



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

PLAN DE MEJORA ÁREA PT/BE-SCO

PAULA ANDREA REYES REYES

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
BOGOTÁ, ABRIL 2020



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

PLAN DE MEJORA ÁREA PT/BE-SCO

PAULA ANDREA REYES REYES

MATERIA
PROYECTO DE GRADO O PRACTICAS PROFESIONALES

PROFESOR
JACK ALFONSO TORRES VILLAMIL

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
BOGOTÁ, ABRIL DE 2020

Resumen

Este trabajo se desarrolló en vista de lo vacíos que se evidenciaron en el área de PT/BE-SCO en la parte de e-commerce y como desde una aplicación poder ampliar la visibilidad de las herramientas en el mercado online y así conectar con los diferentes puntos de comercialización a nivel nacional. Todo esto con el fin de agregar una mejora en el área mencionada y brindar apoyo en el resto de áreas.

Empiezo dando a conocer brevemente sobre la historia de la compañía, su estructura laboral, mi función dentro de esta y el aporte que puedo realizar durante mi permanencia en esta empresa. En donde dentro de mis funciones se encuentran; ampliar la comunicación y contenido online, fortaleciendo el área de Power Tools (herramientas eléctricas), mejorar el contenido que se encuentra en la página web de Bosch, mercado libre y Sodimac, además de apoyar las ventas online de los establecimientos ya mencionados anteriormente y ferreterías aliadas que hacen uso de las redes sociales como medio para generar ventas, mediante la creación de contenido online, mail marketing, banners para páginas web, etc, para los diferentes distribuidores oficiales de la marca quienes son grandes clientes de la compañía.

Agradecimientos

Mi agradecimiento va dirigido a mi madre y hermano quienes son pilar en mi vida y quienes siempre han creído en mí, a mi abuela quien con su infinito amor siempre alentó, a mi familia quienes siempre han motivado a ser mejor y para finalizar, a mi novio quien durante ocho años ha estado presente apoyándome y llenándome de amor.

Introducción

En un mundo globalizado y que se encuentra en constante cambio es indispensable estar inmerso en el mundo de las tecnologías, apps e innovaciones y aunque las tres casi siempre se encuentran juntas no son requisito para que por separado surjan. En este caso vamos a hablar de mi paso por Robert Bosch, una multinacional que aunque no está constituida como empresa sino como fundación es una empresa que tiene las tres variables juntas; tecnología, aplicaciones e innovación, una compañía que se encuentra a la vanguardia y al tanto de lo que sucede en el mundo, sus cambios y necesidades; y como desde su enfoque puede aportar un grano de arena siempre a favor de la comunidad.

Es por eso que desde mi puesto de ventas online en el área de Power Tools logre identificar una oportunidad de visibilización en el mercado colombiano ideando una aplicación en donde se encuentre básicamente todo lo que se encuentra en la página web de Bosch, pero facilitando y agilizando el acceso por medio de una aplicación móvil conectando así a mas familias colombianas por medio de sus celulares, ya que estudios recientes realizados por dos empresas muestran datos impresionantes acerca del uso de celulares. El primer estudio realizado por Asomóvil asegura que el uso de smartphones ya sobrepasa mas de la mitad de la población colombiana. El segundo estudio realizado por Deloitte, una de las firmas auditoras más prestigiosas del mundo revelo que los colombianos hacen uso de su celular mas de mil veces al dia, siendo encuestados 928 residentes en Colombia.

Índice

PARTE I

Resumen.
Agradecimientos.
Introducción.

PARTE II

- 1.1. Aspectos Generales.
 - 1.1.1. Misión, Visión y Valores.
 - 1.1.2. Ubicación Geográfica.
 - 1.1.3. Estructura Organizativa.
 - 1.1.4. Departamento en el que se desarrolla la práctica.
 - 1.1.4.1. Análisis DOFA.
 - 1.1.4.2.1. Fortalezas.
 - 1.1.4.2.2. Oportunidades.
 - 1.1.4.2.3. Debilidades.
 - 1.1.4.2.4. Amenazas.

