



claro
TecnoCell

CREACIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA Y ESTRUCTURA
ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA CLARO TECNOCELL

SHARIK TATIANA SANCHEZ MACHADO

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR SECCIONAL AGUACHICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONOMICAS
ECONOMÍA
AGUACHICA CESAR
2023

CREACIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA Y ESTRUCTURA
ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA CLARO TECNOCELL

SHARIK TATIANA SANCHEZ MACHADO

Prácticas curriculares

Asesor:

CAMILO XXXXXXXXXXXXXXXX

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR SECCIONAL AGUACHICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONOMICAS
ECONOMÍA
AGUACHICA CESAR
2023

Tabla de Contenido

CAPÍTULO 1	6
1. Aspectos Básicos de la Empresa:.....	6
1.1. Actividad Económica que desarrolla la empresa	6
1.2. Misión	7
1.3. Visión.....	7
1.4. Políticas	7
1.5. Valore	7
1.7. Área Específica de la Práctica.....	7
CAPITULO 2	9
2. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.....	9
2.1. Nombre del trabajo	9
2.2. Diagnostico.....	9
2.3. Justificación	11
2.4. Objetivos.....	12
2.5. Plan de actividades	13
CAPITULO 3.....	14
3. DESARROLLO DE LA PRÁCTICA	14
3.1. Desarrollo del Objetivo específico 1:	14
3.2. Desarrollo del Objetivo específico 2:	15
3.3. Desarrollo del Objetivo específico 3.	19
3.4. CONCLUSIÓN.....	25
3.5. RECOMENDACIONES	26
Bibliografía.....	27

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Diagrama causa – efecto	10
Ilustración 2. Plan de actividades.....	13
Ilustración 3. Logotipo de la empresa Claro TecnoCell.....	14
Ilustración 4. Organigrama	16

INTRODUCCIÓN

Este informe presenta los resultados de las prácticas curriculares llevadas a cabo en el área administrativa de CLARO TECNOCELL, como requisito para la obtención del título de Economista. El enfoque principal de estas prácticas fue la creación de la identidad corporativa y la estructura organizacional de la empresa.

El informe comienza con una presentación detallada de CLARO TECNOCELL, incluyendo aspectos fundamentales como su ubicación geográfica, la actividad económica que desarrolla, así como su misión y visión. Esta información proporciona un marco de referencia para entender el contexto en el que se desarrolló el trabajo.

Posteriormente, se abordan los elementos necesarios para establecer completamente la estructura administrativa de la empresa. Este proceso incluye la definición de políticas para proveedores y clientes, la creación de un organigrama, entre otros aspectos relevantes.

El objetivo de este informe es proporcionar una visión integral de la estructura organizacional de CLARO TECNOCELL, y cómo esta estructura puede contribuir al logro de sus objetivos estratégicos

CAPÍTULO 1

1. Aspectos Básicos de la Empresa:

Claro Tecnocell es una empresa dedicada al sector de tecnología, ubicada en la calle 5ta con carrera 22 #22 – 35 barrio Las Américas. La empresa se especializa en la prestación de servicios de financiamiento para equipos tecnológicos a través de diversas plataformas, incluyendo Claro Directo, Banco de Bogotá, Crediminuto, entre otras. Además, ofrece la venta al contado de equipos tecnológicos y accesorios.

En la actualidad, la gestión operativa de la empresa está a cargo de la propietaria, Sharik Tatiana Sánchez Machado, quien también cursa estudios de Economía en la Universidad Popular del Cesar.

La orientación estratégica de Claro Tecnocell se enfoca en brindar soluciones financieras y acceso a tecnología a sus clientes a través de alianzas con diversas entidades financieras y proveedores de renombre en el mercado. La empresa busca eficiencia en sus operaciones y se esfuerza por mantenerse actualizada con las tendencias del sector tecnológico para satisfacer las necesidades cambiantes de sus clientes.

Con la firme convicción de alcanzar el éxito empresarial, la administradora, Sharik Tatiana Sánchez Machado, se propone liderar la empresa hacia un crecimiento sostenido. Su enfoque consiste en implementar estrategias efectivas, optimizar procesos y mantener una visión proactiva en el dinámico entorno tecnológico. La meta principal es consolidar a Claro Tecnocell como referente en el mercado, ofreciendo productos y servicios de calidad que contribuyan al desarrollo y satisfacción de sus clientes.

1.1. Actividad Económica que desarrolla la empresa

Claro TecnoCell en su RUT registra como actividad principal el código CIIU G4741, el cual corresponde al comercio al por menor de computadores, equipos periféricos, programas de informática y equipos de telecomunicaciones en establecimiento especializado y como actividad secundaria, registra el código CIIU J6190 que son otras actividades de telecomunicaciones.

La empresa ofrece los servicios de venta de equipos tecnológicos, financiados a través de plataformas y la venta de contado de equipos tecnológicos y accesorios.

1.2. Misión

Se desarrollan en el tercer capítulo.

1.3. Visión

Se desarrollan en el tercer capítulo.

1.4. Políticas

Se desarrollan en el tercer capítulo.

1.5. Valore

Se desarrollan en el tercer capítulo.

1.6. Organigrama

Se desarrollan en el tercer capítulo.

1.7. Área Específica de la Práctica

El área seleccionada para la práctica es la administración, un sector crucial dentro de cualquier organización. Desde esta área se definen las líneas estratégicas y el camino a seguir para la empresa, estableciendo las bases para su funcionamiento y crecimiento.

