

**REDISEÑO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA COLOMBIA TELECONET
S.A.S. SUCURSAL FUSAGASUGÁ**



SYDNEY VANESSA GONZÁLEZ GARCÍA

VÍCTOR MANUEL DÍAZ CALLEJAS

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FUSAGASUGÁ

2021

**REDISEÑO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA COLOMBIATELECONET
S.A.S. SUCURSAL FUSAGASUGÁ**

SYDNEY VANESSA GONZÁLEZ GARCÍA

Cod: 1069728260

VÍCTOR MANUEL DÍAZ CALLEJAS

Cod: 110215220

ASESOR

OCTAVIO MARENTES GONZALEZ

**REDISEÑO ORGANIZACIONAL PRESENTADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO
DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FUSAGASUGÁ

2021

DEDICATORIA

El alcanzar este logro en nuestras vidas profesionales ha sido una gran satisfacción.

Por ello agradecemos a Dios por la oportunidad que tuvimos de iniciar este aprendizaje, por darnos la sabiduría y la valentía para culminar esta carrera profesional. Exaltamos la confianza que depositamos entre nosotros como compañeros de proyecto de grado.

A nuestras madres Martha García y Luz Stella Callejas por creer y apoyarnos de manera incondicional en el cumplimiento de nuestros objetivos las cuales se planearon para un mejor nivel de vida.

**SYDNEY VANESSA GONZALEZ GARCIA Y VICTOR MANUEL DIAZ
CALLEJAS**

AGRADECIMIENTOS

Junta administrativa de la compañía Colombia Teleconet S.A.S.

Personal Administrativo y operativo de la compañía Colombia Teleconet S.A.S.

Universidad de Cundinamarca – Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables.

Profesor, Octavio Marentes González.

1. TÍTULO

**REDISEÑO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA COLOMBIA
TELECONET S.A.S., SUCURSAL FUSAGASUGÁ.**

2. ÁREAS Y LINEAS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

ÁREA: Gestión de las organizaciones y sociedad

LÍNEA: Desarrollo Organizacional

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

1. TÍTULO.....	13
2. ÁREAS Y LINEAS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES	14
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
4. OBJETIVOS.....	21
4.1 Objetivo General	21
4.2 Objetivos Específicos.....	21
5. JUSTIFICACIÓN	22
6. MARCOS DE REFERENCIA	24
6.1 Marco Teórico.....	24
6.1.1 Diseño Organizacional.....	24
6.1.2 Gestión Humana	25
6.1.3 Diagnostico Organizacional	25
6.2 Marco de antecedentes	26
6.3 Marco Histórico.....	27
6.3.1 Reestructuración Organizacional.....	28
6.3.2 Reingeniería de Procesos	29
6.4 Marco geográfico.....	30
6.5 Marco Institucional.....	31
6.6 Marco Legal	34
6.7 Marco Estadístico	37
<i>Ilustración 1 Incremento de Clientes Anual</i>	<i>38</i>
<i>Ilustración 2 Cantidad de Clientes Según Servicios Contratados</i>	<i>39</i>
7. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA TELECONET SAS.....	39
8. DISEÑO METODOLÓGICO.....	64
8.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	64
8.2 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.....	77
8.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	78
8.4 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	78
9. RECURSOS	79
9.1 HUMANOS	79

9.2	MATERIALES.....	79
9.3	INSTITUCIONALES.....	79
9.4	OTROS RECURSOS.....	80
10.	REDISEÑO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA TELECONET SAS	80
10.1	MISIÓN.....	80
10.2	VISIÓN.....	80
10.3	VALORES CORPORATIVOS.....	81
10.4	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	81
10.5	PÓLITICAS DE LA EMPRESA.....	82
10.6	ORGANIGRAMA.....	84
11.	MANUALES DE FUNCIONES COLOMBIA TELECONET S.A.S.....	86
11.1	MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS GERENTE GENERAL.....	86
11.2	MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DIRECTOR OPERATIVO... ..	89
11.3	MANUALES DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DEL DIRECTOR COMERCIAL.....	91
11.4	MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DE SECRETARIA COMERCIAL.....	94
11.5	MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DE ASESOR COMERCIAL.....	97
11.6	MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DE TÉCNICO INSTALADOR. 99	
11.7	MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DE SERVICIOS GENERALES.....	102
12.	PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	105
13.	FLUJOGRAMA PROCESO DE INSTALACIÓN.....	106
14.	CONCLUSIONES.....	107
15.	RECOMENDACIONES.....	108
16.	BIBLIOGRAFÍA.....	109

TABLA DE TABLAS

Tabla 1. Matriz Prediagnóstico Empresa Colombia Teleconet S.A.S.	40
Tabla 2. Matriz De Perfil De Capacidad Interna "PCI"	50
Tabla 3. Resumen Matriz "PCI"	62
Tabla 4. Organigrama	84
Tabla 5. Flujograma Proceso De Instalación	106

TABLA DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Incremento de Clientes Anual.....</i>	38
<i>Ilustración 2 Cantidad de Clientes Según Servicios Contratados</i>	39

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La empresa Colombia Teleconet S.A.S., fundada por los empresarios Fabio Cubillos, Luis Montenegro y Cesar Pedraza, con Nit: 900.972.276-0 En el municipio de Soacha, Cundinamarca, el 19 de mayo de 2016, dedicada a la prestación de servicios de telecomunicaciones (internet y televisión por suscripción) debido al incremento de la demanda y competitividad del sector del Sumapaz, en agosto de 2020, posterior a los diferentes estudios de factibilidad realizados, además de tener la franquicia de un cable operador posicionado a nivel nacional como es Cablemas; los socios toman la decisión de realizar la apertura e instalación de las redes de la compañía en Fusagasugá, Cundinamarca, con la finalidad de prestar un nuevo servicio de telecomunicaciones mediante la tecnología de fibra óptica e ingresar al mercado del municipio.

Teleconet, cuenta con 6 oficinas ubicadas de manera estratégica en los barrios; Llano Grande, Gran Colombia, San Mateo, San Fernando, Pekín y Balmoral, ésta última como oficina principal y cabecera de la empresa. Así mismo, poseen un talento humano conformado por seis secretarías, ocho asesores comerciales, ocho técnicos de instalaciones, un operador de servicios generales un director operativo, un director comercial y un gerente general.

De acuerdo a la información proporcionada por la empresa, se realizó una etapa de observación y recolección de información en donde se identificó una falencia organizacional, razón por la cual se hace necesario la realización de un rediseño organizacional, para esto, se propone crear la estructura organizacional, la plataforma estratégica y los manuales de funciones para los cargos anteriormente mencionados.

Una vez realizado el diagnóstico como resultado se informa a la compañía que una de las principales consecuencias de no tener una estructura administrativa y que los colaboradores no tengan claras las funciones que deben desempeñar dentro de la empresa, puede llegar a generar errores en los procesos,

inestabilidad del personal y el incumplimiento de los objetivos fijados a corto, mediano y largo plazo. Por lo cual, se realizó la propuesta para diseñar los parámetros faltantes en la compañía como se evidenciaron en el proceso de diagnóstico.

Por lo tanto, podría ser un problema para la empresa, el no tener una solidez organizacional, lo que puede llevar a realizar re procesos en las distintas áreas tanto operativas como administrativas, colocándola en una posición de debilidad frente a sus principales competidores, de manera que, al implementar los puntos relacionados en la propuesta se lograrán fortalecer las

falencias encontradas, haciéndola menos vulnerable a la inestabilidad económica que puede generarse en por el ingreso de nuevos competidores al mercado.

Finalmente, el planteamiento del problema se define con la siguiente pregunta:

¿Qué beneficios tendrá para la empresa Colombia Teleconet S.A.S, el rediseño organizacional implementado?

OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

- Rediseñar organizacionalmente la compañía Colombia Teleconet S.A.S. con domicilio en Fusagasugá, Cundinamarca.

3.2 Objetivos Específicos

- Realizar el diagnóstico organizacional de la empresa Colombia Teleconet S.A.S.
- Diseñar el plan estratégico 2021 – 2022 para la empresa Colombia Teleconet S.A.S.
- Entregar la propuesta de aplicación del rediseño organizacional a la empresa Colombia Teleconet S.A.S.

4. JUSTIFICACIÓN

Basados en evolución empresarial y las nuevas teorías en torno a la importancia del diseño organizacional, como apunta Luis Toro Dupouy, en la revista Harvard Deusto, de Business Review, “El diseño organizacional es el vehículo mediante el cual se ejecuta la estrategia empresarial, y, por tanto, debe ser considerado como una actividad crítica para el establecimiento del marco referencial, a través del cual la empresa servirá a sus clientes y se interrelacionará con el mercado. Por este motivo los altos directivos tienen la responsabilidad de comprender de forma profunda y sistemática los conceptos y habilidades involucrados en el diseño de sus organizaciones”.¹

El proyecto al cual se hace referencia muestra la importancia que debe tener el diseño y la estructura organizacional establecida dentro de la empresa, el efecto benéfico sobre los colaboradores que tienen claras las políticas organizacionales y los objetivos de la empresa, por ende, el fortalecimiento interno de la empresa y adaptación a la mejora de la organización. Así mismo, la oportunidad de poner en práctica la formación académica recibida a lo largo del proceso educativo del pregrado en Administración de Empresas que otorga la Universidad de Cundinamarca.

De esta manera, el proyecto abordará conocimientos teóricos, prácticos comprendidos por elementos administrativos que brindan a la organización mejoras en sus procesos, convirtiéndola en una institución más eficiente, contribuyendo así, con el crecimiento, el fortalecimiento y la proyección de la empresa a corto y mediano plazo.

Al realizar la intervención de la compañía, se pretenden resolver problemáticas internas importantes que afectan el crecimiento de la misma. Por lo tanto, nos permitimos aportar dentro del rediseño organizacional, la creación de estructura

¹ Toro Dupouy, L. (2017) La importancia de la estructura y el diseño organizacional como fuentes de competitividad, *Revista Harvard Deusto, Business Review*, Pág. 269, citado de <https://www.harvard-deusto.com/la-importancia-de-la-estructura-y-el-diseno-organizational-como-fuentes-de-competitividad>

organizacional, el diseño del plan estratégico, los manuales de funciones de la empresa, con el fin de entregar la propuesta de implementación a la compañía, acompañado del plan piloto en el proceso operativo de instalaciones domiciliarias. Esta iniciativa nace debido a que, como futuros administradores de empresas tenemos el conocimiento respectivo y gracias a la experiencia laboral en el área,

además de un previo acercamiento con el gerente de la empresa, se nos otorga la posibilidad de aplicar estos conocimientos y experiencia dentro de la empresa.

Por último, la fundamentación del presente proyecto permitirá colocar en alto los aportes de la Universidad de Cundinamarca en el ámbito empresarial del municipio, debido a que en el se plasmaran los resultados del esfuerzo y la dedicación que, como estudiantes de la facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, se ha realizado a lo largo del proceso de la formación académica.

5. MARCOS DE REFERENCIA

5.1 Marco Teórico

Este proyecto se fundamenta en las teorías que hacen referencia la estructura organizacional, el diagnóstico organizacional, la gestión humana y el análisis situacional interno de la organización, los cuales hacemos referencia a continuación.

5.1.1 Diseño Organizacional

Cada organización debe tener su propio ecosistema operacional, según Karl L. Bertalanffy, “La teoría de los sistemas también proporciona una forma simple de modelar las organizaciones centrándose en la estructura y en las relaciones o interdependencia entre las diferentes partes de la organización.”² De la misma manera, “un enfoque sistémico representa la idea en que las organizaciones se componen de partes y que estas partes interactúan entre sí para alcanzar las metas organizativas.”³ Rescatando la importancia de cada área dentro de la organización e involucrándola en el proceso natural de las operaciones en la compañía; en donde cada parte se convierte en un fragmento importante dentro del ecosistema de la empresa.

² Karl Ludwig von Bertalanffy, Teoría general de los sistemas, ¿Qué es la organización? P. 49. 1976, Citado de <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/Teoria-General-de-los-Sistemas.pdf>

³ Luis Miguel Manene, El enfoque sistémico aplicado en la organización empresarial, El sistema sus componentes y estructura. 2017, Citado de <https://actualidadempresa.com/enfoque-sistemico-aplicado-la-organizacion-empresarial/>

5.1.2 Gestión Humana

Mery Gallego, en su libro *Gestión humana basada en competencias*, argumenta que “La teoría de competencias permite que el área de gestión humana contribuya efectivamente al logro de los objetivos organizacionales, desde los diferentes procesos que la componen”⁴ como el diseño

de cargos y perfiles ocupacionales; los cuales están orientados a identificar las competencias que deben estar presentes en los diferentes perfiles de la organización. De esta manera, se puede gestionar la eficiencia de las funciones que cada colaborador de la compañía Teleconet SAS, pueda cumplir dentro de área de trabajo.

5.1.3 Diagnostico Organizacional

“Se ha visto que el principal desafío de diseño que enfrenta una organización es elegir los niveles de diferenciación vertical y horizontal que le permitan controlar sus actividades para lograr sus metas.”⁵ De manera que, “vinculen y coordinen las actividades organizacionales, la toma de decisiones y qué tipos de mecanismos son los más apropiados para controlar tareas y papeles específicos de los empleados.”⁶

Dentro de las ventajas propuestas para la empresa Teleconet SAS, con la implementación de un modelo de jerarquización de diseño organizacional, se

⁴ Mery Gallego, *Gestión Humana Basada en Competencias*, contribución efectiva al logro de los objetivos organizacionales, 2000. Citado de Universidad EAFIT, Revista EAFIT.

⁵ Gareth R. Jones, *Teoría Organizacional, Diseño y cambio en las organizaciones*, Tomado de Editorial Pearson, Capítulo 5, p 118, 2008, <https://www.politecnico metro.edu.co/biblioteca/emprendimiento/Teor%C3%ADa%20organizacional4taEdici%C3%B3nGarethRJones.pdf>

⁶ Gareth R. Jones, *Teoría Organizacional, Diseño y cambio en las organizaciones*, Tomado de Editorial Pearson, Capítulo 5, p 119, 2008, <https://www.politecnico metro.edu.co/biblioteca/emprendimiento/Teor%C3%ADa%20organizacional4taEdici%C3%B3nGarethRJones.pdf>

encuentra la comunicación directa entre las diferentes áreas, evitando re procesos y promoviendo la efectividad de los recursos de la compañía.

5.2 Marco de antecedentes

Mediante las metodologías de observación, integración y análisis de los procesos en la compañía Teleconet SAS, se logra realizar el diagnóstico de la organización, en el cual se pueden identificar varios parámetros a mejorar, con el fin de actualizar el modelo de organización y generar nuevos lineamientos que permitan fortalecer la estructura de la compañía.

Uno de los puntos clave a mejorar se basa en el conocimiento general de las funciones que realiza un colaborador dentro de un área o cargo específico, de esta manera, el proceso que se

desarrolla en la naturaleza del cargo será mayormente productivo, lo que involucra una menor pérdida de recursos y un desarrollo focalizado de la actividad.

De la misma manera, la creación de la plataforma estratégica es fundamental dentro las actividades a realizar, debido a que es indispensable proponer objetivos claros, específicos y cumplibles para la compañía a corto, mediano y largo plazo. Extendiendo así, una visión más profunda del negocio y entendiendo la misión que realiza la empresa en el desarrollo natural de su actividad económica. Para esto es necesario, ajustar los diferentes parámetros de calidad y mejora continua, los cuales se pueden determinar dentro de la estructura de la plataforma.

Cabe resaltar que, aunque la organización no cuenta con los manuales de funciones por cargo, si cuenta con personal especializado en las áreas contratadas, lo que se convierte en un punto a favor, ya que, el colaborador

reconoce la naturaleza del cargo que desempeña y cuenta con las habilidades necesarias para realizar las labores diarias con respecto a su área de trabajo. Ahora bien, al implementar los manuales de funciones, el colaborador identificara los deberes, responsabilidades y alcances que tiene su cargo, permitiéndole desplegar con mayor eficacia sus habilidades para desempeñar el cargo.

Por último, al no conocer la jerarquización de la empresa, los colaboradores tienden a desviar el conducto regular que deben tener los procesos o solicitudes realizadas a los superiores, convirtiéndose en una de las mayores falencias que puede llegar a tener la compañía, debido a que se tiende a saltar las cadenas de mando y por ende la comunicación deja de ser asertiva para convertirse en un re proceso comunicativo en donde la misma información rota por todas las áreas antes de llegar al cargo indicado para la toma de decisiones correspondientes.

5.3 Marco Histórico

Este capítulo tiene la finalidad de exponer los conceptos relacionados y directamente involucrados con la reestructuración organizacional, tales como, la reingeniería de procesos, metas de la organización y el plan administrativo, de manera que, se dé a conocer la evolución de dichos procesos y teorías organizacionales a lo largo de la historia, estudiando fenómenos empresariales que aún se llevan a la practica en el mundo empresarial moderno.

Para empezar, explicaremos términos importantes que forman parte de la reestructuración organizacional, el por qué se realizan procesos de reestructuración empresarial y qué ha llevado

a los altos mandos de diferentes compañías a tomar esta decisión, se analizará el cambio generacional de las empresas después de la Revolución industrial y

las grandes recesiones económicas que sin duda fueron el detonante para que un sin número de compañías evolucionaran internamente para sobrevivir.

Finalmente, es importante mencionar que las teorías organizacionales que se exponen a lo largo de esta investigación explican la época en que surgieron y sus principales representantes, pero lo más interesante fue lo que estas escuelas desencadenaron y con el paso del tiempo se han ido convirtiendo en una constante empresarial.

5.3.1 Reestructuración Organizacional

En un contexto contemporáneo la interpretación de este concepto generalmente es reflejado en la jerarquización que se hace de las funciones para definir la estructura organizacional. Sin embargo, la estructura se ha estandarizado en modelos ya que “la organización supone una estructura intencional y formal de funciones y puestos para garantizar que quienes los desempeñen realicen las actividades requeridas y se coordinen entre sí para trabajar en grupo con armonía, eficiencia, efectividad y por lo tanto eficacia”⁷ (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012, pág. 200).