PARTE III

- 2.1. Planteamiento central del informe de prácticas profesionales.
- 2.2. Importancia, limitaciones y alcances de su trabajo de prácticas profesionales.
- 2.3. Objetivo General del informe de prácticas profesionales.
 - 2.3.1. Objetivos Específicos.

PARTE IV

- 3.1. Propuesta de Mejora.
- 3.2. Conclusiones.
- 3.3. Bibliografía.
- 3.4. Anexos.

PARTE V

- 4.1. Programación de actividades realizadas en la organización.
 - 4.1.1. Cumplimiento de objetivos trazados por mes.
 - 4.1.1.1. Ciclo 1
 - 4.1.1.2. Ciclo 2
 - 4.1.1.3. Ciclo 3
 - 4.1.1.4. Ciclo 4

PARTE II

LA EMPRESA

1.1. Aspectos Generales

El Grupo Bosch es un proveedor líder mundial de tecnología y servicios. Emplea aproximadamente a más de 400,000 personas en todo el mundo (al 31 de diciembre de 2019). Generando, 77.900 millones de euros. Esta empresa esta dividida en cuatro áreas empresariales: Mobility Solutions, Industrial Technology, Consumer Goods, y Energy and Building Technology. Como empresa líder del IoT, Bosch ofrece soluciones innovadoras para smart homes, smart cities, movilidad conectada e Industria 4.0. Utiliza su experiencia en tecnología de sensores, software y servicios, así como su propia nube IoT, para ofrecer a sus clientes soluciones conectadas transversales a través de una sola fuente. El objetivo estratégico del Grupo Bosch es ofrecer innovaciones para una vida conectada. Bosch mejora la calidad de vida en todo el mundo con productos y servicios innovadores, que generan entusiasmo. En resumen, Bosch crea una tecnología que es "Innovación para tu vida". (Bosch, 2020)

1.1.1.

Misión

Nuestra nueva declaración de misión "Somos Bosch" explica lo que nos impulsa, lo que tenemos en común y lo que representamos. Queremos dejar un rastro duradero en el mundo, logrado por un equipo excepcional único.

Visión

Innovación para tu vida: nuestros productos entusiasman a la gente, mejoran su calidad de vida y contribuyen a proteger los recursos naturales.

Valores

- Orientación hacia el futuro y el resultado
- Responsabilidad y sostenibilidad
- Iniciativa y coherencia
- Transparencia y confianza
- Honestidad
- Fiabilidad, credibilidad y legalidad
- Diversidad

