia	27
Tabla 6 Cronograma Mes de Febrero.	28
Tabla 7 Cronograma Mes de Marzo	29
Tabla 8 Cronograma Mes de Abril	30
Tabla 9 Cronograma Mes de Mayo	30
Tabla 10 Cronograma Mes de Junio	31
Tabla 11 Desarrollo de la propuesta de mejoramiento	31

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Estructura Comité Directivo fuente: Informe De Sostenibilidad Claro 2021	20
Ilustración 2 Reconocimientos y certificaciones Claro Colombia fuente: Informe De Sostenibilidad Claro 2021	21
Ilustración 3 Resultados por segmentos fuente: Informe De Sostenibilidad Claro 2021	
Ilustración 1 Estructura Comité Directivo fuente: Informe De Sostenibilidad Claro 2021	
Ilustración 1 Estructura Comité Directivo fuente: Informe De Sostenibilidad Claro 2021	21

ABSTRACT

This work reflects the Professional Practice Report, through which I want to share the results that I achieved as a student of Business Administration at the University of Pamplona when I joined the Claro Colombia company, presenting myself to a call through the internet and passing several exams. ; Upon joining, it was very satisfactory, since I was able to observe the business world of a multinational, I began to make the most of my professional practice in a very disciplined way and attentive to any request from my bosses; As the days went by, I got to know the purpose of the Claro Colombia company in expanding the positive impact of information and telecommunications technologies, the interest in supporting the country's transformation towards digital and putting networks at the service that support groups vulnerable and continuous in the learning process and the strengthening of knowledge of students, teachers and parents, children and young people.

The professional practice allowed me to contribute to structuring the information related to the Human Resources Management and Commercial Planning departments of the company Claro Colombia from an organizational culture based on values whose purpose is to guide the different processes of the Company towards excellence and thus contribute to the achievement of the main goal of its operation: customer satisfaction, working to strengthen communication channels and options with its stakeholders, in line with the continuous improvement processes that are developed to diversify and innovate points and ways of Contact.

CONTRIBUIR A ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA

Resumen

En este trabajo se refleja el Informe de Práctica Profesional, mediante el cual quiero compartirles los resultados que como estudiante de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona logré al ingresar a la compañía Claro Colombia presentándome a una convocatoria a través de internet y aprobando varios exámenes; al momento de ingresar fue muy satisfactorio, ya que pude observar el mundo empresarial de una multinacional, empecé aprovechar al máximo mi práctica profesional de forma muy disciplinada y atenta a cualquier solicitud de mis jefes; con el paso de los días fui conociendo el propósito de la compañía Claro Colombia en ampliar el impacto positivo de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones, el interés por respaldar la transformación del país hacia lo digital y poner redes al servicio que apoyan a colectivos vulnerables y continuo en el proceso de aprendizaje y el fortalecimiento de conocimientos de estudiantes, docentes y padres de familia, niños, niñas y jóvenes.

La práctica profesional me permitió contribuir a estructurar la información relacionada con las gerencias de Gestión Humana y Planeación Comercial de la compañía Claro Colombia desde una cultura organizacional basada en valores que tienen como propósito orientar los diferentes procesos de la Compañía hacia la excelencia y contribuir así al logro de la meta principal de su operación: la satisfacción del cliente, trabajando para el fortalecimiento de los canales y opciones de comunicación con sus grupos de interés, en línea con los procesos de mejora continua que se desarrollan para diversificar e innovar puntos y formas de contacto.

CONTRIBUIR A ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS
GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA
COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA

La perseverante necesidad de obtener conocimientos como futura Administradora de Empresas y dar inicio en el campo laboral, aplicar las competencias y estudios desarrollados, adquiridos durante el recorrido en la Universidad de Pamplona son las principales razones para realizar mi práctica profesional, requisito para mi grado, es valioso en el paso de mi formación, este momento de mi vida, me dará como resultado experiencia tanto personal como laboral. La empresa COMUNICACIÓN CELULAR COMCEL S.A, me ofreció como practicante conocer el entorno en el cual me desarrollaré a la hora de ser un profesional, explorando y aplicando saberes a las plataformas, equipos, redes, estructuras, liberaciones, aprobaciones, entre otras funciones que permiten un constante y amplio aprendizaje en el área de gestión humana y del área de planeación estratégica en donde realicé actividades como redacción de políticas, asistencia a comités empresariales para la implementación de nuevas estrategias para la compañía.

Como practicante puede analizar cómo es el ambiente laboral en los diferentes niveles de los recursos de la organización, desempeñando con agilidad y disciplina cada tarea asignada por la empresa de manera exitosa, en las diferentes

actividades tales como Actualización de Novedades , Validación candidatos, las cuales son un pilar muy amplio en la compañía; durante el tiempo de mi contrato de aprendizaje (seis meses) se me permitió trabajar en la habilidad de toma de decisiones respecto al futuro esperado y aportar el conocimiento necesario para poder ejercer mi profesión de forma gratificante y con el perfil de egresado esperado por la Universidad que me otorga el título de Administrador de Empresas.

Informe de Práctica Empresarial

1 Reseña Histórica de la Empresa

Comcel, inició su camino al éxito hace años, pero en los últimos días los abonados han visto con sorpresa como un nombre tan recordado simplemente desapareció del display de su dispositivo, dándole paso a Claro. El fin de la marca de Comcel. La operación de Comcel inició el 1 de julio de 1994 y cerró su primer año de operaciones con 75.000 usuarios, los cuales ascendieron en estos 18 años a cerca de 29 millones, significando cerca de 62,5% del mercado. En 1997 lanza la Tarjeta Amigo, que se constituyó en la primera tarjeta de comunicación prepagada en Colombia. Hoy, el operador cuenta con el 63,78% de usuarios en categoría prepago, los cuales superan los 24 millones. En el mismo año se convierte en el primer operador del país en utilizar la red satelital para conectar a los habitantes de los antiguos territorios nacionales.

