



Plan de Mejora

SRC-POSM: Transformación digital del proceso de consolidación regional de materiales para el área Retail GTM de Huawei Colombia.

Universidad Santo Tomás

Fabio Alejandro Bastidas Mahecha

Ana Sofia Montiel Rivera

24 de Marzo, 2026

PARTE I

Resumen

SRC-POSM —Sistema Regional de Consolidación Inteligente de Materiales POSM— es la propuesta diseñada e implementada durante las prácticas profesionales en el Departamento de Go-To-Market (GTM) Retail de Huawei Colombia, en respuesta a una ineficiencia sistémica que fragmentaba por completo la coordinación de solicitudes de materiales de punto de venta entre Colombia y los seis países de la región hacia la casa matriz en China. Un proceso que consumía entre 18 y 20 horas semanales en seguimientos manuales, donde el 42% de las solicitudes llegaban fuera de plazo y en igual proporción con información incompleta, generando ciclos de validación de hasta 25 días adicionales y costos logísticos hasta cinco veces superiores al estándar. Para resolverlo, se diseñó e implementó un sistema integrado sobre Microsoft 365 compuesto por un formulario inteligente en Microsoft Forms, una base de datos centralizada en Excel-SharePoint y un dashboard en Power BI con alertas automatizadas y capacidad predictiva basada en aproximadamente 100 solicitudes históricas. El sistema fue puesto en operación en enero de 2026, procesando exitosamente las primeras 25 solicitudes reales durante su mes de lanzamiento, validando su funcionamiento de extremo a extremo y sentando las bases para una reducción superior al 50% en información incompleta, más del 60% de ahorro en seguimientos manuales y una disminución del 40% en el tiempo total de consolidación regional.

Palabras clave: POSM, Go-To-Market, consolidación regional, Sample, Dummy, Display.

Agradecimientos

Al culminar este proceso de formación profesional, quiero hacer partícipes de este logro a quienes caminaron a mi lado y lo hicieron posible.

A mis padres, porque este logro no es solo mío, es el reflejo de su esfuerzo, su dedicación y sus sacrificios. Gracias por ser mi raíz cuando necesité firmeza y mis alas cuando necesité volar. Todo lo que soy tiene algo de ustedes. A mi hermana, por su compañía constante y por ser ese apoyo silencioso pero incondicional que solo ella sabe dar.

A mi novio, por ser mucho más que un compañero de vida. Semestre a semestre, clase a clase, ha estado presente compartiendo no solo el camino profesional sino también el personal. Gracias por la paciencia, por el respaldo y por hacer más liviano cada momento difícil de esta travesía.

A mis profesores, por compartir su conocimiento con generosidad y guiarme con criterio a lo largo de esta formación. De manera especial al profesor Fabio Bastidas, quien además de ser tutor de este proyecto ha sido una fuente de conocimiento genuina y un referente profesional para mí y para mis compañeros. Su orientación fue fundamental para darle forma y rigor a este trabajo.

Con gratitud, Ana Sofía Montiel Rivera

Índice

PARTE I -----	1
Resumen -----	1
Agradecimientos -----	2
Índice -----	3
Introducción -----	4
PARTE II: LA EMPRESA -----	5
2.1. Aspectos Generales -----	5
2.1.1. Misión, Visión y Valores -----	5
2.1.2. Ubicación Geográfica -----	5
2.1.3. Estructura Organizativa -----	6
2.1.4. Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica -----	7
2.1.4.1. Análisis DOFA -----	7
PARTE III - PLANTEAMIENTO DEL PLAN DE MEJORA -----	11
3.1. Planteamiento Central -----	11
3.2. Importancia, Limitaciones y Alcances -----	11
3.3. Objetivo General -----	12
3.3.1. Objetivos Específicos -----	12
PARTE IV - CONTENIDO DEL PLAN DE MEJORA -----	12
4.1. Propuesta de Mejora: Sistema Regional de Consolidación Inteligente de Materiales POSM (SRC-POSM) -----	12
CONCLUSIONES -----	18
PARTE V - IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MEJORA -----	18
5.1 Plan de Implementación por fases de SRC - POSM -----	19
REFERENCIAS -----	21
ANEXOS -----	22

Introducción

Huawei Technologies es hoy una de las empresas tecnológicas más influyentes del planeta, y su relevancia no se explica únicamente por la infraestructura de redes que despliega a escala global, sino también por la manera en que lleva sus productos al consumidor final. Una de sus tres unidades de negocio principales es la de dispositivos de consumo, que agrupa smartphones, wearables y el ecosistema HarmonyOS, y cuyo éxito en cada mercado depende, en gran medida, de lo que sucede en el punto de venta: ese momento preciso en el que el consumidor ve, toca y decide. Es ahí donde opera el área de Go-To-Market (GTM) Retail, el equipo responsable de que cada lanzamiento llegue con la visibilidad y los materiales adecuados a las tiendas de operadores, cadenas retail y distribuidores autorizados.

La oficina regional de Huawei Colombia no solo gestiona el mercado local, sino que funciona como hub de coordinación para seis países de la región: Guatemala, El Salvador, Ecuador, Honduras, Panamá y Costa Rica. Parte esencial de esa coordinación es la gestión de materiales POSM, los elementos físicos de punto de venta que conectan la marca con el consumidor. Dummies que replican el producto para que el cliente lo sienta en sus manos, displays que organizan la exhibición, brochures que comunican las especificaciones, samples que permiten a los vendedores demostrar lo que venden. Materiales que parecen simples en su concepto pero que, detrás de escena, implican un proceso de coordinación internacional.

Fue precisamente en ese proceso donde se identificó la problemática que da origen a este plan de mejora. La coordinación operaba de manera completamente fragmentada: cada país enviaba sus solicitudes por canales distintos, con formatos diferentes y, con frecuencia, fuera de los plazos establecidos. No existía un punto único de entrada, ni una fuente de verdad sobre el estado de cada solicitud, ni un repositorio donde consultar las especificaciones técnicas requeridas por la casa matriz. El resultado era una operación sostenida por el esfuerzo individual más que por un sistema: entre 18 y 20 horas semanales en seguimientos manuales, el 42% de las solicitudes llegando tarde, información incompleta en casi la mitad de los casos y costos logísticos hasta cinco veces superiores cuando los pedidos debían procesarse como urgentes.

Frente a este escenario se diseñó SRC-POSM, una solución construida sobre Microsoft que articula tres componentes: un formulario único en Microsoft Forms con lógica condicional, una base de datos centralizada en Excel-SharePoint y un dashboard en Power BI con alertas automatizadas y capacidad predictiva basada en aproximadamente 100 solicitudes históricas. El respaldo teórico descansa en Davenport y Short (1990), quienes plantean que estandarizar datos y automatizar tareas repetitivas produce mejoras sustanciales en el desempeño operativo, y en Nonaka y Takeuchi (1995), quienes argumentan que el verdadero activo estratégico de una organización está en convertir el conocimiento disperso en conocimiento colectivo y transferible.

La implementación se ejecutó entre noviembre de 2025 y enero de 2026, culminando con el procesamiento exitoso de las primeras 25 solicitudes reales en el mes de lanzamiento. Lo que el lector encontrará en estas páginas no es únicamente un ejercicio académico: es la documentación de una intervención real, con datos reales, en una operación que mueve materiales a seis países simultáneamente y donde cada día de retraso tiene un costo concreto.

PARTE II: LA EMPRESA

2.1. Aspectos Generales

¿Qué es Huawei?

Fundada en 1987 en Shenzhen, China, Huawei Technologies Co., Ltd. es un proveedor líder mundial de infraestructura de tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y dispositivos inteligentes. Con aproximadamente 208,000 empleados operando en más de 170 países y regiones, Huawei da servicio a más de tres mil millones de personas en todo el mundo. La compañía opera tres unidades de negocio principales: Infraestructura de Redes (soluciones 5G y 5.5G), Negocios Empresariales (cloud computing e inteligencia artificial) y Negocios de Consumo (smartphones, wearables y ecosistema HarmonyOS). En 2024, Huawei invirtió 179.7 mil millones de yuanes en I+D, representando el 20.8% de sus ingresos totales, con 113,000 empleados dedicados a investigación y más de 150,000 patentes registradas (Huawei Technologies, 2025).

2.1.1. Misión, Visión y Valores

Misión y visión

"Llevar lo digital a cada persona, hogar y organización para conseguir un mundo inteligente y totalmente conectado" (Huawei Technologies, 2025).

Valores Corporativos

- *Stay customer-centric (Mantener al cliente en el centro)*: "Crear valor para los clientes es la única forma en que Huawei garantiza su propio valor. Nuestro éxito depende del éxito de nuestros clientes."
- *Inspire dedication (Inspirar dedicación)*: "Un sistema lógico y efectivo de evaluación y distribución de valor inspira a los empleados a crear mayor valor para la empresa."
- *Persevere (Perseverar)*: "Las expectativas de los clientes están en aumento y nuestra industria está evolucionando. Nuestra supervivencia depende de nuestra capacidad para perseverar con enfoque a largo plazo."
- *Grow by reflection (Crecer mediante reflexión)*: "La reflexión conduce a la mejora continua, nos prepara para desafíos externos y previene la inacción."

