

**PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN Y  
MOTIVACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA BLUE  
STAR COMUNICACIONES S.A.S**

Linda V. Cifuentes y Pedro A. Rodríguez

Intenalco Educación Superior  
Tecnología en Gestión Empresarial  
Harrinson Sánchez Sevillano

2024

**PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN Y  
MOTIVACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA BLUE  
STAR COMUNICACIONES S.A.**

**AUTORES**

**LINDA VANESA CIFUENTES MOLINA**

**PEDRO ALEJANDRO RODRIGUEZ CALERO**

**PROFESOR**

**HARRINSON SANCHEZ SEVILLANO**

**INTENALCO EDUCACION SUPERIOR**

**TECNOLOGIA EN GESTION EMPRESARIAL**

**CALI- VALLE DEL CAUCA**

**2024**

## Tabla de contenido

### Tabla de contenido

Introducción .....	7
1.Planteamiento del problema.....	8
1.1 Identificación del problema.....	8
1.2 Descripción del Problema .....	8
1.3 Formulación del problema .....	10
1.4. Sistematización del problema.....	10
2. Objetivos .....	11
2.1 Objetivo general .....	11
2.2 Objetivo específico.....	11
3. Justificación .....	12
3.1. Justificación teórica.....	12
3.2. Justificación práctica .....	14
3.3 Justificación Metodológica .....	14
4. Marco de referencia .....	15
4.1. Marco teórico .....	18
4.2 Marco conceptual .....	21
4.3 Marco contextual.....	23
4.4 Marco temporal .....	25

	4
4.5 Marco legal.....	26
5. Diseño metodológico .....	27
5.1. Componentes de investigación.....	28
5.1.1 Tipo, métodos y fuentes de investigación. ....	28
5.1.2. Línea de investigación. ....	31
5.1.3 Delimitación del objeto de estudio. ....	31
5.1.4. Población y muestra de objeto de estudio. ....	32
5.4 Técnicas e instrumentos .....	32
5.4.1 Diagnóstico empresarial. ....	32
5.4.2 El análisis de procesos.....	35
6. Reseña histórica empresarial.....	42
6.1 Tipo de empresa – Constitución.....	42
6.2 Capital social.....	43
6.3 Objeto social.....	44
6.4 Misión y Visión empresarial .....	45
6.5 Políticas de la empresa .....	46
6.6 Estructura empresarial – Áreas funcionales .....	48
6.7 Portafolio de productos .....	49
6.8 Mercado.....	49
6.9 Análisis evolución financiera.....	51

7. Análisis de la situación actual de la empresa.....	52
7.1 Análisis del sector: (Entorno económico en que se mueve la empresa) .....	52
7.2 La competencia .....	53
7.3 El mercado actual – participación en el mercado.....	54
7.4 Estrategias de mercadeo y ventas.....	55
7.5 Matriz DOFA - Análisis interno y externo de la empresa.....	57
7.5.1 Matriz DOFA para el sector al que pertenece la empresa .....	58
7.5.2 Debilidades .....	59
7.5.3 Oportunidades.....	59
7.5.4 Fortalezas .....	60
7.5.5 Amenazas.....	60
7.5.6 Estrategias DA, FA, FO, DO .....	61
8. Plan de mejoramiento .....	62
8.1 Área de Administración .....	62
8.2 Diagnostico estructura del área .....	63
8.2.1 Matriz DOFA para el área administrativa .....	64
8.3 Plan de mejoramiento.....	64
8.3.1 Objetivos.....	64
8.4 Implementación del plan de mejoramiento .....	67
8.4.1 Políticas .....	67

8.4.2	Valores.....	68
8.4.3	Principios.....	68
8.4.4	Estrategia y plan de acción.....	69
8.5	Comunicación para empleados.....	72
8.4.5	Estrategias de trabajo en equipo.....	72
8.6	Beneficios de los costos para la implementación del plan de mejoramiento.....	73
9.	Presupuesto de Implementación.....	75
10.	Conclusiones y recomendaciones.....	76
11.	Bibliografía.....	80