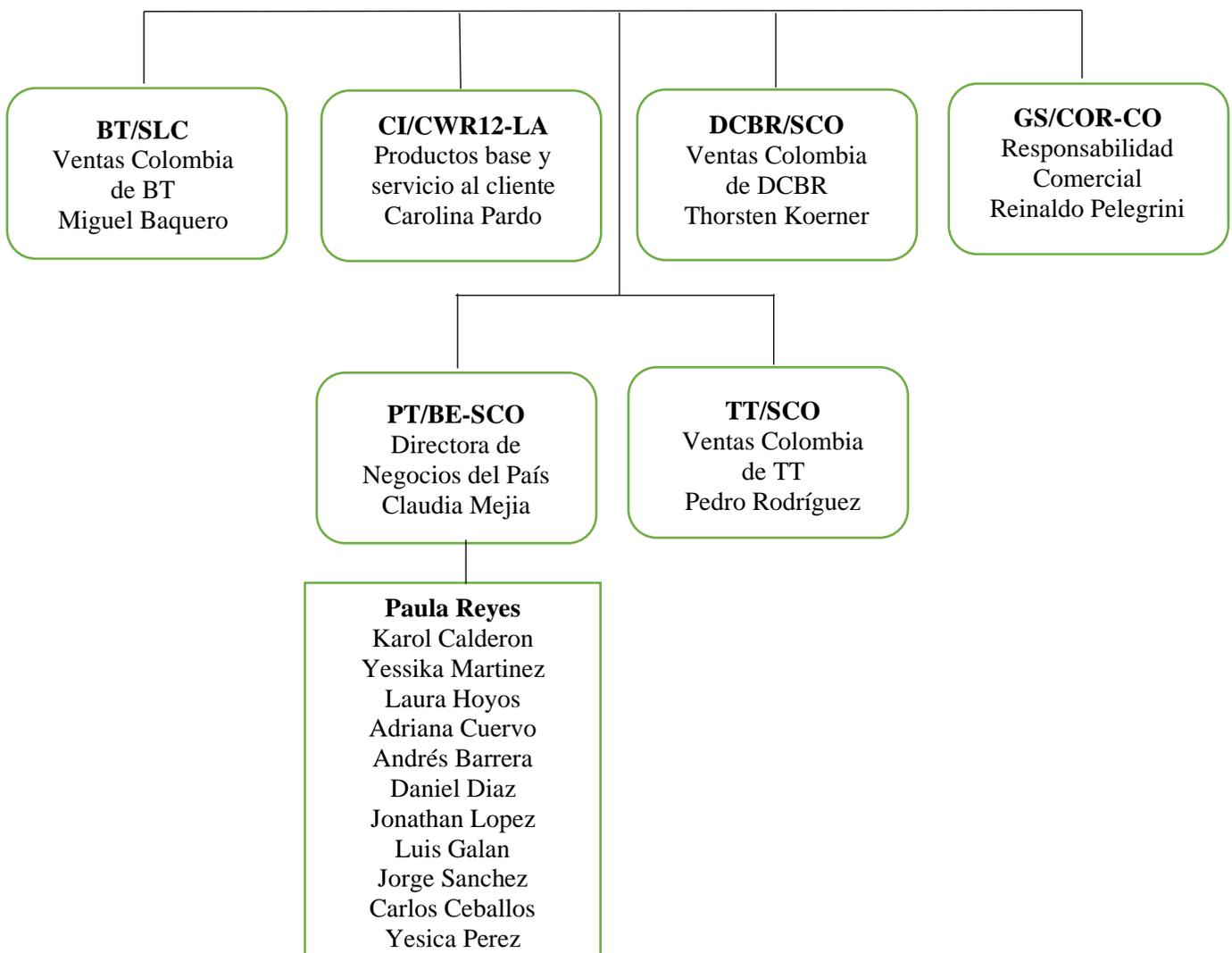
1.1.2. Ubicación Geográfica

Bosch es una compañía multinacional de ingeniería y tecnología con oficinas centrales en Stuttgart, Alemania. Bosch también se encuentra presente en más de 60 países, de los cuales Colombia hace parte de uno de ellos.

1.1.3. Estructura Organizativa

Desde 1964, el accionista mayoritario de Bosch ha sido Robert Bosch Stiftung GmbH, una fundación benéfica. De manera contemporánea, Stiftung lleva a cabo cometidos benéficos y sociales del fundador de la empresa. Se ve a sí misma como una fundación que persigue sus objetivos, tanto en programas como en instituciones propias, y a través del apoyo a proyectos e iniciativas apropiados y propuestos por terceros, para emprender las tareas que afronta la sociedad. (Bosch , 2020)

Bosch Colombia



Donde el área de la que hago parte es **PT-BE/SCO POWER TOOLS**, en la que desempeño mi practica en e-commerce.

Funciones

1. Crear imágenes para clientes como Sodimac e Easy para sus sitios web.
2. Generar ordenes de compra.
3. Crear calendarios de contenido online mensuales.
4. Creación de post, key visuals, banners, mail marketing y promociones.
5. Subir inventario diario de productos en stock de Sodimac
6. Generar conetnido para facebook e Instagram.

1.1.4. Departamento en el que desarrolla su práctica

1.1.4.1 Análisis DOFA area PT-BE/SCO

Fortalezas:

1. Es una de las áreas con mayores ventas a nivel nacional e internacional.
2. Canales de distribución eficientes.
3. Herramientas de excelente calidad.
4. Experiencia en el mercado de las herramientas eléctricas por más de 130 años.