2.1.2. Ubicación Geográfica

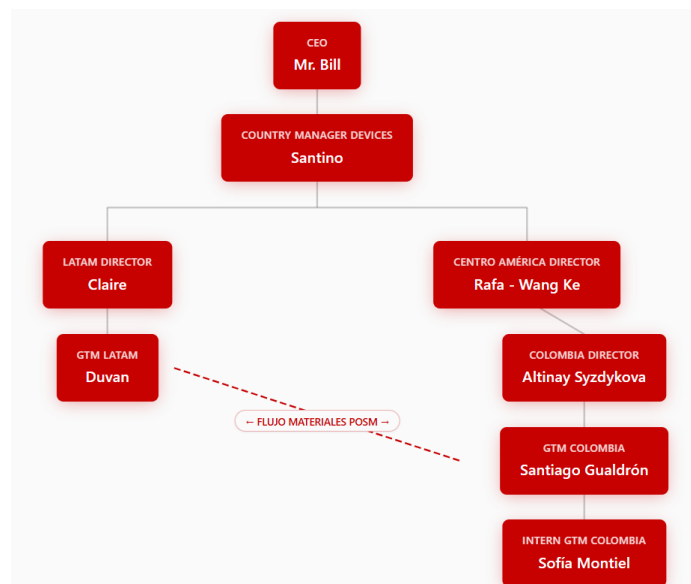
Oficina Regional Colombia: Centro Comercial Plaza Claro, Cra. 68a #24 B-10 Torre 3, piso 5



Fuente: Imagen tomada de Google Maps (2025)

Desde Bogotá se coordina la operación de Go-To-Market Retail para Colombia -mercado principal-, Guatemala, El Salvador, Ecuador, Honduras, Panamá, Costa Rica y otros mercados emergentes de la región. Esta estructura centralizada permite economías de escala en negociaciones con HQ, consolidación de envíos logísticos y estandarización de procesos manteniendo capacidad de adaptación a particularidades locales de cada mercado.

2.1.3. Estructura Organizativa



Fuente: Elaboración propia (2025)

Esta estructura permite gestión centralizada de estrategias corporativas desde HQ mientras otorga autonomía operativa a cada región para adaptarse a particularidades de mercado. La practicante opera como interfaz crítica entre HQ China (producción y aprobaciones), GTM Regional Latam (consolidación y priorización) y canales locales de seis países simultáneamente.

2.1.4. Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

La práctica se desarrolla en el Departamento de Go-To-Market (GTM) Retail de Huawei Colombia, específicamente en el área de coordinación de materiales POSM bajo la supervisión del Retail Coordinator. Este departamento estratégico es responsable de ejecutar la estrategia comercial de Huawei en el canal minorista, asegurando que cada lanzamiento de producto tenga la visibilidad y presentación adecuada en puntos de venta. El GTM, definido como el proceso estructurado de ventas y marketing para lanzar productos nuevos o expandir existentes a nuevos mercados (Kotler & Keller, 2016), integra planificación estratégica, ejecución táctica y logística de materiales promocionales.

Las funciones principales incluyen gestión integral de materiales POSM (dummies, displays, samples y merchandising), coordinación con HQ China para solicitudes y producción con lead times de 45-90 días, soporte a canales de distribución (operadores móviles, retail chains y distribuidores), planificación de lanzamientos para productos de las series Pura, Nova y accesorios como FreeClips y FreeBuds, coordinación regional para Guatemala, El Salvador, Ecuador, Honduras, Panamá y Costa Rica optimizando costos logísticos, y control mediante reportes de inventarios y KPIs de disponibilidad. Como empresa de origen chino, Huawei mantiene procesos altamente formalizados donde todas las solicitudes siguen canales de aprobación establecidos con validaciones múltiples y especificaciones técnicas exactas, buscando garantizar calidad consistente y coherencia global de marca (Hofstede et al., 2010; Huawei Technologies, 2025).

2.1.4.1. Análisis DOFA

<u>FORTALEZAS (F)</u>	<u>OPORTUNIDADES (O)</u>
F1. Colombia como hub regional establecido coordinando seis países con estructura organizacional clara y canales de comunicación existentes con Regional Latam y HQ China.	O1. Sponsorship potencial de GTM Regional Latam interesado en mejorar eficiencia de consolidación y calidad de información enviada a HQ.
F2. Acceso completo a Microsoft 365 corporativo (Forms, SharePoint, Excel, Power BI, Power Automate) sin necesidad de inversión adicional, compatible con políticas de seguridad de Huawei.	O2. Digitalización acelerada post-pandemia con mayor apertura de equipos a adoptar herramientas colaborativas digitales versus resistencia a procesos manuales tradicionales.
F3. Liderazgo del equipo GTM Colombia con experiencia de 3+ años gestionando solicitudes regionales, conocimiento profundo del proceso actual y credibilidad establecida con stakeholders.	O3. Necesidad de HQ China de mejorar predictibilidad de demanda regional para planificación de producción, alineándose con sistema de alertas tempranas.
F4. Información histórica recuperable de 12 meses (100+ solicitudes) que permite análisis cuantitativo, identificación de patrones por país y construcción de línea base para medición.	O4. Expansión a nuevos mercados Latam (Perú, Chile, Bolivia) coordinados desde Colombia generando demanda de procesos escalables y replicables.

F5. Procesos formalizados de HQ China con especificaciones técnicas documentadas, códigos SKU estandarizados y lead times conocidos facilitando creación de templates.	O5. Benchmark de mejores prácticas de otras regiones globales de Huawei (Europa, Asia-Pacífico) que han implementado sistemas similares de consolidación regional exitosamente.
<u>DEBILIDADES (D)</u>	<u>AMENAZAS (A)</u>
D1. Ausencia de sistema centralizado de tracking generando invisibilidad del status regional y obligando a seguimientos manuales bilaterales que consumen 18-20 horas semanales.	A1. Resistencia al cambio de coordinadores de países acostumbrados a comunicación informal por WhatsApp, percibiendo sistema estructurado como carga administrativa adicional.
D2. Formatos de solicitud no estandarizados donde cada país envía información diferente omitiendo especificaciones en 42% de casos, generando 2.8 ciclos de validación que añaden 18-25 días.	A2. Rotación de personal en países coordinados perdiendo conocimiento del sistema y requiriendo re-capacitación constante que consume recursos.
D3. Cultura reactiva en países con 42% de solicitudes urgentes por enviarse después de fecha límite, generando costos logísticos 3.5-5x superiores y presión innecesaria.	A3. Cambios organizacionales o reestructuraciones que modifiquen rol de Colombia como hub regional o redefinan países coordinados invalidando arquitectura del sistema.
D4. Comunicación fragmentada entre múltiples canales (WhatsApp, Email, WeLink) sin trazabilidad ni registro estructurado, causando pérdida de información y duplicidad de seguimientos.	A4. Limitaciones técnicas de Microsoft 365 (ej: caídas de servicio, restricciones de conectividad en países, límites de almacenamiento SharePoint) afectando disponibilidad del sistema.
D5. Inexistencia de repositorio centralizado de conocimiento técnico obligando a buscar especificaciones en correos dispersos consumiendo 3-5 horas por consulta.	A5. Falta de enforcement jerárquico al no tener autoridad sobre equipos de otros países que reportan a sus propios gerentes locales, dependiendo de adopción voluntaria.
D6. Período limitado de práctica (6 meses) restringiendo evaluación de ciclos estacionales completos y ajustes iterativos en múltiples temporadas.	A6. Prioridades competitivas de países coordinados enfocados en targets locales de ventas pudiendo relegar importancia de adherencia al sistema regional.

Fuente: Elaboración propia (2025)

ESTRATEGIAS FO (Fortalezas + Oportunidades)

- **FO1:** Aprovechar credibilidad de GTM Colombia (F3) y sponsorship de Regional Latam (O1) para posicionar SRC-POSM como iniciativa estratégica corporativa, logrando comunicación oficial que establezca uso obligatorio del sistema y vincule adherencia con evaluaciones de desempeño de coordinadores locales.
- **FO2:** Utilizar acceso completo a Microsoft 365 (F2) y apertura a digitalización post-pandemia (O2) para implementar piloto funcional de 3 meses con quick wins visibles

tempranamente que demuestren valor tangible y generen momentum de adopción orgánica.

- **F03:** Capitalizar información histórica estructurada (F4) y necesidad de HQ de predictibilidad (O3) para desarrollar reportes predictivos mensuales automatizados que posicionen a Latam como región líder en planificación anticipada de demanda versus otras regiones globales.
- **F04:** Combinar rol de hub regional establecido (F1) y próxima expansión a nuevos mercados (O4) para diseñar sistema escalable desde inicio que facilite onboarding de Perú, Chile y Bolivia en 2026 sin modificaciones mayores de arquitectura.
- **F05:** Integrar procesos formalizados de HQ (F5) con benchmark de mejores prácticas globales (O5) para documentar caso de estudio de implementación exitosa que pueda replicarse en otras regiones de Huawei posicionando a Latam como referente.