De manera que, al realizar diferentes análisis del ciclo empresarial, los altos mandos de una organización llegan a tomar la decisión de reestructurar sus compañías, esto puede darse, debido al cambio del entorno económico, social, religioso, político, entre otros; la evidencia de la disminución productiva de algunos departamentos cuyas funciones necesitan un cambio importante. De acuerdo con la teoría de Koontz, la estructura de las organizaciones es intensional respecto al movimiento del mercado y en busca de la sinergia interna que permita que la empresa siempre sea competitiva.

⁷ Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012, Tomado de Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local, Chile, agosto de 2003, https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1251476959.alburquerque_et_al_2003_teorias_y_practica_del_enfoque_de_desarrollo_local_0.pdf

5.3.2 Reingeniería de Procesos

Este concepto se le atribuye a Michael Hammer, quien la define como “el cambio fundamental para llegar al origen de los problemas de la organización; un cambio radical que debe ocurrir para obtener resultados espectaculares”⁸ (Hammer y Champy, 1994).

Pero este concepto aunque para la época no era conocido, se comenzó a estandarizar dentro de las compañías después de la Revolución industrial, en donde las empresas fueron presionadas por los movimientos económicos de la época a pensar nuevas estrategias de producción con el objetivo de asegurar la supervivencia, el estilo de la administración era autocrático; en donde los gerentes tenían el poder absoluto sobre los trabajadores, por tanto, era necesario administrar de mejor manera todos los recursos de la compañía, lo que significaba encaminarse a la mejora de procesos.

Para los años 60 y 70 algunas compañías japonesas se empezaron a esforzar en mejorar los procesos y comenzaron a aplicarlo a la producción, con el fin de volverse mucho más competitivos que las empresas de occidente, quienes eran orientadas por las corrientes modernas del pensamiento administrativo, razón por la cual, dichas organizaciones se expandieron alrededor del mundo, llegando a controlar mercados internacionales.

En la actualidad, la reingeniería toma la creencia clásica de que hay que mejorar la forma de hacer las cosas y determina el replanteamiento fundamental del diseño de los procesos en las empresas, buscando la optimización de recursos y la adaptación al cambio impulsado por la velocidad en los movimientos del mercado moderno.

⁸ Michael Hammer, 1994, Tomado de Reingeniería: Una herramienta de trabajo administrativo, Carlos Hernández Rodríguez, 2013, <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/04/11CA201202.pdf>

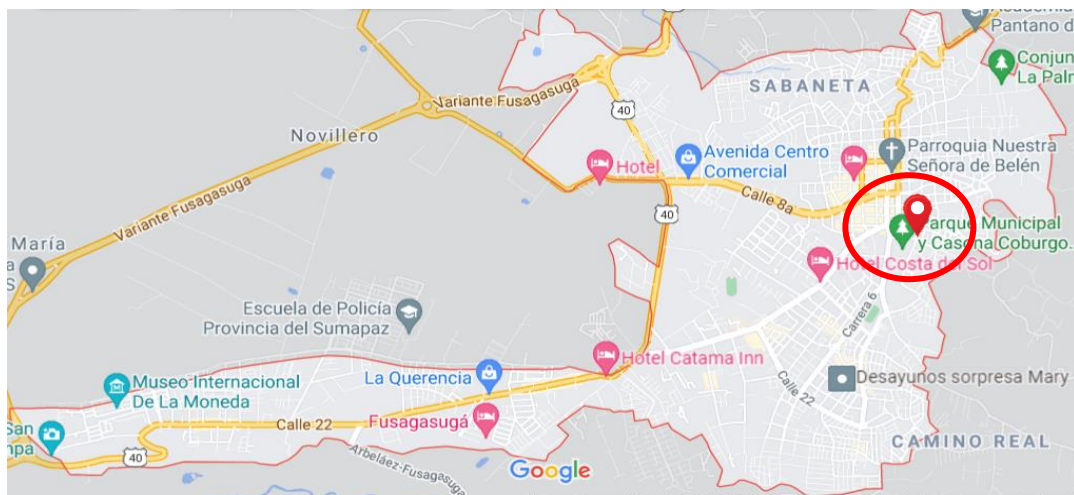
5.4 Marco geográfico

El área de estudio comprende el territorio del Municipio de Fusagasugá, ubicado en el centro del Departamento de Cundinamarca, en el trazado de la vía entre Bogotá y Girardot.

Estructura:

Municipio de Fusagasugá, barrio Balmoral, calle 20 # 10 – 35. Coordenadas, 4.332542, -74.367765, Colombia Teleconet S.A.S.

1. Mapa Municipio de Fusagasugá, ubicación empresa Teleconet S.A.S. Tomado de Google Maps.



Actualmente la compañía tiene cobertura en los siguientes barrios del municipio de Fusagasugá:

Ladrillera, Santa María de Los Ángeles, Pekin, Altos de Pekin, Villa Aranzazu, Cedritos, La palma, La Esmeralda 1 y 2, Santander, San Antonio, La Independencia, Lucero, Progreso La Cabaña, Fundadores, El Edén, La

Esperanza, Jordan, Emilio Sierra, Carlos Lleras, Antonio Nariño, Tejar, Boneth, Villa de los Zutagaos, Robles, Suces, Pablo Bello, Pardo Leal, Prados de Altagracia, Comuneros, Prados de Bethel, San Fernando, Vergel, Marsella, Manila, Balmoral, Fusacatán, San Mateo, Villa Patricia, Coviprof, El Recreo, Cambulos, Gran Colombia, Eben Ezer, Cadiz, La Venta, Confenalco, Maiz Amarillo, Girasoles, Llano Largo, Llano Verde, La Pampa, San Diego, Villa Celeste, San Francisco, Llano Grande. Logrando una cobertura del 87% del municipio y con proyección a cubrir el 100% de la zona urbana en el año 2022.



2. Imagen sede principal Cablemas Fusagasugá, tomada por: Víctor Callejas

5.5 Marco Institucional

La compañía Colombia Teleconet S.A.S. fue constituida en el año 2016, con domicilio principal en el municipio de Soacha, Cundinamarca, catalogada dentro del grupo NIIF, como grupo 3. Microempresas. La sociedad tiene como objeto principal el desarrollo del servicio de las telecomunicaciones, difusión de internet,

televisión por suscripción, montaje de redes y todo lo relacionado con la infraestructura de redes.

Mediante documento privado, por medio de la Asamblea de Accionistas, se designó a el señor Luis Montenegro Lesmes en el cargo de Gerente y al señor Fabio Cubillos Gonzalez en el cargo de Suplente Gerente.

En el ejercicio de su actividad económica principal, la compañía ha realizado la apertura descentralizada de sucursales en los municipios de Sibaté y Fusagasugá, Cundinamarca. En las que se han designado coordinadores de zonas, en quienes se asigna la responsabilidad de la toma de decisiones y resolución de tareas para las áreas funcionales de cada sucursal.

Este proceso de reestructuración organizacional se realiza desde la sucursal de Fusagasugá, debido a que es una sede principal de la empresa y de la cual se generan las actividades de mayor importancia en la compañía. (Se anexa documento original)

“Camara de Comercio Sede Virtual

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha de expedición: 9 de septiembre de 2021 Hora: 11:25:45

Recibo No. AB21327546

Valor: \$ 6,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN B21327546FCA46

CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:

NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

Razón Social: COLOMBIA TELECONET S.A.S

Sigla: TELECONET

Nit: 900.972.276-0

Administración Dirección Seccional De Impuestos De Bogotá, Regimen Común.

Domicilio principal: Soacha (Cundinamarca)

Matricula No: 02688736

Fecha de Matricula: 19 de mayo de 2016

Último año renovado: 2021

Fecha de renovación: 31 de marzo de 2021 Grupo

NIIF: Grupo III, Microempresas

Constitución

Por Documento Privado No. Sin número, del 2 de mayo de 2016 de Asamblea de Accionistas, inscrito en esta Cámara de Comercio el 19 de mayo de 2016, con el No. 02105142 del Libro IX, se constituyó la sociedad de naturaleza Comercial denominada COLOMBIA TELECONET S A S.

Objeto Social

La sociedad tendrá por objeto principal A.- El desarrollo del servicio de las telecomunicaciones, difusión de internet, televisión por suscripción, montaje de redes, mantenimiento y revisión de cabeceras equipos y todo lo relacionado con la infraestructura de redes. B.- Importación y comercialización de sistemas de televisión e internet, contratar como agente comercial con otras empresas para desarrollar estas actividades. C.- La prestación de servicio de instalación producción, distribución de cualquier tipo de estaciones canales, redes, mediante el uso y utilización de su propia infraestructura y de la que proporcione a cualquier título y/o terceros. D. • Manejo de comunicaciones internas externas e institucionales y todas las demás inherentes al desarrollo del objeto social.

E.- Producción y realización de videos comerciales e institucionales. F.- Producción de impresos y publicaciones.

CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS – CIIU

Actividad principal Código CIIU: 6190

Actividad secundaria Código CIIU: 6020

Otras actividades Código CIIU: 1811”⁹ (Cámara de Comercio Sede Virtual, 2021)

5.6 Marco Legal

Constitución Política de Colombia

Artículo 76: “La intervención estatal en el espectro electromagnético utilizado para los servicios de televisión, estará a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio. Dicho organismo desarrollará y ejecutará los planes y programas del Estado en el servicio a que hace referencia en el inciso anterior.”¹⁰ (Constitución Política de Colombia, 1991)

De acuerdo con lo anterior, en Colombia existe un organismo que avala y controla el desarrollo de las operaciones relacionadas con las telecomunicaciones dentro de territorio nacional.

Artículo 77: “La dirección de la política que en materia de televisión determine la ley sin menoscabo de las libertades consagradas en esta Constitución, estará

⁹ Cámara de Comercio Sede Virtual, 2021. Tomado de, <file:///camara%20de%20comercio%20Teleconet%20SAS.pdf>

¹⁰ Artículo 76, Tomado de Constitución Política de Colombia, 1991.

a cargo del organismo mencionado. La televisión será regulada por una entidad autónoma del orden nacional, sujeta a un régimen propio. La dirección y ejecución de las funciones de la entidad estarán a cargo de una junta directiva integrada por cinco (5) miembros, la cual nombrará al director. Los miembros de la junta tendrán período fijo. El Gobierno Nacional designará dos de ellos. Otro será escogido entre los representantes legales de los canales regionales de televisión. La ley dispondrá lo relativo al nombramiento de los demás miembros y regulará la organización y funcionamiento de la entidad. Se garantizarán y respetarán la estabilidad y los derechos de los trabajadores de Inravisión.”¹¹ (Constitución Política de Colombia, 1991)

Lo anterior hace referencia a la Comisión Nacional de Televisión ahora Agencia Nacional de Espectro, quien regula todos los aspectos de los operadores y prestadores de servicios de internet, telefonía y televisión.

Ley No. 1341 del 30 de Julio de 2009

“Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones – TIC-, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones”

Título I. Disposiciones Generales. Artículo 2, son principios orientadores de la presente ley.

“**Libre competencia.** El estado proporcionará escenarios de libre y leal competencia que incentiven la inversión actual y futura en el sector de las TIC y que permitan la concurrencia del mercado, con observancia del régimen de competencia, bajo precios del mercado y en condiciones de igualdad. Sin perjuicio de lo anterior, el estado no podrá fijar condiciones distintas ni privilegios a favor de unos competidores en situaciones similares a las de los otros y propiciará la sana competencia.”¹² (Ley 1341 del 30 de Julio de 2009)

¹¹ Artículo 77, Tomado de Constitución Política de Colombia, 1991.

¹² Ley 1341 del 30 de Julio de 2009. Artículo 2, numeral 2.

Bajo este aspecto los cableoperadores podrán realizar actividades prestadoras de servicios de internet, telefonía y televisión en el territorio nacional con las condiciones contractuales de la norma, además de los deberes adquiridos al constituirse como prestador del servicio de telecomunicaciones.

Ley 1978 de 2019

Por el cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones.

Art. 1. La presente ley tiene por objeto alinear los incentivos de los agentes y autoridades del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), aumentar su certidumbre jurídica, simplificar y modernizar el marco institucional del sector, focalizar las inversiones para el cierre efectivo de la brecha digital y potenciar la vinculación del sector privado en el desarrollo de los proyectos asociados, así como aumentar la eficiencia en el pago de las contraprestaciones y cargas económicas de los agentes del sector. ¹³ (Ley 1978 de 2019)

El desarrollo de esta Ley permite las empresas de telecomunicaciones realicen inversiones en proyectos innovadores sobre la prestación de sus servicios en las zonas más apartadas de los municipios con el ánimo de lograr una mayor conectividad en todo el país.

Resolución No. 5951 de 2020

“Artículo 2.9.2.4. Prácticas de gestión de tráfico. Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones que prestan el servicio de acceso a internet podrán implementar medidas de gestión de tráfico que sean razonables y no

¹³ Congreso de la República, Ley 1978 de 2019, art.1, tomado de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=98210>

discriminatorias respecto de algún proveedor, servicio, contenido o protocolo específico.

Las prácticas de gestión de tráfico se considerarán razonables cuando estén destinadas a:

2.9.2.4.1. Reducir o mitigar los efectos de la congestión sobre la red;

2.9.2.4.2. Asegurar la seguridad e integridad de las redes;

2.9.2.4.3. Asegurar la calidad de los servicios a los usuarios;¹⁴ (Comisión de Regulación de Comunicaciones, Resolución No 5951 de 2020)

Colombia Teleconet S.A.S. garantiza la prestación del servicio continuamente a todos los usuarios, realizando una gestión de tráfico eficiente y responsable de acuerdo con la demanda de los clientes proyectados y los clientes activos en la compañía, permitiendo una conexión estable en las horas pico de navegación en donde los usuarios necesitan un alto estándar de rendimiento de la red.

5.7 Marco Estadístico

Desde el 07 de agosto de 2020 Colombia Teleconet S.A.S. realiza la prestación de los servicios de telecomunicaciones en Fusagasugá, durante los 18 meses de actividad la compañía ha construido más del 80% de las redes urbanas, razón por la cual, ha logrado cobertura en más del 80% de los barrios y zonas del sector urbano. La compañía sigue en constante crecimiento para alcanzar una meta de cobertura de 100% en la zona urbana del municipio.

A continuación, se observa el crecimiento compañía desde agosto de 2020 hasta la fecha:

¹⁴ Comisión de Regulación de Comunicaciones, Resolución No. 5951 de 2020, pág. 4, tomado de https://www.mintic.gov.co/portal/715/articles-126394_Resolucion_5951_de_2020.pdf

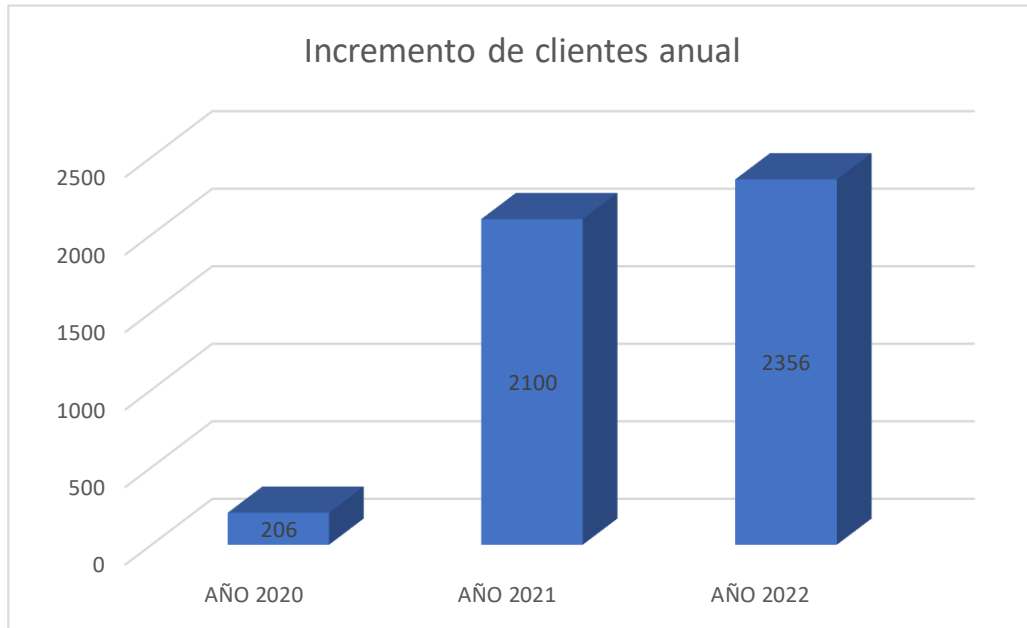


Ilustración 1 Incremento de Clientes Anual

En el primer año la compañía contaba con una oficina ubicada en el barrio Balmoral, no contaba con un alcance publicitario en el mercado del sector. Para el segundo año, la empresa creció un 339% aproximadamente, analizando el periodo de funcionamiento del año 2020 frente al mismo periodo de tiempo en el año 2022, Colombia Teleconet S.A.S. obtuvo un crecimiento cuatrimestral del 113%; los aspectos más relevantes que aportaron en el crecimiento de clientes de la compañía fue la apertura de nuevas oficinas y la implementación de la tropa externa de ventas.

Así mismo, la empresa dentro de su estrategia comercial, oferta planes que contienen dos servicios; internet y televisión, dentro de los cuales se puede observar la cantidad de usuarios que contratan los servicios de manera individual y/o en paquetes o combos.