Luego, en el 2002, Comcel se convierte en subsidiaria de América Móvil y, gracias a las inversiones del Grupo en el país, se incrementaron las bases de 270 a 350 con cubrimiento en 328 poblaciones a nivel nacional. Dos años después se fusionó con Ocel y Celcaribe con un total de 1.890 empleados, convirtiéndose en el primer operador con cubrimiento nacional. Ese año se realizaron 3'434.071 de activaciones, cerrando con 5'813.982 abonados. Sin embargo, un par de años después el operador contaba ya con un total de 19,5 millones de líneas activas, por lo cual la firma inglesa "The Mobile Word" la posicionó en el quinto lugar en el escalafón de las empresas de telefonía móvil más grandes de Latinoamérica, la de mayor crecimiento y la novena del mundo durante ese año, gracias a sus 9,2 millones de nuevos usuarios.

En 2011, la firma Fitch Ratings otorgó a Comcel la calificación AAA para la primera emisión de bonos ordinarios de \$450.000 millones y para la segunda emisión por \$500.000 millones, lo que refleja la solidez financiera. Hoy la marca llega a su fin, una movida que para los expertos no es tan racional luego de tanto esfuerzo para

construirla y posicionarla como líder en el mercado. Aunque es evidente que tiene que ver con la estrategia de América Móvil en Latinoamérica.

El compromiso con la región, proximidad a sus clientes y la capacidad de aprovechar las oportunidades que se le presentan, permitirían a América Móvil continuar creciendo de manera rentable. Establecida en 1957, Claro comenzó como una pequeña tienda bienes y servicios, en la ciudad de Nueva York. En la actualidad, hay más de 800 tiendas departamentales de Claro en todo el mundo, repartidas en 15 países. Claro tiene más de 125.000 empleados.

Lo que empezó con un compromiso de productos de alta calidad a precios justos, continúa hasta el día de hoy en Claro.com, con las mismas marcas y los mismos estilos, en los que nuestros clientes confían, en nuestras tiendas de ladrillos y morteros, a su disposición las 24 horas del día, su representante legal actualmente es HILDA MARIA PARDO. Claro Colombia, brinda servicios de telefonía celular, telefonía fija, televisión e Internet alrededor de todo el país, cuenta con una sede principal en la ciudad de Bogotá en donde se realiza toda la operación de los servicios a nivel nacional. Al ser dividida por 3 grandes áreas (Residencial, Empresarial y Corporativo) cada una cuenta con un centro de gestión de red especializado.

Portafolio de servicios en el área Corporativa:

Internet Dedicado.

MPLS Avanzado: Intranet y extranet.

Videoconferencia.

Telefonía: PBX administrada y distribuida.

Firewall, control de Navegación.

En la Compañía Claro Colombia trabajamos por continuar siendo el operador preferido por los colombianos y mantenernos a la vanguardia de las telecomunicaciones en Colombia, por esa razón nos esforzamos por satisfacer a

nuestros clientes y adaptar nuestro portafolio de productos y servicios a las siempre cambiantes demandas del mercado.

Aspectos Corporativos

2 Misión

Nuestra misión es ofrecer a nuestros clientes la mejor y más cómoda experiencia de compra en línea posible. Estamos comprometidos a ofrecer productos que se envían en un embalaje sostenible y fácil de abrir y aceptamos las principales tarjetas de crédito.

3 Visión

Claro será reconocida por ser la empresa líder en el mercado de telecomunicaciones y servicios digitales, obsesionada por sus clientes, ciento por ciento digital y soportada en nuevas formas de trabajo para responder oportunamente a los cambios del mercado y brindar siempre experiencias únicas, simples y confiables.

4 Objetivos

Compromiso. Estamos comprometidos con la transformación de Colombia.

Desarrollamos soluciones de base tecnológica a problemáticas sociales recurrentes.

Acercamos a comunidades vulnerables o en riesgo a la tecnología y la conectividad.

Promovemos.

Aseguramos.

5 Valores

Honestidad

Desarrollo humano

Responsabilidad social

Productividad

Legalidad

Creatividad empresarial

Respeto

Optimismo

Austeridad

6 Descripción de la Gerencia de Trabajo Gestión Humana.

Gerencia Gestión Humana Negocio y Transversales (Claro Colombia) es la Gerencia encargada de dirigir, coordinar y asesorar la elaboración e implementación, de esquemas de compensación y beneficios, nómina, administración de personal, presupuesto de personal, servicio al colaborador, administración del *head count*, sistemas de gestión de desempeño y encuesta de clima organizacional, a través del diseño de estrategias innovadoras que permitan garantizar la competitividad externa y equidad interna, así como la aplicación de los diferentes procesos organizacionales, asegurando el mejor talento humano, permitiendo el logro de los resultados corporativos, basado en las leyes laborales y las políticas de la Compañía, dentro del área, también se lideran los procesos de revisión de estructuras organizaciones y acompañamiento a otras áreas de la organización (Financiera, Jurídica, Auditoria, Planeación, Comercial, Marketing) para cerca de 11 mil colaboradores (as).

7 DESCRIPCIÓN DE LA GERENCIA DE PLANEACIÓN COMERCIAL

La Dirección de Planeación Comercial, se encarga de establecer y definir las metas tanto anuales como mensuales de las áreas transversales y las unidades de mercado. A su vez, también estructura y documenta los modelos de las políticas de compensación y fija los respectivos indicadores para las mismas. Cada modelo se diseña para que vaya alineado con la estrategia de la compañía. También, se encarga de modelar y sensibilizar el impacto que los cambios en metas, políticas e indicadores tienen en los costos y en la remuneración de los equipos comerciales y transversales. Por último, en el área se consolidan y aprueban los ingresos esperados.

8 Funciones como pasante en la Gerencia de Gestión Humana

Actualización de Novedades: Actividades realizadas sobre el sistema operativo requerido por la empresa.

Validación Candidatos: Se maneja con eficacia de un enfoque para el proceso de selección es importante recalcar que es válido si le ayuda a aumentar las posibilidades de contratar a la persona efectiva para el cargo.