## **Introducción**

Esta investigación busca exponer un caso que se origina en la empresa Blue Star Comunicaciones SAS que es la falta de un sistema de comunicación y motivación interna, este es un tema realmente muy común en las empresas, pero no se busca una solución y no hay quien hable para arreglar esto, es por eso por lo que se quiere dar a conocer y dejar el tema abierto para que otras personas generen otras ideas para buscar una solución a este problema que afecta a la organización tanto interna como externa.

La comunicación y la motivación interna en las organizaciones es un tema muy importante en la actualidad, ya que el talento humano es uno de los pilares más importantes porque son quienes generan los ingresos y hacen efectiva la producción de la empresa; en una empresa de ventas de productos no tangibles las ventas tienden a dificultar más y es por eso que los trabajadores deben ser motivados o incentivados por algo.

Para comprender la situación actual, se realizará un diagnóstico empresarial que permita identificar los factores que afectan la comunicación y la motivación interna. A partir de estos hallazgos, se establecerán estrategias y un plan de acción orientado a mejorar estos aspectos dentro de la empresa. Además, se llevará a cabo un estudio costo/beneficio para evaluar la viabilidad y el impacto de la implementación de estas mejoras.

La importancia de esta investigación se presenta en la necesidad de mejorar la comunicación interna de la empresa, implementando estrategias de organización interna en la misma para lograr mejores resultados comunicativos y motivacionales a los empleados de la empresa Blue Star Comunicaciones SAS.

## **1.Planteamiento del problema**

### **1.1 Identificación del problema**

La compañía Blue Star Comunicaciones S.A.S comunicaciones identificada con NIT 901621377 está presentando indiferencias por falta de comunicación vertical entre los mandos altos con sus subordinados. Por consiguiente, ocasiona que los asesores manejen una desmotivación, baja productividad en las ventas encargadas y deseos a la renuncia ya que sienten que no hay una igualdad entre ellos mismos y ocasionan mal movimiento que pueden perjudicar a la organización en su productividad.

### **1.2 Descripción del Problema**

La compañía lúe Star Comunicaciones S.A.S tiene su establecimiento principal ubicada en Bogotá DC, opera en telecomunicaciones inalámbricas, la sede principal está ubicada exactamente en la calle 85#49 a 39; la compañía cuenta con sedes en Cali, Soledad, Barranquilla, Cartagena, Villa de Leyva, Tunja, Popayán, Florencia, Neiva, etc. Donde empezó su actividad el 17 de enero del 2018 como Blue Star Comunicaciones S.A.S

La compañía tiene como objetivo la comercialización de productos y servicios, aliada de Movistar SA en diferentes segmentos del mercado enfocados en brindar a sus clientes la mejor solución en comercialización de dichos productos y servicios a nivel nacional con altos estándares de calidad a través de un equipo humano, responsable y eficiente, logrando la consecución de las metas propuestas en tiempo juntos.

Actualmente emplea a 435 personas distribuidas en administración, en operativa, recursos humanos, contabilidad y asesores de expansión como internos.

Conforme a todo lo razonado, se halla que la unidad corporativa está procesando muchas inconformidades por fallas comunicativas, donde hay insatisfacción por ambas partes y eso está afectando el ambiente laboral, se les está sobrecargando la productividad a los asesores y no les están dando nuevos incentivos, por el contrario, cada día más disminuyen los incentivos que brindan y aumentan más su carga laboral. Debido a su escasez de comunicación los empleados se sienten inferiores hacia sus mandos superiores por la falta de otorgar oportunidades de poder “quejarse” y de poder presentar dichas inconformidades.