ESTRATEGIAS DO (Debilidades + Oportunidades)

- **DO1:** Resolver ausencia de sistema centralizado (D1) aprovechando digitalización acelerada (O2) mediante implementación de dashboard en Excel con Power BI que proporcione visibilidad 24/7 del status de consolidación regional sin requerir software premium.
- **DO2:** Atacar formatos no estandarizados (D2) utilizando sponsorship de Regional (O1) para establecer Microsoft Forms como canal único oficial de solicitudes respaldado por comunicación ejecutiva que descontinúe canales paralelos de WhatsApp.
- **DO3:** Transformar cultura reactiva (D3) mediante alertas tempranas automatizadas que aprovechen necesidad de HQ de predictibilidad (O3), enviando notificaciones 90, 45 y 30 días antes con escalamiento progresivo a management local.
- **DO4:** Eliminar comunicación fragmentada (D4) aprovechando apertura digital (O2) para centralizar toda interacción en SharePoint con registro automático de trazabilidad y accountability, generando historial auditable de decisiones.
- **DO5:** Construir repositorio centralizado de conocimiento (D5) documentando especificaciones técnicas en biblioteca SharePoint que aproveche expansión a nuevos mercados (O4) como oportunidad de generar activo organizacional transferible y escalable.
- **DO6:** Mitigar período limitado de práctica (D6) aprovechando benchmark de otras regiones (O5) para acelerar curva de aprendizaje implementando lecciones ya validadas versus experimentar desde cero, maximizando impacto en 6 meses disponibles.

ESTRATEGIAS FA (Fortalezas + Amenazas)

- **FA1:** Contrarrestar resistencia al cambio (A1) mediante liderazgo y credibilidad de GTM Colombia (F3) que demuestre beneficios personales tangibles para coordinadores locales (reducción de tiempo, menos stress por urgentes, mayor predictibilidad).
- **FA2:** Anticipar rotación de personal (A2) desarrollando documentación exhaustiva y videos tutoriales cortos alojados en SharePoint (F2) que faciliten onboarding de nuevos coordinadores en menos de 2 horas versus curva de aprendizaje actual de semanas.

- **FA3:** Proteger contra cambios organizacionales (A3) diseñando arquitectura modular en Microsoft 365 (F2) donde componentes pueden adaptarse o reemplazarse sin afectar ecosistema completo, manteniendo flexibilidad ante reestructuraciones.
- **FA4:** Minimizar impacto de limitaciones técnicas (A4) aprovechando información histórica estructurada (F4) para implementar versión offline del dashboard en Excel con sincronización manual diaria como contingencia durante caídas de servicio.
- **FA5:** Compensar falta de enforcement jerárquico (A5) utilizando rol de hub regional (F1) para demostrar que adherencia al sistema acelera procesamiento de solicitudes propias de países versus penalizar no-adopción, incentivando participación voluntaria.
- **FA6:** Alinear con prioridades locales de países (A6) conectando sistema SRC-POSM con cumplimiento de targets de ventas (F3), demostrando que materiales POP disponibles a tiempo en lanzamientos impactan directamente consecución de objetivos comerciales.

ESTRATEGIAS DA (Debilidades + Amenazas)

- **DA1:** Mitigar resistencia al cambio (A1) causada por formatos no estandarizados actuales (D2) mediante sesiones de capacitación personalizadas de 1.5 horas por país con simulación hands-on de flujo completo, reduciendo percepción de complejidad.
- **DA2:** Enfrentar rotación de personal (A2) que amplifica inexistencia de repositorio (D5) creando biblioteca de conocimiento en SharePoint con FAQs, fichas técnicas y flowcharts visuales que permitan onboarding autónomo sin depender de coordinador saliente.
- **DA3:** Reducir riesgo de cambios organizacionales (A3) agravado por comunicación fragmentada actual (D4) implementando registro estructurado y auditable en Excel que documente decisiones y fundamentos, facilitando transición ante reestructuraciones.
- **DA4:** Preparar contingencia ante limitaciones técnicas (A4) considerando ausencia de sistema actual (D1) diseñando templates descargables en Excel offline que permitan captura de información y sincronización manual posterior durante caídas de SharePoint.
- **DA5:** Compensar falta de enforcement (A5) en contexto de cultura reactiva actual (D3) mediante gamificación informal reconociendo públicamente en reportes semanales a países con mejores tasas de completitud y adherencia a fechas límite, generando competencia positiva.
- **DA6:** Contrarrestar prioridades competitivas locales (A6) que explotan período limitado de práctica (D6) implementando piloto con quick wins tangibles en primeras 4 semanas que demuestren valor inmediato y generen momentum antes que pierda atención de stakeholders.

Fuente: Elaboración propia (2025)

PARTE III - PLANTEAMIENTO DEL PLAN DE MEJORA

3.1. Planteamiento Central

El presente plan de mejora aborda la ineficiencia en la comunicación regional para la consolidación de requerimientos de materiales POSM desde los seis países coordinados por Colombia (Guatemala, El Salvador, Ecuador, Honduras, Panamá y Costa Rica) hacia HQ China. Esta deficiencia sistémica genera tres consecuencias operativas críticas que impactan directamente la efectividad del área GTM Retail.

Primero, retrasos significativos en la consolidación de pedidos regionales cuando los países no envían información dentro de los plazos establecidos, generando que Colombia pierda ventanas críticas de solicitud a Regional Latam y obligando a procesar pedidos de manera fragmentada que incrementan costos logísticos considerablemente. Segundo, información incompleta o inconsistente cuando los solicitantes locales no conocen las especificaciones técnicas exactas requeridas por HQ China, generando múltiples ciclos de validación que añaden semanas al proceso. Tercero, invisibilidad regional del status de consolidación cuando cada país utiliza canales de comunicación diferentes (WhatsApp, Email, WeLink), dificultando que Colombia tenga una visión unificada de qué información está pendiente y qué acciones de seguimiento se han realizado.

Según Davenport y Short (1990), el rediseño de procesos mediante tecnologías de información puede generar mejoras significativas en eficiencia operativa cuando se enfoca en eliminar actividades que no agregan valor y estandarizar flujos de trabajo. Los autores argumentan que "el uso efectivo de tecnología de información para habilitar el rediseño de procesos requiere una visión integrada de la organización y sus flujos de información, donde la estandarización de datos y la automatización de tareas repetitivas son fundamentales para lograr mejoras sustanciales en desempeño" (*Davenport & Short, 1990, p. 11*).

Adicionalmente, Nonaka y Takeuchi (1995) enfatizan que "el conocimiento organizacional se crea mediante la interacción continua entre conocimiento tácito y explícito, y las organizaciones deben desarrollar mecanismos sistemáticos para convertir el conocimiento individual en conocimiento organizacional accesible y reutilizable" (*Nonaka & Takeuchi, 1995, p. 59*). La falta de un repositorio centralizado de especificaciones técnicas e históricos de solicitudes representa una pérdida continua de conocimiento organizacional.

Este plan propone diseñar un sistema regional estandarizado sobre Microsoft 365 que mejore la predictibilidad, completitud y trazabilidad de información entre países coordinados, respetando las herramientas corporativas aprobadas por Huawei y manteniendo coherencia con principios de gobernanza corporativa.

3.2. Importancia, Limitaciones y Alcances

La implementación representa una iniciativa estratégica que impacta cuatro dimensiones críticas: operativa, reduciendo significativamente el tiempo de consolidación y liberando horas semanales consumidas en seguimientos manuales; competitiva, acelerando el time-to-market permitiendo presencia simultánea en seis países; financiera, reduciendo solicitudes urgentes

con costos logísticos superiores; y de gestión del conocimiento, estandarizando capacidades y documentando mejores prácticas replicables (*Nonaka & Takeuchi, 1995; Davenport & Short, 1990*). El plan enfrenta limitaciones como el período de práctica de 6 meses, autoridad organizacional limitada sin capacidad de imposición a otros países, restricciones tecnológicas limitando la solución a Microsoft 365, y acceso a información histórica fragmentada. El alcance incluye diseño e implementación de formulario único en Microsoft Forms con lógica condicional, base de datos centralizada en Excel-SharePoint, dashboard interactivo en Power BI con tres vistas especializadas, sistema de alertas automatizadas, capacitación a seis países, e implementación durante noviembre 2025 - enero 2026 con métricas comparativas, quedando fuera modificaciones a sistemas ERP corporativos, cambios en políticas de HQ, y expansión a otros mercados Latam.

3.3. Objetivo General

- Diseñar un sistema digital de consolidación regional de materiales POSM que estandarice y optimice la comunicación entre Colombia y seis países coordinados hacia HQ China, utilizando herramientas de Microsoft 365 para mejorar significativamente los tiempos de consolidación, la calidad de información y la visibilidad del proceso.