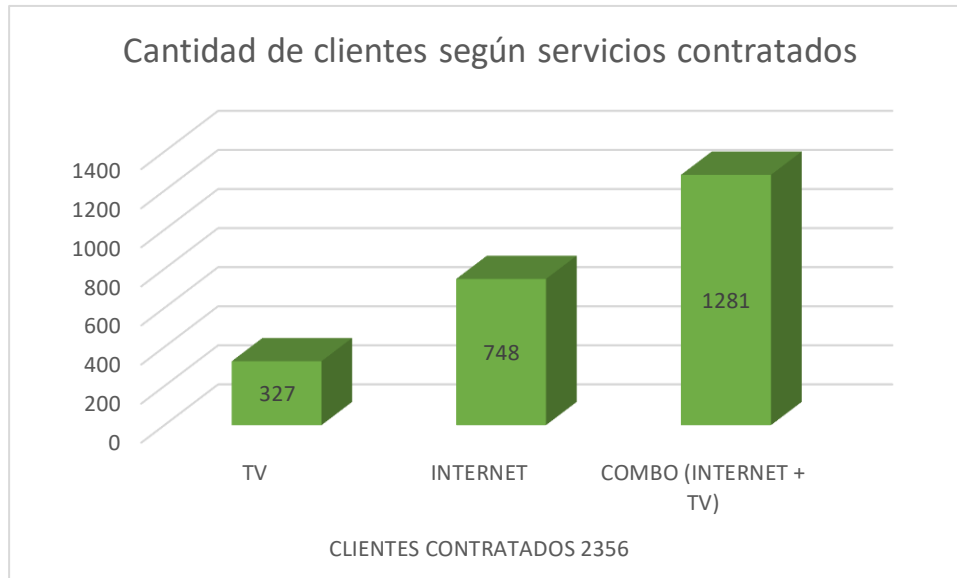


Ilustración 2 Cantidad de Clientes Según Servicios Contratados

En esta gráfica se puede analizar el comportamiento de las ventas según la oferta de servicios de la compañía, en donde se aprecia que un 46% de los clientes tienen solo contratado un servicio. El reto de la fuerza comercial es incentivar a estos usuarios a contratar o empaquetar los dos servicios y así se conviertan en clientes más rentables para la compañía.

Basados en estas estadísticas Colombia Teleconet S.A.S. tiene una meta clara para finalizar el año 2022, llegar a un mínimo de cinco mil clientes activos en alguno de los dos servicios que oferta la compañía, teniendo un camino largo por recorrer para lograr llegar a estas cifras.

6. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA TELECONET SAS.

En el siguiente proceso, se realizó la matriz pre diagnóstico, en donde se identifican las diferentes variables que existen en los diferentes entornos en donde la empresa realiza su actividad económica. De la misma manera, se

desarrolla la matriz de perfil de capacidad interna, con el fin de identificar las debilidades y fortalezas de la empresa para comprender el impacto que éstas generan y realizar estrategias para mitigar o maximizar dicho impacto según corresponda.

TABLA 1. MATRIZ PREDIAGNÓSTICO EMPRESA COLOMBIA TELECONET S.A.S.

ENTORNO	VARIABLES QUE POSIBLEMENTE EXISTAN EN EL ENTORNO DE LA EMPRESA	VARIABLES QUE PUEDEN NO DARSE O DIFÍCILMENTE TIENEN QUE VER CON EL ENTORNO
ENTORNO DEMOGRÁFICO	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de crecimiento. • Población económicamente activa, edad educación, género. • Población desempleada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Esperanza de vida al nacer.
ENTORNO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del crecimiento económico de la empresa y segmentación. • Tendencia general de precios. • Índice de precios al por mayor y general. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del PIB. • Análisis de distribución de riquezas. • Nivel de ahorro de la población. • Análisis del sector externo. • Análisis de la deuda externa.

	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado del producto de la empresa. • Estudio de la política actual del gobierno. 	
ENTORNO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencia del salario mínimo legal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupación de la población. • Tendencias de empleo y desempleo. • Análisis de procesos sociales de la organización. • Análisis de las políticas sociales.
	VARIABLES QUE POSIBLEMENTE EXISTAN EN EL ENTORNO DE LA EMPRESA	VARIABLES QUE PUEDEN NO DARSE O DIFÍCILMENTE TIENEN QUE VER CON EL ENTORNO
ENTORNO POLÍTICO	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas a nivel nacional y regional para el crecimiento de la empresa • Análisis de las políticas institucionales del estado 	<ul style="list-style-type: none"> • Caracterización de las culturas y subculturas. • Análisis de las relaciones de poder político. • Análisis de gremios y grupos de presión.
	<ul style="list-style-type: none"> • Normas preferencias y gustos de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de cultura y civilización.

ENTORNO CULURAL		<ul style="list-style-type: none"> • Caracterizacion de culturas.
ENTORNO TECNOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> • Las características de los procesos administrativos. • Clasificacion del personal. • Organización de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las características de los clientes, proveedores y socios de la compañía. • La estructura organizativa de la empresa.
ENTORNO ECOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> • Indentificar la disponibilidad de recursos naturales y de infraestructura. • Impacto ambiental que se genera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Características de carácter topografico y geografico.
	<ul style="list-style-type: none"> • Competidores existentes de mayor cobertura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cierre de operaciones de la competencia. Retiro masivo o total de clientes.

<p style="text-align: center;">ENTORNO DE LA ORGANIZACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Competidores potenciales del mismo nivel. • Compradores de bienes y servicios. • Proveedores de materias primas . 	
--	---	--

En la primera parte de esta matriz, observamos los factores externos que influyen directamente en el desarrollo de la actividad de la compañía Colombia Teleconet S.A.S. La organización debe centrarse en los avances municipales en el sector de las telecomunicaciones, de esta manera, se estará atento a los proyectos que se generen a través de la oficina de las TIC del municipio y poder participar en las licitaciones correspondientes.

<p style="text-align: center;">DIAGNÓSTICO PROCESO ADMINISTRATIVO</p>	<p style="text-align: center;">VARIABLES QUE EXISTEN AL INTERNO DE LA EMPRESA</p>	<p style="text-align: center;">VARIABLES QUE REQUIERE LA EMPRESA PORQUE NO SE REGISTRA INFORMACION DE ELLAS</p>
<p style="text-align: center;">PLANEACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • la misión, visión, los objetivos y metas, estrategias, no están establecidas por los directivos, de manera que no son conocidas por los empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el proceso de divulgación. • Realizar el proceso del horizonte de planeacion

ORGANIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Esta organizada en nivel jerarquico • Los puestos de trabajo estan establecidos • Cuenta con principios de honestidad y transparencia 	<ul style="list-style-type: none"> • No se tiene un organigrama publicado • Las desisiones se toman con ayuda de los colaboradores.
DIRECCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • La gerencia delega. • Se propicia un buen clima laboral. • Se motiva el personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se tiene una carecterizacion clara.
	<ul style="list-style-type: none"> • Se tienen controles internos 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de indicadores para medir los resultados

<p>EVALUACIÓN Y CONTROL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Control de horarios • Control de responsabilidad por labores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta realizar evaluaciones de desempeño periódicas
<p>GESTIÓN COMERCIAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se establecen objetivos de ventas • Los precios de los servicios son establecidos por la socis de la empresa dependiendo del análisis del entorno social. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se evalúan los canales de ventas • No se implementan recursos para aumentar la gestión comercial.
<p>PRODUCTIVIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los procesos de instalación se pueden mejorar o actualizar para aumentar la productividad de los técnicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se establecen metas claras para la parte técnica. • No se generan controles de operación para el área técnica.

<p>PROGRAMA DE PRODUCCIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha calculado los volúmenes de instalación u operación óptimos en relación con las condiciones del mercado y de la tecnología utilizada 	<ul style="list-style-type: none"> • No Existen programas de incentivos para promover las instalaciones.
<p>ORGANIZACIÓN TALLERES Y ALMACENES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La utilización y el estado actual de la herramienta y equipo existente es óptima y se tiene un mantenimiento periódico 	<ul style="list-style-type: none"> • Su ubicación es adecuada con relación a las oficinas pero se pueden optimizar los espacios
<p>MANTENIMIENTO EQUIPO Y LOCALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se hace mantenimiento preventivo y/o correctivo de 	<ul style="list-style-type: none"> • No Se elaboran programas de mantenimiento y se

	<p>equipos y herramientas de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mantenimiento de los equipos es efectuado por personal especializado 	<p>controla su cumplimiento</p>
<p>CONTROL PRODUCCIÓN Y CALIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se agenda la totalidad de servicios programados diariamente • Se considera importante controlar la calidad de los servicios • El servicio a nuestros clientes es factor diferencial 	<ul style="list-style-type: none"> • No se controla la ejecución de los servicios asignados a cada técnico diariamente.
<p>GESTIÓN DE SUMINISTROS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se realiza lista de productos a pedir y solicitudes de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • No se tiene un stock de mercancía en la respectiva bodega

		acorde con los servicios a instalar.
GESTIÓN DE LA FUNCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizan actividades de investigación y/o experimentaciones dirigidas a mejorar los servicios 	
GESTIÓN DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha definido de manera precisa la información que se requiere en los diferentes niveles de decisión • Se ha racionalizado de la mejor manera posible el flujo de información 	<ul style="list-style-type: none"> • el sistema de comunicaciones no tiene un orden jerárquico • la comunicación se da en cualquier nivel
	<ul style="list-style-type: none"> • La calidad de los recursos humanos corresponde a las necesidades y 	<ul style="list-style-type: none"> • No se ha dado un desarrollo de las capacidades del personal, al mismo

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS	exigencias de los planes y desarrollos actuales de la organización	ritmo en que ha evolucionado la organización
CALIDAD Y CANTIDAD DE RECURSOS HUMANOS	<ul style="list-style-type: none"> • Es suficiente la cantidad la cual se distribuye de acuerdo a las necesidades de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitacion del personal.
CLIMA DE TRABAJO Y SALUD OCUPACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • El clima de trabajo es bueno • Las relaciones humanas son fundadas en el respeto por el otro 	<ul style="list-style-type: none"> • No Se considera al personal como recurso, un problema, un costo

ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Se hace selección de personal • Se utilizan métodos adecuados para conocer las aptitudes y capacidades • Se hace inducción en el puesto de trabajo 	

En la segunda parte de la matriz, analizamos los factores internos por áreas de la compañía, permitiendo identificar las variables en las que la empresa debe enfocarse para potenciar el rendimiento de sus procesos. En este caso, se prone estandarizar procesos de recepción, ventas e instalación de servicios.

TABLA 2. MATRIZ DE PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA "PCI"

No.	VARIABLE GERENCIAL	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	FORTALEZAS									
1	Excelente comunicación		X				X		x	

2	Objetivos establecidos por los directivos		X		X				X	
3	Misión y Visión bien definidos			X	X					X
4	Organización en niveles jerárquicos		X		X					X
5	Manual de funciones para cada cargo.			X	X					X
6	Puestos de trabajo establecidos	X					X	X		
7	Buen clima laboral.		X				X	X		
8	Calidad en productos y servicios.	X					X	X		
9	Cumplimiento en calidad.		X				X		X	
10	Controles internos.		X		X			X		
	TOTAL	2	6	2	2	0	5	4	3	3
	PORCENTAJE	20%	60%	20%	50%	0%	50%	40%	30%	30%

Análisis de variable gerencial: En esta variable apreciamos que el 40% de las fortalezas tiene un impacto alto, en donde podemos analizar que es necesario generar estrategias para potenciar el 20% restante de las fortalezas y convertirlos en puntos positivos. Así mismo, el 50% de las debilidades generan impacto dentro

de la compañía que debe ser mejorado inmediatamente para evitar pérdidas y reprocesos.

No.	VARIABLE TALENTO HUMANO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	FORTALEZAS									
1	Desarrollo de las capacidades del personal		X			X			X	
2	Conocimiento de las funciones.		X			X			X	
3	Incentivos para los empleados	X						X	X	
4	Comunicación asertiva		X		X				X	
5	Capacitación del personal.		X			X		X		
6	Valores corporativos.		X					X	X	
7	Instalaciones físicas seguras.	X						X	X	
8	Selección del personal		X			X				X
9	Personal calificado	X						X	X	

10	Inducción al puesto de trabajo		X				X	X		
	TOTAL	3	7	0	1	4	5	4	5	1
	PORCENTAJE	30%	70%	0%	10%	40%	50%	40%	50%	10%

Análisis variable talento humano: En esta variable de talento humano, los componentes que deben ser fortalecidos son los aplicados a la calidad de servicios, ya que poseen un impacto alto dentro de la organización y en sus fortalezas. Para esto, se generan políticas de calidad de servicio en la que se encuentra asignadas tareas como las llamadas de atención al usuario y control de calidad de instalaciones.

No.	VARIABLE PRODUCTOS Y SERVICIOS	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	FORTALEZAS									
1	Excelente atención al cliente		X				X	X		
2	Variedad de productos y servicios	X					X	X		
3	Satisfacción de clientes.		X			X			X	
4	Capacitación en servicio al cliente		X			X		X		

5	Presentación personal de los empleados	X					X	X		
6	Control de calidad constante.		X		X				X	
7	Personal calificado y capacitado.	X					X	X		
8	Apoyo publicitario de los proveedores		X		X			X		
9	Evaluación constante del servicio		X			X			X	
	TOTAL	3	6	0	2	3	4	6	3	
	PORCENTAJE	30%	60%	0%	20%	30%	40%	60%	30%	0%

	DEBILIDADES									
1	Base de datos sin actualizar.				X			X		
	TOTAL				1			1		
	PORCENTAJE				100%	0%	0%	100%	0%	0%

Análisis variable productos y servicios: En esta variable podemos analizar que las fortalezas y las debilidades están repartidas en un 90% dentro de la organización lo que puede deducir que se encuentra a un paso del éxito o de la catástrofe, aquí la búsqueda de estrategias para reducir las debilidades es de suma importancia para lograr aumentar la balanza y tener mayores posibilidades de éxito. Se debe

focalizar la aplicación de herramientas tecnológicas en la cabecera de servicios, para mejorar la calidad de imagen ofrecida al consumidor.

No.	VARIABLE FINANCIERA	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	FORTALEZAS									
1	Contabilidad medianamente sistematizada	X					X	X		
2	Persona encargada de la contabilidad	X					X	X		
3	Buen manejo contable	X					X	X		
4	No existe capacitación de software		X				X		X	
5	Personal capacitado		X			X			X	
6	No se le da la real importancia al área contable			X			X		X	
7	Se maneja una contabilidad básica y empírica	X					X		X	
8	No se cuenta con Asesor contable	X					X		X	

9	Relación con proveedores		X		X			X		
	TOTAL	5	3	1	1	1	7	4	5	0
	PORCENTAJE	50%	30%	10%	10%	10%	70%	40%	50%	0%

DEBILIDADES										
1	Desempleo de posibles clientes.					X			X	
	TOTAL					1			1	
	PORCENTAJE				0%	100%	0%	0%	100%	0%

Análisis variable financiera: En esta variable se evidencia que la compañía tiene un musculo contable fuerte, lo cual puede generar un blindaje para los procesos de pagos de impuestos y

generalidades de la norma. La aplicación de controles de caja (arqueos – cierres diarios) son la herramienta más importante para controlar el flujo de dinero en las oficinas de la compañía.

No.	VARIABLE SITUACIÓN LEGAL	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	FORTALEZAS									
1	Cámara y Comercio	X					X	X		

2	Resolución de facturación	X					X	X		
3	Concepto uso de suelos	X					X	X		
4	Contratos de trabajo	X				X			X	
5	Empleados afiliados a EPS	X					X	X		
6	Empleados afiliados a ARP	X				X			X	
7	Empleados afiliados a Fondo de pensiones y cesantías	X				X			X	
8	Empleados afiliados al fondo de empleados			X	X				X	
9	Reglamento interno de trabajo			X		X		X		
10	Software legal	X					X	X		
	TOTAL	8	0	2	1	4	5	6	4	0
	PORCENTAJE	80%	0%	20%	10%	40%	50%	60%	40%	0%

Análisis variable situación legal: Esta es una de las mejores áreas de la empresa, ya que posee pocas debilidades, cumple con toda la normatividad exigida por la ley debido a su actividad económica lo que genera un nivel alto de beneficio.

No.	VARIABLE ADMINISTRATIVA	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	FORTALEZAS									
1	Organigrama			X	X				X	
2	Definición de cargos		X			X		X		
3	Pago de nómina oportuno	X					X	X		
4	Pago de parafiscales	X					X	X		
5	Claros objetivos de venta	X					X	X		
6	Inducción del puesto de trabajo	X				X			X	
7	Auditorías internas		X			X			X	
8	Control a los procesos		X		X			X		
9	Trabajo en equipo	X					X	X		
	TOTAL	5	3	1	2	3	4	6	3	
	PORCENTAJE	50%	30%	10%	20%	30%	40%	60%	30%	0%

	DEBILIDADES									
1	Falta de capacitación del personal				X			X		
	TOTAL				1			1		
	PORCENTAJE				100%	0%	0%	100%	0%	0%

Análisis variable administrativa: En esta variable observamos que algunos puntos clave se encuentran ausentes dentro de las fortalezas, lo cual puede impedir la proyección de un crecimiento a corto o mediano plazo, de manera que, es necesario reducir estas debilidades en el menor tiempo posible. Para contribuir con este aspecto, se genera la estandarización de los procesos de ingreso de usuarios y el flujograma de servicios de instalación.

No.	VARIABLE MERCADERO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	FORTALEZAS									
1	Descuento a clientes frecuentes		X				X		X	
2	Manejo ofertas y promociones. En evento		X			X			X	
3	Material publicitario en redes sociales		X			X			X	

4	Infraestructura adecuada	X					X		X	
5	Calidad en servicio.	X					X	X		
6	Cálculo del volumen de venta	X					X	X		
7	Personal calificado	X				X			X	
8	Aprovisionamiento adecuado		X			X			X	
9	Eventos o campañas de promoción		X				X		X	
10	Cálculo de volumen de producción		X				X		X	
	TOTAL	4	6	0	0	4	6	2	8	
	PORCENTAJE	40%	60%	0%	0%	40%	60%	20%	80%	0%

Análisis variable mercadeo: En esta variable podemos analizar que es un área bien estructurada, que se interesa por promocionar los servicios y conseguir clientes nuevos para incrementar sus ingresos. Se suministra la asesoría pertinente para la creación de la página web de la compañía.