En cuanto a las motivaciones de los trabajadores han disminuido bastante debido al aumento de las tarifas de los servicios que es lo que genera menos ventas o menor productividad por otro lado las responsabilidades de sus clientes van cargadas a las cuentas de los asesores porque sin en un transcurrido tiempo no pagan los clientes se les descuentan de los salarios a los asesores por lo tanto genera resignación en sus trabajadores a la hora de lograr cumplir con sus servicios diarios.

Por otro lado con un nivel de importancia similar o superior, la empresa está presentando un incremento en los costos de los servicios que brindan y sus ofertas promocionales que antes ofrecían, ya las están haciendo con menor frecuencia siendo algo negativo para los asesores y para los clientes que los adquieren; esto generando bastante inconformidad ya que sus tarifas al estar incrementando generan menor atracción para las personas; en cuanto a los trabajadores, están disminuyendo sus ventas y el alcance que pueden llegar a tener. A su vez afectando también a la misma empresa ya que se vuelve poco asequible.

Respecto a lo anterior, se examinan dichos sucesos e inconformidades por parte de los trabajadores y se busca lograr la implementación de herramientas y estrategias para darle solución a este problema.

Síntomas	Causas	Pronóstico	Control de pronóstico
1. Inconformidad laboral por parte de los trabajadores por falta de comunicación por su jefe.	1. Falta de empatía de los superiores a sus subordinados.	1. Renuncia de sus trabajadores.	1. Se deben realizar reuniones entre trabajadores y superiores para darle la oportunidad de ser tomada en cuenta su opinión.
2. Mala comunicación en el momento que se realizan los cambios de tarifas en los servicios.	2. Los colaboradores no tienen acceso a la información del incremento de los precios a tiempo.	2. Disminución de la productividad por parte del asesor y pérdida de clientela.	2. Comunicar a tiempo las variaciones que ocurren en las tarifas implementadas.
3. Solicitudes altas de servicios por parte de los jefes.	3. Falta de comprensión y comunicación del jefe al trabajador.	3. Agotamiento por sobrecarga al trabajador llevando a la renuncia del cargo.	3. Empatía de parte de los jefes a los trabajadores y comprensión de las situaciones para que conlleven a la reducción de ventas que le exigen al empleado.

### 1.3 Formulación del problema

¿Qué procesos se pueden utilizar para el mejoramiento en el sistema de comunicación y motivación interna en el área de ventas en la compañía Blue Star Comunicaciones S.A.S con sede en Cali?

### 1.4. Sistematización del problema

¿Cómo está actualmente el sistema de comunicación y motivación interna en la compañía Blue Star Comunicaciones S.A.S con sede en Cali?

¿Qué estrategias se pueden generar para el desarrollo del plan de mejoramiento en la compañía Blue Star Comunicaciones S.A.S Con sede en Cali?

¿Cuál sería el plan de acción para poder lograr la implementación de un buen sistema de comunicación y motivación interna en la compañía Blue Star Comunicaciones S.A.S con sede en Cali?

¿Qué costo/beneficios puede lograr la compañía Blue Star Comunicaciones con sede en Cali, al realizar el plan de mejoramiento en el sistema de comunicación y motivación interna?

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo general**

Formular un plan de mejoramiento en el sistema de comunicación y motivación interna para que los trabajadores puedan presentar sus inconformidades y que sean escuchados; en busca de que se tomen decisiones mediante el dilema que está perjudicando la organización que a su vez afecta tanto al cliente como a la misma compañía.

### **2.2 Objetivo específico**

-Construir un diagnóstico empresarial para identificar la situación actual de la compañía Blue Star Comunicaciones S.A.S con sede en Cali, en relación con la falta de comunicación y motivación interna que hay en ella.

-Establecer estrategias para implementar el plan de mejoramiento en la compañía Blue Star Comunicaciones S.A.S con sede en Cali.

-Crear un plan de acción para poder lograr la implementación de un buen sistema de comunicación y motivación interna en la compañía Blue Star Comunicaciones S.A.S con sede en Cali.