Liberaciones: Se realiza las diferentes liberaciones de forma interna, externa y de preventiva en el cual se maneja para el reemplazo de otro colaborador en donde se especifica área, sueldo y jefe.

Aprobaciones: Se lleva a cabo por medio de un Excel donde se actualiza de forma diaria si el candidato aceptó o no el cargo, allí se lleva código, nombre, cargo, estado, fecha de ingreso.

Contratación: Revisión si el candidato fue contratado.

Fecha de Ingreso: Actualización de fechas en donde ingresa el nuevo colaborador.

Actualización SAP: Es la actualización por medio de una aplicación que maneja la empresa en donde se maneja el cargo del colaborador para evitar posibles fallas futuras.

Creación de Usuario: Se maneja por medio de un formato donde se llena y se actualiza semanalmente para la creación de caso del colaborador a la empresa.

Validación Estado RQ: La validación del RQ es el seguimiento que se le da al caso de un nuevo colaborador que se le asigna un usuario y correo Claro por medio de la aplicación MITYC para la solución de sus funciones dentro de la compañía, entonces hay un tiempo estipulado para que le entreguen.

Revisión de cargos: Se da por medio de un nombre de cargo pasado, a uno actual en donde se sube a la plataforma de SAP para quedar asentado.

Validación de casos médicos: Revisión de los colaboradores que cuentan con casos médicos y no les permite estar en su cargo con el fin de buscar cómo se reorganizan.

9 FUNCIONES DEL PASANTE EN LA GERENCIA DE PLANEACIÓN COMERCIAL

Realización de Base de Datos y actualización diaria: Se realiza una base de datos para el área de planeación estratégica en el cual se encuentra el consecutivo del archivo, la fecha de inicio, fecha final, fecha de vigencia, novedad en el cual se aplica en el documento y el tipo de documento si es política, anexo o enlace y en el cual se hace una actualización de las novedades a ingresar.

Ajuste de Novedades a las diferentes políticas: se envía un documento al practicante con el fin de que él o ella haga las actualizaciones correspondientes solicitadas por el jefe de inmediato.

Ajuste de Novedades a los diferentes documentos de anexos: se envía un documento al practicante con el fin de que él o ella haga las actualizaciones correspondientes en los documentos de vital importancia en anexos, ya que tienen fecha de vigencia próxima y solicitudes por el jefe de inmediato.

Ajuste de Novedades a los diferentes documentos de alcance: se envía un documento al practicante con el fin de que él o ella haga las actualizaciones correspondientes en los documentos de vital importancia en alcances, ya que tienen fecha de vigencia próxima y solicitudes por el jefe de inmediato.

Realización de una Base de Datos: se realiza una base de datos para llevar seguimiento a los colaboradores que recibirán un incentivo que cumplan con los siguientes requisitos NIT, colabores en Cav o Agentes, entre otras modalidades de directos o terceros.

10 DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE GESTIÓN HUMANA

El área de gestión humana de la Compañía Claro Colombia declara que tiene como propósito seleccionar, escoger y dirigir a las personas que van a colaborar dentro de la organización con el fin de dar la mejor resolución y estrategias de atracción de personal que permite adquirir el talento humano más eficiente, del mismo modo generar procesos que permitan el desarrollo profesional de cada uno de los colaboradores dentro y fuera de la compañía. Desarrollar una gestión con responsabilidad, necesita de personalización y el cumplimiento efectivo de los compromisos y temas que colocan bajo cargo, pero que son de mayor importancia tanto para la organización como para sus colaboradores internos y externos. Dentro de esta área se manejan diferentes procedimientos tales como:

Reclutamiento y selección de personal.

Formación y desarrollo profesional.

Relaciones laborales.

Prevención de riesgos laborales (PRL).

Evaluación del desempeño.

Beneficios Sociales.

Planificación de la plantilla

11 DIAGNÓSTICO DE LA GERENCIA DE PLANEACIÓN COMERCIAL

La dirección de planeación comercial, que se encuentra en la dirección corporativa de planeación se refiere a la estrategia en el horizonte de la compañía Claro Colombia en un tiempo determinado que se debe declarar la misión de la organización e identificar los objetivos principales, las políticas y las estrategias que empoderan la adquisición, uso para la asignación de recursos con el fin de dar logro a los objetivos.

Pruebas de factibilidad.

Organización para la implementación de la planeación.

Revisión y evaluación de los programas de planeación

Retroalimentación

Análisis de la situación.

Análisis de mercado.

Análisis de la competencia.

Análisis interno.

Establecimiento de objetivos comerciales.

Evaluación y selección de la estrategia comercial.

Implementación de la estrategia y marketing.

Control de la estrategia

12 MATRIZ FODA DE LA COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA

A continuación, presento las matrices que la empresa proporcionó para el desarrollo del informe dado los criterios de privacidad de datos y confidencialidad de la información.

Tabla 1 MATRIZ FODA CLARO COLOMBIA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
• Falta de capacitación y conocimiento de las empresas afiliadas que distribuyen el servicio de Claro, por ende, no existen mecanismos de control que garanticen la satisfacción de los clientes. • Tarifas elevadas.	• Tiene solidez económica lo cual permite afrontar posibles crisis económicas. • Los integrantes directos de la compañía cuentan con un alto perfil profesional lo cual permite desarrollar con éxito la actividad económica de la misma.