Amenazas:

1. Competidores fuertes.
2. Mucha demanda.

Debilidades:

1. Llegada de mercancía condicionada por Brasil.
2. Mercancía de alta rotación.
3. Inexistencia de una aplicación mobile.

Oportunidades:

1. Expansión de mercado a nivel nacional.
2. Sitio web accesible con buen contenido.
3. Herramientas con precios altos y de buena calidad.

PARTE III

PLANTEAMIENTO PLAN DE MEJORA

2.1. Planteamiento central

Debido a la alta demanda de productos, la fuerte competitividad que se tiene en el mercado y lo débil que somos en la rama de las ventas online, he decidido buscar una manera de ser mas visibles y competitivos en el área del e-commerce.

Es de ahí donde nace mi idea de realizar una aplicación móvil básica, sin dejar de lado el estilo serio y confiable que genera la marca Bosch a nivel mundial. Esta aplicación

cumplirá con la función de suplir las principales necesidades del consumidor y satisfacer sus expectativas como lo ha venido haciendo a lo largo de estos años.

La aplicación estará al alcance de cualquier persona con un smartphone con acceso a internet, en ella se encontrará básicamente lo que se encuentra en la página web de Bosch Colombia, pero de manera más rápida, segura y fácil.

Brindará información como; principales puntos de ventas oficiales de Bosch, con direcciones y teléfonos actualizados, un catálogo virtual con cada una de las herramientas que están en el mercado tanto internacional como nacional, también contará con noticias en tiempo real acerca de la marca y sus proyectos a futuro.

Todo esto con el fin de acercar la marca a familias que siempre han hecho parte de Bosch para brindarles un acercamiento fiable de donde encontrar siempre sus herramientas y a nuevas generaciones quienes son las más cercanas a la tecnología y nuevas formas de ver el mundo. De esta forma lograremos estar a la vanguardia y ser competitivos que es lo que toda empresa busca ahora.

2.2. Importancia, limitaciones y alcances del planteamiento central

La importancia de idear una aplicación con contenido e información sobre los puntos de ventas oficiales, catálogo de herramientas y noticias actuales sobre la marca, es principalmente porque la innovación es pilar en Bosch y cualquier idea nueva, novedosa y útil generará un valor agregado a la compañía.

Es posible que los beneficios sean de provecho no solo para el área a la que hago parte si no para todas las áreas, es una aplicación sencilla de realizar y completa que generaría más ganancias que pérdidas, es decir los alcances de dicha aplicación serían ilimitados, en cuando a su desarrollo es posible que tarde un poco mientras se saca la fase de prueba y si esta pasa las pruebas necesarias satisfactoriamente se sacaría la oficial.

Siendo así, sus alcances irían desde una simple aplicación para estar actualizado en temas relacionados con Bosch, hasta una aplicación que ayude a incrementar el mercado y de esta forma ser un canal que ayude a incrementar ventas por medios online.

Por una de las muchas cosas que se caracteriza Bosch se encuentra el del apoyo a cualquier idea innovadora que sus empleados desarrollen o tengan en mente, por este motivo las limitaciones no existen mientras cumpla con todos los estándares, requisitos y reglamentos de la compañía.

2.3. Objetivo General

Ampliar la red de visibilidad online a nivel nacional haciendo uso de una aplicación móvil a partir del segundo semestre del 2020. Siendo Bogotá la ciudad piloto y de esta forma medir por medio de descargas y ventas su alcance.

2.3.1. Objetivos Específicos

1. Ampliar nuestra comunicación virtual acercándonos a las personas con smartphone y acceso a internet que siempre han estado presentes de manera presencial.
2. Ser mas competitivos con las ventas y acceso online frente a la competencia.
3. Mostrar de una manera mas innovadora y moderna las clasicas herramientas que han acompañado a muchos colombianos por mas de 80 años.