No.	VARIABLE VENTAS	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	FORTALEZAS									
1	Prioridad la calidad	X						X	X	

2	Control de ventas	X					X		X	
3	Estrategias para incrementar ventas	X					X	X		
4	Calidad en servicios		X			X			X	
5	Sugerencias de clientes		X			X			X	
6	Competimos con calidad y servicio	X					X	X		
7	Aceptación de la sociedad y competencia directa.		X				X		X	
8	Variedad de servicios.	X					X	X		
9	Satisfacción al cliente		X		X				X	
	TOTAL	5	4	0	1	2	6	4	5	
	PORCENTAJE	50%	40%	0%	10%	20%	60%	40%	50%	0%

	DEBILIDADES									
1	Respuesta tardía a solicitudes de mantenimiento del servicio					X		X		

	TOTAL					1		1		
	PORCENTAJE				0%	100%	0%	100%	0%	0%

Análisis variable ventas: Analizamos que en esta variable son mayores las fortalezas, debido a que la empresa cuenta con un área comercial fortalecida. Se debe tener en cuenta el 10% de debilidad en la satisfacción del cliente ya que es un ítem prioritario para la consecución de objetivos. Se crea la fuerza de venta con el fin de generar un posicionamiento de marca importante dentro del municipio y lograr captar la mayor cantidad de prospectos mes a mes.

TABLA 3. RESUMEN MATRIZ "PCI"

No.	FACTOR CLAVE A EVALUAR	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	FORTALEZAS									
1	VARIABLE GERENCIAL	20%	60%	20%				40%	30%	30%
2	VARIABLE TALENTO HUMANO	30%	70%	0%				40%	50%	0%
3	VARIABLE PRODUCTOS Y SERVICIOS	30%	60%	0%				60%	30%	0%
4	VARIABLE FINANCIERA	50%	30%	10%				40%	50%	0%
5	VARIABLE SITUACION LEGAL	80%	0%	20%				60%	40%	0%

6	VARIABLE ADMINISTRATIVA	50%	30%	10%				60%	30%	0%
7	VARIABLE MERCADEO	40%	60%	0%				20%	80%	0%
8	VARIABLE VENTAS	50%	40%	0%				40%	50%	0%

	DEBILIDADES									
1	VARIABLE GERENCIAL							20%	20%	60%
2	VARIABLE TALENTO HUMANO							10%	40%	50%
3	VARIABLE PRODUCTOS Y SERVICIOS							20%	30%	40%
4	VARIABLE FINANCIERA							10%	10%	70%
5	VARIABLE SITUACION LEGAL							10%	40%	50%
6	VARIABLE ADMINISTRATIVA							20%	30%	40%
7	VARIABLE MERCADEO							0%	40%	60%
8	VARIABLE VENTAS							10%	20%	60%

Análisis resumen matriz “PCI”

Al analizar los datos arrojados por la matriz, podemos identificar que la empresa debe ajustar el factor administrativo con la implantación de la plataforma estratégica y manuales de funciones; por otra parte, posee amplia fortaleza en las áreas financiera legal y comercial, ya que se encuentran mejor estructuradas y poseen bases más sólidas.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación está orientada con el método de investigación aplicada, (Keith Stanovich), afirmó que este tipo de investigación pretende “predecir el comportamiento específico”¹⁵. Con la finalidad de proponer las mejoras necesarias en el ámbito productivo y comunicativo de la compañía a la cual se le está realizando la intervención; de manera que, a través del proceso exploratorio descriptivo, se logren identificar las falencias claves a resolver durante la aplicación de este rediseño

organizacional, teniendo en cuenta el concepto expuesto por el teórico Ezequiel Ander-Egg Hernández (1995), “hace referencia a las experiencias de investigación con propósitos de resolver o mejorar una situación específica o particular para comprobar un método o modelo mediante la aplicación innovadora y creativa de una propuesta de intervención, en este caso de índole orientadora en un grupo, persona, institución o empresa que lo requiera.”¹⁶

¹⁵ Keith Stanovich, Principales características de la investigación aplicada, 2007, <https://blogposgrados.tijuana.iber.mx/investigacion-aplicada/>

¹⁶ Ezequiel Ander-Egg, Técnicas de investigación social, Editorial Lumen, Capítulo 3 p 58, Buenos Aires, 1995, <https://epiprimero.files.wordpress.com/2012/01/ander-egg-tecnicas-de-investigacion-social.pdf>

De esta manera, al identificar los puntos específicos a mejorar a través de las diferentes herramientas utilizadas para el desarrollo de esta metodología investigativa se logran proponer prácticas como método de aprendizaje para el enfoque de nuevos procesos o esquemas productivos, que permitan llevar de manera efectiva la actividad comercial de la compañía. (Se anexa formato de entrevista personal a los colaboradores de la empresa.)

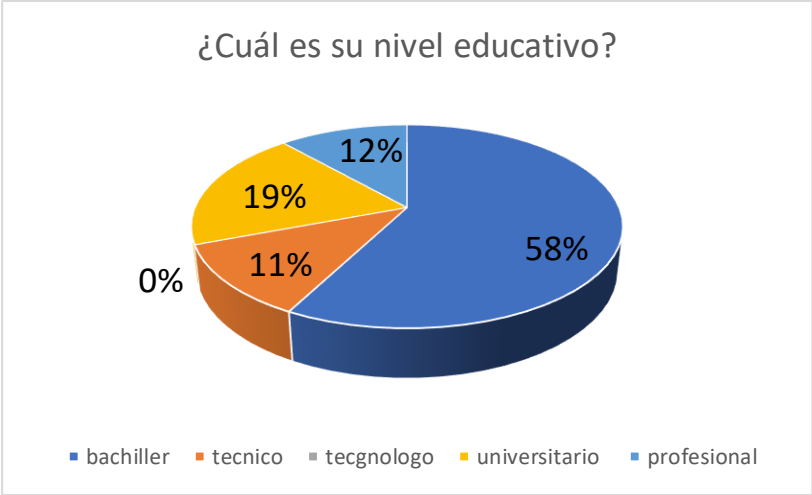


Rediseño Organizacional Colombia Teleconet S.A.S.

Entrevista Personal Colombia Teleconet S.A.S.

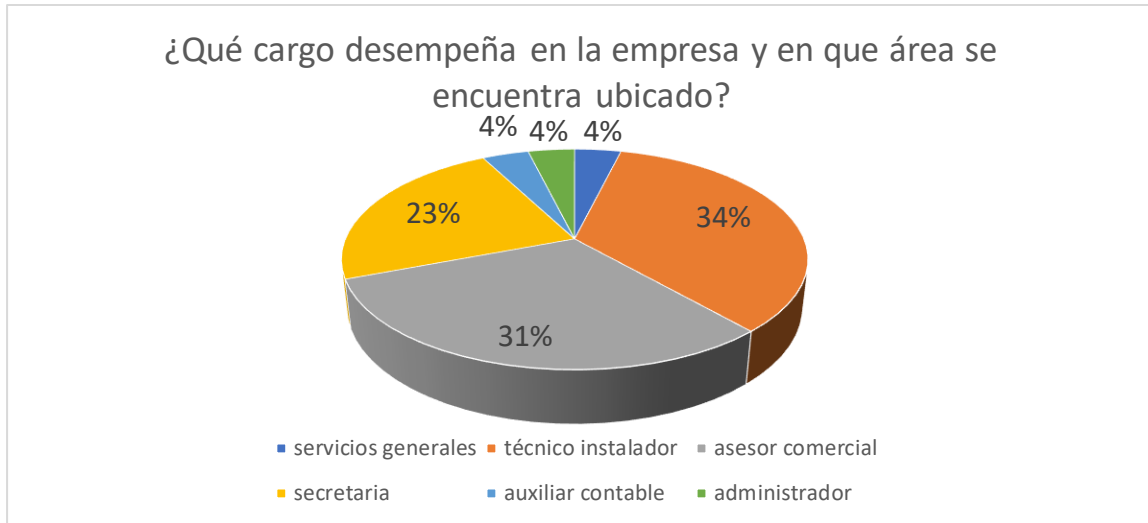
La información recopilada en este documento es totalmente confidencial, de manera que, los comentarios, sugerencias y opiniones entregadas al entrevistador no serán divulgadas y serán utilizadas únicamente como objeto de análisis de los profesionales de la Universidad de Cundinamarca, que se encuentran realizando el diagnóstico de la compañía Colombia Teleconet S.A.S.

Pregunta 1.



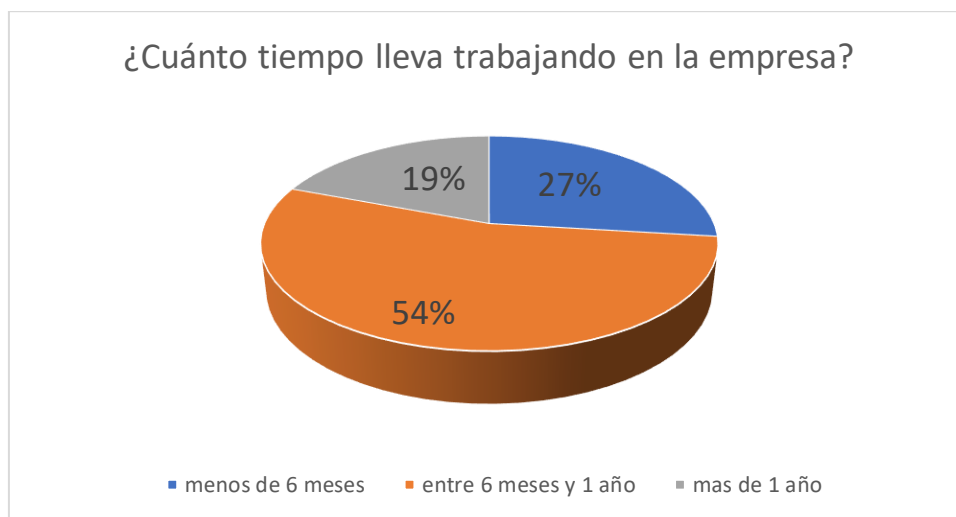
Análisis: Se deben validar los requisitos necesarios para la ocupación del cargo que el colaborador desempeñará, para lograr una armonía entre el conocimiento y experiencia para para la realización de tareas en el puesto de trabajo.

Pregunta 2.



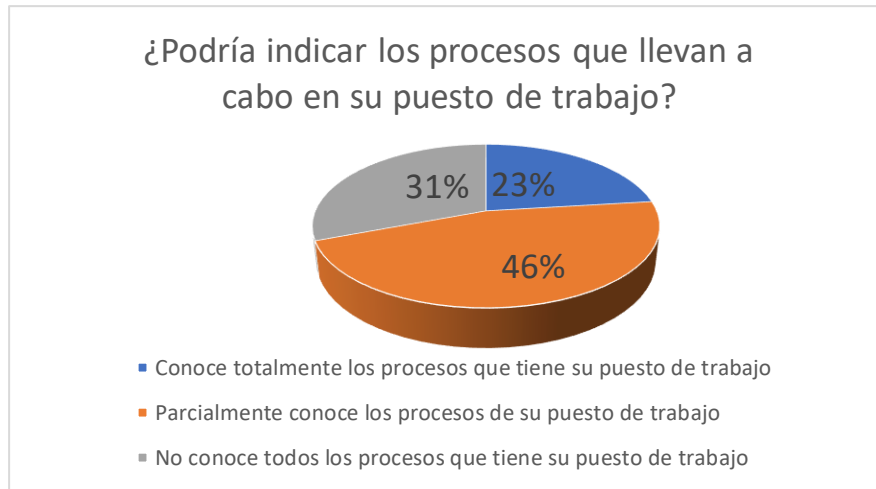
Análisis: La compañía en su mayoría cuenta con personal operativo, lo que supone una fortaleza dentro de la estructura organizacional, en donde los niveles táctico y estratégico se reducen para simplificar la toma de decisiones.

Pregunta 3.



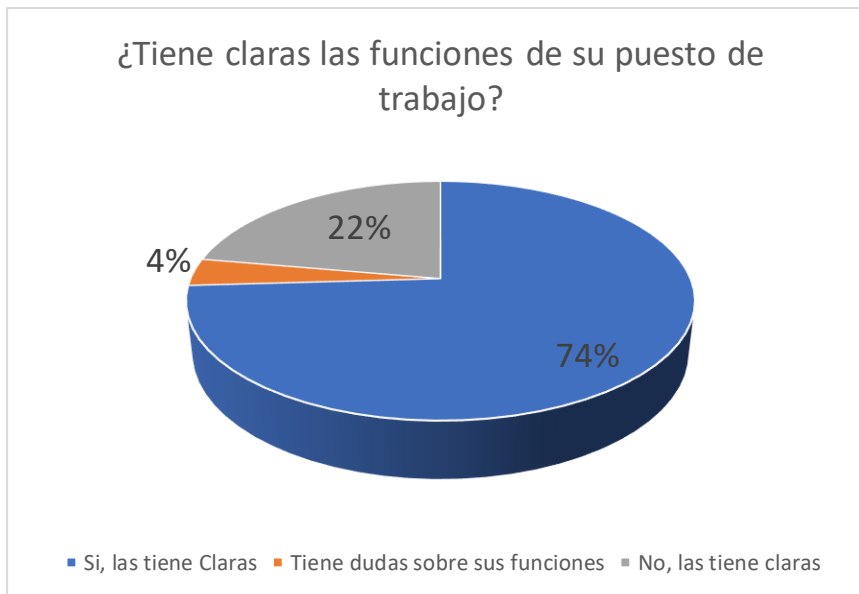
Análisis: Teniendo en cuenta lo joven de la empresa en Fusagasugá observamos que solo el 19% se consideraría personal antiguo, entre los que se encuentran secretarias - técnicos - y asesores.

Pregunta 4.



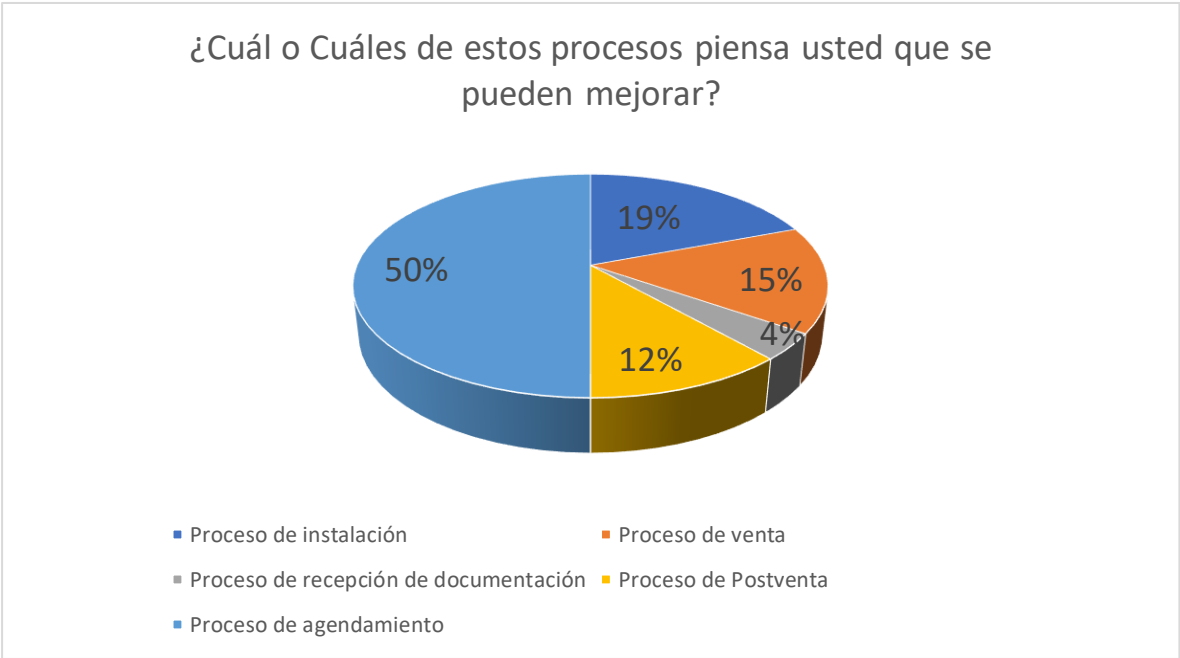
Análisis: La mayoría de los colaboradores no tiene claras o no conoce los procesos que se realizan en su puesto de trabajo, lo cual, podría convertirse en un problema de fondo a futuro, debido a que, el colaborador podría estar dejando procesos sin realizar o no completarlos y esto traería una disminución de horas productivas y un aumento de horas de trabajo para realizar las labores, lo podemos traducir en un incremento de los costos operativos.

Pregunta 5.



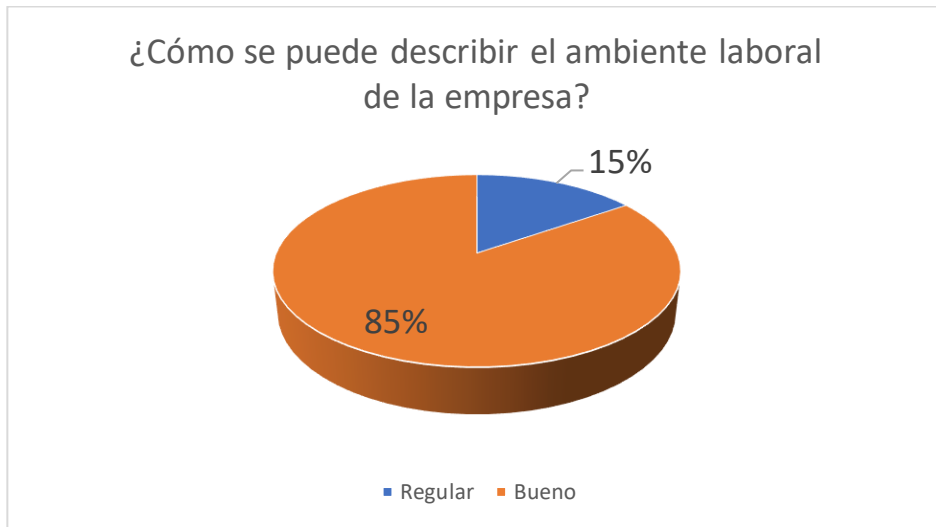
Análisis: El 74% de los colaboradores supone tener sus funciones claras, pero al validar que no conocen los procesos en su totalidad, es necesario, tomar acciones inmediatas para que todo el personal conozca y comprenda el manual de funciones respecto a su respectivo cargo o área de trabajo.

