



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“INFORME DE EXPERIENCIA PROFESIONAL
COMO ANALISTA DE MERCADEO, PERIODO
2017 - 2020”

Trabajo de suficiencia profesional para optar el título
profesional de:

Licenciada en Administración

Autora:

Melissa Mercedes Aroca Alvarez

Asesor:

Dr. Henry Ventura Aguilar

Trujillo - Perú

2021

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN EJECUTIVO.....	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	22
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA	34
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	40
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMEDADIONES	45
REFERENCIAS	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: América Móvil

Fuente: América Móvil, S.A.B. de C.V. Reporte financiero y operativo del cuarto trimestre de 2020.....9

Tabla N° 2: Suscriptores celulares a diciembre de 2020

Fuente: América Móvil, S.A.B. de C.V. Reporte financiero y operativo del cuarto trimestre de 2020.....10

Tabla N° 3: Accesos de Líneas Fijas a diciembre de 2020

Fuente: América Móvil, S.A.B. de C.V. Reporte financiero y operativo del cuarto trimestre de 2020.....11

Tabla N° 4: Estado de Resultados de América Móvil (Millones de pesos mexicanos)

Fuente: América Móvil, S.A.B. de C.V. Reporte financiero y operativo del cuarto trimestre de 2020.....12

Tabla N° 5: Balance General - América Móvil Consolidado (Millones de pesos mexicanos)

Fuente: América Móvil, S.A.B. de C.V. Reporte financiero y operativo del cuarto trimestre de 2020.....13

Tabla N° 6: Deuda Financiera de América Móvil (Millones)

Fuente: América Móvil, S.A.B. de C.V. Reporte financiero y operativo del cuarto trimestre de 2020.....14

Tabla N° 7: Estado de Resultados - Perú Millones de soles

Fuente: América Móvil, S.A.B. de C.V. Reporte financiero y operativo del cuarto trimestre de 2020.....15

Tabla N° 8: Datos Operativos Perú

Fuente: América Móvil, S.A.B. de C.V. Reporte financiero y operativo del cuarto trimestre de 2020.....15

Tabla N° 9: Base maestra de elementos por canal

FUENTE: América Móvil Perú SAC – Área de mercadeo.....40

Tabla N° 10: Codificación de carteles en islas de CC.CC

FUENTE: América Móvil Perú SAC – Elaboración propia.....41

Tabla N° 11: Codificación de afiches en islas de CC.CC

FUENTE: América Móvil Perú SAC – Elaboración propia.....41

Tabla N°12: Codificación de mamparas

FUENTE: América Móvil Perú SAC – Elaboración propia.....41

Tabla N° 13: Tiempo de implementación de materiales publicitarios en PDV

FUENTE: América Móvil Perú SAC – Elaboración propia.....42

Tabla N° 14: Tiempo de permanencia de materiales publicitarios en almacenes

FUENTE: América Móvil Perú SAC – Área de compras región norte.....44

Tabla N°15: Tiempo de llegada de elementos publicitarios a zonas alejadas

FUENTE: América Móvil Perú SAC – Área de compras región norte.....44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Ingresos por servicios 4T 2020(%)	
Fuente: América Móvil, S.A.B. de C.V. Reporte financiero y operativo del T3 - 2020 de 2020.....	12
Figura N° 2: Market Share (%) del mercado móvil Peruano al 3T-2020	
Fuente: Punku.Osiptel.....	16
Figura N° 3: Portabilidad Acumulada (a Setiembre 2020)	
Fuente: Punku.Osiptel.....	16
Figura N° 4: Composición del Accionariado	
Fuente: Reporte de Sostenibilidad 2019.....	19
Figura N° 5: Cargos del equipo directivo de América móvil Perú SAC	
Fuente: Reporte de Sostenibilidad 2019.....	20
Figura N° 6: Organigrama por dirección de América móvil Perú SAC	
Fuente: América móvil Perú – Departamento Recursos Humanos.....	20
Figura N° 7: Organigrama por dirección de América móvil Perú SAC	
Fuente: América móvil Perú – Departamento Recursos Humanos.....	21
Figura N° 8: Compartido externo para publicidad en pantallas digitales	
Fuente: América móvil Perú – Elaboración propia.....	43

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de suficiencia profesional tiene como propósito describir mi experiencia profesional como analista de mercadeo en América móvil Perú SAC, conocida con el nombre comercial CLARO, siendo una de las principales compañías de telecomunicaciones del Perú.

Este trabajo tiene como objetivo mejorar la exhibición de los elementos publicitarios que se encuentran dentro de los puntos de venta de los diferentes canales, y además reducir el tiempo de implementación del material publicitario, lo que conllevara a mejorar la imagen y venta de nuestros productos.

Finalmente se concluye que, conocer a profundidad los productos y estrategias comerciales de CLARO, he permitido desarrollar propuestas para asegurar el alcance esperado de la comunicación en todos los canales de la región norte, acorde a las exigencias del sector de telecomunicaciones.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

Yate Arévalo, A. (2012). Material P.O.P. publicidad en punto de venta. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Martínez Sánchez, J. M. (2010). Marketing. Miami, FL, United States of America: FIRMAS Press.

Soria Ibáñez, M. D. M. (2017). Marketing y promoción en el punto de venta: UF2394. Madrid, Spain: Editorial CEP, S.L.

López-Pinto Ruiz, B. Mas Machuca, M. y Viscarri Colomer, J. (2015). Los pilares del marketing. Barcelona, Spain: Universitat Politècnica de Catalunya.

Rodríguez Ardura, I. (2013). Principios y estrategias de marketing. Barcelona, Spain: Editorial UOC.

Monferrer Tirado, D. (2013). Fundamentos de marketing. Castelló de la Plana, Spain: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.

American Marketing Association AMA, Definition of Marketing, (2007). En inglés es como sigue: “Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large”.

Arellano Cueva, Rolando (2010). Marketing: Enfoque América Latina

América Móvil, S.A.B. de C.V. Reporte financiero y operativo del T3 - 2020 de 2020
Elaborar las referencias de acuerdo con el Manual de Publicaciones de la American