PARTE IV

CONTENIDO PLAN DE MEJORA

3.1. Propuesta de mejora

La propuesta de mejora es la creación de una aplicación para telefonos celulares en donde se evidencie en forma de catálogo las herramientas que se encuentran en venta a nivel nacional, dando información de contacto de las ferreterias que venden oficialmente herramientas Bosch, también se busca que sea una aplicación que tenga noticias actualizadas tanto nacional como internacionalmente acerca de nuevos lanzamientos, lanzamientos futuros, funciones y formas de uso de las herramientas y productos Bosch.

Esta propuesta esta basada en el mejoramiento del area de herramientas electricas (Power Tools), basado tambien en los estudios realizados que comprueban la cantidad y frecuencia del uso del celular en colombia y cuantos de estos tienes acceso a internet.

Donde lo más relevante de las estadísticas de Alianzared llamadas marketing movil muestran que desde agosto de 2017 hay mas de 4.000 millones de usuarios haciendo uso de internet desde su dispositivo movil y que el promedio de uso de aplicaciones moviles por dia es de 9 apps y por mes de 30 apps. (Spencer, 2018)

Con estas estadísticas podemos evidenciar el uso que los colombianos le dan al celular y el tiempo que pasan en las diferentes aplicaciones que descargan, por esta razón la idea de una aplicación móvil seria de gran impacto y tendrían muchos usuarios interesados en contenido como la construcción, herramientas, innovación y tecnología. Y de esta forma mejorar las ventas e información online del área dando así solución y mejora de las debilidades y amenazas expuestas al principio del documento.

3.2. Conclusiones

Para finalizar me doy cuenta que la tecnología y la globalización van muy de la mano y que es nuestro deber como seres humanos hacer uso de estas siempre en pro y en bienestar de los demás, sacando el mejor provecho de lo que nos brinda.

En este caso se hizo uso de una aplicación y se aprovechó la facilidad de creación y modo de uso para llegar a todos los usuarios, desde los antiguos conocedores de la marca Bosch, quienes han generado una fidelización y respeto ante la marca y la seguirían en cualquiera que sea la forma que se presente, hasta las nuevas generaciones conocedoras de tecnología pero que aún o tienen conocimientos de la marca, pero llevarle la marca en forma que ellos conocen es la mejor forma de acercarse y que la conozcan. De esta manera realizar una aplicación de fácil acceso donde se encuentre a la mano de un clic información como; herramientas disponibles a nivel nacional e internacional en forma de catálogo, con todas las especificaciones que tiene la herramienta y su respectiva descripción, también contara con una sección de noticias actuales acerca de la empresa en donde se muestren acontecimientos recientes con los productos, próximos lanzamientos y noticias de actualidad de la marca y por ultimo una sección de los distribuidores oficiales en Colombia con su dirección y numero de contacto.

Todo esto con el fin de realizar una mejora en el área, la división y la empresa, brindado desde mis conocimientos adquiridos antes y durante el tiempo que llevo realizando mi practica en dicha compañía. Además agregándole un valor a mi puesto pues es una herramienta que se podrá usar por el resto de la vida de la compañía, haciendo actualizaciones y mejoras correspondientes se podría convertir en una gran herramienta de apoyo para vendedores, comerciantes y trabajadores de la misma.

En cuanto al desarrollo y estado de la aplicación esta en proceso debido a la situación siendo yo la responsable de su creación.

