

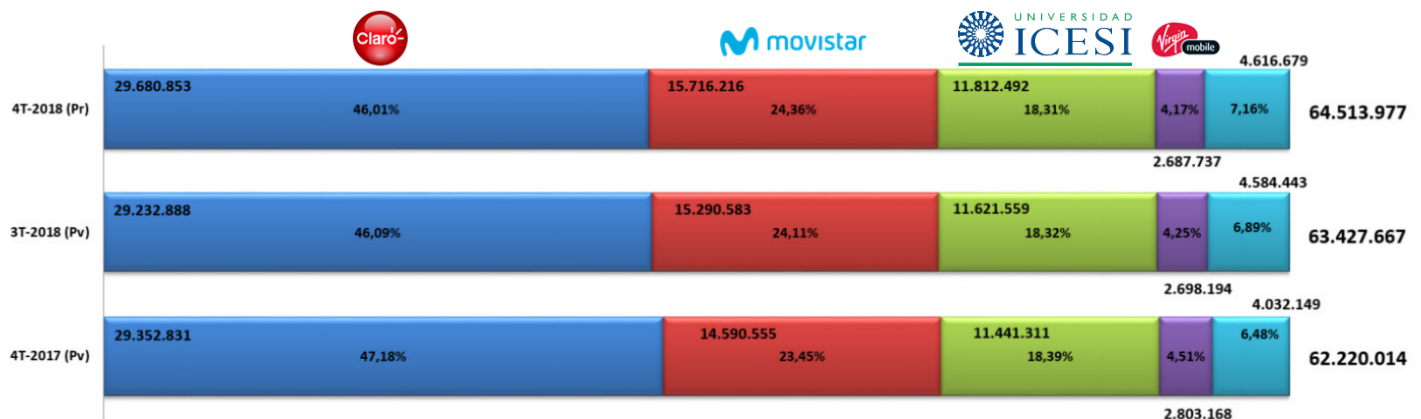
Taller TELCO ICESI

Contexto del sector

Al analizar el estado actual del mercado de servicios de telefonía móvil en Colombia encontramos lo siguiente (datos tomados del Boletín trimestral de las TIC – 4º trimestre de 2018, modificados levemente para este taller):

- Al término del cuarto trimestre de 2018, el número de abonados en servicio de telefonía móvil en Colombia alcanzó un total de 64.513.977, y un índice de penetración del 129,5%, presentando un aumento de 3,3 puntos porcentuales con relación al índice del mismo trimestre del año anterior, el cual se ubicó en 126,2%.
- Al cierre del cuarto trimestre de 2018, la participación en el mercado de telefonía móvil en Colombia, con base en el número de abonados que tienen los Proveedores de Redes y Servicios Móviles, se encontraba distribuida de la siguiente manera: Comunicación Celular S.A. COMCEL S.A (Claro) con 46,01%; seguido de Colombia Telecomunicaciones S.A. E.S.P. (Movistar) con una participación del 24,36%; TELCO ICESI, 18,31%; Virgin Mobile S.A.S., 4,17%, y los demás proveedores de telefonía móvil con una participación del 7,16%.

PARTICIPACIÓN PORCENTUAL Y ABSOLUTA DE ABONADOS EN EL SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL



Contexto estratégico de TELCO ICESI

La empresa de telecomunicaciones celulares TELCO-ICESI es hoy en día el tercer actor más importante en el sector. Su misión es brindar proporcionar servicios de comunicaciones de calidad a partir del uso de la mejor tecnología, a precios accesibles, permitiendo a sus clientes acceder a servicios de telefonía e internet móvil. Su visión a 5 años es poder cubrir el 20% de los clientes del sector.

TELCO-ICESI está viviendo un momento importante, pues su base de clientes se ve amenazada por la saturación de ofertas similares a la que ellos proponen. Después de haber vivido una situación de crecimiento constante durante sus primeros años, el número de clientes se ha estancado en los últimos 5 años. La competencia en el sector hace que sea necesario buscar nuevas estrategias de crecimiento, dado que la penetración de los servicios supera hoy en día el 100% de la base de clientes potenciales; hoy en día la tasa de teléfonos celulares es de 1,2 por persona.

Durante el concejo anual de planificación estratégica, se establecieron los objetivos a desarrollar por la compañía para enfrentar la situación y permitirles alcanzar su visión a 5 años, entre ellos: **“Ampliar el número de clientes del servicio en por lo menos 500.000 usuarios”**.

Durante el último año, la empresa ha pasado por un proceso de transformación digital, que tuvo como producto la creación de un Data Warehouse que centraliza la información de las diferentes áreas de negocio. Estructure diferentes proyectos (varios son necesarios): defina los **procesos de negocio** a afectar y cómo el **uso de los datos** le va a permitir a su compañía cumplir con el objetivo estratégico en cuestión.

En concordancia con CRISP-DM, esta tarea corresponde a parte de las 2 primeras etapas de la metodología: el entendimiento del negocio y la comprensión de los datos:

- Defina las preguntas de negocio que se desean responder en cada proyecto
- Defina el tipo de información interna y externa que podría ayudar a responderlas. Incluya en su descripción de los datos requeridos restricciones a tener en cuenta, como por ejemplo la antigüedad de los clientes o la temporalidad de los datos requeridos (de cuándo deben datar los datos a considerar).
- Identifique los resultados esperados que podrían ayudar a tomar nuevas decisiones y cumplir con el objetivo establecido.

Más adelante se complementará la comprensión de los datos con un análisis descriptivo de los mismos.