-Realizar un estudio costo/beneficio que puede lograr la compañía Blue Star Comunicaciones S.A.S con sede en Cali, para realizar el plan de mejoramiento en el sistema de comunicación y motivación interna.

### **3. Justificación**

#### **3.1. Justificación teórica**

Esta investigación se realiza con la finalidad de examinar y conocer los posibles autores que se puedan tomar como referencias a la hora de interpretar las problemáticas en Blue Star Comunicaciones S.A.S y cómo podremos emplear las teorías de dichos autores a conveniencia de la compañía para diseñar y llevar a cabo un plan de mejoramiento en el sistema de comunicación y motivación interna. Basándonos en lo anterior concluimos que las siguientes 2 teorías nos ayudarían en esto, las cuales son:

- La teoría de la gestión administrativa realizada por Henri Fayol quién fue el que desarrolló los principios que delineaban cómo los líderes deberían organizar e interactuar con sus equipos, determinó que las funciones principales que debe tener un líder en una organización son: pronosticar; planificar; coordinar; mandar y controlar para así tener una compañía eficiente y eficaz ya que implementa sus 14 principios administrativos.

Se tomó esta teoría ya que habla de cómo un líder debe organizar e interactuar con su equipo de trabajo; de cómo implementar una equidad para que todos puedan ser tratados por

igual sin importar el cargo que tengan, esto a su vez genera un ambiente de bondad; como implementar una iniciativa que le brinda un nivel de libertad a los empleados para llevar a cabo sus responsabilidades sin ser forzados u ordenados, disminuyendo su carga laboral; una cadena escalar beneficiando la comunicación ascendente entre los colaboradores y sus superiores que anteriormente no existía en la compañía; remuneración del personal incrementando la motivación de los trabajadores por medio de incentivos monetarios y no monetarios, esto creando un vínculo entre el empleado y la organización; la disciplina ya que es uno de los pilares de una organización donde deben prevalecer las regulaciones que aclaren reglas, una buena supervisión y un sistema de recompensa-castigo; estabilidad de la tenencia de acuerdo a este principio, los trabajadores deben tener estabilidad laboral para ser eficientes ya que esto genera seguridad y despreocupación de que en cualquier momento lo puedan destituir de la compañía.

- La teoría de las relaciones humanas que fue desarrollada por Elton Mayo quién realizó un experimento diseñado para mejorar los movimientos del trabajo, finalmente concluyó en el cambio a sus empleados en los cuales los hicieron sentir valorados. Estos experimentos dieron lugar a la teoría de que los subordinados están más motivados por la atención personal y por sentirse que forman parte de un equipo estratégico más que por el dinero.

Se acogió dicha teoría ya que se centró en cambiar las condiciones de trabajo de los subordinados para hacerlos sentir más cómodos en su lugar de trabajo y más valorados por la atención que se le prestaría; esto influyendo en la motivación de cada trabajador de cumplir con su labor por el simple hecho de formar parte de un grupo y sentirse considerado.

### **3.2. Justificación práctica**

De acuerdo a una base de conocimientos adquiridos en la carrera técnica de procesos administrativos, se busca que esta investigación brinde una mejora en el sistema de comunicación y motivación interna que se presenta en la compañía Blue Star Comunicaciones S.A.S, la cual presenta inconformidad laboral por parte de sus trabajadores y una mala comunicación de los superiores a sus subordinados; todo esto generando un declive en el clima organizacional, un mal ambiente laboral, un agotamiento de los trabajadores y la pérdida de sus clientes.

En lo que ayudaría el diseño de un sistema de comunicación y motivación interna es a posicionar nuevamente a la compañía en el país demostrando nuevamente números altos en sus ventas, aumentando su productividad, competitividad y la satisfacción y eficacia de todas las personas que tienen la oportunidad de pertenecer a esta compañía; dando una buena imagen de la compañía tanto a clientes, trabajadores y otras empresas.