3.3. Bibliografías

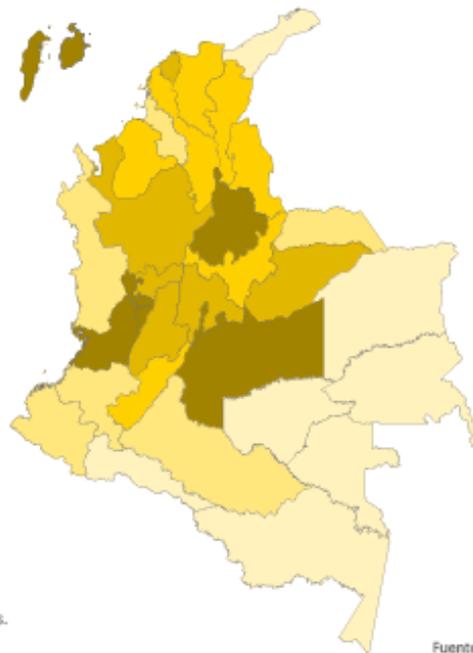
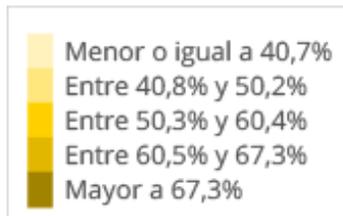
- Spencer, M. M. (2018). *Alianzared*. Obtenido de <https://www.alianzared.com/estadisticas-marketing-movil-2018/>
- Bosch . (22 de Abril de 2020). *Bosch en Colombia*. Obtenido de <https://www.bosch.com.co/>
- Asomovil . (20015). *Uso de los smartphones en Colombia ya es mayor al 50% de la población*. Obtenido de <http://www.asomovil.org/uso-de-los-smartphones-en-colombia-ya-es-mayor-al-50-de-la-poblacion-segun-asomovil/>

3.4. Anexos

Indicadores básicos de TIC en Hogares

Proporción de personas de 5 y más años de edad que usaron Internet en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo.

Total departamental - 2018



Nota: Los rangos especificados en este gráfico fueron calculados por quintiles.

Fuente: DANE

PARTE V

Seguimiento practica profesional

4.1. Programación de actividades realizadas en la organización

Dentro de las actividades realizadas en la organización como practicante de ventas online en el área de PT se encuentran:

1. Creación de imágenes para Sodimac e Easy.
2. Órdenes de compra de los puntos de Marketplace a nivel nacional.
3. Creación de calendarios anuales para contenido online.
4. Creación de contenidos como: post para Instagram y Facebook, key visual, mail. Marketing, banners y promociones.
5. Actualizar y cargar inventario de Sodimac diariamente.
6. Revisar y reportar sobre los productos falsificados en Amazon y otras páginas de ventas online.
7. Creación de campañas online.
8. Generar contenido para el Facebook oficial de Bosch.
9. Crear catalogo para Jensa y Coberco.

4.1.1. Cumplimiento de objetivos tazados por mes

- **Ciclo 1 (7 al 21 de enero de 2020)**

En la primera semana que se desarrollo desde el 7 al 10 de enero, fue mi semana de inducción en donde tuve unos días bastante interesantes, interactuando con herramientas eléctricas que nunca antes en mi vida había si quiera visto. En esta ocasión manipulé desde un taladro percutor hasta una caladora eléctrica, aprendí además del para que se usan, el cómo se usan, el para qué y en que materiales se usa cada una de las casi 40 herramientas que ofrece Bosch. También aprendí las siglas de cada herramienta pues cada una significa una cosa diferente dependiendo la herramienta y que accesorio funciona con cada herramienta.

En esta semana me di cuenta que Bosch tiene varias líneas en las que se encuentran herramientas eléctricas, calentadores, automotriz, y termo seguridad. Además, tiene una línea de herramientas más asequible llamada Skil y una línea para otro tipo de usuarios mas artesanal y hobbista llamada Dremel, todas con los mismos principios de seguridad y confiabilidad que genera Bosch.

En las semanas siguientes me presentaron al equipo con el que iba a trabajar por este año 2020, desde el principio la energía y buena vibra fueron presenciadas, me mostraron como funcionaba la empresa internamente, desde las funciones de recursos humanos hasta la persona que se encarga de la seguridad informativa.

También me mostraron mi puesto de trabajo y la forma de trabajar en cuanto horarios, almuerzo, organización y demás.

Como reto durante estas semanas fue el acoplamiento laboral debido a que es mi primera experiencia laboral formal, pero hasta el momento ha sido gratificante.