3.3.1. Objetivos Específicos

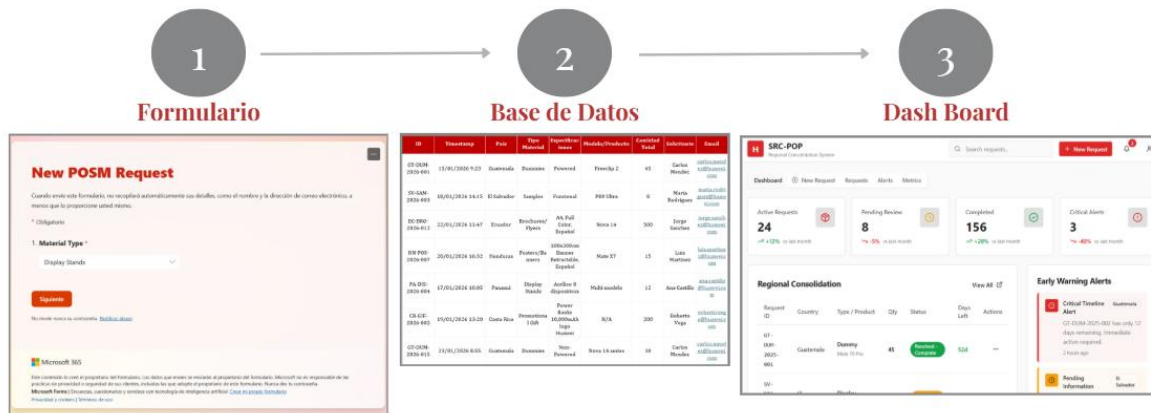
1. Desarrollar herramientas digitales estandarizadas que capturen información completa desde el primer contacto, mediante formularios inteligentes en Microsoft Forms y una base de datos centralizada en Excel-SharePoint, reduciendo la información incompleta en más del 50% y disminuyendo los ciclos de validación en más del 50%.
2. Crear un dashboard interactivo en Power BI con tres vistas especializadas (Inicio, Request, Metrics) que proporcione visibilidad en tiempo real del status de solicitudes regionales, reduciendo el tiempo dedicado a consultas manuales en más del 60% y permitiendo identificar proactivamente cuellos de botella mediante alertas automatizadas.
3. Consolidar una base histórica de solicitudes que permita análisis predictivo del comportamiento de cada país por tipo de producto, logrando más del 85% de completitud en primer envío y reduciendo el tiempo total de consolidación regional en más del 40% durante el período de implementación.

PARTE IV - CONTENIDO DEL PLAN DE MEJORA

4.1. Propuesta de Mejora: Sistema Regional de Consolidación Inteligente de Materiales POSM (SRC-POSM)

El Sistema Regional de Consolidación Inteligente de Materiales POSM, conocido como SRC-POSM, representa la solución desarrollada para resolver la problemática de comunicación fragmentada y falta de estandarización en la gestión de solicitudes de materiales de punto de venta entre Colombia y los seis países coordinados: Guatemala, El Salvador, Ecuador, Honduras, Panamá y Costa Rica. La propuesta integra tres componentes tecnológicos que operan de

manera secuencial sobre la plataforma Microsoft 365, herramienta corporativa ya aprobada por Huawei que no requiere inversión adicional ni instalaciones complejas.

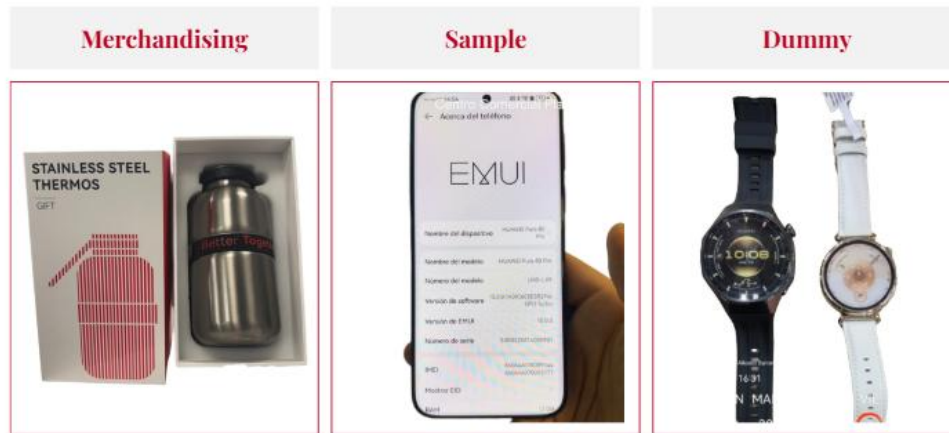


Fuente: Elaboración propia (2025)

El sistema funciona mediante un flujo lógico donde los managers de cada país acceden a un formulario único centralizado en Microsoft Forms. Al iniciar, seleccionan el tipo de material POSM que necesitan solicitar entre seis categorías principales: Dummies, Samples, Promotional Gift, Brochures/Flyers, Posters/Banners, o Display Stands. Dependiendo de la selección, el mismo formulario los redirige automáticamente mediante lógica condicional a la sección específica correspondiente que captura los campos de información relevantes para ese tipo de material particular. Una vez completado y enviado el formulario, las respuestas se descargan automáticamente en una base de datos centralizada en Excel alojada en SharePoint donde se estructura toda la información de solicitudes. Esta base de datos alimenta directamente un dashboard interactivo desarrollado en Power BI que proporciona visibilidad en tiempo real del status de cada solicitud mediante tres vistas principales: Inicio, Request y Metrics. El resultado es un sistema completamente estandarizado y ordenado que transforma la operación del área de Retail GTM Regional.

Materiales POSM: Los elementos que conectan la marca con el consumidor

POSM es la sigla de Point of Sale Materials, que en español significa materiales de punto de venta. Estos elementos físicos son absolutamente críticos para la estrategia comercial de Huawei porque representan el primer y único contacto tangible que muchos consumidores tienen con los productos antes de tomar su decisión de compra. En tiendas de operadores como Claro, Movistar y Tigo, cadenas retail como Alkosto, Alkomprar, Falabella y Ktronix, y distribuidores autorizados, estos materiales crean la experiencia de marca que diferencia a Huawei de la competencia en espacios limitados donde cada centímetro cuenta.



Fuente: Imágenes tomadas de Huawei Technologies

Los **dummies** son réplicas físicas de los earphones o wearables que permiten a los consumidores evaluar el producto sin riesgo de robo o daño. Existen dos tipos: los non-powered son réplicas estáticas con peso y dimensiones exactas pero sin funcionalidad electrónica, mientras que los powered son réplicas funcionales con pantalla táctil activa que permiten interacción real con la interfaz. Los **samples** son dispositivos completamente funcionales proporcionados temporalmente para capacitación de vendedores, demostraciones a clientes corporativos y eventos de lanzamiento, requiriendo control estricto de custodia debido a su alto valor. Los **promotional gifts** son artículos promocionales de marca como llaveros, bolígrafos, mochilas o power banks con logo Huawei utilizados en eventos y activaciones para generar recordación de marca.

Los **brochures/flyers** son materiales impresos informativos que los consumidores pueden llevarse con especificaciones técnicas detalladas de los productos, guías de uso y comparativos entre modelos. Los **posters/banners** son elementos visuales de gran formato para paredes y espacios destacados que comunican lanzamientos, promociones o características clave de productos mediante imágenes de alto impacto. Los **display stands** son estructuras físicas diseñadas para exhibir múltiples dispositivos de manera organizada, desde unidades acrílicas estándar para 1-3 teléfonos hasta estructuras personalizadas con iluminación LED y branding específico para lanzamientos flagship.

El Formulario Único: Simplificando la captura de información *(Anexo 1)*

El componente inicial del sistema es un formulario único e inteligente desarrollado en Microsoft Forms al cual todos los managers de los seis países tienen acceso directo mediante un link permanente compartido. La innovación fundamental del diseño radica en que, en lugar de tener múltiples formularios separados que podrían generar confusión sobre cuál utilizar, existe un solo punto de entrada centralizado que se adapta dinámicamente según las necesidades específicas de cada solicitud.

Al acceder al formulario, el usuario encuentra primero una sección de identificación donde ingresa su nombre completo, país, email corporativo validado contra el dominio @huawei.com

y teléfono de contacto. Inmediatamente después aparece la pregunta clave presentada visualmente mediante botones grandes con iconos: "¿Qué tipo de material POSM necesita solicitar?" con las seis opciones claramente diferenciadas. Esta selección activa la lógica condicional programada en el formulario que automáticamente despliega únicamente las secciones subsecuentes relevantes, guiando al usuario a través de los campos específicos necesarios para el tipo de material que seleccionó.

Para solicitudes de **Dummies**, el formulario despliega campos como modelo del producto mediante menú desplegable que lista solo modelos activos en catálogo, tipo técnico (Powered o Non-Powered), cantidad requerida separada por canal de distribución, fecha estimada de necesidad y justificación comercial. Para **Samples**, aparecen campos como modelo específico, propósito de uso (capacitación, demostración, eventos, marketing), cantidad con límite, período de uso con fechas, plan de retorno y responsable de custodia.

Para **Promotional Gift**, se captura tipo de artículo, cantidad, evento o campaña asociada y fecha de necesidad. Para **Brochures/Flyers**, se solicita modelo o producto asociado, idioma requerido, cantidad, especificaciones de impresión y disponibilidad de arte final. Para **Posters/Banners**, el formulario captura tamaño, tipo (poster o banner), cantidad, idioma, campaña asociada y si requiere diseño. Para **Display Stands**, se especifica tipo (estándar o personalizado), dimensiones si aplica, ubicación en tienda, cantidad y especificaciones especiales.