• La falta de fidelización a los clientes por medio de las diferentes alternativas que ofrece el marketing relacional que permiten la satisfacción el mismo. • La mala orientación en la línea de atención al cliente evidencia ineficiencia al momento de la activación de los planes. • Fallas de cobertura	• Estabilidad y reconocimiento en el mercado. • Cuentan con una infraestructura adecuada que permite tener una completa cobertura a nivel nacional. • Cuenta con un amplio portafolio de servicios y productos de excelente calidad que permite la satisfacción total del cliente.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• La innovación de productos y servicios permiten que la compañía se encuentre a la vanguardia con los medios tecnológicos que favorecen el sector de las comunicaciones por ende ofrece un mejor servicio. • Gracias a la competencia la compañía se encuentra en constante crecimiento debido a que retroalimenta sus puntos débiles y fortalece sus cualidades.	• La competencia es una de las primordiales amenazas de la compañía debido a que están en constante evolución, ofreciendo promociones y distintas alternativas de comunicación. • El tratado de libre comercio es la puerta de entrada para diferentes multinacionales con nuevas tecnologías, que pueden colocar en desventaja el desarrollo de las actividades comerciales de Claro. • Las constantes alternativas que utiliza la competencia para llevar a cabo la fidelización de clientes pueden ocasionar un alto flujo de usuarios a otros operadores reflejándose en el descenso o declive de la compañía. • Competencia desleal. • Publicidad negativa.

Fuente: tomado de la aplicación interna de la Compañía (MITYC)

13 MATRIZ EFI CLARO

Tabla 2 MATRIZ EFI CLARO COLOMBIA (Colombia, s.f.)

MATRIZ EFI CLARO				
FACTORES DE GESTION DE MERCADO	VARIABLE	PONDERACION	CALIFICACION	RESULTADO PONDERADO
Variedad De Canales De Distribucion	F	0.05	3	0.15
Capacidad Tecnologica	F	0.15	4	0.6
Excelentes Promociones	F	0.1	3	0.3
Producto-Nivel De Cobertura	F	0.15	4	0.6
Calidad De Servicio Al Cliente	F	0.15	4	0.6
Centros De Atencion	F	0.1	4	0.4
Baja Calidad De Servicio Post-Venta	D	0.10	2	0.2
Retencion De Consumidores	D	0.10	1	0.1
Falta De Soluciones Del Problema En Primer Contacto	D	0.1	1	0.1
TOTAL		1.00		3.05

Fuente: tomado de aplicación interna de la Compañía (MITYC)

14 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MPC) CLARO

Tabla 3 Matriz de Perfil Competitivo (MPC) Claro Colombia

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO(MPC) CLARO							
FACTORES	PONDERACION	CALIFICACION	RESULTADO PONDERADO	MOVISTAR		TIGO	
				CALIFICACION	RESULTADO PONDERADO	CALIFICACION	RESULTADO PONDERADO
Participación en el mercado	0.13	3	0.39	2	0.26	1	0.13
marketing y publicidad	0.1	3	0.3	3	0.3	2	0.2
clientes	0.15	4	0.6	3	0.45	2	0.3
planes tarifarios	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
diferenciación en costos de equipos	0.08	2	0.16	2	0.16	3	0.24
calidad del servicio	0.09	1	0.09	2	0.18	3	0.27
fidelidad al cliente	0.15	3	0.45	2	0.3	2	0.3
cobertura	0.15	4	0.6	3	0.45	2	0.3
total	1		3.04		2.55		2.19

Fuente: tomado de la aplicación interna de la Compañía (MITYC)

15 ESTRUCTURA COMITÉ DIRECTIVO



Ilustración 1 Estructura Comité Directivo fuente: Informe De Sostenibilidad Claro 2021

Ilustración 2 Reconocimientos y certificaciones Claro Colombia fuente: Informe De Sostenibilidad Claro 2021



Ilustración 3 Resultados por segmentos fuente: Informe De Sostenibilidad Claro 2021

ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

16 TÍTULO

CONTRIBUIR A ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA

17 OBJETIVO GENERAL

Contribuir a estructurar la información relacionada con las gerencias de gestión humana y planeación comercial en la compañía Claro Colombia.

18 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Aplicar herramientas de información y comunicación (TIC`S,) para mejorar los procesos.

Desarrollar habilidades de comunicación entre los diferentes niveles de la Compañía Claro Colombia.

Aportar a la construcción de políticas internas de las gerencias de gestión humana y planeación comerciales de la compañía Claro Colombia

19 JUSTIFICACIÓN

Estructurar la información relacionada con las Gerencias de Gestión Humana y Planeación Comercial de la compañía Claro Colombia es de vital importancia para la organización, ya que por medio de estos movimientos se dan facilidad a gestionar los recursos, así como a direccionar, controlar, recolectar, dirigir, incentivar y modificar los cambios que necesita la empresa; lo anterior, debe es muy complejo a la hora de vincular o aplicar estos sistemas con la estrategia de la empresa para evitar que se filtren algunos riesgos, se agregan consultores, analistas y en algún caso agentes, en el desarrollo se da inicio a la ejecución de los planes estratégicos de la organización, pues de esta manera se suman los momentos donde se eviten ciertos riesgos.

Según diversos autores, la verdadera gestión humana y planeación comercial de una compañía se da entre la estrategia de la organización y los sistemas de información, esto exige de análisis de cada uno de los problemas y las variaciones empresariales a toda la estructura, desde el criterio de la segmentación de mercado hasta las implementaciones tecnológicas. En este plan de mejoramiento lo que se quiere llegar a plantear es la necesidad de ejecutar el control y revisión de dichos sistemas que se manejan en la compañía con el fin dar cumplimiento a los objetivos de la empresa.

La compañía Claro Colombia S.A. ha logrado posicionarse como una de las principales empresas a la hora de prestar servicios de telecomunicaciones en Latinoamérica, contando con un gran portafolio de servicios, los cuales son

ofrecidos debido a la unión de las empresas Telmex S.A. (Fijo) y Comcel S.A. (Móvil), dividiéndose en tres áreas: Residencial, Empresarial y Corporativo; cada área cuenta con un grupo de ingenieros especializados los cuales son los encargados de brindarle solución a cada inconveniente que se presente con los servicios que se ofrece.