El proceso de prácticas es de vital importancia, ya que permite a los estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos durante su formación académica en un entorno real y dinámico. Esta experiencia no solo refuerza su aprendizaje, sino que también les proporciona una valiosa perspectiva práctica que puede ser fundamental para su desarrollo profesional.

Las prácticas curriculares desempeñan un papel crucial en la formación de los estudiantes universitarios. En la Universidad Popular del Cesar, estas prácticas tienen como objetivo no solo adquirir conocimientos teóricos, sino también desarrollar habilidades y destrezas necesarias para enfrentar desafíos del mundo laboral. Dentro de este contexto, se busca desarrollar y estructurar el estudio organizacional de la empresa CLARO TECNOCELL.

Durante el desarrollo de la práctica, se llevará a cabo un estudio administrativo de la empresa. Este estudio es un análisis que abarca varios aspectos clave de la

organización. Entre los temas que se tratarán en el estudio organizacional se incluyen:

- Imagen corporativa
- La misión, visión, principios y valores de la empresa.
- La estructura organizativa, incluyendo el organigrama y las descripciones de los roles y responsabilidades.
- Las políticas internas.

Realizar la práctica en el área de administración proporcionará una visión integral de la empresa y permitirá la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos, contribuyendo así al crecimiento personal y profesional del estudiante.

CAPITULO 2

2. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.

2.1. Nombre del trabajo

Creación de la Identidad Corporativa y Estructura Organizacional de la Empresa Claro TecnoCell de Aguachica Cesar.

2.2. Diagnostico

Claro TecnoCell, una empresa emergente en el sector de servicios financieros para equipos tecnológicos, se enfrenta a desafíos significativos debido a la falta de una estructura organizacional sólida y bien definida. Esta carencia se manifiesta en varios aspectos clave que inciden en su funcionamiento y competitividad en el mercado.

La ausencia de un manual de funciones claras y actualizadas representa uno de los principales problemas para la empresa. La falta de definición precisa de roles y responsabilidades entre los empleados conduce a confusiones y superposiciones de tareas, lo que afecta negativamente la eficiencia operativa y la toma de decisiones. Sin un documento que especifique las responsabilidades de cada puesto, se dificulta la coordinación.

Asimismo, la carencia de un logo y una identidad visual definida representa un desafío adicional para Claro TecnoCell. La falta de una imagen corporativa sólida dificulta la construcción de una identidad de marca coherente y reconocible en el mercado. Esto puede afectar la percepción de la empresa por parte de los clientes y dificultar la diferenciación frente a la competencia.

Otro aspecto relevante es la carencia de políticas y procedimientos formalizados en áreas clave de la empresa. La ausencia de políticas claras en diferentes temas, puede generar inconsistencias en la operación diaria y aumentar el riesgo de errores y conflictos. Además, la falta de procedimientos estandarizados dificulta la ejecución eficiente de las actividades comerciales y financieras, lo que puede resultar en retrasos en la entrega de servicios y una experiencia deficiente para los clientes.

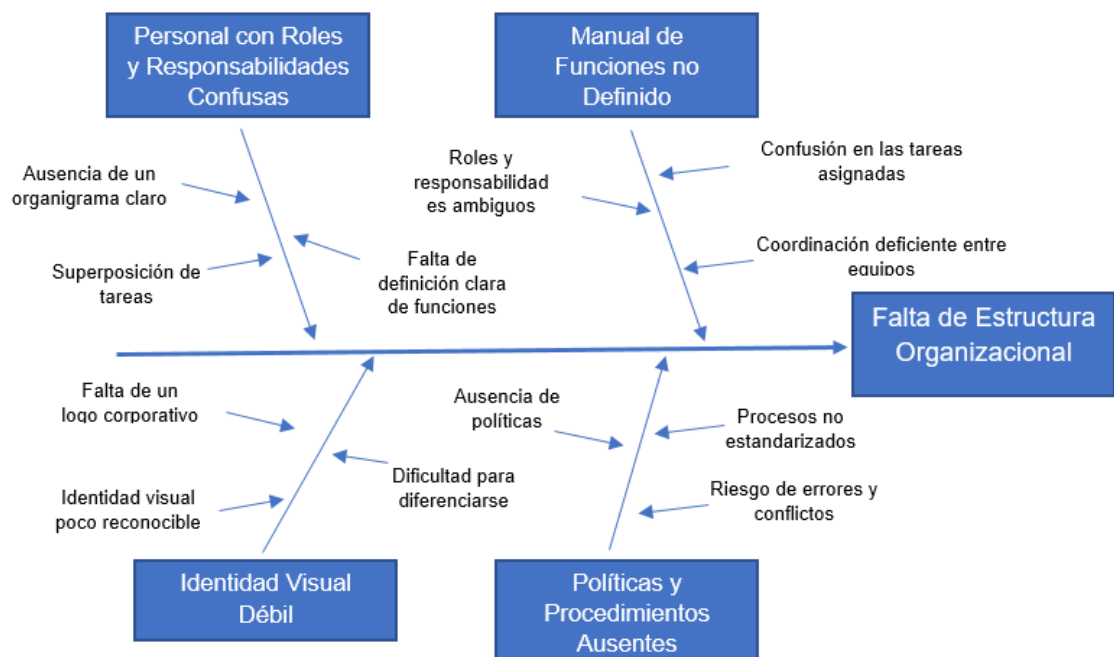
El impacto de la falta de una estructura organizacional adecuada se refleja en la pérdida de competitividad de Claro TecnoCell en el mercado. La ausencia de factores administrativos definidos limita su capacidad para adaptarse ágilmente a un entorno competitivo en constante cambio y para satisfacer las necesidades de sus clientes de manera efectiva.