Pregunta 6.



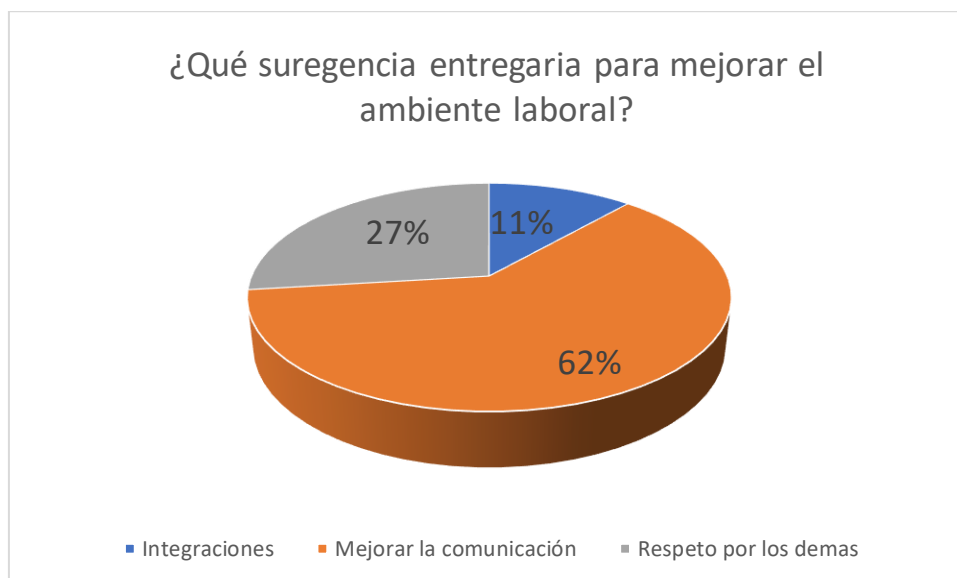
Análisis: Entre los procesos de agendamiento y de instalación suman un 69% de las sugerencias para mejorar, por tal razón, podemos analizar que es necesario examinar el proceso de instalaciones y agendamientos a fondo para generar herramientas que permitan fortalecerlos, evitando que se conviertan en una debilidad que puede ir creciendo en la medida en que evolucione la compañía.

Pregunta 7.



Análisis: En cuanto al ambiente laboral se puede deducir que la compañía fortalece las relaciones del cliente interno, siendo este un punto a favor para que la generación de cambios en aras del mejoramiento sea más aceptable entre los colaboradores.

Pregunta 8.



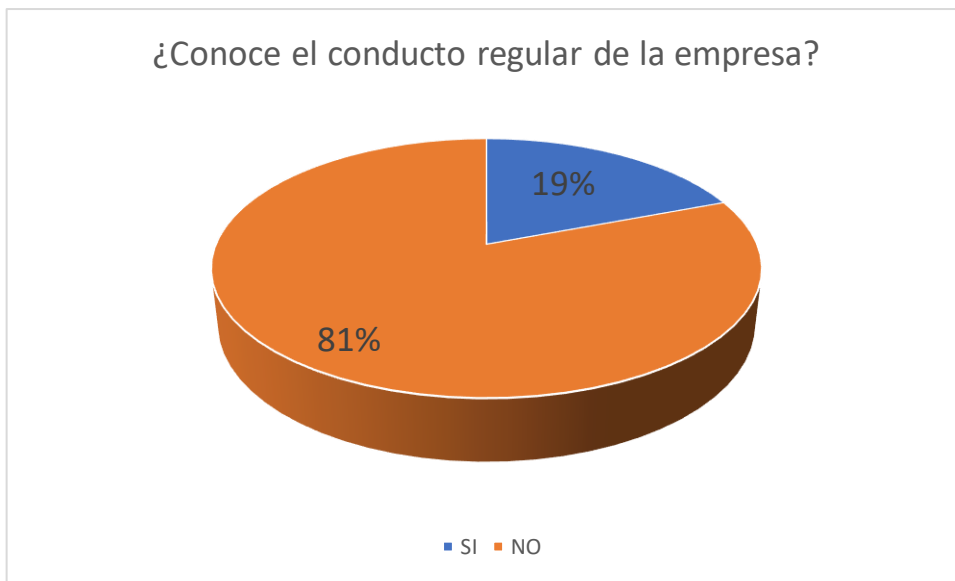
Análisis: El 62% que equivale 16 de 26 empleados, sugieren mejorar la comunicación. Siendo una empresa prestadora de servicios, es indispensable tomar cartas en el asunto y propiciar la comunicación asertiva; generando ambientes de empatía, respeto y tolerancia entre los compañeros de trabajo. Para esto se sugiere realizar capacitaciones en temas de comunicación, tolerancia y respeto.

Pregunta 9.



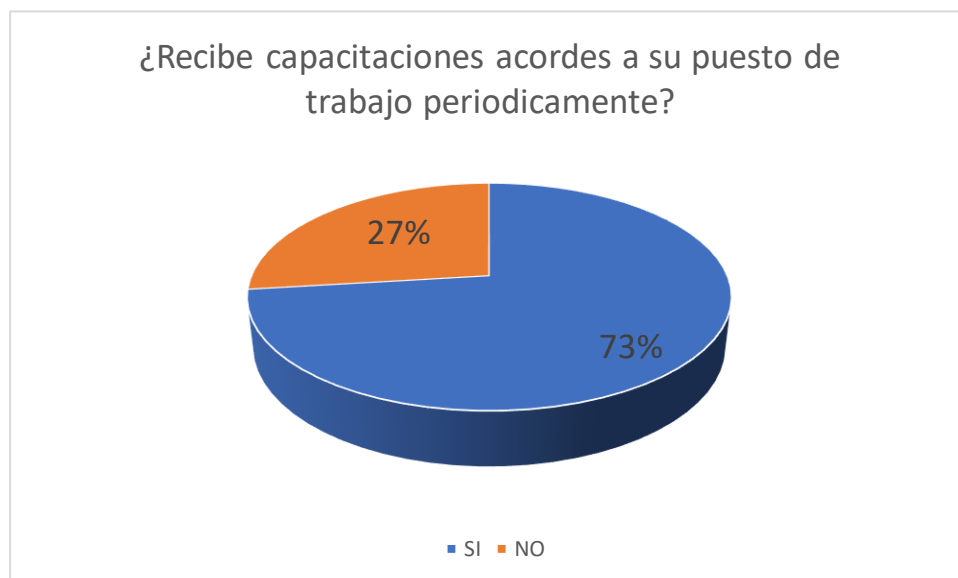
Análisis: Aunque la empresa entrega incentivos económicos a sus colaboradores, no todos tienen claro el resultado referente a sus bonificaciones, siendo este un punto clave para el crecimiento individual dentro de la compañía. En este punto es indispensable estipular las metas adecuadas para cada cargo o área y así poder evaluar índices de cumplimiento y/o productividad que a su vez permitan medir y calcular el total a bonificar para cada colaborador.

Pregunta 10.



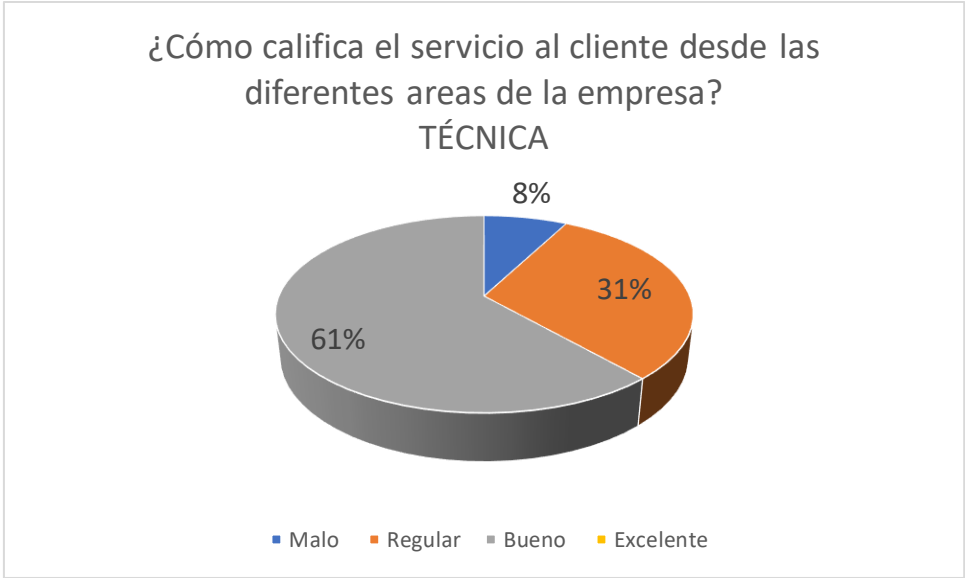
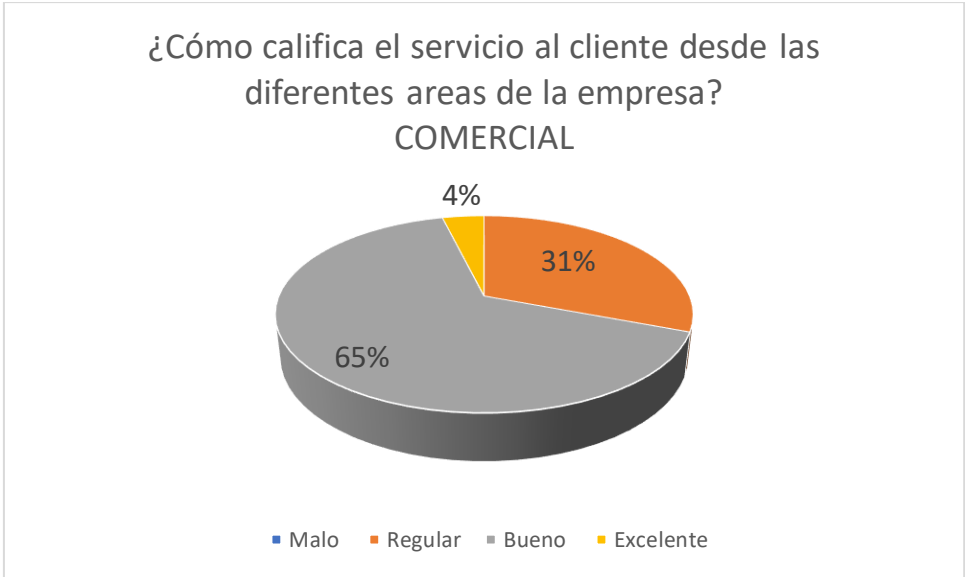
Análisis 10: Es importante conocer el orden jerárquico de la empresa, así el colaborador tendrá claro quién es su jefe inmediato, a quién debe reportar, el alcance de su cargo y que derechos y deberes tiene su rol dentro de la compañía.

Pregunta 11.



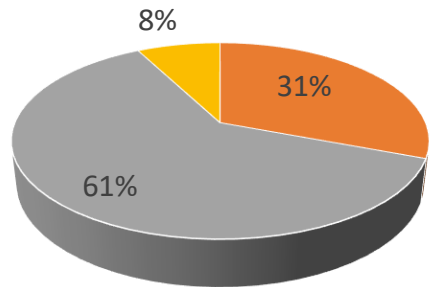
Análisis: La compañía capacita periódicamente a sus colaboradores, este es un punto importante para generar calidad de procesos y de servicios, lo cual permite tener un personal especializado con la posibilidad de brindar un servicio confiable a sus clientes.

Pregunta 12.



¿Cómo califica el servicio al cliente desde las diferentes áreas de la empresa?

ADMINISTRATIVA

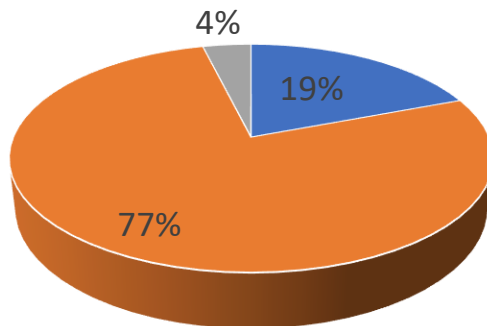


■ Malo ■ Regular ■ Bueno ■ Excelente

Análisis: La percepción de los colaboradores de cada área es diferente en cuanto a la calidad del servicio al cliente. Aunque el 92% coincide en que el servicio prestado es regular o bueno, es al 8% que debemos prestar atención, ya que la percepción entre el personal, de entregar un mal servicio, es una alarma que se activa para mejorar de manera urgente y aumentar la calidad del servicio al cliente en todas las áreas.

Pregunta 13.

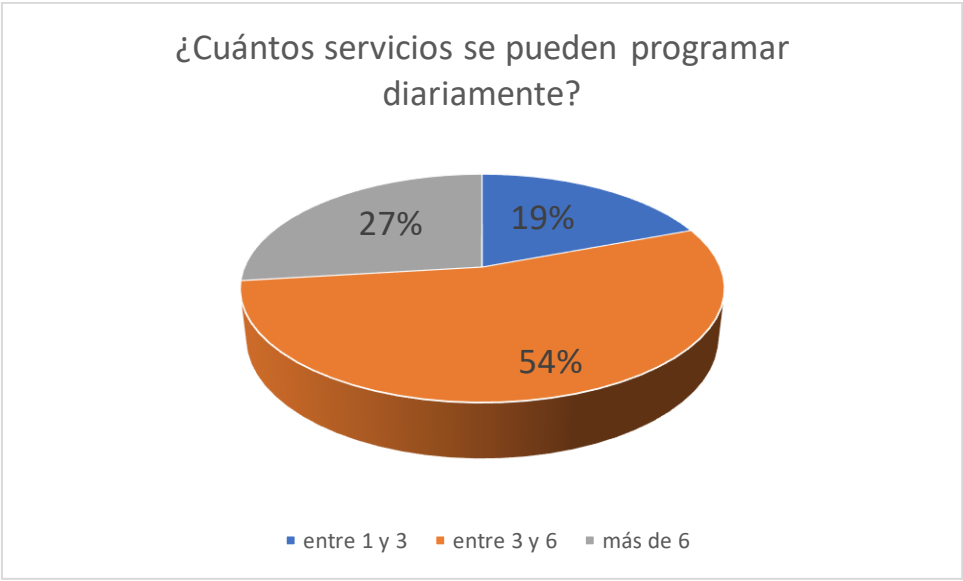
¿En cuánto tiempo se agenda un servicio de instalación, revisión u otro?



■ entre 1 y 3 días hábiles ■ entre 2 y 3 días hábiles ■ no tengo esta información

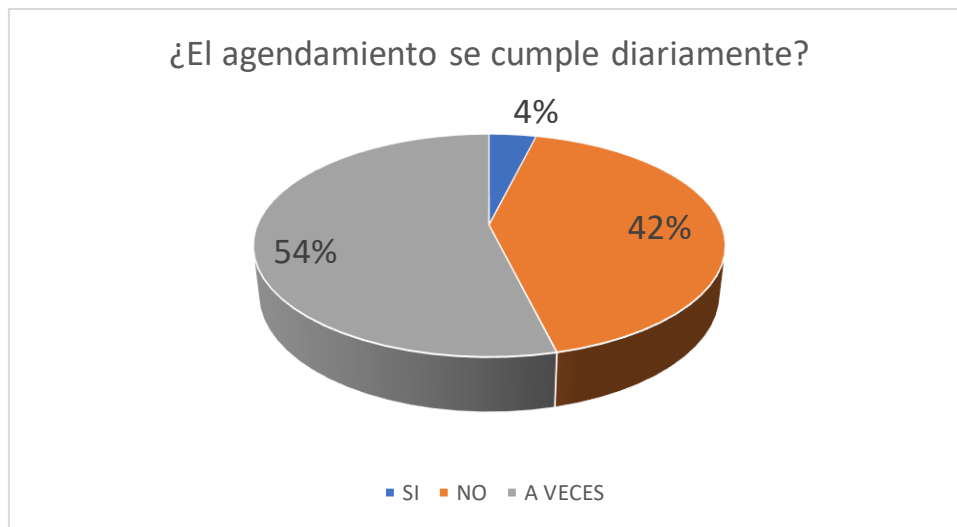
Análisis: 20 de los 26 empleados de la empresa tienen claro los tiempos de respuesta para agendar la instalación de los servicios adquiridos por el cliente, es necesario que el todo el personal sea portador de la misma información, ya que esta es una pregunta frecuente de los clientes y al ser portadores de la imagen corporativa de la empresa en la calle, en cualquier momento puede ser abordada por un posible prospecto y es indispensable dejar la información clara.

Pregunta 14.



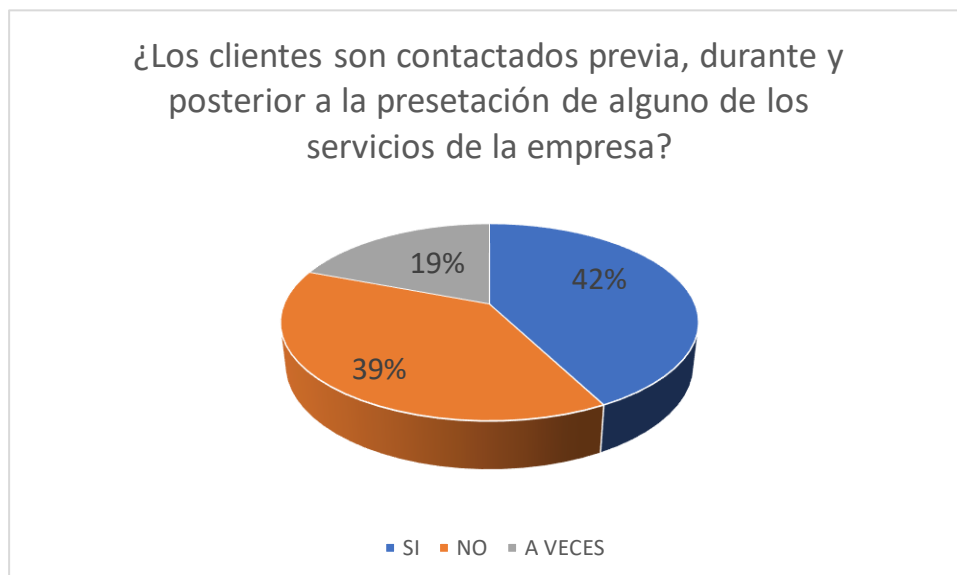
Análisis: La carga laborar es uno de los factores que propician las incapacidades en el personal de una empresa, por esta razón, es necesario analizar la productividad de cada colaborador para generar un promedio justo de trabajos a realizar. Aunque la mayoría de los empleados tiene claro que los servicios programados no deben superar un número de 6, se debe estipular cuantas revisiones, cuantas instalaciones u otros servicios, podrá realizar un técnico en una jornada normal de trabajo. De esta manera las cargas estarán niveladas y se podrán proyectar las metas a cumplir.