- **Ciclo 2 (22 de enero al 17 de febrero de 2020)**

Durante estas semanas ya tenía clara algunas de mis actividades como practicante, así que estaba en proceso de aprendizaje y conocimiento. Una de esas actividades que debía realizar era el cargue de inventario a una de las paginas de nuestro mayor cliente, lo cual era una responsabilidad muy grande debido a que de esto dependía que la gente pudiera ver los productos disponibles y así poder comprar lo que hubiera en el stock disponible, stock que yo diariamente debo cargar. El paso siguiente a que las personas compren es generar una venta, lo cual genera una orden de compra; nunca en mi vida había hecho una orden de compra lo cual fue interesante, pues debí aprender a llenarlas sin errores para lograr que la cadena de venta se generara satisfactoriamente.

Otra de las cosas que ya debía hacer era la creación de contenido para las redes sociales, paginas web y emails de nuestros clientes, en esa creación de contenido se encuentra realizar imágenes para Facebook e Instagram con las herramientas o combos que se estuvieran lanzando o fueran foco ese mes para los diferentes clientes, banners de los mismo que se hicieran las imágenes para postear en paginas web de los clientes que contaran con una y mails marketing para que los clientes que contaran con una base de

datos pudieran enviar noticias y promociones importantes de los productos foco o combos de ese mes.

Como reto de esas semanas evidentemente se encontraba el aprender a generar ordenes de compra debido a que fue el proceso que mas me ha costado aprender, ya que siempre había casos distintos de ordenes de comprar y cada caso con una solución diferente y cometer un error en las órdenes de compra podrían causar que deba pagar el error con mi dinero y los costos son altos la mayoría de veces. Pero esto también fue un gran logro puesto que ya realizo ordenes de compra con rapidez y con el mínimo de errores.

- **Ciclo 3 (18 de febrero al 13 de marzo de 2020)**

Para estas semanas además de hacer lo que anteriormente mencioné, debía ir a visitar, conocer y presentarme a los puntos de venta de Bosch en Bogotá, así que conocí Sodimac y a sus trabajadores del área de market place con los que a partir de ese momento iba a tener bastante contacto, debido a que ellos suben todo el contenido que yo creo a su plataforma virtual donde sus clientes pueden ver nuestra marca. Luego conocí Palo Quemao, en donde se encuentran la mayor concentración de ferreterías de Bogotá y uno de nuestros mas grandes clientes. Ahí también conocí diferentes ferreterías con las que teníamos negocios y sus respectivos encargados de la parte online, en donde también me presenté y empezamos a tener contacto.

Durante las siguientes semanas empecé a tener mas movimiento y contacto con los diferentes encargados del e-commerce de todos nuestros clientes, así que empecé a contestar correos y llamadas con las solicitudes de cada uno, empecé a generar más contenidos, y como cada contenido realizado debe ser aprobado por Brasil, tenia muchas llamadas con los encargados en Brasil del tema, lo cual también fue nuevo para mí, ya que me debía comunicar en español, portugués o ingles dependiendo el caso.

Pero esto es simplemente uno de los muchos logros que he alcanzado pues he practicado y fortalecido los idiomas que he estudiado al tiempo que trabajo y brindo resultados satisfactorios en la empresa, pues esa semana me ha llamado una de mis jefas a felicitar me por mi buen desempeño en el trabajo y por mi autonomía al hacer las cosas.

- **Ciclo 4 (Proyectado)**

En este ciclo proyectado hago implementación de mi plan de mejora, en donde desarrollare una aplicación para smartphones, que sea básica, sencilla de usar y visualmente atractiva. Con el contenido mencionado anteriormente; catalogo de las herramientas eléctricas disponibles tanto a nivel nacional como internacionalmente, con una sección de noticias actualizadas tanto de herramientas como de la marca y todas sus ramas, donde muestren nuevos y futuros lanzamientos y una sección con todos nuestros clientes con direcciones y números de contacto.

Esto con la finalidad de brindar una mejora desde mi área para la empresa y facilitar de cierta manera a los clientes la forma de ver a Bosch, una manera rápida y fácil, con la calidad de siempre.