Para abordar estos desafíos, es fundamental que Claro TecnoCell realice un estudio organizacional integral que incluya la elaboración de un manual de funciones actualizado, el diseño de un logo y una identidad visual coherente, y el establecimiento de políticas y procedimientos formales en áreas clave de la empresa. Estas medidas contribuirán a fortalecer la estructura organizacional de la empresa y a mejorar su competitividad en el mercado.

Para la elaboración del diagnóstico de la institución, se implementara un diagrama de Ishikawa el cual posibilita determinar los elementos que intervienen en el comportamiento de los procesos, haciendo una relación de las causas y efectos. De igual manera permite tener una idea de la relación de las causas en un asunto específico (Burgasí, et al, 2021. Pp. 1212-1230)

Un diagrama de Causa y Efecto es la representación de varios elementos (causas) de un sistema que pueden contribuir a un problema (efecto). Fue desarrollado en 1943 por el Profesor Kaoru Ishikawa en Tokio. Algunas veces es denominado Diagrama Ishikawa o Diagrama Espina de Pescado por su parecido con el esqueleto de un pescado. Es una herramienta efectiva para estudiar procesos y situaciones, y para desarrollar un plan de recolección de datos (León, et al, 2021)

Ilustración 1. *Diagrama causa – efecto*



Claro TecnoCell enfrenta un desafío significativo debido a la falta de una estructura organizacional bien definida. Esta carencia se manifiesta en varios aspectos clave

que inciden en su funcionamiento y competitividad en el mercado. Según el análisis realizado, se identifican cuatro áreas críticas que contribuyen a esta problemática. La ausencia de un manual de funciones claras y actualizadas dificulta la asignación efectiva de responsabilidades y tareas dentro de la empresa. Sin una guía que especifique los roles y responsabilidades de cada puesto, se generan ambigüedades y confusiones en cuanto a las funciones de los empleados.

La falta de claridad en los roles y responsabilidades del personal conduce a una coordinación deficiente entre equipos y a una ejecución ineficiente de tareas. Esta confusión en las tareas asignadas puede generar retrasos, errores y una pérdida de eficiencia operativa en la empresa. Por otra parte, la carencia de una identidad visual sólida dificulta la diferenciación de Claro TecnoCell en el mercado y la construcción de una imagen de marca coherente y reconocible. Esto puede afectar negativamente la percepción de la empresa por parte de los clientes y su capacidad para atraer y retener clientes potenciales.

Además, la falta de políticas y procedimientos formales en áreas clave de la empresa, como recursos humanos, gestión financiera y atención al cliente, genera inconsistencias en la operación diaria y aumenta el riesgo de errores y conflictos. Además, la ausencia de procedimientos estandarizados dificulta la ejecución eficiente de las actividades comerciales y financieras.

En resumen, la falta de una estructura organizacional sólida en Claro TecnoCell tiene un impacto significativo en su funcionamiento y competitividad en el mercado. La carencia de un manual de funciones definido, roles y responsabilidades claros, una identidad visual fuerte y políticas y procedimientos formales contribuye a la ineficiencia operativa, la confusión interna y la dificultad para diferenciarse en un entorno competitivo. Para abordar esta problemática, es crucial que la empresa desarrolle e implemente un enfoque organizacional más estructurado y formalizado.

2.3. Justificación

La realización de prácticas curriculares en Claro TecnoCell, enfocadas en la creación de la identidad corporativa y la estructura organizacional de la empresa, representa una oportunidad invaluable tanto para la estudiante como para la empresa misma. Desde la perspectiva del estudiante, estas prácticas le permiten aplicar y consolidar los conocimientos adquiridos en el aula en un entorno laboral real. La oportunidad de participar en la definición y desarrollo de la identidad corporativa y la estructura organizacional de una empresa en crecimiento como Claro TecnoCell le brinda una experiencia práctica única que complementa su formación académica.

Por otro lado, para Claro TecnoCell, la participación de estudiantes en estas prácticas ofrece beneficios significativos. La colaboración con estudiantes permite

a la empresa acceder a nuevas ideas, perspectivas frescas y enfoques innovadores para abordar los desafíos identificados en su diagnóstico organizacional, como la falta de una estructura organizacional sólida y una identidad visual definida. Los estudiantes pueden aportar creatividad y conocimientos actualizados en áreas como el diseño de logos, la elaboración de manuales de funciones y la definición de políticas y procedimientos. Además, al involucrar a los estudiantes en la mejora de la estructura organizacional y la identidad corporativa, la empresa está invirtiendo en su propio desarrollo y crecimiento a largo plazo, fortaleciendo su posición en el mercado y mejorando su competitividad.

Las prácticas curriculares que involucran la creación de la identidad corporativa y la estructura organizacional de Claro TecnoCell representan una oportunidad valiosa tanto para los estudiantes como para la empresa. Estas prácticas permiten a los estudiantes aplicar sus conocimientos en un contexto laboral real, mientras que proporcionan a la empresa acceso a nuevas ideas y enfoques para mejorar su funcionamiento y competitividad.

2.4. Objetivos

- **Objetivo General**

Crear la identidad corporativa y estructura organizacional de la empresa Claro TecnoCell de Aguachica – Cesar, para fortalecer su posicionamiento en el mercado.

- **Objetivos Específicos**

- Definir la identidad visual de la empresa Claro TecnoCell de Aguachica – Cesar, mediante la creación de un logo distintivo, con el fin de transmitir una imagen coherente y atractiva a clientes potenciales y actuales.
- Elaborar el organigrama y manual de perfiles requeridos para cada puesto, para mejorar la coordinación, la eficiencia operativa y la toma de decisiones
- Formular la misión, visión, valores y principios de Claro TecnoCell, para alinear las actividades de la empresa con sus objetivos a largo plazo y fomentar una cultura organizacional sólida.