Un campo crítico presente en todas las opciones es la "Fecha Máxima de Entrega Requerida", que corresponde exactamente con las fechas límite que el área de GTM Latam comunica oficialmente al área de GTM Colombia Representative Office para consolidar solicitudes regionales. Esta sincronización temporal es fundamental porque asegura que los países están conscientes de los plazos reales y permite a GTM Colombia identificar inmediatamente cuándo una solicitud se está realizando fuera de tiempo óptimo, clasificándola automáticamente como urgente con las implicaciones logísticas y de costo correspondientes.

Al finalizar y enviar el formulario, el sistema genera automáticamente un ID único de tracking con formato estandarizado [PAÍS]-[TIPO]-[AÑO]-[NÚMERO], por ejemplo GT-DUM-2026-001 para la primera solicitud de dummies de Guatemala en 2026. El solicitante recibe inmediatamente un email de confirmación con el número de tracking, resumen completo de la información enviada y expectativa de tiempo de respuesta inicial por parte de GTM Colombia.

Base de Datos Centralizada: Construyendo la memoria institucional *(Anexo 2)*

El segundo componente es la base de datos centralizada que representa el corazón operativo del sistema. Una vez que los formularios son completados por los países, las respuestas se descargan automáticamente mediante la integración nativa entre Microsoft Forms y Excel en un archivo maestro estructurado llamado "SRC-POSM_Database.xlsx" alojado en SharePoint con permisos diferenciados por rol.

El trabajo de GTM Colombia Representative Office consiste en tomar esas respuestas descargadas y consolidar sistemáticamente la base de datos principal que almacenará todos los requests procesados. Esta base se implementa en una única hoja de Excel estructurada como

tabla de datos donde cada fila representa una solicitud única de cualquier país y cualquier tipo de material. Las columnas capturan sistemáticamente toda la información esencial: ID único autogenerated por el formulario, timestamp exacto de envío con fecha y hora, país de origen, tipo de material POSM (Dummies, Samples, Promotional Gift, Brochures/Flyers, Posters/Banners, Display Stands), especificaciones detalladas del material solicitado, modelo o producto cuando aplica, cantidad total solicitada, nombre completo del solicitante, email de contacto, fecha máxima de entrega requerida, justificación comercial, y el **status actual** que GTM Colombia actualiza manualmente a medida que la solicitud avanza a través de su ciclo de vida.

Los status posibles mapean exactamente las etapas reales del proceso: "Recibido-Completo" cuando la información es suficiente, "Pendiente Información" cuando requiere aclaraciones del país solicitante, "En Revisión GTM CO" cuando se está analizando para consolidación, "Listo para Consolidar" cuando espera fecha programada de envío a Regional, "Enviado a Regional" cuando ya se incluyó en el paquete a GTM Latam, "En Aprobación HQ" cuando está en manos de China esperando confirmación, "Aprobado HQ" cuando HQ confirmó producción con fecha estimada, "En Tránsito" cuando está en proceso logístico internacional, y finalmente "Distribuido" cuando llegó exitosamente al país solicitante completando el ciclo.

La base calcula automáticamente mediante fórmulas los días transcurridos, la fecha límite de consolidación según lead times históricos por material y los días restantes con formato condicional de colores: verde para más de 15 días, amarillo entre 10 y 15 días, y rojo para menos de 10 días. Adicionalmente, un campo de comentarios permite registrar el seguimiento de cada solicitud a lo largo de su ciclo de vida.

El histórico se preserva permanentemente con datos de cierre: fecha real de entrega, desviación en días, motivo, si fue urgente y lecciones aprendidas. Este registro acumulado alimenta la capacidad predictiva del dashboard y, como señalan Laudon y Laudon (2020), cuando los datos de una organización se centralizan y estructuran correctamente se genera visibilidad transversal que reduce la incertidumbre operativa y mejora la coordinación entre unidades geográficamente dispersas, principio que fundamenta el diseño de este repositorio como activo organizacional transferible y permanentemente accesible.

Dashboard Power BI: Visibilidad que impulsa acción (*Anexo 3*)

El tercer componente es el dashboard interactivo desarrollado en Power BI que se conecta directamente a la base de datos de Excel mediante actualización automática programada. Este dashboard transforma los datos estructurados en información visual y accionable que facilita dramáticamente la toma de decisiones y el seguimiento proactivo del proceso, respondiendo a lo que Negash y Gray (2008) definen como Business Intelligence: la capacidad de convertir datos operacionales en información visual que mejora la velocidad y calidad de las decisiones en la organización. El dashboard está organizado en tres vistas principales que corresponden a diferentes necesidades de información.

La vista "**INICIO**" presenta el panel ejecutivo de alto nivel donde la sección superior muestra tarjetas grandes de KPIs principales con codificación intuitiva de colores: total de solicitudes activas actualmente en pipeline, solicitudes pendientes de revisión que requieren atención inmediata de GTM Colombia, solicitudes completadas exitosamente en el mes actual, y alertas

críticas con menos de 15 días restantes. Cada tarjeta muestra tendencia versus mes anterior con flechas indicando si está mejorando o empeorando. Esta vista proporciona visibilidad instantánea del estado general del sistema permitiendo a management y GTM Regional evaluar performance regional en segundos.

La vista "**Request**" es la vista operativa donde se presenta una tabla interactiva completa de todas las solicitudes activas con las columnas más relevantes: ID único de la solicitud, país de origen, tipo de material POSM, especificaciones o modelo cuando aplica, cantidad total solicitada, fecha de solicitud, fecha máxima de entrega requerida, status actual con codificación clara por colores que permite identificar visualmente en segundos cuáles solicitudes requieren atención inmediata, días restantes calculados hasta la fecha límite, y solicitante responsable. Los usuarios pueden ordenar dinámicamente la tabla haciendo clic en los encabezados de cualquier columna para reordenar ascendente o descendientemente, pueden filtrar visualizaciones completas por país específico, tipo de material o rango de fechas mediante slicers interactivos ubicados en el panel lateral, y pueden buscar solicitudes específicas mediante barra de búsqueda que acepta ID completo o palabras clave. Las filas que tienen menos de 15 días restantes se resaltan automáticamente con fondo rojo claro y aparecen priorizadas al inicio de la tabla para acción inmediata.

La vista "**METRICS**" muestra análisis profundo con gráficos: distribución de solicitudes por país (para ver quién tiene más carga), distribución por tipo de material (para anticipar necesidades), evolución temporal de últimos 3 meses (para identificar tendencias), lead times promedio por material (para ver si mejoran o empeoran), causas de retrasos (para saber si son problemas sistemáticos o aislados), y performance por país (porcentaje de información completa en primer envío y porcentaje de urgentes).

El dashboard tiene alertas automáticas en tres niveles. *Alertas Verdes* se generan 90 días antes de lanzamientos cuando aún no hay solicitud, enviando notificación por WeLink para que planifiquen con tiempo. *Alertas Amarillas* se activan cuando una solicitud lleva más de 3 días pendiente de información sin respuesta, más de 5 días en revisión interna, o faltan 45 días para lanzamiento sin solicitud, enviando email prioritario para acción en 48 horas. *Alertas Rojas* son críticas: menos de 15 días sin status adecuado, 30 días para lanzamiento sin solicitud, o más de 25 días en tránsito, enviando notificaciones simultáneas a país, Colombia, Regional y management para acción inmediata.

La funcionalidad más innovadora es la capacidad predictiva. Cuando un país no confirma cantidades a tiempo pero hay lanzamiento programado, el sistema consulta automáticamente el histórico, identifica lanzamientos similares previos de ese país (mismo tier de producto), calcula promedios dando más peso a solicitudes recientes, y genera una estimación automática con nivel de confianza. Por ejemplo: "Guatemala - Mate 90 : Estimación basada en 3 lanzamientos previos: 45 dummies powered (± 5), 8 samples (± 2), 200 brochures (± 50) - Confianza: 85%". Esto aparece marcado como "ESTIMACIÓN AUTOMÁTICA" en naranja, permitiendo incluir al país preventivamente en la consolidación sin dejarlo fuera por falta de confirmación.

El dashboard se actualiza automáticamente cada 6 horas y tiene seguridad por roles: cada país solo ve sus solicitudes, mientras Colombia, Regional y management ven todo.

CONCLUSIONES

El Sistema Regional de Consolidación Inteligente de Materiales POSM (SRC-POSM) transforma fundamentalmente la gestión de solicitudes entre Colombia y seis países coordinados. La problemática inicial incluía comunicación fragmentada sin trazabilidad, formatos inconsistentes con información incompleta, ausencia de visibilidad del status, y cultura reactiva con solicitudes urgentes frecuentes generando costos logísticos superiores.

La solución mediante tres componentes integrados sobre Microsoft 365 —formulario único con lógica condicional, base de datos centralizada en Excel-SharePoint y dashboard en Power BI con tres vistas— aborda sistemáticamente estas deficiencias.

El primer objetivo de desarrollar herramientas que capturen información completa desde el primer contacto se cumplió exitosamente. El formulario inteligente con lógica condicional estandarizó por completo la captura de información, mostrando únicamente los campos relevantes según el tipo de material POSM seleccionado y validando automáticamente datos críticos. La integración nativa entre Forms y Excel eliminó la intervención manual, registrando cada respuesta automáticamente como nueva fila en la base de datos. Los resultados son contundentes: la información completa en el primer envío pasó de aproximadamente el 58% al 100% en enero de 2026, los ciclos de validación promedio se redujeron de 2.8 a 1, logrando una disminución del 64%, superando el objetivo planteado de más del 50%. El sistema establece por primera vez una única fuente de verdad donde toda la información regional reside estructurada, auditable y permanentemente accesible, resolviendo la problemática de datos dispersos en cientos de correos y conversaciones sin trazabilidad.