Pregunta 15.



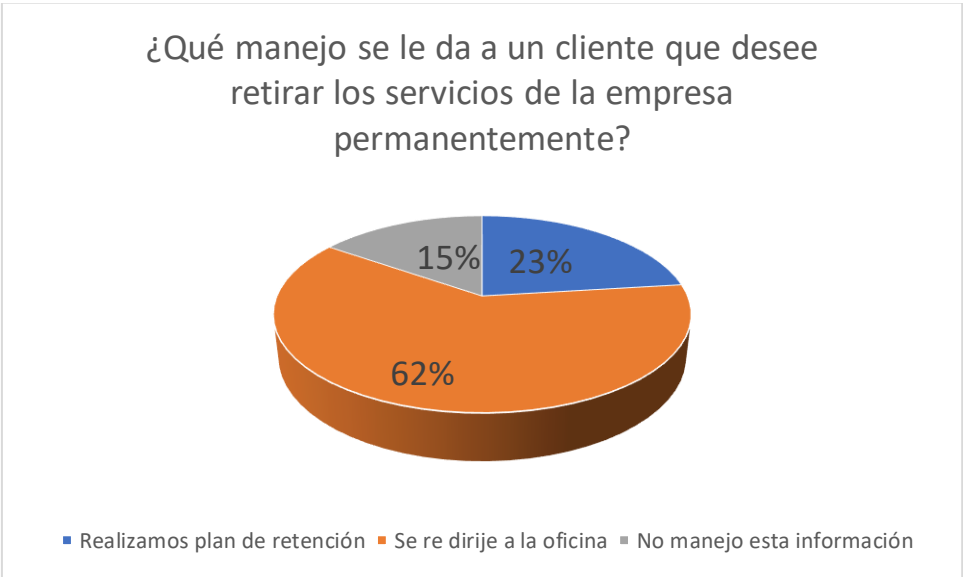
Análisis 15: El incumplimiento de los servicios pactados con los clientes puede generar una mala percepción del cliente en cuanto al servicio que entrega la empresa, razón por la cual, se deben generar herramientas que orienten a los colaboradores en la gestión de los servicios diarios, para así, cumplir con los agendamientos y crear un hábito de puntualidad.

Pregunta 16.



Análisis: Podemos observar que no siempre son contactados los clientes después de realizarse la venta para generar el agendamiento de los servicios. Este es uno de los procesos más importantes que debe realizarse, de aquí depende la primera experiencia del cliente al ingresar a la empresa y es estrictamente necesaria la comunicación con él para que los técnicos lleguen a prestar el servicio con la plena seguridad de que el cliente los está esperando, de manera que, no se creen bucles o pérdidas de tiempo que afectan la productividad.

Pregunta 17.



Análisis: La mayoría de los colaboradores re dirige a los clientes a las oficinas cuando estos quieren retirar los servicios contratados, podemos analizar que, siendo las oficinas los puntos de atención al usuario formales, es allí donde se deben generar planes de retención a los usuarios que permitan entregar nuevos beneficios al cliente y así evitar la deserción masiva. Siempre es necesario saber que el cliente es el sustento de la compañía.

Pregunta 18.



Análisis: Los colaboradores aceptan no tener controles formales con respecto a la operación diaria. Esto puede generar cierto grado de tranquilidad para el empleado en la gestión de los servicios, lo que puede llevar a evadir responsabilidades o a no ser productivos para la empresa. De manera que, deben ser concretadas las herramientas necesarias para poder medir, controlar y evaluar el cumplimiento de la operación y su efectividad diaria.

7.2 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

La empresa Teleconet SAS, está dedicada a la comercialización de servicios de telecomunicaciones (Internet y televisión) domiciliarios en los municipios de Fusagasugá, Sibaté y Soacha; cuenta con una plantilla de ocho técnicos, seis secretarías comerciales, ocho asesores comerciales, un director operativo, un director comercial y el gerente.

7.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas de recolección de información son usadas para reunir todos los aspectos que pueda llegar a tener la investigación, Roberto Hernández Sampieri, define que “los métodos pueden implementarse de acuerdo a diversas secuencias. A veces lo cuantitativo precede a lo cualitativo, con el fin de obtener una fotografía más completa del fenómeno”¹⁷ de manera que, puedan ser conjugados preservando su estructura y procedimiento original.

7.4 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

La información fue procesada mediante la aplicación de las matrices pre diagnóstico y de perfil de capacidad interna, según Humberto Serna Gómez, “sirven para evaluar las fortalezas y las debilidades de la organización en relación con las oportunidades y amenazas que le presenta el

medio externo. Es una manera de hacer diagnóstico estratégico a una empresa, e involucrando todos los factores que afectan su operación corporativa.”¹⁸

De acuerdo con lo anterior, se lograron evidenciar debilidades internas críticas que afectan dicha operación y que colocan a la compañía en una ligera desventaja frente a sus competidores principales. A través del análisis de los datos arrojados en estas matrices, se proponen algunos métodos y procesos para fortalecer la estructura

¹⁷ Roberto Hernández Sampieri, Christian Paulina Mendoza Torres, Tomado de McGraw-Hill Interamericana, Biblioteca Universidad de Cundinamarca, 2018, <https://www-ebooks7-24-com.ucundinamarca.basesdedatosezproxy.com/?il=6443>

¹⁸ Humberto Serna Gómez, Tomado de Fundación Universitaria María Cano, serie Manuales para la pequeña y mediana empresa Diagnóstico Estratégico, Primera edición, Medellín, 2015, https://www.fumc.edu.co/documentos/elibros/Diagnostico_estrategico.pdf

interna con cara a la competitividad en el ejercicio de la actividad económica que se desarrolla.

8. RECURSOS

8.1 HUMANOS

Los estudiantes de la Universidad Cundinamarca;

Sydney Vanessa González García

Víctor Manuel Díaz Callejas

8.2 MATERIALES

Para el desarrollo de la investigación y rediseño de la empresa Teleconet SAS, fueron requeridos las siguientes herramientas:

Equipo de Computo

Equipos Telefónicos

Elementos de papelería

Consulta de material bibliográfico del repositorio de la Universidad de Cundinamarca.

8.3 INSTITUCIONALES

En la aplicación y desarrollo de las diferentes actividades fue requerido consultar la información interna de la empresa, entrevistar al empresario, socios, empleados y

la guía metodológica para la presentación de opciones de grado de la Universidad de Cundinamarca.

8.4 OTROS RECURSOS

Fueron requeridos recursos financieros para la compra de los elementos de papelería, el transporte a las diferentes oficinas, la disponibilidad de conexión a internet y a algunos equipos de las oficinas.

9. REDISEÑO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA TELECONET SAS

9.1 MISIÓN

Brindar un servicio de internet enfocado en la comunidad 100% fibra óptica, de alta velocidad, económico y de calidad.

9.2 VISIÓN

A mediano plazo ser la compañía de capital colombiano de telecomunicaciones con mayor cubrimiento en Fusagasugá, Cundinamarca y a largo plazo lograr ampliar redes en los municipios con mayor población del departamento.

9.3 VALORES CORPORATIVOS

- **Honestidad:** Es muy importante para la empresa brindar al cliente transparencia y honestidad desde la realización de la oferta de los servicios, por tal motivo, la empresa cuenta con personal profesional que le dará al cliente entera confiabilidad en todos los aspectos de la prestación del servicio.
- **Excelencia:** La empresa brinda a los clientes un servicio de óptima calidad en todas las áreas, con el principal objetivo de satisfacer sus necesidades, brindando una atención oportuna que cumpla con sus expectativas.
- **Responsabilidad:** Cumplimos a cabalidad las labores asignadas o contratadas con el cliente llegando más allá de lo que la obligación exige.
- **Calidez y atención al cliente:** Teleconet S.A.S. se fija en los objetivos estratégicos de trabajar de forma profesional y constante para brindarle al cliente en total calidad los sistemas ofrecidos, enfatizando en la prioridad de la atención con empatía hacia el cliente.
- **Compromiso:** Estamos comprometidos a entregar siempre algo más, para nuestro equipo de trabajo, para nuestros clientes y para el medio ambiente, así lograremos marcar la diferencia.

9.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Implementar nuestras redes en los principales municipios de Cundinamarca.
- Innovar las redes telemáticas con tecnología de punta y de alta calidad.
- Activar mínimo el 50% de la población en cada municipio en el que tengamos cubrimiento.

9.5 POLÍTICAS DE LA EMPRESA

En Colombia TELECONET S.A.S., la alta dirección se encuentra comprometida y a su vez compromete a todos los niveles de la empresa en el desarrollo de la gestión seguridad y salud en el trabajo; todos los colaboradores independientemente de su forma de contratación, proveedores, subcontratistas visitantes y partes interesadas en todos los centros de trabajo, en el marco de sus operaciones, deberán desarrollar actividades de promoción de la calidad de vida, generando

condiciones seguras y saludables, partiendo de la identificación de los peligros, evaluación de los riesgos y determinación de los controles y aspectos ambientales significativos asociados a sus actividades, para la prevención de lesiones personales, enfermedades laborales, contaminación, impactos socio-ambientales, daños a la propiedad y permitir la sostenibilidad empresarial.

Política de Calidad y Servicio

Para Colombia Teleconet S.A.S., es fundamental mantener relaciones duraderas y cordiales con todas los clientes, siendo ellos los cimientos de la empresa y el factor que permite perdurar en el tiempo, por esta razón se definen las siguientes políticas de servicio:

- Satisfacer las necesidades de los clientes, prestando un servicio oportuno, confiable y de valor agregado.
- Asegurar la calidad del servicio mediante el control y evaluación de los colaboradores y contratistas.
- Proporcionar al cliente una herramienta tecnológica que le permita disfrutar de un servicio eficaz y de calidad total.
- Gestionar los recursos necesarios para el desarrollo personal y profesional de los colaboradores.

Política de Gestión Ambiental

Colombia Teleconet S.A.S., está comprometida con la protección de los recursos naturales y el medio ambiente, razón por la cual, desarrolla sus actividades guardando la preservación de la fauna y flora dentro de los territorios en donde la empresa presta sus servicios, definiendo las siguientes políticas de gestión ambiental:

- Adoptar métodos de producción limpios, eliminando desechos en los lugares establecidos por la empresa para su respectivo tratamiento según corresponda.
- Estimular la cultura de respeto del medio ambiente, no contaminando fuentes hídricas, zonas verdes y demás lugares donde se lleven a cabo las actividades propias de la empresa.
- Promover un uso racional de la energía, informando a los clientes el consumo generado por los equipos instalados y la importancia de desconectarlos en las horas de no actividad.

COLOMBIA TELECONET S.A.S., promueve en el desarrollo de sus actividades la seguridad y responsabilidad con el ambiente a través de:

- La destinación de los recursos humanos, tecnológicos y económicos necesarios para la implementación del SG-SST.
- La motivación hacia estilos de vida saludable.
- El desarrollo de programas de formación de nuestros empleados.
- Cumplimiento de la legislación colombiana vigente, así como los otros requisitos suscritos con las partes interesadas y la compañía.
- El mantenimiento y mejoramiento continuo de nuestros procesos; mediante la priorización de los riesgos de nuestras actividades.
- La búsqueda de operaciones sostenibles.
- La promoción de la calidad de vida laboral.

Para la Gerencia de COLOMBIA TELECONET S.A.S., en un compromiso el respaldo permanente, asegurándose de contar con talento humano competente, recursos técnicos y financieros necesarios para generar tecnologías que aseguren un trabajo sostenible con el medio ambiente, mejorando continuamente la eficiencia de nuestros procesos, de manera que generen valor agregado a la compañía y nuestros clientes.

9.6 ORGANIGRAMA

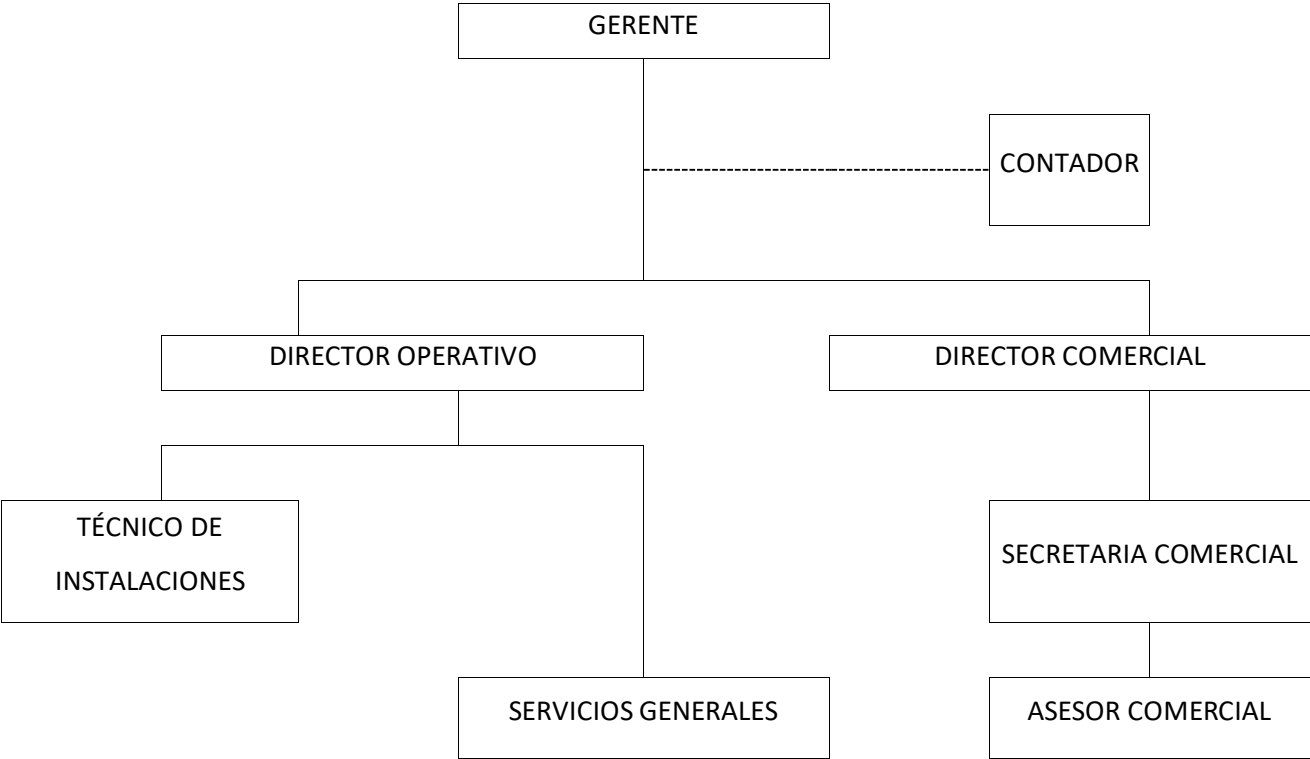


TABLA 4. ORGANIGRAMA

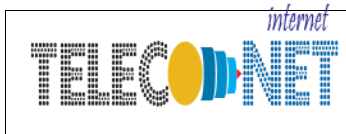
Diseñado por: Sydney Vanessa González y Víctor Manuel Díaz.

Dentro de esta propuesta de reestructuración surge el siguiente organigrama con el objetivo de jerarquizar y definir las líneas de autoridad en la empresa, debido a

pérdida de comunicación evidenciada entre el colaborador y el jefe inmediato, generando dificultades en la realización de los procesos y la toma de decisiones.

10. MANUALES DE FUNCIONES COLOMBIA TELECONET S.A.S.

10.1 MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS GERENTE GENERAL



PERFIL DEL CARGO	DC - 001	
	Versión	1
	Fecha	29/08/2021
MANUAL DE FUNCIONES DIRECTOR OPERATIVO		

TITULO DEL CARGO: Gerente General

NIVEL DE ESTRUCTURA: Administrativa

CARGO AL QUE REPORTA DIRECTAMENTE: Junta Directiva

CARGOS QUE CORDINA O QUE LE REPORTAN: Coordinadores, directores de departamento, contador.

NIVEL DE RIESGO ARL: II

JORNADA LABORAL: lunes a
viernes 7:00 am a 5:30 pm /
sábado 7:00 am a 1:30 pm.

OBJETIVO DEL CARGO: planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y conducir el trabajo de la empresa para el cumplimiento efectivo de la misión y la visión de la empresa.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES PROPIAS DEL CARGO:

1-Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.

2-Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro.

3-Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.

4-Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.

5-Coordinar con el director comercial y las secretarias las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, hacer las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.

6-Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.

7-Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

8-Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.

9-Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente.

AUTORIDADES DEL CARGO PARA TOMA DE DECISIONES: El cargo si posee autoridad para tomar decisiones sobre los procesos de comercialización y administrativos. La gestión de riesgo de las actividades está identificada en Matriz de Peligros de la Compañía y si podrá el trabajador tomar decisiones sobre la suspensión, cambio o remplazo de las medidas tomadas.