2.5. Plan de actividades

Ilustración 2. Plan de actividades.

ACTIVIDAD	FEB		MARZO				ABRIL				MAYO				JUN	
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Definición de aspectos básicos de la empresa																
Diagnóstico de la empresa																
Definir la misión y visión de la empresa																
Semana Santa																
Creación del logo distintivo de la empresa																
Elaboración del organigrama																
Definición de valores y principios																
Definición de políticas																
Elaboración de manual de funciones.																
Definición de perfiles requeridos																
Sustentación de informe																

CAPITULO 3

3. DESARROLLO DE LA PRÁCTICA

3.1. Desarrollo del Objetivo específico 1:

- **Imagen corporativa.**

Ilustración 3. Logotipo de la empresa Claro TecnoCell.



El logotipo de Claro TecnoCell ha sido diseñado para reflejar la esencia y los valores fundamentales de la empresa, transmitiendo a los clientes una imagen de innovación, conectividad, profesionalismo y confianza. A continuación, se presenta una especificación detallada de los elementos que componen el logotipo y su significado:

- **Componentes Visuales:**
 - **Imagen de un celular:** este elemento visual simboliza la principal actividad de Claro TecnoCell, la venta y financiamiento de equipos tecnológicos. Las ondas de señal representan la conectividad, enfatizando la relevancia de la tecnología y la comunicación en la oferta de la empresa.

- **Chip al lado izquierdo del celular:** el chip tecnológico simboliza la innovación y la calidad en los productos ofrecidos por Claro TecnoCell. Representa la base tecnológica sólida y avanzada sobre la cual la empresa construye su oferta de productos y servicios.
- **Colores:**
 - **Rojo predominante:** el rojo es un color que capta la atención y simboliza pasión, energía y poder. Este color refleja la vitalidad de Claro TecnoCell, así como su compromiso con la innovación constante.
 - **Detalles en blanco:** el blanco simboliza claridad, simplicidad y transparencia. Este color equilibra la intensidad del rojo, proporcionando una sensación de confianza y profesionalidad, lo que indica que la empresa opera con honestidad y apertura hacia sus clientes.
- **Mensaje Transmitido a los Clientes:**
El logotipo de Claro TecnoCell está diseñado para transmitir varios mensajes clave a sus clientes:
 - **Innovación y Conectividad:** la combinación del celular con las ondas de señal y el chip tecnológico destaca el compromiso de Claro TecnoCell con la tecnología de vanguardia y la conectividad, esenciales en la era moderna.
 - **Dinamismo y Energía:** el color rojo dominante sugiere que Claro TecnoCell es una empresa dinámica y enérgica, siempre a la vanguardia del sector tecnológico y dedicado a ofrecer productos y servicios de alta calidad.
 - **Transparencia y Claridad:** los detalles en blanco aportan una sensación de transparencia y claridad, indicando que Claro TecnoCell opera con integridad y transparencia, fortaleciendo la confianza de sus clientes.

3.2. Desarrollo del Objetivo específico 2:

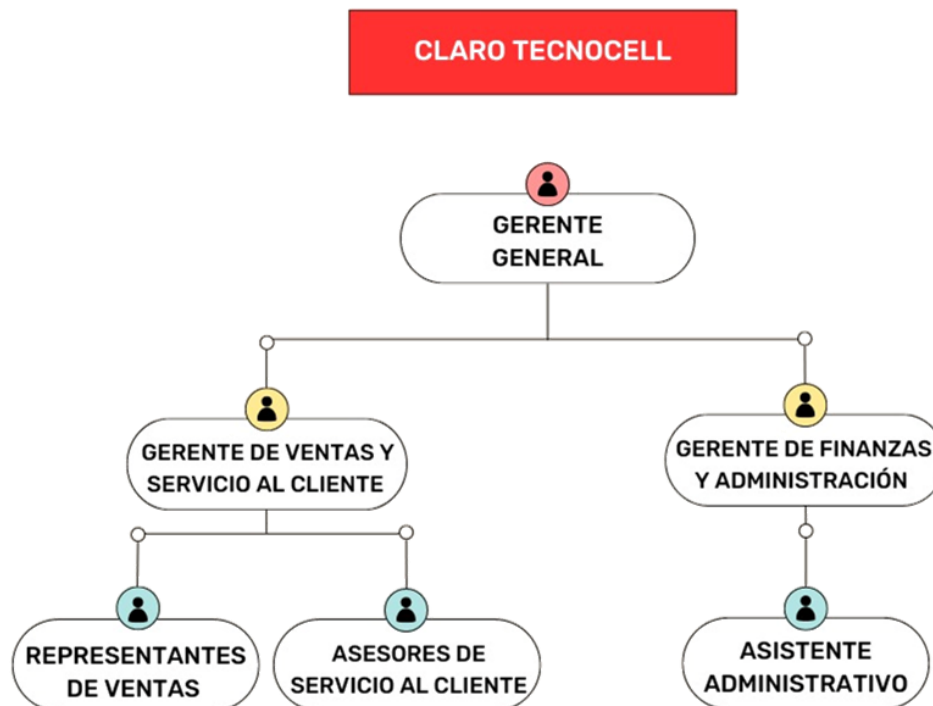
Como parte del estudio organizacional de Claro TecnoCell, una empresa pequeña y en crecimiento en el sector tecnológico, es esencial establecer una estructura organizativa clara para mejorar la eficiencia y efectividad de sus operaciones. En la actualidad, Claro TecnoCell carece de un organigrama formal y de descripciones de perfiles bien definidas, lo que genera confusión en la asignación de responsabilidades y dificulta la coordinación interna.