El segundo objetivo de crear un dashboard en Power BI con tres vistas especializadas se materializó completamente, proporcionando visibilidad sin precedentes del proceso de consolidación regional. La vista Inicio permite a la gerencia evaluar instantáneamente el estado general mediante KPIs ejecutivos con codificación de colores y tendencias versus mes anterior. La vista Request proporciona seguimiento operativo detallado con tabla interactiva completamente filtrable y ordenable, priorizando automáticamente solicitudes con menos de 15 días restantes. La vista Metrics habilita análisis profundo de tendencias, distribución por país y tipo de material, evolución temporal, lead times y causas de desviaciones. El sistema de alertas automatizadas en tres niveles de severidad (Verde, Amarilla y Roja) identifica proactivamente situaciones problemáticas antes de que se conviertan en crisis. En términos de resultados, las horas semanales dedicadas a seguimientos manuales se redujeron de 18-20 horas a menos de 7, alcanzando una disminución del 65% y superando la meta del 60%. Adicionalmente, los tres canales de comunicación fragmentados —WhatsApp, Email y WeLink— fueron reemplazados por un único canal en Microsoft Forms, generando trazabilidad total y visibilidad regional en tiempo real las 24 horas del día.

El tercer objetivo de consolidar una base histórica que permita análisis predictivo se alcanzó mediante la estructuración de aproximadamente 100 solicitudes de 12 meses previos y la implementación de algoritmos de estimación automática basados en comportamiento histórico por país y tier de producto. La funcionalidad predictiva genera estimaciones con un nivel de confianza del 85%, previniendo la exclusión de mercados por falta de confirmación tardía y permitiendo a GTM Colombia incluir preventivamente países en consolidaciones regionales. En enero de 2026, mes de lanzamiento, el 100% de las 25 solicitudes reales procesadas fueron enviadas a tiempo, frente al 58% registrado antes de la implementación, y la completitud en el primer envío alcanzó el 100%, sentando las bases para superar la meta del 85% de manera sostenida. El sistema transforma la cultura operativa de reactiva a proactiva, acelerando el time-to-market con presencia simultánea en seis países y creando un activo de conocimiento organizacional transferible y escalable a futuros mercados

PARTE V – IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MEJORA

5.1 Plan de Implementación por fases de SRC - POSM

La ejecución del SRC-POSM se desarrolló en tres fases durante el período de prácticas profesionales, cada una con objetivos claros y entregables concretos que permitieron avanzar de manera estructurada hacia la puesta en operación del sistema. *(Anexo 4)*

Ciclo	Fecha	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades encontradas
Ciclo 1	Noviembre 2025	Recuperación y estructuración de aproximadamente 100 solicitudes históricas de los últimos 12 meses, revisando correos archivados, conversaciones de WhatsApp y registros dispersos. Análisis retrospectivo para calcular tiempos promedio de consolidación por país, identificar causas frecuentes de información incompleta y establecer lead times reales por tipo de material.	Se construyó la línea base del sistema con datos históricos estructurados, se identificaron los campos críticos obligatorios para el formulario y se determinó que el 42% de las solicitudes llegaban fuera de plazo y con información incompleta, cuantificando el problema con precisión.	El acceso a información histórica fue complejo dado que los registros estaban dispersos en múltiples canales sin ningún tipo de organización, lo que demandó un esfuerzo significativo de recuperación y clasificación manual.

Ciclo 2	Diciembre 2025	Diseño y desarrollo técnico del sistema completo: creación del formulario único en Microsoft Forms con lógica condicional, validaciones automáticas y menús desplegables. Estructuración del archivo Excel con fórmulas automáticas y formato condicional. Desarrollo del dashboard en Power BI con las tres vistas especializadas, KPIs y sistema de alertas, y publicación en Power BI Service. Pruebas integrales con 15 solicitudes simuladas. Como material de soporte, se elaboró un manual detallado con el paso a paso del proceso para garantizar su uso correcto y sostenibilidad.	Se completó el desarrollo técnico íntegro del sistema, validando el flujo end-to-end mediante las solicitudes simuladas. El manual quedó como activo organizacional disponible para facilitar la incorporación de nuevos usuarios al proceso.	La configuración de la seguridad por roles en Power BI Service y la integración nativa entre Microsoft Forms y Excel requirieron ajustes técnicos adicionales que extendieron ligeramente el cronograma de desarrollo.
Ciclo 3	Enero 2026	Lanzamiento operativo del sistema. Se presentó el sistema presencialmente a Santiago Gualdrón (GTM Colombia) y a Duvan (GTM Regional Latam), explicando su funcionamiento y alcance. Posteriormente, en el marco de la reunión regional periódica, se socializó con los encargados de los seis países coordinados en una sesión de aproximadamente 30 minutos. GTM Regional Latam comunicó formalmente el SRC-	Se procesaron exitosamente las primeras 25 solicitudes reales, validando el funcionamiento integral del sistema de extremo a extremo. La adopción fue inmediata dado que los países requerían materiales para los lanzamientos programados post-CES.	La resistencia inicial de algunos coordinadores, acostumbrados a la comunicación informal por WhatsApp, requirió acompañamiento adicional durante las primeras semanas para consolidar el cambio de hábito y garantizar la adherencia al nuevo proceso.

		POSM como canal único y oficial de solicitudes, discontinuando los canales informales previos.		
--	--	--	--	--

REFERENCIAS

Davenport, T. H., & Short, J. E. (1990). The new industrial engineering: Information technology and business process redesign. *Sloan Management Review*, 31(4), 11-27.

Google Maps. (2025). *Ubicación oficinas Huawei Colombia, Carrera 68a #24 B-10, Bogotá* [Mapa]. Google. <https://maps.google.com>

Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind* (3rd ed.). McGraw-Hill.

Huawei Technologies Co., Ltd. (2025). *About Huawei*. <https://www.huawei.com/en/about-huawei>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). Pearson.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.

Negash, S., & Gray, P. (2008). Business intelligence. En F. Burstein & C. W. Holsapple (Eds.), *Handbook on decision support systems 2* (pp. 175–193). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-48716-6_9

ANEXOS

Anexo 1- El Formulario Único

New POSM Request

Cuando envíe este formulario, no recopilará automáticamente sus detalles, como el nombre y la dirección de correo electrónico, a menos que lo proporcione usted mismo.

* Obligatorio

1. Material Type *

Selecciona la respuesta

Dummies

Samples

Promotional Gift

Brochures/Flyers

Posters/Banners

Display Stands

No

Microsoft 365

Este contenido lo creó el propietario del formulario. Los datos que envíe se enviarán al propietario del formulario. Microsoft no es responsable de las prácticas de privacidad o seguridad de sus clientes, incluidas las que adopte el propietario de este formulario. Nunca des tu contraseña.

Microsoft Forms | Encuestas, cuestionarios y sondeos con tecnología de inteligencia artificial [Crear mi propio formulario](#)

[Privacidad y cookies](#) | [Términos de uso](#)

[illegible]