20 PLAN DE ACCIÓN GESTIÓN HUMANA

CONTRIBUIR A ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA

Tabla 4 Estructura de la información. Gerencias de gestión humana y planeación comercial Claro Colombia

ACTIVIDAD	Fecha de inicio	Fecha final	¿QUÉ SE HACE?
Gestión Humana	FEBRERO	MARZO	En este lapso estuve en proceso de aprender y colocar mis habilidades para esta área
Actualización de Novedades	FEBRERO	MARZO	Actividades realizadas sobre el sistema operativo requerido por la empresa.
Validación Candidatos	FEBRERO	ABRIL	Se maneja con eficacia de un enfoque para el proceso de selección es importante recalcar que es válido si le ayuda a aumentar las posibilidades de contratar a la persona efectiva para el cargo.

Liberaciones	FEBRERO	ABRIL	Se realiza las diferentes liberaciones de forma interna, externa y de preventa en el cual se maneja para el reemplazo de otro colaborador en donde se especifica área, sueldo y jefe.
Aprobaciones	FEBRERO	ABRIL	Se lleva a cabo por medio de un Excel donde se actualiza de forma diaria si el candidato acepto o no el cargo, allí se lleva código, nombre, cargo, estado, fecha de ingreso.
Contrataciones	FEBRERO	ABRIL	Revisión si el candidato fue contratado
Fecha De Ingreso	FEBRERO	ABRIL	Actualización de fechas en donde ingresa el nuevo colaborador
Actualización SAP	FEBRERO	ABRIL	Es la actualización por medio de una aplicación que maneja la empresa en donde se maneja el cargo del colaborador para evitar posibles fallas futuras
Creación De Usuario	FEBRERO	ABRIL	Se maneja por medio de un formato donde se

			llena y se actualiza semanalmente para la creación de acceso del colaborador a la empresa.
Validación Estado RQ	FEBRERO	ABRIL	Es la validación por medio de Anita (asesora virtual) para saber si ya hay creación de usuarios
Revisión De Cargos	FEBRERO	ABRIL	Se da por medio de un nombre de cargo pasado a uno actual en donde se sube a la plataforma de SAP para quedar asentado
Validación De Casos Médicos	FEBRERO	ABRIL	Revisión de los colaboradores que cuentan con casos médicos y no les permite estar en su cargo con el fin de buscar como se reorganizan.

21 PLAN DE ACCIÓN LA GERENCIA DE PLANEACIÓN COMERCIAL

**CONTRIBUIR A ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS
GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA
COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA**

Tabla 5 Estructura de información Gerencias de gestión humana y planeación comercial de la compañía Claro Colombia

ACTIVIDAD	Fecha de inicio	Fecha final	¿QUÉ SE HACE?
Dirección de planeación Estratégica e innovación	Abril	Junio	En este lapso estuve en proceso de aprender y colocar mis habilidades para esta área.
Realización de base de datos Y actualización diaria	Abril	Junio	Se realiza una base de datos para el área de planeación estratégica en el cual se encuentra el consecutivo del archivo, la fecha de inicio, fecha final, fecha de vigencia, novedad en el cual se aplica en el documento y el tipo de documento si es política, anexo o enlace y en el cual se hace una actualización de las novedades a ingresar.
Ajuste de novedades a las diferentes políticas	Abril	Junio	Se envía un documento al practicante con el fin de que el haga las actualizaciones correspondientes y pedidas por el jefe de inmediato.
Ajuste de novedades a las diferentes documentos de anexos	Abril	Junio	Se envía un documento al practicante con el fin de que el haga las actualizaciones correspondientes en los documentos de vital importancia en anexos, ya que tienen fecha de vigencia próxima y pedidas por el jefe de inmediato.
Ajuste de novedades a las diferentes documentos de Alcances	Abril	Junio	Se envía un documento al practicante con el fin de que el haga las actualizaciones correspondientes en los documentos de vital importancia en alcances, ya que tienen fecha de vigencia próxima y pedidas por el jefe de inmediato
Realización de Una base de datos	Abril	Junio	Se realiza una base de datos para llevar seguimiento a los colaboradores que recibirán un incentivo que cumplan con los siguientes

			requisitos Nit, colabores en Cav o agentes y en otras modalidades de directos o terceros.
--	--	--	---

22 CRONOGRAMA

22.2

CONTRIBUIR A ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA
CON LAS GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN
COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA

Tabla 6 Cronograma Mes de Febrero.

[illegible]

Tabla 7Cronograma Mes de Marzo

[illegible]

Tabla 8 Cronograma Mes de Abril

[illegible]

Tabla 9 Cronograma Mes de Mayo

[illegible]

Tabla 10 Cronograma Mes de Junio

Mes	Junio												
N. semana	1						2						
N. días	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Concepto													
Realización De Base De Datos													
Ajuste de novedades a las diferentes políticas													
Ajuste de novedades a las diferentes Anexos													
Ajuste de novedades a las diferentes Alcances													
Base De Datos Para Incentivos													

DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

23 TÍTULO

CONTRIBUIR A ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS GERENCIAS DE GESTIÓN HUMANA Y PLANEACIÓN COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA CLARO COLOMBIA

Tabla 11 Desarrollo de la propuesta de mejoramiento

PROCESO	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIA	RESPONSABLE
INICIO DE LA INDUCCIÓN A LA PRÁCTICA CON CLARO COLOMBIA (16 DE FEBRERO 2022)	El inicio de la práctica se dio el día 16 de febrero de 2022 en la ciudad de Bogotá. Dentro de la inducción asignaron instrumentos de trabajo, explicación de las		DIANA PAOLA BARRAGÁN (PROFESIONAL GESTIÓN DE TALENTO)

	responsabilidades, como practicante, un usuario de red que nos hacia un colaborador más de la compañía.		
INGRESO PARA EL APOYO OPERATIVO DE LA GERENCIA DE GESTIÓN HUMANA (17 de Febrero 2022 - 25 de Abril de 2022)	En esta área el aprendizaje fue muy amplio ya que dentro de este lapso realice dichas actividades que aportaban beneficio para mi <i>business partner</i> , ya que éramos la conexión para las personas próximas a ingresar a la compañía; por medio de este se hacían liberaciones de cargo, aprobaciones, actualizaciones de SAP (aplicación donde se lleva el control de los cargos de los colaboradores), actualización de novedades (hace referencia a cualquier situación que se presente con cuyo colaborador), asignación de fechas de ingreso (con el fin de agilizar el proceso de entrega de los instrumentos de trabajo para el colaborador).	ANEXO 3 ANEXO 4	DIANA CAROLINA ALSECO (ANALISTA JR GESTIÓN HUMANA) JUAN ALEJANDRO INFANTE (ANALISTA GESTIÓN HUMANA)