La elaboración de un organigrama y un manual de perfiles para cada puesto es un paso fundamental para organizar y profesionalizar la gestión interna de la empresa. Este esfuerzo permitirá definir claramente las funciones y responsabilidades de cada miembro del equipo, lo que contribuirá a mejorar la comunicación y la toma de decisiones dentro de la empresa. Además, facilitará la identificación de áreas de mejora y la optimización de los procesos operativos.

Un organigrama bien estructurado proporcionará a Claro TecnoCell una visión clara de su jerarquía y líneas de reporte, lo que es crucial para una gestión eficiente, especialmente en una etapa temprana de desarrollo empresarial. Por su parte, el manual de perfiles servirá como una guía detallada para cada puesto, ayudando a los empleados a entender sus roles específicos y las expectativas asociadas a ellos. Esto no solo mejorará la coordinación y la eficiencia operativa, sino que también contribuirá a crear un ambiente de trabajo más organizado y productivo.

- **Organigrama.**

Ilustración 4. *Organigrama*



- **Perfiles requeridos.**

IDENTIFICACIÓN DE CARGO. Gerente general	
Departamento: área administrativa.	
Numero de cargo: uno (1)	
Horario: Lunes a Viernes: 7:00 am – 5:00 pm y sábados: 7:00 am – 12:00 m	
Descripción del cargo.	
Estudios requeridos:	Profesional en economía, administración de empresas, ingeniero industrial o estudios a fines.
Experiencia requerida:	Experiencia demostrable de 2 años en posiciones de liderazgo y gestión empresarial.
Responsabilidades del cargo.	
➤ Definir y supervisar la estrategia general de la empresa. ➤ Tomar decisiones clave para la operación y el crecimiento de la empresa. ➤ Coordinar y gestionar los recursos financieros y humanos. ➤ Representar a la empresa en negociaciones y relaciones públicas. ➤ Asegurar el cumplimiento de los objetivos y metas establecidos	

IDENTIFICACIÓN DE CARGO. Gerente de Ventas y Servicio al Cliente	
Departamento: Ventas y Servicio al Cliente	
Numero de cargo: uno (1)	
Horario: Lunes a Viernes: 7:00 am – 5:00 pm y sábados: 7:00 am – 12:00 m	
Descripción del cargo.	
Estudios requeridos:	Profesional en Mercadeo, Administración de Empresas o afines.
Experiencia requerida:	Experiencia demostrable de mínimo 1 año en gestión de ventas y atención al cliente.
Responsabilidades del cargo.	
➤ Planificar y supervisar las estrategias de ventas. ➤ Coordinar y liderar al equipo de ventas y atención al cliente. ➤ Asegurar la satisfacción del cliente y resolver problemas. ➤ Monitorear el desempeño del equipo y establecer metas. ➤ Desarrollar y mantener relaciones con clientes clave.	

IDENTIFICACIÓN DE CARGO. Gerente de Finanzas y Administración	
Departamento: Finanzas y Administración.	
Numero de cargo: uno (1)	

Horario: Lunes a Viernes: 7:00 am – 5:00 pm y sábados: 7:00 am – 12:00 m	
Descripción del cargo.	
Estudios requeridos:	Profesional en contaduría pública
Experiencia requerida:	Experiencia demostrable de mínimo 2 años en gestión financiera y administrativa.
Responsabilidades del cargo.	
➤ Planificar y supervisar las estrategia ➤ Supervisar y gestionar las finanzas de la empresa. ➤ Realizar análisis financieros y elaborar informes. ➤ Coordinar las actividades administrativas y de recursos humanos. ➤ Asegurar el cumplimiento de las normativas financieras. ➤ Contribuir a la planificación financiera y presupuestaria. ➤ Brindar análisis financiero para respaldar decisiones.	

IDENTIFICACIÓN DE CARGO.	
Representante de Ventas	
Departamento: Ventas y Servicio al Cliente.	
Numero de cargo: uno (1)	
Horario: Lunes a Viernes: 7:00 am – 5:00 pm y sábados: 7:00 am – 12:00 m	
Descripción del cargo.	
Estudios requeridos:	Técnico en Ventas o Mercadeo.
Experiencia requerida:	Experiencia demostrable de mínimo 1 año en ventas.
Responsabilidades del cargo.	
➤ Identificar y contactar a clientes potenciales. ➤ Presentar y vender productos tecnológicos. ➤ Mantener relaciones con los clientes y asegurar su satisfacción. ➤ Alcanzar y superar las metas de ventas establecidas. ➤ Mantener registros actualizados de ventas y actividades. ➤ Participar en ferias y eventos para promocionar la marca.	

IDENTIFICACIÓN DE CARGO.	
Asesor de Servicio al Cliente	
Departamento: Ventas y Servicio al Cliente.	
Numero de cargo: uno (1)	
Horario: Lunes a Viernes: 7:00 am – 5:00 pm y sábados: 7:00 am – 12:00 m	
Descripción del cargo.	
Estudios requeridos:	Técnico en Atención al Cliente o afines.
Experiencia requerida:	Experiencia demostrable de mínimo 1 año en atención al cliente

Responsabilidades del cargo.	
➤ Atender y resolver consultas y problemas de los clientes. ➤ Proporcionar información sobre productos y servicios. ➤ Mantener registros precisos de las interacciones con los clientes. ➤ Colaborar con el equipo de ventas para mejorar la satisfacción del cliente. ➤ Recoger y comunicar feedback de los clientes a la gerencia.	