CONFIDENCIALIDAD Y BIENES A MANEJAR: El trabajador debe mantener la confidencialidad de la información entregada por los usuarios, dando tratamiento a

los datos del mismo según establecido en la Ley 1581 de 2012; Proteger los contratos entregados para la gestión de su actividad.

REQUISITOS DEL PUESTO:

Titulo obtenido; profesional en Administración de empresas y/o Ingeniería Industrial.

Formación complementaria; inglés, manejo de office, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.

Conocimientos específicos; Capacidad de negociación, pensamiento crítico, liderazgo, comunicación y trabajo en equipo.

Tiempo total de experiencia; 2 años.

10.2 MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DIRECTOR OPERATIVO



PERFIL DEL CARGO	DC - 001	
	Versión	1
	Fecha	29/08/2021
MANUAL DE FUNCIONES DIRECTOR OPERATIVO		

TITULO DEL CARGO: Director Operativo

NIVEL DE ESTRUCTURA: Administrativa

CARGO AL QUE REPORTA DIRECTAMENTE: Gerente General

CARGOS QUE COORDINA O QUE LE REPORTAN: Técnico de instalaciones, servicios generales.

NIVEL DE RIESGO ARL: V

JORNADA LABORAL: lunes a viernes 7:00 am a 5:30 pm / sábado 7:00 am a 1:30 pm.

OBJETIVO DEL CARGO: Coordinar, evaluar y apoyar la operación en el desarrollo de las actividades de telecomunicaciones para garantizar el cumplimiento de las expectativas y metas propuestas por la gerencia.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES PROPIAS DEL CARGO:

1-Planificar las actividades diarias del área operativa.

2-Coordinar el cumplimiento de los servicios agendados diariamente.

3-Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.

4-Asignar los servicios diarios a cada móvil técnica para su respectiva realización.

5-Supervisar la cabecera de telecomunicaciones constantemente.

6-Analizar los diferentes problemas técnicos que pueden llegar a tener los clientes para ser corregidos en la mayor brevedad posible.

7-Realizar cálculos de presupuesto óptico.

8-Organizar las cuadrillas de trabajo para la amplificación de la red externa en las zonas de expansión.

AUTORIDADES DEL CARGO PARA TOMA DE DECISIONES: El cargo si posee autoridad para tomar decisiones sobre los procesos operativos. La gestión de riesgo de las actividades técnicas vigiladas por SST y la activación de nuevas actividades durante la jornada técnica de trabajo.

CONFIDENCIALIDAD Y BIENES A MANEJAR: El trabajador debe mantener la confidencialidad de la información entregada por los usuarios, dando tratamiento a los datos del mismo según establecido en la Ley 1581 de 2012; Proteger los contratos entregados para la gestión de su actividad.

REQUISITOS DEL PUESTO:

Titulo obtenido; Tecnólogo y/o profesional en Ingeniería de Telecomunicaciones.

Formación complementaria; Manejo de office y AutoCAD.

Conocimientos específicos; Fibra óptica sistema FTTH.

Tiempo total de experiencia; 2 años.

10.3 MANUALES DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DEL DIRECTOR COMERCIAL



PERFIL DEL CARGO	DC - 001	
	Versión	1
	Fecha	29/08/2021
MANUAL DE FUNCIONES DIRECTOR COMERCIAL		

TITULO DEL CARGO: Director Comercial

NIVEL DE ESTRUCTURA: Administrativa

CARGO AL QUE REPORTA DIRECTAMENTE: Gerente General

CARGOS QUE COORDINA O QUE LE REPORTAN: Secretaria comercial, Asesor comercial.

NIVEL DE RIESGO ARL: II

JORNADA LABORAL: lunes a viernes 7:00 am a 5:30 pm / sábado 7:00 am a 1:30 pm.

OBJETIVO DEL CARGO: Liderar la implementación de políticas comerciales y de atención al cliente asociadas a la prestación del servicio de telecomunicaciones de manera integral en todas las áreas de prestación. Planificar y coordinar la ejecución de estrategias comerciales que permitan incrementar el volumen de clientes en la compañía.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES PROPIAS DEL CARGO:

1-Motivar y dinamizar el personal a cargo con el fin de cumplir con los objetivos propuestos.

2-Formar personal a cargo, fortaleciendo los vínculos entre el personal y los clientes y haciendo más efectiva la gestión de ventas.

3-Crear estrategias de retención al cliente.

4-Reunirse con los administradores de propiedad horizontal para garantizar el ingreso de las redes de la compañía a las áreas de residencia.

5-Organizar la jornada diaria de los asesores, compartiendo las zonas de trabajo de manera equitativa.

6-Comunicar de manera oportuna la apertura de nuevas zonas a los asesores con el fin de aumentar las ventas diarias.

7-Realizar informes diarios de productividad y proyección para el cumplimiento de las metas propuestas.

8-Velar por realizar ventas de calidad, garantizando la confidencialidad de los datos aportados por el cliente.

AUTORIDADES DEL CARGO PARA TOMA DE DECISIONES: El cargo si posee autoridad para tomar decisiones sobre los procesos comerciales, previa autorización de la gerencia y/o junta directiva.

CONFIDENCIALIDAD Y BIENES A MANEJAR: El trabajador debe mantener la confidencialidad de la información entregada por los usuarios, dando tratamiento a los datos del mismo según establecido en la Ley 1581 de 2012; Proteger los contratos entregados para la gestión de su actividad.

REQUISITOS DEL PUESTO:

Título obtenido; Profesional en Administración de Empresas.

Formación complementaria; inglés, marketing y mercadeo.

Conocimientos específicos; comercialización del sector de telecomunicaciones.

Tiempo total de experiencia; 2 años.

10.4 MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DE SECRETARIA COMERCIAL



PERFIL DEL CARGO	DC - 001	
	Versión	1
	Fecha	29/08/2021
MANUAL DE FUNCIONES SECRETARIA COMERCIAL		

TITULO DEL CARGO: Secretaria Comercial

NIVEL DE ESTRUCTURA: Atención al usuario

CARGO AL QUE REPORTA DIRECTAMENTE: Director Comercial

CARGOS QUE COORDINA O QUE LE REPORTAN: Ninguno

NIVEL DE RIESGO ARL: II

JORNADA LABORAL: lunes a viernes 7:00 am a 5:30 pm / sábado 7:00 am a 1:30 pm.

OBJETIVO DEL CARGO: Brindar asesoría de calidad a los actuales y futuros usuarios para generar ventas y así cumplir con las metas establecidas por la empresa.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES PROPIAS DEL CARGO:

1-Conocer a profundidad los servicios que ofrece la empresa.

2-Brindar información completa sobre: condiciones de ventas, fechas y puntos de pagos.

3-Dar seguimiento al usuario puesto que la venta no se termina cuando este haya entregado a satisfacción los servicios contratados por él cliente.

4-Alcanzar las metas establecidas a su cargo.

5- Realizar el recaudo diario de dinero respectivo al pago de la mensualidad de los usuarios.

6-Recaudar el importe por los bienes o servicios adquiridos por el cliente en el establecimiento.

7-Verificar que las cifras por el intercambio comercial coincidan con lo reportado en el ticket, justificante o factura. Los totales y subtotales también deben ser comprobados.

8-Estar disponible para la realización de los arqueos de caja diarios y así velar por la funcionalidad correcta de su puesto de trabajo.

9-Regular el proceso de cola y responsabilizarse de que se cumple en función a las normas, evitándose así conflictos con/entre los clientes.

10-ofrecer al cliente una solución pronta la satisfacer su necesidad de servicio.

AUTORIDADES DEL CARGO PARA TOMA DE DECISIONES: El cargo no posee autoridad para tomar decisiones sobre los procesos de comercialización y administrativos. La gestión de riesgo de las actividades está identificada en Matriz de Peligros de la Compañía y no podrá el trabajador tomar decisiones sobre la suspensión, cambio o remplazo de las medidas tomadas.

CONFIDENCIALIDAD Y BIENES A MANEJAR: El trabajador debe mantener la confidencialidad de la información entregada por los usuarios, dando tratamiento a

los datos del mismo según establecido en la Ley 1581 de 2012; Proteger los contratos entregados para la gestión de su actividad.

REQUISITOS DEL PUESTO:

Titulo obtenido; Bachiller

Formación complementaria; Estudiante de Administración de Empresas y/o carreras afines.

Conocimientos específicos; Excel, Word, manejo de herramientas ofimáticas.

Tiempo total de experiencia; 1 año.

10.5 MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DE ASESOR COMERCIAL



PERFIL DEL CARGO	DC - 001	
	Versión	1
	Fecha	29/08/2021
MANUAL DE FUNCIONES ASESOR COMERCIAL		

TITULO DEL CARGO: Asesor Comercial

NIVEL DE ESTRUCTURA: Atención al usuario

CARGO AL QUE REPORTA DIRECTAMENTE: Director Comercial

CARGOS QUE COORDINA O QUE LE REPORTAN: Ninguno

NIVEL DE RIESGO ARL: II

JORNADA LABORAL: lunes a viernes 7:00 am a 5:30 pm / sábado 7:00 am a 1:30 pm.

OBJETIVO DEL CARGO: Brindar asesoría de calidad a los actuales y futuros usuarios para generar ventas y así cumplir con las metas establecidas por la empresa.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES PROPIAS DEL CARGO:

1-Conocer y capacitarse de manera responsable sobre todo lo relacionado con los servicios que ofrece la empresa.

2-Brindar información completa sobre: condiciones de ventas, fechas y puntos de pagos.

3-Dar seguimiento al usuario puesto que la venta no se termina cuando este haya instalado a satisfacción el servicio solicitado por él cliente.

4-Alcanzar las metas establecidas a su cargo.

5-Relaizar la gestión de postventa para promover la fidelidad de los clientes.

AUTORIDADES DEL CARGO PARA TOMA DE DECISIONES: El cargo no posee autoridad para tomar decisiones sobre los procesos de comercialización y administrativos. La gestión de riesgo de las actividades está identificada en Matriz de Peligros de la Compañía y no podrá el trabajador tomar decisiones sobre la suspensión, cambio o remplazo de las medidas tomadas.

CONFIDENCIALIDAD Y BIENES A MANEJAR: El trabajador debe mantener la confidencialidad de la información entregada por los usuarios, dando tratamiento a los datos del mismo según establecido en la Ley 1581 de 2012; Proteger los contratos entregados para la gestión de su actividad.

REQUISITOS DEL PUESTO:

Titulo obtenido; Bachiller

Formación complementaria; Estudiante de Administración de Empresas y/o carreras afines.

Conocimientos específicos; Excel, Word, manejo de herramientas ofimáticas.

Tiempo total de experiencia; 1 año.

10.6 MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DE TÉCNICO INSTALADOR.



PERFIL DEL CARGO	DC - 001	
	Versión	1
	Fecha	29/08/2021
MANUAL DE FUNCIONES TÉCNICO INSTALADOR		

TITULO DEL CARGO: Técnico Instalador

NIVEL DE ESTRUCTURA: Operativo

CARGO AL QUE REPORTA DIRECTAMENTE: Director Operativo

CARGOS QUE COORDINA O QUE LE REPORTAN: Ninguno

NIVEL DE RIESGO ARL: V

JORNADA LABORAL: lunes a viernes 7:00 am a 5:30 pm / sábado 7:00 am a 1:30 pm.

OBJETIVO DEL CARGO: Realizar la instalación, conexión, suspensión, traslado y revisión del servicio de televisión por suscripción e internet, según la programación de la compañía.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES PROPIAS DEL CARGO:

1-Cumplir con los horarios establecidos por la compañía para la realización de sus actividades diarias (ingreso, salida, almuerzo y descanso).

2-Cuidar y proteger los equipos entregados por la compañía para el ejercicio de sus actividades.

3-Mantener los equipos, herramientas y elementos de seguridad debidamente guardados, limpios e inspeccionados dentro de las instalaciones de la compañía cuando no estén en uso dentro del horario laboral.

4-Iniciar labores diarias bajo la indicación de su jefe inmediato, junto con la relación de ordenes asignadas para el día.

5-Diligenciar los formatos establecidos para realizar actividades de trabajo seguro en alturas.

6-Realizar la instalación del servicio de televisión por suscripción e internet según los procedimientos operativos establecidos por la empresa.

7-Reportar la instalación de puntos adicionales requeridos por el suscriptor, cuando no sean reportados en la afiliación.

8-Reportar el material utilizado durante la instalación, traslado o revisión de los servicios de televisión por suscripción e internet.

9-Hacer firmar por parte del cliente las ordenes de servicio entregadas para ejecutar.

10-Corregir toda falla técnica identificada durante la instalación, revisión, suspensión y traslado.

11-Mantener actitud deservicio con los clientes y usuarios, mediante un lenguaje formal, cordial y respetuoso.

12-Entregar de forma ordenada y relacionada en los formatos establecidos por la compañía los dineros recolectados por el recaudo de los servicios de instalación.

13-Reportar todo evento ocurrido durante la jornada de trabajo de forma inmediata.

14-Realizar la entrega de ordenes ejecutadas durante el día, al finalizar su jornada laboral.

15-Reportar a la oficina correspondiente las novedades en la ordenes, de forma inmediata.

16-Hacer uso de la dotación e identificarse con las prendas de la compañía durante la jornada laboral.

AUTORIDADES DEL CARGO PARA TOMA DE DECISIONES: El cargo no posee autoridad para tomar decisiones sobre los procesos de comercialización y administrativos. La gestión de riesgo de las actividades está identificada en Matriz de Peligros de la Compañía y no podrá el trabajador tomar decisiones sobre la suspensión, cambio o remplazo de las medidas tomadas.

CONFIDENCIALIDAD Y BIENES A MANEJAR: El trabajador debe mantener la confidencialidad de la información entregada por los usuarios, dando tratamiento a los datos del mismo según establecido en la Ley 1581 de 2012; Proteger los contratos entregados para la gestión de su actividad.

REQUISITOS DEL PUESTO:

Titulo obtenido; Bachiller

Formación complementaria; Estudiante de Ingeniería de Telecomunicaciones.

Conocimientos específicos; Experiencia en instalaciones de redes en fibra óptica FTTH.

Tiempo total de experiencia; 1 año.

10.7 MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DE SERVICIOS GENERALES



PERFIL DEL CARGO	DC - 001	
	Versión	1
	Fecha	29/08/2021
MANUAL DE FUNCIONES SERVICIOS GENERALES		

TITULO DEL CARGO: Servicios Generales

NIVEL DE ESTRUCTURA: Operativo

CARGO AL QUE REPORTA DIRECTAMENTE: Director Operativo / Gerente General

CARGOS QUE COORDINA O QUE LE REPORTAN: Ninguno

NIVEL DE RIESGO ARL: II

JORNADA LABORAL: lunes a viernes 7:00 am a 5:30 pm / sábado 7:00 am a 1:30 pm.

OBJETIVO DEL CARGO: Realizar las labores de aseo, limpieza y cafetería, para brindar comodidad a los funcionarios en los sitios de trabajo del área a la cual está prestando los servicios, conforme a las normas y procedimientos vigentes.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES PROPIAS DEL CARGO:

1-Realziar el aseo de las oficinas y áreas asignadas, antes del ingreso de los funcionarios y velar que se mantengan organizadas durante la jornada laboral.

2-Mantener los baños y lavamanos en perfectas condiciones de aseo y limpieza y con la dotación necesaria.

3-Clasificar la basura empacando desechos orgánicos, papeles y materiales sólidos en bolsas separadas.

4-Mantener limpios los muebles, enseres, ventanas, vidrios, cortinas, paredes y todo elemento accesorio de las áreas de las oficinas.

5-Prestar el servicio de cafetería a los funcionarios en sus oficinas y atender las reuniones que se lleven a cabo en las oficinas de su área de trabajo.

6-Velar por la buena presentación y orden de las oficinas y zonas comunes de la dependencia asignada.

7-Responder por el inventario y buen uso de los bienes muebles e inmuebles a su cargo.

8-Desempeñar las demás funciones que le sean asignadas por el jefe inmediato.

AUTORIDADES DEL CARGO PARA TOMA DE DECISIONES: El cargo no posee autoridad para tomar decisiones sobre los procesos de comercialización y administrativos. La gestión de riesgo de las actividades está identificada en Matriz de Peligros de la Compañía y no podrá el trabajador tomar decisiones sobre la suspensión, cambio o remplazo de las medidas tomadas.

CONFIDENCIALIDAD Y BIENES A MANEJAR: El trabajador debe mantener la confidencialidad de la información entregada por los usuarios, dando tratamiento a los datos del mismo según establecido en la Ley 1581 de 2012; Proteger los contratos entregados para la gestión de su actividad.

REQUISITOS DEL PUESTO:

Titulo obtenido; Bachiller

Formación complementaria; Ninguna.

Conocimientos específicos; Experiencia en la realización de servicios generales en áreas de trabajo.

Tiempo total de experiencia; 1 año.