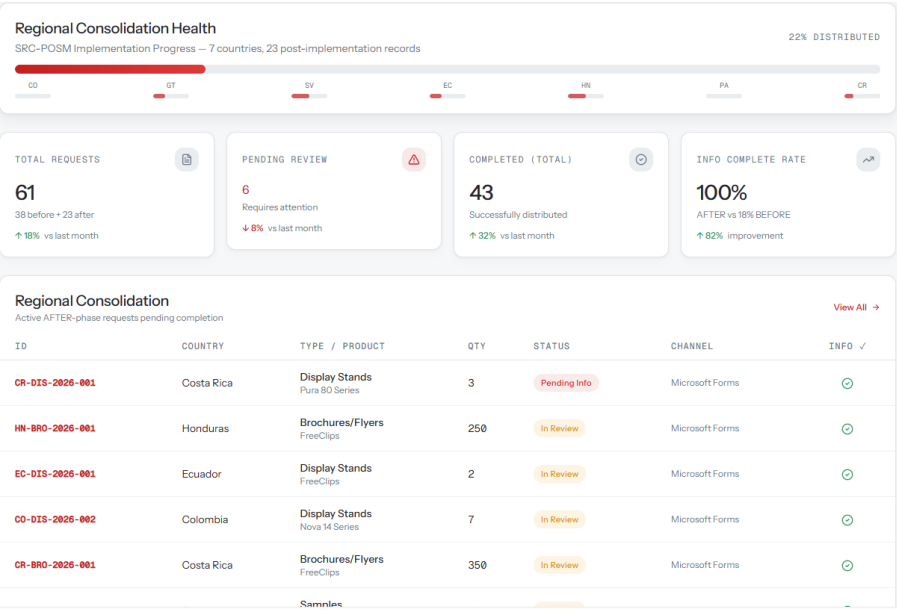
Anexo 2- Base de Datos Centralizada

SRC-PSQM Centralized Request Database Huawei Colombia - GTM Retail Regional																		
● Incomplete Info / Late Submission ● Pending Info / In Review ● Received-Complete / Distributed ● Approved/HQ / In Transit ● Critical/Urgent																		
Request ID	Submission Date	Requesting Country	Requester Name	Material Type	Product Model	Variant / Type	Quantity	Event / Campaign Name	Placement Location	Priority Level	Required By Date	Submission Channel	Info Complete (1st SCD)	Submitted On Time	Validati on Logics	STATUS	HQ Approval	Actual Delivery Date
GT-DUM-2025-001	18/12/2024	Costa Rica	IGTM CR	Dummies	Nova 13 Series	Demo Unit	6	FreeClips CR Jan	Claro CR	High	30/01/2025	WhatsApp	NO	NO	3	Distributed	28/12/2024	28/12/2024
GT-SAM-2025-001	22/01/2025	Guatemala	IGTM GT	Samples	Pura 80 Series	Demo Unit	8	Nova GT	Tigo GT	Normal	30/01/2025	WhatsApp	NO	NO	3	Distributed	01/02/2025	06/02/2025
GT-DS-2025-001	15/03/2025	Guatemala	IGTM GT	Display Stands	Nova 13 Series	Counter Display	4	Nova GT Retail	CC Mallorcas	Normal	25/03/2025	Email	NO	NO	3	Distributed	30/04/2025	07/05/2025
GT-BRO-2025-001	25/08/2025	Guatemala	IGTM GT	Brochures/Flyers	Nova 14 Series	Brochure / A4 / Spanish	350	Nova 14 GT	Multi GT	Normal	05/09/2025	WhatsApp	NO	NO	2	Distributed	15/09/2025	20/09/2025
GT-SAM-2025-002	10/01/2025	Guatemala	IGTM GT	Samples	Pura 80 Series	Demo Unit	6	Pura 80 GT	Claro GT	High	25/01/2025	WhatsApp	NO	NO	2	Distributed	10/02/2025	15/02/2025
HN-BRO-2024-001	05/12/2024	Honduras	IGTM HN	Brochures/Flyers	Pura 70 Series	Flyer / A5 / Spanish	200	HN Q4	Claro HN	Normal	12/12/2024	Email	NO	NO	2	Distributed	05/01/2025	08/01/2025
HN-SAM-2025-001	20/02/2025	Honduras	IGTM HN	Samples	Pura 70 Series	Demo Unit	4	HN Q1	Tigo HN	Normal	28/02/2025	Email	YES	YES	1	Distributed	25/03/2025	27/03/2025
HN-DUM-2025-001	10/02/2025	Honduras	IGTM HN	Dummies	Nova 14 Series	Midnight Black	8	Nova 14 HN	Claro HN	Normal	25/02/2025	Email	YES	YES	1	Distributed	05/01/2025	07/01/2025
PA-SAM-2024-001	10/12/2024	Panamá	IGTM PA	Samples	FreeBuds Pro 4	Demo Unit	3	PA Q4	Claro PA	Normal	15/12/2024	WeLink	NO	NO	2	Distributed	10/01/2025	13/01/2025
PA-DUM-2025-001	05/02/2025	Panamá	IGTM PA	Dummies	FreeBuds Pro 4	—	6	FreeBuds PA	Movistar PA	Normal	15/02/2025	WhatsApp	NO	NO	2	Distributed	15/03/2025	20/03/2025
PA-SAM-2025-001	01/04/2025	Panamá	IGTM PA	Samples	Pura 70 Series	Demo Unit	4	Pura PA	Claro PA	Normal	10/04/2025	WeLink	NO	NO	2	Distributed	15/05/2025	20/05/2025
SV-DUM-2024-001	12/12/2024	El Salvador	IGTM SV	Dummies	Nova 13 Series	Midnight Black	10	SV Q4	Claro SV	Normal	18/12/2024	WhatsApp	YES	YES	1	Distributed	08/01/2025	10/01/2025
SV-BRO-2025-001	01/03/2025	El Salvador	IGTM SV	Brochures/Flyers	Nova 13 Series	Leaflet / A5 / Spanish	300	Nova 13 SV	Multi SV	Normal	10/03/2025	WhatsApp	NO	NO	2	Distributed	10/04/2025	15/04/2025
SV-DS-2025-001	20/09/2025	El Salvador	IGTM SV	Display Stands	FreeClips	Wall Mount	2	FreeClips SV	Movistar SV	Normal	05/10/2025	WeLink	NO	NO	2	Distributed	20/11/2025	26/11/2025
▼ SRC-PSQM IMPLEMENTATION — JANUARY 2025 ▼ From this point: Microsoft Forms Centralized DB - Full Traceability - Power BI Live																		
CR-SAM-2026-001	06/01/2026	Costa Rica	IGTM CR	Samples	FreeClips	Demo Unit	6	FreeClips CR Jan	Claro CR	Normal	22/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Distributed	28/01/2026	30/01/2026
CO-SAM-2026-001	07/01/2026	Colombia	Sofa Montiel	Samples	Nova 14 Series	Demo Unit	15	Nova 14 CO Launch	Movistar Tigo Multi	High	22/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Approved HQ	30/01/2026	10/02/2026
EC-DUM-2026-001	08/01/2026	Ecuador	IGTM EC	Dummies	Pura 80 Series	Silver	12	Pura 80 EC Launch	Claro EC	High	23/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Distributed	23/01/2026	09/02/2026
GT-DUM-2026-001	08/01/2026	Guatemala	IGTM GT	Dummies	FreeClips	—	10	FreeClips GT	Claro GT	Normal	23/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Distributed	30/01/2026	02/02/2026
CO-DS-2026-001	03/01/2026	Colombia	Sofa Montiel	Display Stands	Pura 80 Series	Floor Stand	6	Pura 80 Retail CO	Alkono / Éxito Multi	High	25/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	In Transit	02/02/2026	15/02/2026
CR-DUM-2026-001	09/01/2026	Costa Rica	IGTM CR	Dummies	Nova 14 Series	Midnight Black	14	Nova 14 CR	Movistar CR	High	25/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Approved HQ	01/02/2026	12/02/2026
HN-SAM-2026-001	10/01/2026	Honduras	IGTM HN	Samples	FreeClips	Demo Unit	4	FreeClips HN	Claro HN	Normal	26/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Distributed	03/02/2026	05/02/2026
SV-DUM-2026-001	10/01/2026	El Salvador	IGTM SV	Dummies	Pura 80 Series	Pearl White	8	Pura 80 SV	Claro SV	Normal	26/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Distributed	04/02/2026	06/02/2026
CO-BRO-2026-001	11/01/2026	Colombia	Sofa Montiel	Brochures/Flyers	Nova 14 Series	Brochure / A4 / Spanish	600	Nova 14 CO	Multi-store CO	Normal	27/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	In Transit	05/02/2026	18/02/2026
PA-DUM-2026-001	11/01/2026	Panamá	IGTM PA	Dummies	FreeClips	—	5	FreeClips PA	Claro PA	Normal	27/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Approved HQ	03/02/2026	14/02/2026
EC-SAM-2026-001	12/01/2026	Ecuador	IGTM EC	Samples	Nova 14 Series	Demo Unit	7	Nova 14 EC	Movistar EC	Normal	28/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	In Transit	08/02/2026	20/02/2026
CO-SAM-2026-002	12/01/2026	Colombia	Sofa Montiel	Samples	Pura 80 Series	Demo Unit	14	Pura 80 CO Demo	Falabella / Xkonis	High	28/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Approved HQ	07/02/2026	10/02/2026
GT-SAM-2026-001	13/01/2026	Guatemala	IGTM GT	Samples	Nova 14 Series	Demo Unit	8	Nova 14 GT	Tigo GT	Normal	29/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	In Transit	08/02/2026	22/02/2026
CR-DS-2026-001	13/01/2026	Costa Rica	IGTM CR	Display Stands	Pura 80 Series	Gondola End Cap	3	Pura 80 CR Retail	La Colonia CR	High	23/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Pending Info	—	—
CO-DUM-2026-002	14/01/2026	Colombia	Sofa Montiel	Dummies	FreeClips	—	22	FreeClips CO	Multi CO	Normal	30/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Approved HQ	03/02/2026	20/02/2026
HN-BRO-2026-001	14/01/2026	Honduras	IGTM HN	Brochures/Flyers	FreeClips	Flyer / A5 / Spanish	250	FreeClips HN	Claro HN	Normal	30/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	In Review	28/02/2026	28/02/2026
EC-DS-2026-001	15/01/2026	Ecuador	IGTM EC	Display Stands	FreeClips	Counter Display	2	FreeClips EC Retail	Claro EC	Normal	31/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	In Review	—	05/03/2026
SV-SAM-2026-001	15/01/2026	El Salvador	IGTM SV	Samples	Nova 14 Series	Demo Unit	5	Nova 14 SV	Movistar SV	Normal	31/01/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Ready to Consolidate	—	10/03/2026
PA-SAM-2026-001	16/01/2026	Panamá	IGTM PA	Samples	Pura 80 Series	Demo Unit	4	Pura 80 PA	Claro PA	Normal	01/02/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Ready to Consolidate	—	12/03/2026
CO-DS-2026-002	16/01/2026	Colombia	Sofa Montiel	Display Stands	Nova 14 Series	Floor Stand	7	Nova 14 CO Retail	Alkono / Éxito	High	01/02/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	In Review	10/02/2026	25/03/2026
GT-DS-2026-001	17/01/2026	Guatemala	IGTM GT	Display Stands	Pura 80 Series	Shell Display	3	Pura 80 GT Retail	CC Mallorcas	Normal	02/02/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	Ready to Consolidate	—	20/03/2026
CR-BRO-2026-001	17/01/2026	Costa Rica	IGTM CR	Brochures/Flyers	FreeClips	Leaflet / A5 / Spanish	350	FreeClips CR	Multi CR	Normal	02/02/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	In Review	—	01/03/2026
CO-SAM-2026-003	18/01/2026	Colombia	Sofa Montiel	Samples	FreeClips	Demo Unit	10	FreeClips CO Demo	Tigo / Movistar Multi	Normal	03/02/2026	Microsoft Forms	YES	YES	1	In Review	12/02/2026	28/03/2026