IDENTIFICACIÓN DE CARGO.	
Asistente Administrativo	
Departamento: Finanzas y Administración	
Numero de cargo: uno (1)	
Horario: Lunes a Viernes: 7:00 am – 5:00 pm y sábados: 7:00 am – 12:00 m	
Descripción del cargo.	
Estudios requeridos:	Técnico en Administración o afines.
Experiencia requerida:	Experiencia demostrable de mínimo 1 año en funciones administrativas
Responsabilidades del cargo.	
➤ Apoyar en la gestión administrativa y financiera. ➤ Realizar tareas de archivo, correspondencia y documentación. ➤ Asistir en la preparación de informes y reportes. ➤ Coordinar citas y reuniones. ➤ Apoyar en la gestión de recursos humanos y compras.	

3.3. Desarrollo del Objetivo específico 3.

Un componente crucial para alcanzar los objetivos institucionales es la formulación de la misión, visión, valores y principios de la empresa, definir estos elementos permitirá a Claro TecnoCell alinear sus actividades diarias con sus objetivos estratégicos a largo plazo y fomentar una cultura organizacional sólida.

Los valores reflejarán el compromiso de la empresa con la integridad, la innovación, la calidad, la orientación al cliente, la responsabilidad, el trabajo en equipo y el compromiso. Por su parte, los principios establecerán las bases sobre las cuales Claro TecnoCell operará, incluyendo el enfoque en el cliente, la innovación continua, la ética y transparencia, la calidad y excelencia, la responsabilidad social y ambiental, la colaboración y respeto, el desarrollo y crecimiento, y el compromiso con la mejora continua.

Con la misión, visión, valores y principios claramente definidos, Claro TecnoCell estará mejor posicionada para fortalecer su estructura organizacional, mejorar su eficiencia operativa y asegurar una experiencia satisfactoria para sus clientes, contribuyendo así a su crecimiento y éxito en el mercado.

- **Misión**

CLARO TECNOCELL tiene como misión conectar a las personas con el mundo digital, facilitando el acceso a soluciones financieras para la adquisición de equipos tecnológicos y accesorios. Nos esforzamos por ofrecer un servicio de alta calidad, centrado en el cliente y promovemos la igualdad de oportunidades a través de nuestras soluciones. Nuestro compromiso es mejorar la vida de nuestros clientes, proporcionando no solo productos, sino utilidad y valor.

Esta misión articula un compromiso estratégico con la convergencia digital y la facilitación del acceso a soluciones financieras para la adquisición de equipos tecnológicos y accesorios. Este enunciado refleja una comprensión aguda de la relevancia de la conectividad digital en la sociedad contemporánea y se proyecta como una entidad que aborda no solo las transacciones comerciales, sino también las barreras económicas que puedan existir para el acceso a la tecnología.

El énfasis en proporcionar un servicio de alta calidad, centrado en el cliente, señala una orientación hacia la excelencia operativa y la importancia atribuida a la satisfacción del cliente. Este enfoque estratégico puede fortalecer la posición competitiva de la empresa al cultivar la lealtad del cliente y posicionarla como una entidad que valora y responde de manera proactiva a las necesidades individuales.

La declaración de promover la igualdad de oportunidades evidencia un compromiso con la inclusión social. Este posicionamiento va más allá de la mera comercialización de productos, reflejando una responsabilidad corporativa y una intención de contribuir positivamente a la equidad en el acceso a la tecnología. La empresa se presenta así como un agente de cambio social, abogando por la accesibilidad y la igualdad de oportunidades para todos.

La aspiración de mejorar la vida de los clientes demuestra una visión a largo plazo y un enfoque holístico hacia la relación con el consumidor. CLARO TECNOCELL no se limita a la entrega de productos; busca proporcionar utilidad y valor real en la vida de sus clientes. Este planteamiento puede traducirse en una conexión emocional más profunda con la marca, contribuyendo a la fidelización del cliente y a la construcción de una reputación sólida.

En última instancia, al comprometerse a proporcionar no solo productos, sino también utilidad y valor, la empresa proyecta una visión integral que va más allá de la transacción comercial. Este enfoque estratégico posiciona a CLARO TECNOCELL como una entidad comprometida con la mejora continua y la creación

de experiencias significativas para sus clientes. La convergencia de estos elementos en la misión de la empresa sugiere una estrategia sólida y una comprensión profunda de las dinámicas del mercado tecnológico y las expectativas de los consumidores.

- **Visión**

Para el año 2030, nos visualizamos como la elección predilecta de nuestros clientes, contribuyendo a un mundo más conectado, igualitario y tecnológicamente avanzado. Nos proyectamos como líderes innovadores en conectividad digital en Aguachica – Cesar, ofreciendo soluciones financieras inclusivas y productos tecnológicos de vanguardia.

La visión propuesta es ambiciosa y apunta a que CLARO TECNOCELL se consolide como líder innovador en conectividad digital en la región de Aguachica – Cesar para el año 2030. Al proyectarse como la elección predilecta de los clientes, la empresa busca no solo posicionarse como un referente en la oferta de productos tecnológicos avanzados, sino también como un agente activo en la construcción de un entorno más conectado, igualitario y tecnológicamente avanzado.