INGRESO PARA EL APOYO OPERATIVO DE LA GERENCIA DE PLANEACIÓN COMERCIAL (26 DE ABRIL 2022 - 15 DE AGOSTO 2022)	El tiempo recorrido dentro de esta Compañía ha sido de mucho aprendizaje para mi crecimiento profesional, ya que me han dado a conocer los valores de ética y sentido de pertenencia, allí he realizado actividades como ajustes a las políticas para la implementación de metas para los colaboradores de la Compañía, realización desde una estructura de costos para un nuevo incentivo que se lanzara en el mes de agosto del presente año, hasta la restauración de los documentos de la nueva fórmula 1, que tiene como objetivo incentivar a los colaboradores a tener mejores ingresos.	ANEXO 5 ANEXO 6 ANEXO 7	SANDRA VIVIANA URIBE PUCHE (ESPECIALISTA PLANEACIÓN COMERCIAL)
FINALIZACIÓN DE LA PRÁCTICA (15 DE AGOSTO 2022)	La finalización se dará el 15 de agosto del presente año y expreso la satisfacción de haber dejado una buena imagen para la Compañía, además con el comportamiento ejemplar de haber aprovechado al máximo la disposición que tuvieron para enseñarme y darle oportunidad al perfil de Administrador de Empresas. 2. Al practicante se le reconoce el tiempo de la práctica como experiencia laboral lo cual es de gran ayuda para enfrentarse al		COMPAÑIA CLARO COLOMBIA SAS

	mundo laboral como profesional.		
--	---------------------------------	--	--

CONCLUSIONES

Una vez culminado el proceso de práctica profesional como Administradora de Empresas con la Compañía Claro Colombia y dejando al día las actividades correspondientes como practicante expreso de forma gratificante que con el uso de las diferentes herramientas tengo conocimiento que tanto dentro como fuera de la Compañía ha contribuido para la terminación de esta propuesta en relación con la cual se elaboró una síntesis de la información relacionada con el área de gestión humana y la dirección de planeación comercial de la compañía Claro Colombia con el fin de dar un mejoramiento que permitiera a la Compañía seguir posicionándose y visibilizar su imagen con el apoyo de diferentes metodologías que impacten de forma interna y así se pueda atraer, desarrollar, fidelizar y motivar el talento de forma fácil y segura, así con dicha información se da cumplimiento al objetivo general de este proyecto.

Por otro lado, cabe recalcar que en el paso por la Compañía Claro Colombia se realizaron capacitaciones en temas tales como fortalecer el liderazgo, comunicación, manejo de herramientas office, se dio el espacio para ingresar a varios comités, los cuales se realizaban cada semana y donde se socializaba y aportaban soluciones para el mejoramiento de la gerencia y el fortalecimiento del equipo sin importar el cargo al que se pertenecía.

Como resultado final, se obtiene gran variedad de conocimientos en las diferentes áreas de la Compañía en condición de practicante con el fin de que en su lapso periodo de tiempo como profesional su vida sea de excelencia y responsabilidad.

RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan algunas recomendaciones con base en el criterio de los resultados planteados en los objetivos expuestos de la propuesta y al desarrollo de cada uno de ellos, entorno a mejorar la comunicación organizacional.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:

Realizar capacitaciones de hábito semestral con el fin de satisfacer y empoderar las habilidades comunicativas entre los colaboradores de la Compañía.

Generar actividades lúdicas para establecer un espacio de compartir para los colaboradores que quieran llevar al público sus emprendimientos o talentos y así fortalecer el ambiente e integración laboral.

COMUNICACIÓN HORIZONTAL:

En proceso de una mejor comunicación horizontal se hace como sugerencia la realización de integraciones para garantizar un mejor fluido de la información oportuna y efectiva.

ALCANCES DE LA PRÁCTICA

Como practicante de la Compañía Claro Colombia la cual se enfoca a la prestación de servicios de telefonía fija y móvil, televisión, internet en la mejor calidad, ventas de equipos electrónicos, entre otros, puedo expresar que el conocimiento previo de las aulas de clase aportó a mi experiencia durante el proceso de práctica de seis meses. En este ámbito empresarial pude desarrollar, conocer y potenciar mis habilidades tales como la buena comunicación, el liderazgo, mejorar la forma de expresarme, lograr mayor seguridad en la interacción con otros y dar ideas en forma clara, así pude reflejar los esfuerzos personales y académicos para lograr el éxito esperado.

Con toda seguridad, haber tomado la decisión de realizar mi práctica empresarial como requisito para obtener el título de Administrador de Empresas dentro de la Compañía Claro Colombia fue la mejor opción en mi etapa de estudiante, ya que fue un reto no solo profesional, sino también personal, experimenté de forma profunda el manejo de las herramientas Office en especial Excel, y por ello considero que hoy en día es de suma importancia para poder evolucionar el procesamiento de datos, también profundice en el entendimiento de la aplicación Power BI que da la posibilidad de visualizar fácilmente datos y SAP software para la gestión de procesos de negocio que facilita el procesamiento eficaz de datos y el flujo de información entre las organizaciones, lo anterior es de vital ayuda para el desarrollo y orden de los colaboradores dentro de la Compañía.