SRC-PSQM Before vs. After — Key Performance Indicators					
KPI	Before System	After System	Change	Target Met	Notes
Info complete on 1st submission	~42%	100%	+58 pp	☑ Target >50% exceeded	All 25 Jan requests: zero missing fields
Avg. validation cycles	2.8 cycles	1 cycle	-64%	☑ Target >50% exceeded	Conditional logic eliminated re-work
Requests submitted on time	~58%	100%	+42 pp	☑ Zero late in launch month	Required By Date built into form
Weekly manual follow-up hours	18–20 hrs	<7 hrs	-65%	☑ Target >60% exceeded	Dashboard replaces bilateral follow-ups
Submission channel	WhatsApp / Email / WeLink (3 channels)	Microsoft Forms (1 channel)	Unified	☑ Single source of truth	Full audit trail from submission
Urgent requests w/ extra cost	~42%	0%	-42 pp	☑ Zero urgents in Jan 2026	Early Warning Alerts (90/45/30 days)
Avg. delivery delay	~38 days	0 days	-100%	☑ All on time	Lead times respected from day 1
Regional status visibility	None	Real-time (Power BI 3 views)	Total	☑ Dashboard live	Inicio - Requests - Metrics
Requests processed at launch	—	25 real requests	Validated	☑ System end-to-end verified	January 2026 operational launch

Anexo 3- Dashboard Power BI

Inicio



Request

Request Tracker

SRC-POSM Database — 61 records (38 before, 23 after implementation)

Search ID, model, country, event...

All Countries

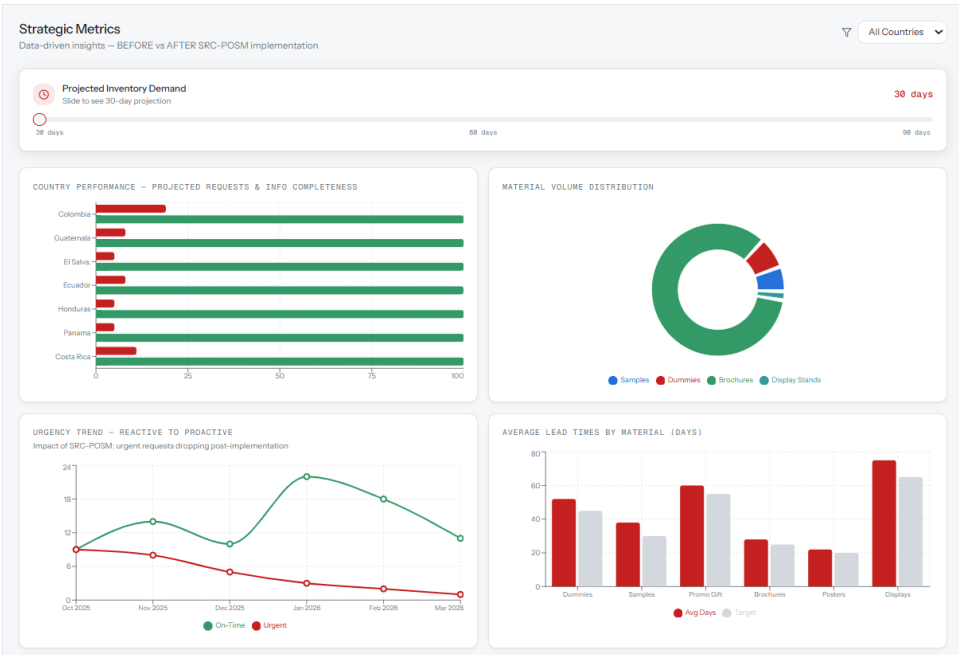
All Materials

All Phases

61 results

REQUEST ID	SUBMITTED	COUNTRY	REQUESTER	MATERIAL	PRODUCT MODEL	VARIANT / TYPE	QTY	EVENT / CAMPAIGN	LOCATION	PRIORITY	REQUIRED BY	CHANNEL	INFO ✓	ON TIME	CYCLES	STATUS	HQ AP
EC-SAM-2024-001	25/11/2024	Ecuador	[GTM-EC]	Samples	FreeBuds Pro 4	Demo Unit	5	EC O4	Movistar EC	Normal	28/11/2024	Email	✓	✓	1	Distributed	14/12
EC-DUM-2025-001	25/09/2025	Ecuador	[GTM-EC]	Dummies	Pura 80 Series	Silver	10	Pura 80 EC	Multi EC	High	10/10/2025	Email	○	○	2	Distributed	25/11
GT-BRO-2025-001	25/08/2025	Guatemala	[GTM-GT]	Brochures/Flyers	Nova 14 Series	Brochure / A4 / Sp...	350	Nova 14 GT	Multi GT	Normal	05/09/2025	WhatsApp	○	○	2	Distributed	15/10
CO-SAM-2025-002	25/03/2025	Colombia	[GTM-CO]	Samples	Nova 13 Series	Demo Unit	15	Nova O1	Claro El Ensueño	Normal	10/04/2025	Email	✓	✓	1	Distributed	18/05
GT-SAM-2025-001	22/01/2025	Guatemala	[GTM-GT]	Samples	Nova 13 Series	Demo Unit	8	Nova GT	Tigo GT	Normal	30/01/2025	WhatsApp	○	○	3	Distributed	01/03
CR-DIS-2024-001	20/11/2024	Costa Rica	[GTM-CR]	Display Stands	Pura 70 Series	Counter Display	4	CR O4	La Colonia	High	05/12/2024	WhatsApp	○	○	2	Distributed	15/12
SV-DIS-2025-001	20/09/2025	El Salvador	[GTM-SV]	Display Stands	FreeClips	Wall Mount	2	FreeClips SV	Movistar SV	Normal	05/10/2025	WebLink	○	○	2	Distributed	20/11
EC-SAM-2025-002	20/08/2025	Ecuador	[GTM-EC]	Samples	FreeClips	Demo Unit	6	FreeClips EC	Claro EC	Normal	01/09/2025	Email	✓	✓	1	Distributed	05/10
CR-BRO-2025-001	20/03/2025	Costa Rica	[GTM-CR]	Brochures/Flyers	Pura 70 Series	Flyer / A5 / Spanish	400	Pura CR	Multi	Normal	01/04/2025	WhatsApp	○	○	2	Distributed	05/05
HN-SAM-2025-001	20/02/2025	Honduras	[GTM-HN]	Samples	Pura 70 Series	Demo Unit	4	HN O1	Tigo HN	Normal	28/02/2025	Email	✓	✓	1	Distributed	25/03
EC-DIS-2025-001	20/01/2025	Ecuador	[GTM-EC]	Display Stands	Pura 70 Series	Shelf Display	3	Pura EC	Claro EC	Normal	01/02/2025	Email	○	○	2	Distributed	25/02
GT-DUM-2024-001	18/11/2024	Guatemala	[GTM-GT]	Dummies	Nova 13 Series	—	15	GT O4	Claro GT	High	30/11/2024	Email	○	○	3	Distributed	20/12
CO-SAM-2025-003	18/01/2026	Colombia	Sofia Montiel	Samples	FreeClips	Demo Unit	10	FreeClips OO Demo	Tigo / Movistar Multi	Normal	03/02/2026	Microsoft Forms	✓	✓	1	In Review	12/02
GT-DIS-2026-001	17/01/2026	Guatemala	[GTM-GT]	Display Stands	Pura 80 Series	Shelf Display	3	Pura 80 GT Retail	CC Miraflores	Normal	02/02/2026	Microsoft Forms	✓	✓	1	Ready	—
CR-BRO-2026-001	17/01/2026	Costa Rica	[GTM-CR]	Brochures/Flyers	FreeClips	Leaflet / A5 / Spani...	350	FreeClips CR	Multi CR	Normal	02/02/2026	Microsoft Forms	✓	✓	1	In Review	—
PA-SAM-2026-001	16/01/2026	Panama	[GTM-PA]	Samples	Pura 80 Series	Demo Unit	4	Pura 80 PA	Claro PA	Normal	01/02/2026	Microsoft Forms	✓	✓	1	Ready	—

Metrics



Anexo 4- Plan de Implementación por fases / Diagrama de Gantt