El énfasis en ser la elección predilecta de los clientes refleja una comprensión aguda de la importancia de la satisfacción del cliente en la fidelización y el éxito empresarial. Este enfoque estratégico sugiere un compromiso con la excelencia en la atención al cliente y la entrega de soluciones tecnológicas que superen las expectativas del mercado local.

La contribución a un mundo más conectado, igualitario y tecnológicamente avanzado revela una orientación hacia la responsabilidad social corporativa. CLARO TECNOCELL no solo busca el crecimiento económico, sino también impactar positivamente en la sociedad al abogar por la igualdad de acceso a la tecnología. Esta postura puede fortalecer la imagen de la empresa, posicionándola como un actor comprometido con el progreso social y tecnológico.

El liderazgo innovador en conectividad digital en Aguachica – Cesar resalta la intención de la empresa de destacar en un mercado local específico. Este enfoque geográfico puede proporcionar ventajas competitivas al adaptarse a las necesidades y dinámicas específicas de la región, diferenciándola de la competencia a nivel local.

La oferta de soluciones financieras inclusivas y productos tecnológicos de vanguardia demuestra una estrategia integral para satisfacer las necesidades del cliente. La inclusión financiera sugiere una comprensión de las barreras económicas y una voluntad de superarlas, mientras que la apuesta por la innovación tecnológica refleja un deseo de mantenerse a la vanguardia en un mercado dinámico y en constante evolución.

- **Valores**
 - **Integridad:**
 - Actuar con honestidad y transparencia en todas las interacciones y decisiones.
 - Mantener altos estándares éticos y cumplir con las promesas y compromisos.
 - **Innovación:**
 - Fomentar la creatividad y la búsqueda continua de nuevas soluciones tecnológicas.
 - Adaptarse a las tendencias del mercado y estar a la vanguardia en el sector tecnológico.
 - **Calidad:**
 - Ofrecer productos y servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades de los clientes.
 - Comprometerse con la mejora continua de procesos y servicios.
 - **Orientación al Cliente:**
 - Priorizar las necesidades y expectativas de los clientes en todas las decisiones empresariales.
 - Proporcionar un servicio excepcional y crear relaciones duraderas con los clientes.
 - **Responsabilidad:**
 - Asumir la responsabilidad de las acciones y decisiones empresariales.
 - Contribuir positivamente a la comunidad y al medio ambiente.
 - **Trabajo en Equipo:**
 - Fomentar la colaboración y el respeto mutuo entre todos los miembros del equipo.
 - Valorar la diversidad y las habilidades individuales para alcanzar objetivos comunes.
 - **Compromiso:**

- Mostrar dedicación y esfuerzo constante para alcanzar las metas de la empresa.
 - Mantener una actitud proactiva y perseverante ante los desafíos.
- **Principios**
 - **Enfoque en el Cliente:**
 - Colocar al cliente en el centro de todas las operaciones y decisiones.
 - Escuchar y responder a las necesidades y expectativas de los clientes de manera efectiva.
 - **Innovación Continua:**
 - Buscar constantemente nuevas ideas y tecnologías para mejorar los productos y servicios.
 - Fomentar una cultura de innovación y aprendizaje dentro de la empresa.
 - **Ética y Transparencia:**
 - Mantener una conducta ética en todas las transacciones y relaciones comerciales.
 - Ser transparente en la comunicación interna y externa.
 - **Calidad y Excelencia:**
 - Comprometerse con la excelencia en todos los aspectos del negocio.
 - Implementar y seguir estándares de calidad en productos y servicios.
 - **Responsabilidad Social y Ambiental:**
 - Contribuir al bienestar de la comunidad y del entorno.
 - Adoptar prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente.
 - **Colaboración y Respeto:**
 - Fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y respetuoso.
 - Valorar y respetar la diversidad de opiniones y habilidades en el equipo.
 - **Desarrollo y Crecimiento:**
 - Apoyar el desarrollo profesional y personal de los empleados.

- Promover oportunidades de crecimiento dentro de la empresa.

- **Compromiso con la Mejora Continua:**

- Buscar continuamente maneras de mejorar procesos y servicios.
- Establecer objetivos de mejora y trabajar para alcanzarlos de manera consistente.

• **Políticas.**

Recursos Humanos	Selección y Contratación	Realizar un proceso de selección basado en las habilidades, experiencia y competencias necesarias para cada puesto.
		Garantizar la igualdad de oportunidades y evitar cualquier forma de discriminación durante el proceso de contratación.
	Evaluación del desempeño	Establecer evaluaciones periódicas del desempeño para medir el progreso y brindar retroalimentación constructiva a los empleados.
		Utilizar los resultados de las evaluaciones para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.
	Ambiente de trabajo	Promover un ambiente de trabajo seguro, respetuoso e inclusivo que fomente la colaboración y la comunicación efectiva.
		Implementar políticas contra el acoso y la intimidación en el lugar de trabajo.
Seguridad en el Trabajo	Identificación de riesgos	Realizar evaluaciones periódicas para identificar los posibles riesgos en las diferentes áreas.
		Tomar medidas preventivas para minimizar los riesgos y garantizar un ambiente de trabajo seguro.
Política de Créditos	Evaluación de crédito	Antes de otorgar crédito a un cliente, se llevará a cabo una evaluación de su historial crediticio y capacidad de pago
	Termino de pago	El plazo máximo de para el pago de cuotas de un crédito será mensual.
	Seguimiento de pagos	Se debe realizar un monitoreo de los pagos de los clientes, para esto se establecerá un sistema que informe los retrasos.
Acreedores	Evaluación de acreedores	Antes de establecer relaciones con nuevos proveedores, se llevará a cabo una evaluación de su historial y reputación.