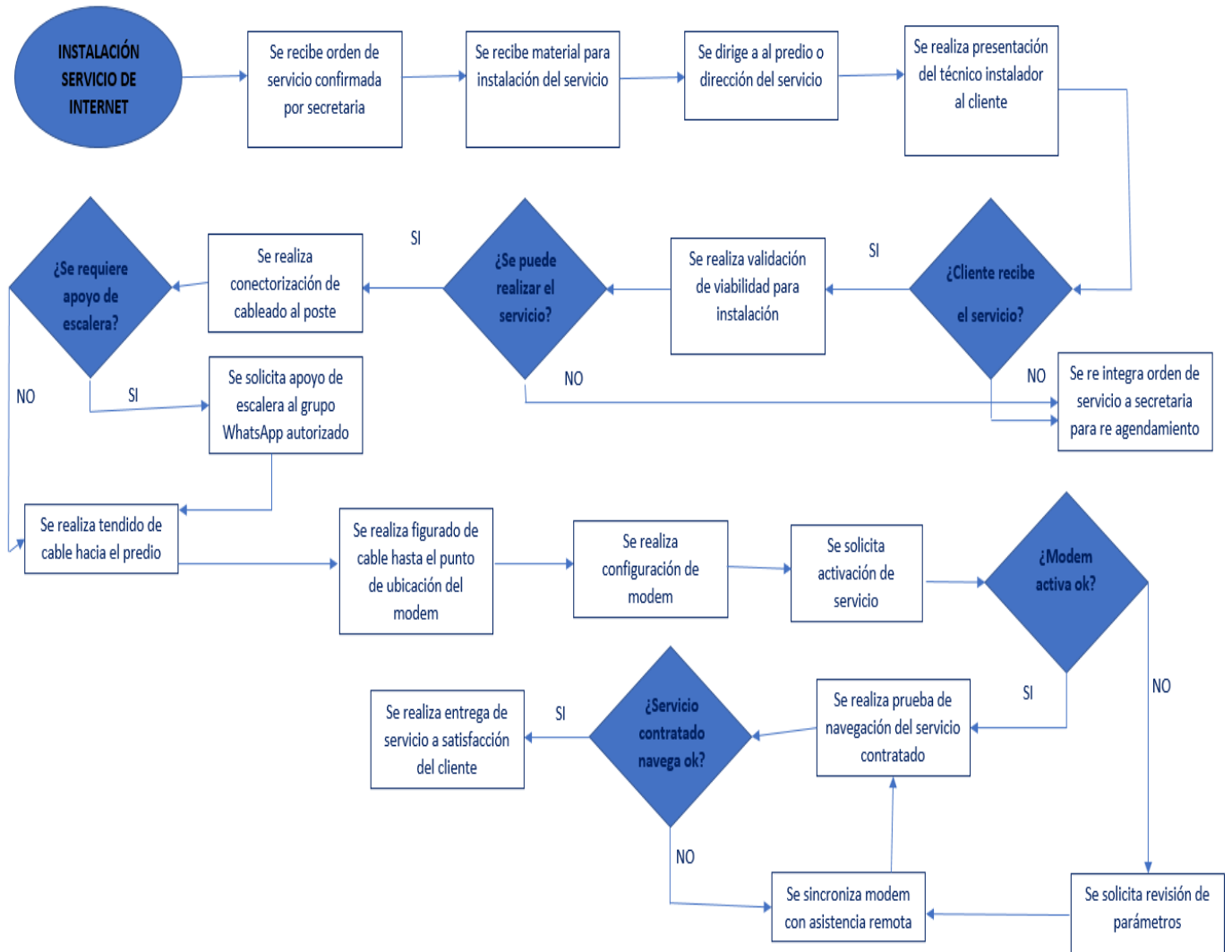
11. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

Según el autor Gutiérrez H, “la mejora continua es consecuencia de una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos, identificando las causas, creando nuevas ideas y proyectos de mejora, llevando a cabo planes, estudiando y aprendiendo de los resultados obtenidos y estandarizando los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño”.¹⁹ Razón por la cual, se realiza la entrega de esta propuesta de rediseño organizacional a la gerencia de la empresa, en donde se hace referencia a la implementación de los valores corporativos, políticas de la compañía, organigrama de sistema jerárquico, manuales de funciones y diagrama de flujo para el proceso de instalaciones del servicio de internet.

Así mismo, una vez realizado el diagnostico organizacional en donde se identificaron algunas falencias internas, se realiza el respectivo plan de mejora con el fin de elevar la productividad de la compañía COLOMBIA TELECONET S.A.S

¹⁹ Humberto Gutiérrez Pulido, 2010, Calidad total y productividad, citado de:
https://www.academia.edu/16588770/Gutierrez_2010_Calidad_total_y_productividad_3E

12. FLUJOGRAMA PROCESO DE INSTALACIÓN



Flujograma de procesos de Instalación por Sydney Vanessa González García y Víctor Manuel Díaz Callejas.

TABLA 5. FLUJOGRAMA PROCESO DE INSTALACIÓN

13. CONCLUSIONES

El proceso de diagnóstico realizado a la empresa COLOMBIA TELECONET S.A.S., permitió identificar debilidades importantes en el ámbito administrativo, las falencias identificadas no permitían realizar un proceso eficiente de las actividades propias de la organización, generando una descompensación entre la productividad y el volumen de ventas que realiza la empresa.

El desarrollo de las actividades de investigación permitieron recolectar datos porcentuales, los cuales fueron claves para que la junta directiva tomara la decisión de permitir realizar el rediseño organizacional de la empresa, de la misma manera, los fundadores se involucraron activamente en el proceso, generando un panorama objetivo en la implantación de la plataforma estratégica.

Mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos en la academia y la experiencia propia de la actividad laboral se realizó el rediseño organizacional a la compañía, entregando un resultado cuantitativo y cualitativo que permitirá en un futuro inmediato la ejecución de las actividades diarias de cada área, de manera productiva, incentivados en la mejora continua y la calidad de los procesos de la empresa.

Al terminar las etapas del rediseño se realiza la entrega de la propuesta de implementación a la compañía, en donde se diseñó un conjunto de matrices (productividad, control de operación, cumplimientos asesores) con las cuales se busca la mejora integral de los procesos y la valoración de los incentivos para los colaboradores de la empresa.

La compañía ahora cuenta con un horizonte fijo, lo cual permitirá garantizar un sentido de pertenencia de todos sus colaboradores, permitiendo que todos naveguen en el mismo rumbo, de manera que, la visión de la compañía se encamine a su cumplimiento a mediano plazo.

14.RECOMENDACIONES

Al realizar en el rediseño organizacional se recomienda a la empresa COLOMBIA TELECONET S.A.S., continuar con los programas de capacitación a los colaboradores de manera continua, garantizando así, una comunicación más clara de los procesos realizados por la empresa y la actualización de las nuevas tecnologías que constantemente evolucionan dentro de la actividad propia de la empresa.

Es recomendable la creación de indicadores de gestión con el fin de medir y controlar los procesos, generando estándares de calidad que permitan una mejora continua en todas las de empresa.

Es necesario realizar la respectiva divulgación de los resultados obtenidos en el rediseño de la empresa; con la finalidad que, todos los colaboradores tengan claros los manuales de funciones de su cargo, así mismo, la estructura jerárquica de la organización, los conductos regulares que se deben realizar para la toma de decisiones, solicitudes y las responsabilidades individuales, de manera que, se tengan siempre presentes los valores institucionales y las políticas de la compañía.

Se recomienda iniciar el programa de capacitación por áreas y continuar con el desarrollo de las matrices implementadas, con el fin de realizar la evaluación de los resultados obtenidos con el rediseño organizacional en una fecha posterior programada por la junta directiva.

15. BIBLIOGRAFÍA

- Karl Ludwig von Bertalanffy, Teoría general de los sistemas, ¿Qué es la organización? P. 49. 1976, Citado de <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/Teoria-General-de-los-Sistemas.pdf>
- Luis Miguel Manene, El enfoque sistémico aplicado en la organización empresarial, El sistema sus componentes y estructura. 2017, Citado de <https://actualidadempresa.com/enfoque-sistemico-aplicado-la-organizacion-empresarial/>
- Mery Gallego, Gestión Humana Basada en Competencias, contribución efectiva al logro de los objetivos organizacionales, 2000. Citado de Universidad EAFIT, Revista EAFIT.
- Gareth R. Jones, Teoría Organizacional, Diseño y cambio en las organizaciones, Tomado de Editorial Pearson, Capítulo 5, p 118, 2008, <https://www.politecnico metro.edu.co/biblioteca/emprendimiento/Teor%C3%ADa%20organizacional4taEdici%C3%B3nGarethRJones.pdf>
- Gareth R. Jones, Teoría Organizacional, Diseño y cambio en las organizaciones, Tomado de Editorial Pearson, Capítulo 5, p 119, 2008, <https://www.politecnico metro.edu.co/biblioteca/emprendimiento/Teor%C3%ADa%20organizacional4taEdici%C3%B3nGarethRJones.pdf>
- Ezequiel Ander-Egg, Técnicas de investigación social, Editorial Lumen, Capítulo 3 p 58, Buenos Aires, 1995,

<https://epiprimero.files.wordpress.com/2012/01/ander-egg-tecnicas-de-investigacion-social.pdf>

- Roberto Hernández Sampieri, Christian Paulina Mendoza Torres, Tomado de McGraw-Hill Interamericana, Biblioteca Universidad de Cundinamarca, 2018, <https://www-ebooks7-24-com.ucundinamarca.basesdedatosezproxy.com/?il=6443>
- Humberto Serna Gómez, Tomado de Fundación Universitaria María Cano, serie Manuales para la pequeña y mediana empresa Diagnóstico Estratégico, Primera edición, Medellín, 2015, https://www.fumc.edu.co/documentos/elibros/Diagnostico_estrategico.pdf
- Geimar Alberto Torres, Sebastián Villamil Galeano, Monografía, Rediseño Organizacional de las Compañías Colombiana de lentes S.A.S. y Optilab Colombia S.A.S., Repositorio Universidad de Cundinamarca, 2021.
- Toro Dupouy, L. (2017) La importancia de la estructura y el diseño organizacional como fuentes de competitividad, *Revista Harvard Deusto, Business Review*, Pág. 269, citado de <https://www.harvard-deusto.com/la-importancia-de-la-estructura-y-el-diseno-organizacional-como-fuentes-de-competitividad>
- Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012, Tomado de Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local, Chile, agosto de 2003, https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1251476959.alburquerque_et_al_2003_teorias_y_practica_del_enfoque_de_desarrollo_local_0.pdf
- Michael Hammer, 1994, Tomado de Reingeniería: Una herramienta de trabajo administrativo, Carlos Hernández Rodríguez, 2013, <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/04/11CA201202.pdf>

- Cámara de Comercio Sede Virtual, 2021. Tomado de, <file:///camara%20de%20comercio%20Teleconet%20SAS.pdf>
- Artículo 77, Tomado de Constitución Política de Colombia, 1991
- Ley 1341 del 30 de Julio de 2009. Artículo 2, numeral 2 <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36913>
- Comisión de Regulación de Comunicaciones, Resolución No. 5951 de 2020, pág. 4, tomado de https://www.mintic.gov.co/portal/715/articles-126394_Resolucion_5951_de_2020.pdf
- Keith Stanovich, Principales características de la investigación aplicada, 2007, Tomado de <https://blogposgrados.tijuana.iberomex.mx/investigacion-aplicada/>

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 9 de septiembre de 2021 Hora: 11:25:45

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN B21327546FCA46

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccb.org.co/certificadoselectronicos y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E
INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO
MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO
CERTIFICA:

NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

Razón social: COLOMBIA
TELECONET S A S Sigla: TELECONET
Nit: 900.972.276-0 Administración :
Dirección Seccional
De Impuestos De Bogotá, Régimen
Común
Domicilio principal: Soacha (Cundinamarca)

MATRÍCULA

Matrícula No. 02688736
Fecha de matrícula: 19 de
mayo de 2016 Último año
renovado: 2021
Fecha de renovación: 31 de marzo
de 2021 Grupo NIIF: GRUPO III.
Microempresas

UBICACIÓN

Dirección del domicilio principal:

Calle 15 9 21 Municipio:

Bogotá D.C.

Correo electrónico:	gerencia@teleconet.co
Teléfono comercial 1:	3163117088
Teléfono comercial 2:	7943492
Teléfono comercial 3:	No reportó.

Dirección para notificación judicial:

Calle 1 # 6A-40 Municipio: Ca

Bogotá D.C.

Correo electrónico de notificación:	gerencia
@teleconet.co Teléfono para notificación 1:	31631170

88

Teléfono para notificación 2:	7943492
Teléfono para notificación 3:	No reportó.

La persona jurídica NO autorizó para recibir notificaciones personales a través de correo electrónico, de conformidad con lo establecido en los artículos 291 del Código General del Procesos y 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso

Administrativo.

CONSTITUCIÓN

Por Documento Privado No. Sin núm. del 2 de mayo de 2016 de Asamblea de Accionistas, inscrito en esta Cámara de Comercio el 19 de mayo de 2016, con el No. 02105142 del Libro IX, se constituyó la sociedad de naturaleza Comercial denominada COLOMBIA TELECONET S A S.

TÉRMINO DE DURACIÓN

La persona jurídica no se encuentra disuelta y su duración es indefinida.

OBJETO SOCIAL

La sociedad tendrá por objeto principal A.- El desarrollo del servicio de las telecomunicaciones, difusión de internet, televisión por suscripción, montaje de redes, mantenimiento y revisión de cabeceras equipos y todo lo relacionado con la infraestructura de redes. B.- Importación y comercialización de sistemas de televisión e internet, contratar como agente comercial con otras empresas para desarrollar estas actividades. C.- La prestación de servicio de instalación producción, distribución de cualquier tipo de estaciones canales, redes, mediante el uso y utilización de su propia infraestructura y de la que proporcione a cualquier título y/o terceros. D. Manejo de comunicaciones internas externas e institucionales y todas las demás inherentes al desarrollo del objeto social. E.- Producción y realización de videos comerciales e institucionales. F.- Producción de impresos y publicaciones.

CAPITAL

* CAPITAL AUTORIZADO *

Valor	:	\$24.000.000,00			
No. de acciones	:	1.500,00	Valor nominal	:	\$16.000,00

* CAPITAL
SUSCRITO
*

Valor : \$276.000.000,00
No. de acciones : 17.250,00
Valor nominal : \$16.000,00

* CAPITAL
PAGADO *

Valor : \$276.000.000,00
No. de acciones : 17.250,00
Valor nominal : \$16.000,00

REPRESENTACIÓN LEGAL

La representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo del gerente, tendrá suplente. El suplente del gerente lo reemplazará en sus ausencias temporales y absolutas. El suplente tendrá las mismas atribuciones que el gerente cuando entre a reemplazarlo.

FACULTADES Y LIMITACIONES DEL REPRESENTANTE LEGAL

El gerente está facultado para ejecutar a nombre de la sociedad todos los actos y contrato relacionados directamente con el objeto de la sociedad todos los actos y contrato relacionados directamente con el objeto de la sociedad, sin límite de cuantía. Serán funciones específicas del cargo, las siguientes A) Constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad. B) Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales. C) Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad. D) Velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva. E) Certificar juntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales. F) Designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos que de acuerdo a las circunstancias

sean convenientes; además, fijara las remuneraciones correspondientes, dentro de los límites establecidos

en el presupuesto anual de ingresos y egresos. G) Celebrar los actos y contratos comprendido en el objeto social de la compañía y necesarios para que este desarrolle plenamente los fines para los cuales ha sido constituida. H) Cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales y en estos estatutos. El gerente queda facultado para celebrar actos y contratos, en desarrollo del objeto de la sociedad. Con entidades públicas, privadas y mixtas.

NOMBRAMIENTOS REPRESENTANTES

LEGALES

Mediante Documento Privado No. Sin núm. del 2 de mayo de 2016, de Asamblea de Accionistas, inscrita en esta Cámara de Comercio el 19 de mayo de 2016 con el No. 02105142 del Libro IX, se designó a:

CARGO	NOMBRE IDENTIFICACIÓN		
Gerente	Luis Eduardo Montenegro Lesmes	C.C. No.	000000079040250
Suplente Gerente	Del Fabio González	Cubillos	C.C. No. 000000003179478

REVISORES FISCALES

Mediante Acta No. 6 del 5 de octubre de 2020, de Asamblea de Accionistas, inscrita en esta Cámara de Comercio el 15 de octubre de 2020 con el No. 02625395 del Libro IX, se designó a:

CARGO	NOMBRE IDENTIFICACIÓN		
Revisor Fiscal	Guevara Bermúdez	C.C. No.	000000079971348
principal	Diego Alejandro	T.P. No.	121940-T
Revisor Fiscal	Karen Marcela	Neuta	C.C. No.
suplente	234162-T		T.P. No.

RECURSOS CONTRA LOS ACTOS DE INSCRIPCIÓN

De conformidad con lo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y la Ley 962 de 2005, los actos administrativos de registro, quedan en firme dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de inscripción, siempre que no sean objeto de recursos. Para estos efectos, se informa que, para la Cámara de Comercio de Bogotá, los sábados NO son días hábiles.

Una vez interpuestos los recursos, los actos administrativos recurridos quedan en efecto suspensivo, hasta tanto los mismos sean resueltos, conforme lo prevé el artículo 79 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

A la fecha y hora de expedición de este certificado, NO se encuentra en curso ningún recurso.

CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS - CIIU

Actividad principal Código CIIU:	6190
Actividad secundaria Código CIIU:	6020
Otras actividades Código CIIU:	1811

TAMAÑO EMPRESARIAL

De conformidad con lo previsto en el artículo 2.2.1.13.2.1 del Decreto 1074 de 2015 y la Resolución 2225 de 2019 del DANE el tamaño de la empresa es Mediana

Lo anterior de acuerdo a la información reportada por el matriculado o inscrito en el formulario RUES:

Ingresos por actividad ordinaria \$ 5.526.604.000
Actividad económica por la que percibió mayores ingresos en el período - CIIU: 6190

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Que, los datos del empresario y/o el establecimiento de comercio han sido puestos a disposición de la Policía Nacional a través de la consulta a la base de datos del RUES.

Los siguientes datos sobre Planeación son informativos: Fecha de envío de información a Planeación: 5 de agosto de 2021. \n \n Señor empresario, si su empresa tiene activos inferiores a 30.000 SMLMV y una planta de personal de menos de 200 trabajadores, usted tiene derecho a recibir un descuento en el pago de los parafiscales de 75% en el primer año de constitución de su empresa, de 50% en el segundo año y de 25% en el tercer año. Ley 590 de 2000 y Decreto 525 de 2009. Recuerde ingresar a www.supersociedades.gov.co para verificar si su empresa está obligada a remitir estados financieros. Evite sanciones.

El presente certificado no constituye permiso de funcionamiento en ningún caso.

***** Este certificado refleja la situación jurídica registral de la sociedad, a la fecha y hora de su expedición.

***** Este certificado fue generado electrónicamente con firma digital y cuenta con plena validez jurídica conforme a la Ley 527 de 1999.

***** Firma mecánica de conformidad con el Decreto 2150 de 1995 y la autorización impartida por la Superintendencia de Industria y Comercio, mediante el oficio del 18 de noviembre de 1996.