Además de estar en la Gerencia de Gestión Humana, se me asignó el trabajo en una nueva gerencia con el fin de que no sólo aprendiera el desarrollo de una de sus gerencias, sino resaltara la importancia de la interacción dentro de la Compañía, es importante decir que en la Gerencia de Planeación Comercial he desarrollado mayores habilidades de acuerdo a mis intereses profesionales, fortaleciendo temas que en su momento aprendí con los docentes de la Universidad de Pamplona. Mi proceso de práctica culmina como requisito para la Universidad, pero con la Compañía Claro Colombia todavía está pendiente la vinculación y espero seguir con gran disciplina para lograr con satisfacción las metas propuestas para mi vida.

Bibliografía

Álvarez, Y. (2018). Planeación Estratégica Del Área De Servicio Al Cliente En La Compañía Wm Wireless Y MobileLtda. [Monografía de grado]. Recuperado de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11562/MONOGRAFIA%20DE%20TRABAJO%20DE%20GRADO%20UNIVERSIDAD%20LIBRE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bnamericas. (2022). bnamericas. Obtenido de bnamericas. Recuperado de <https://www.bnamericas.com/es/perfil-empresa/claro-colombia-sa-claro-colombia>

Burutica, M. (18 de 09 de 2017). Slideshare. Obtenido de slideshare: <https://es.slideshare.net/MnicaMaraBuruticaRes/matriz-dofa-claro>

Claro. (2020). Claro. Obtenido de Claro: <https://www.claro.com.co/personas/>

Claro. (2018). Informe de sostenibilidad 2018. Recuperado de https://www.claro.com.co/portal/recursos/co/legal-regulatorio/pdf/Informe_de_sostenibilidad_2018.pdf

Claro. (2022, 06 de Mayo) Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: 09:35, Mayo 07, 2022 desde <https://es.wikipedia.org/wiki/Claro>

Díaz, M. (2019). Matriz Presupuestal Para La Implementación De Puntos De venta, Claro Colombia. [Proyecto para optar por título profesional]. Recuperado de <https://repository.usta.edu.co/jspui/bitstream/11634/20461/3/2019mairad%C3%ADaz.pdf>

Escobar, V., Gómez, E., & Restrepo, J. (2014). Propuesta Para La Implementación De Estrategias De Mejoramiento De La Microempresa "Camabajos Y Equipos

S.A". [Para optar por especialización].Recuperado de.
https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/3608/Implementaci%C3%B3n_estrategias_microempresa_CamabajasEquipos.pdf?sequence=1

Maryeny. (09 de 10 de 2016). Análisis Claro. Obtenido de Análisis Claro:
<http://publicacionactividadclaro.blogspot.com/2016/10/dofa.html>

Rodríguez, A. (21 de 01 de 2017). suwweb. Obtenido de suwweb:
<https://suwweb.com/blog/la-nueva-estrategia-de-claro-colombia-servicios-multiplay/#:~:text=Claro%20Colombia%20anunci%C3%B3%20el%20pasado,Colombia%20a%20millones%20de%20familias>

S.f. (07 de 09 de 2019). Free Content. Obtenido de Free Content:
<https://www.ipp.edu.pe/blog/las-8-funciones-principales-del-area-de-planeamiento-comercial/>

s.f. (2019). Online, DDW SH - Agencia de Marketing y Publicidad. Obtenido de Online, DDW SH- Agencia de Marketing y Publicidad:
<https://www.ddw.com.ar/blog/guias/119-otros/413-la-planificacion-comercial>

S.f. (2022). CLARO, HISTORIA Y MARKETING.Marketing4Food. Recuperado de.
<https://www.marketing4food.com/marketing4food/claro-la-historia-de-uno-de-los-gigantes-telefonicos-de-la-region/>

s.f. (2020). Claro. Obtenido de Claro:
<https://www.claro.com.ec/personas/institucional/quienes-somos/>

TECNOSFERA. (04 de 02 de 2022). ¿Cómo Comcel pasó a ser Claro? Le contamos la historia. EL TIEMPO. Recuperado de.
<https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/como-comcel-paso-a-ser-claro-le-contamos-la-historia-649487>

Vera, A., Vidal. M., Vignolo. G (2019). «PLAN ESTRATÉGICO DE UNA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES»[Trabajo de investigación para optar a grado academico magister]. Recuperado de.
https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2466/Angelica_Tesis_maestria_2019.pdf?sequence=1

Universidad de Cundinamarca. (14 de julio de 2020). La comunicación y su importancia en las organizaciones. Obtenido de La comunicación y su importancia en las organizaciones:
<https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/noticiasucundinamarca/84-institucional/1901-la-comunicacion-y-su-importancia-en-lasorganizaciones#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional%20favorece%20la,se%20genera%20un%20mayor%20impacto.>

Yojana Rodriguez, A. (2016). La comunicación dentro de las organizaciones. Obtenido de La comunicación dentro de las organizaciones:
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14976/RODRIGUEZ%20MORALESANGELA%20YOJANA2016.pdf?sequence=1>

Anexos

Anexo 1. Plan de Acción para desarrollo de Habilidades de comunicación

ACTIVIDAD. Elaborar una encuesta para de estudiar y analizar los tipos de comunicación organizacional de la compañía.

¿Conoce usted los elementos que identifican la empresa?

- SI
- NO

¿Cómo colaborador de la compañía tiene usted conocimiento del reglamento y políticas internas?

- SI
- NO

¿Cree usted que su líder es apto para estar en ese cargo?

- SI
- NO

¿La compañía le ofrece ayuda oportuna en cualquier situación?

- SI
- NO

¿Se siente usted a gusto con su trabajo?

- Muy Satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho/ Ni insatisfecho

- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

Anexo 2. Plan de acción para desarrollo de Comunicación Horizontal

Actividad. Elaborar una encuesta para analizar los diferentes tipos de comunicación horizontal.