	Términos de Pago a Proveedores	Se negociarán y definirán los términos de pago con los proveedores, buscando plazos que sean sostenibles para la empresa. Se buscan plazos que sean superiores a los tiempos de créditos otorgado a los clientes.
	Evaluación continua de proveedores	Se realizarán evaluaciones constantes de los proveedores para garantizar la calidad de los productos y la confiabilidad en el suministro.

3.4. CONCLUSIÓN

El estudio organizacional de Claro TecnoCell ha sido un paso esencial para consolidar su identidad corporativa y estructura interna. Como empresa emergente en el sector tecnológico de Aguachica, Cesar, este análisis ha permitido identificar y abordar áreas clave para mejorar la eficiencia operativa y la competitividad en el mercado.

Primero, se ha definido la misión, visión, valores y principios de la empresa, elementos fundamentales que alinean sus actividades diarias con los objetivos estratégicos a largo plazo y fomentan una cultura organizacional sólida y coherente, estos fundamentos proporcionan una guía clara para todas las acciones y decisiones dentro de la empresa, asegurando que cada miembro del equipo esté orientado hacia el mismo objetivo.

Segundo, la elaboración de un organigrama y un manual de perfiles detallados ha permitido clarificar los roles y responsabilidades de cada puesto, esta claridad es crucial para mejorar la coordinación, eficiencia operativa y toma de decisiones dentro de la empresa. Una estructura organizacional bien definida facilita la comunicación interna y asegura que todas las funciones se desempeñen de manera efectiva.

Finalmente, el establecimiento de políticas formales en áreas clave de la empresa ha creado un marco de operación consistente, estas políticas ayudan a reducir el riesgo de errores y conflictos, garantizando una experiencia satisfactoria para los clientes y contribuyendo a la estabilidad y crecimiento de la empresa.

En conjunto, estos esfuerzos han sentado las bases para que Claro TecnoCell fortalezca su posición en el mercado y alcance un crecimiento sostenible. Con una identidad corporativa clara, una estructura organizacional bien definida y políticas operativas establecidas, Claro TecnoCell está mejor preparada para enfrentar los desafíos del sector tecnológico y satisfacer las necesidades cambiantes de sus clientes.

3.5. RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan las siguientes recomendaciones para la mejora de Claro TecnoCell, enfocadas en fortalecer su posición en el mercado y optimizar su eficiencia operativa.

- **Desarrollo y Capacitación Continua del Personal**

- **Capacitaciones Regulares:** Implementar programas de capacitación continua para que el personal se mantenga actualizado con las últimas tendencias y tecnologías del sector.
- **Desarrollo de Habilidades Blandas:** Además de las habilidades técnicas, enfocar las capacitaciones en el desarrollo de habilidades blandas como comunicación efectiva, trabajo en equipo y resolución de problemas.

- **Fortalecimiento de la Identidad Corporativa**

- **Campañas de Branding:** Realizar campañas de marketing que refuercen la identidad visual de Claro TecnoCell, utilizando consistentemente el logotipo y los colores corporativos en todos los materiales promocionales y puntos de venta.
- **Participación en Eventos Locales:** Participar activamente en eventos comunitarios y tecnológicos en Aguachica para aumentar la visibilidad y fortalecer la relación con la comunidad local.

- **Mejora de la Experiencia del Cliente**

- **Feedback de Clientes:** Crear mecanismos para recopilar y analizar feedback de clientes regularmente, utilizando encuestas de satisfacción, redes sociales y comentarios directos en el punto de venta.
- **Programas de Fidelización:** Desarrollar programas de fidelización para recompensar a los clientes recurrentes, ofreciendo descuentos, promociones exclusivas o servicios adicionales.

- **Innovación**

- **Investigación de Mercado:** Realizar investigaciones de mercado periódicas para identificar nuevas oportunidades y tendencias tecnológicas que puedan ser incorporadas en la oferta de productos.

- **Estructura Organizacional y Eficiencia Operativa**

- **Actualización del Organigrama:** Revisar y actualizar el organigrama periódicamente para reflejar cualquier cambio en la estructura o en los roles y responsabilidades.

- **Manual de Procesos:** Crear y mantener un manual de procesos y procedimientos actualizado que sirva como guía para las operaciones diarias, asegurando la consistencia y eficiencia en todas las actividades.
- **Estrategia de Marketing Digital**
 - **Presencia en Redes Sociales:** Fortalecer la presencia de Claro TecnoCell en redes sociales, creando contenido relevante y atractivo que engage a los clientes y promueva la marca.

Bibliografía

- Burgasí Delgado, D. D., Cobo Panchi, D. V., Pérez Salazar, K. T., Pilacuan Pinos, R. L., & Rocha Guano, M. B. (Abril-Julio de 2021). EL DIAGRAMA DE ISHIKAWA COMO HERRAMIENTA DE CALIDAD EN LA EDUCACIÓN: UNA REVISIÓN DE LOS ÚLTIMOS 7 AÑOS. *TAMBARA*, pp. 1212-1230.
- CORREA-GARCÍA, J. A., GÓMEZ RESTREPO, S., & LONDOÑO CASTAÑEDA, F. (Diciembre de 2019). *INDICADORES FINANCIEROS Y SU EFICIENCIA EN LA EXPLICACIÓN DE LA GENERACIÓN DE VALOR EN EL SECTOR COOPERATIVO*. Obtenido de SciELO:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052018000200129
- León Rodríguez, I. X., Espín Canga, L. H., & Gallegos Gallegos, S. B. (02 de Abril de 2021). *SciELO*. Obtenido de
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442021000200252