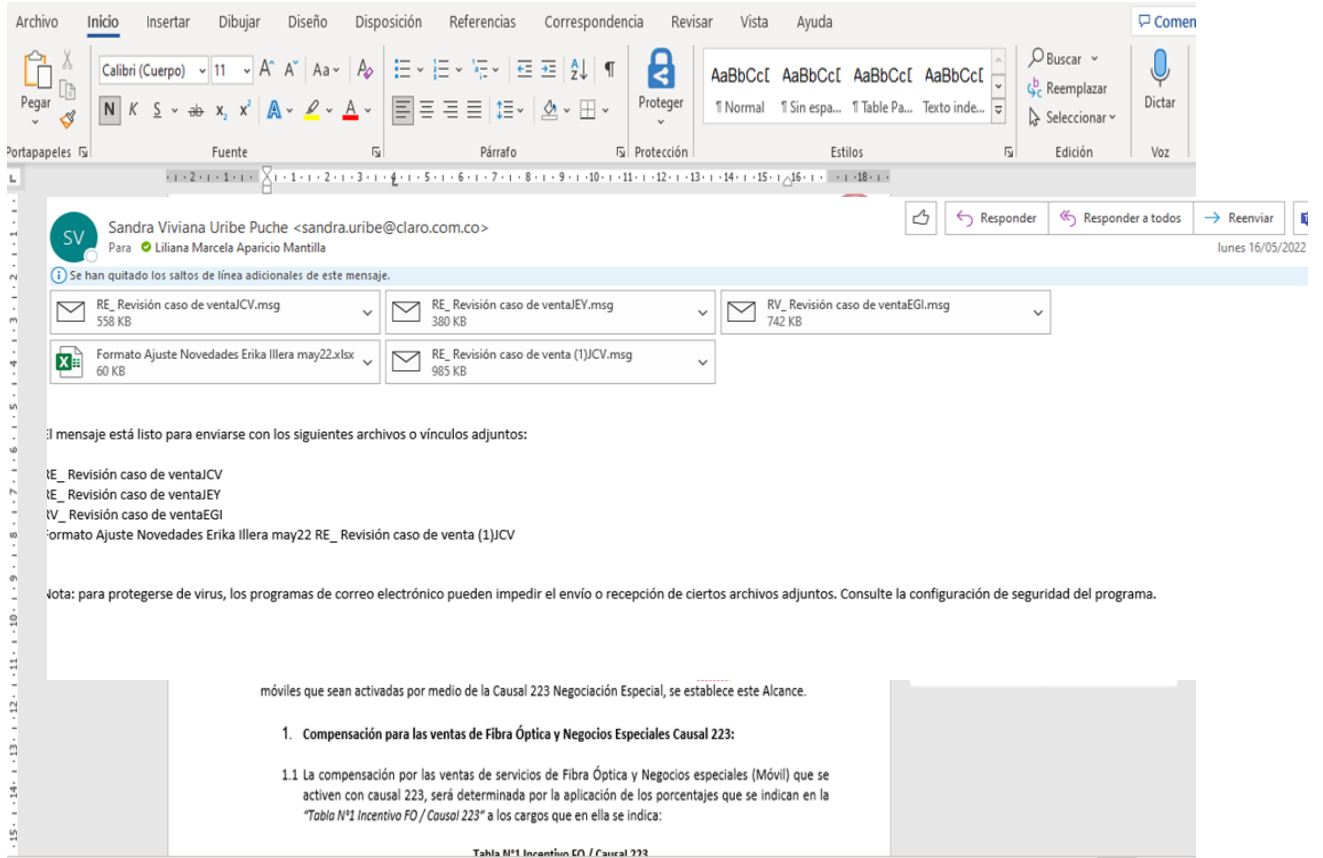
¿Cómo es la comunicación en su área?

- Buena
- Ni buena/ Ni mala
- Mala

¿Cree usted que se deben capacitar los colaboradores para obtener un mejor ambiente laboral?

- SI
- NO

Anexo 5 Evidencias de las actividades realizadas



Anexo 6 Evidencias de las actividades realizadas

Anexo 7 Evidencias de las actividades realizadas

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
3	MES_BASE	(Todas)										
4	TIPO	ALTAS_F										
5	SEGMENTO COMERCIAL	(Todas)										
6	LÍNEA 1 PYME	(Todas)										
7												
8	Suma de VALOR MENSUALIDAD		RED									
9	ACT_CC_CONSULTOR	DOCUMENTO	FO	HFC	Total general							
10	0	1129568993		\$7.456.287	\$7.456.287							
11		73207147		\$2.200.008	\$2.200.008							
12		92641801		\$1.545.340	\$1.545.340							
13	1000048593	1000048593		\$3.854.037	\$3.854.037							
14	1000251409	1000251409		\$578.611	\$71.334	\$649.945						
15	1000571865	1000571865		\$754.112	\$180.000	\$934.112						
16	1000970708	1000970708		\$1.234.709	\$17.683.149	\$18.917.858						
17	1001173318	1001173318		\$1.746.200		\$1.746.200						
18	1001220255	1001220255		\$394.310	\$82.258	\$476.568						
19	1001229002	1001229002			\$84.779	\$84.779						
20	1002412422	1002412422		\$212.112		\$212.112						
21	1007428913	1007428913			\$2.893.754	\$2.893.754						
22	1010219800	1010219800		\$241.666		\$241.666						
23	1013578126	1013578126		\$261.682		\$261.682						
24	1014178769	1014178769			\$5.328.052	\$5.328.052						
25	1015403600	1015403600		\$204.470		\$204.470						

MES_BASE

JUNIO

JULIO

AGOSTO

SEPTIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

DICIEMBRE

Campos de tabla dinámica

Seleccionar campos para agregar al informe:

Buscar

- ☐ ACT_CANAL
- ☒ ACT_CC_CONSULTOR
- ☐ ACT_CC_COORDINADOR
- ☐ ACT_CC_GERENTE
- ☐ ACT_CC_JEFE
- ☐ ACT_CONSULTOR

Arrastrar campos entre las áreas siguientes:

Filtros

MES_BASE

TIPO

Columnas

RED

Filas

ACT_CC_CONSULT...

DOCUMENTO

Valores

Suma de VALOR MENS...