### **3.3 Justificación Metodológica**

Este proyecto de investigación servirá como base de estudio para trabajadores, estudiantes y demás personas, ya que se enfoca en las diferentes categorías como lo son la categoría exploratoria teniendo en cuenta que la investigación es amplia y puede abordar preguntas de investigación de todo tipo (qué; por qué; cómo), se tomaron datos mediante encuestas al personal de la compañía; descriptiva dado que se puntualizan las características de los trabajadores que se encuentran en la compañía que son los que estamos estudiando, su vez se está aplicando el trabajo de campo puesto que permite conocer y evaluar de primera mano lo que ocurre en un entorno determinado y contestar hipótesis con la realidad; adicionalmente es de

carácter observacional porque de acuerdo a la percepción encontrada en el diagnóstico se plantean aportes y mejoras para la compañía Blue Star Comunicaciones S.A.S.

Se realizarán entrevistas individuales a trabajadores en el área de ventas en la compañía Blue Star Comunicaciones S. A. S para saber de manera más profunda y de primera mano cómo es la comunicación dentro de la empresa y recopilar esta información que nos servirá para comprender la expectativa de cada laborador visualizando, concluyendo si dentro de las diferentes opiniones se encuentran algunas en común y así lograr identificar y tener una idea de cómo llevarlo a cabo.

La investigación emplea un enfoque mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos para asegurar una comprensión integral de las dinámicas internas y externas de la empresa. Se utilizarán encuestas internas y entrevistas en profundidad para recopilar datos de primera mano de los empleados. El análisis de documentación interna y la observación directa permitirán evaluar la eficiencia de los procesos y la comunicación interna.

Estas fuentes complementan el enfoque exploratorio y descriptivo ya mencionado. La recopilación de datos cualitativos a través de entrevistas y observación directa apoya la exploración profunda de problemas y percepciones. Las encuestas y el análisis de documentos contribuyen a describir y cuantificar las características y opiniones dentro de la organización.

#### **4. Marco de referencia**

El presente marco de referencia se basa en diversas investigaciones que abordan la comunicación y la motivación interna en las organizaciones. Castaño González (2019) plantea la importancia de realizar diagnósticos mediante encuestas para identificar fallas y establecer estrategias de mejoramiento en la comunicación organizacional. Hernández y Portilla (2022) enfocan su estudio en la motivación laboral, resaltando la implementación de programas de

capacitación, espacios de descanso e incentivos como herramientas clave para mejorar el desempeño y la competitividad empresarial. Por otro lado, Olano y Mercedes (1998) destacan la relevancia de una comunicación interna efectiva para reducir la incertidumbre, fomentar el sentido de pertenencia y valorar el aporte de los empleados dentro de la empresa.

Estos estudios respaldan la importancia de desarrollar estrategias que fortalezcan la comunicación y la motivación dentro de Blue Star Comunicaciones SAS, contribuyendo así a un mejor ambiente laboral y una mayor eficiencia organizacional.

Esther Julia Castaño González (2019) en su análisis “Plan de mejoramiento de la comunicación organizacional en la fundación Gimnasio Pereira ubicada en la ciudad de Pereira” en la fundación universitaria católica de Pereira, especializada en gerencia de la comunicación corporativa.

En su proposición de sus análisis concretos de los flujos de comunicación, consistieron en levantar un diagnóstico para identificar fallas y aciertos en los procesos comunicativos de ese centro educativo mencionado, realizando unas encuestas acordes a las necesidades del establecimiento; Con ello se pudo concretar que así se les facilitó identificar cuáles eran sus estrategias para su plan de mejoramiento en comunicaciones. (Esther González, 2019)

Esta planificación enlaza con el trabajo en el sistema de comunicación y motivación interna ya que propone realizar una encuesta en las que todas las personas participaran y tendrían la oportunidad de dar su manera de pensar o sus opiniones referentes a temas generales, este análisis ayudaría a la organización teniendo en cuenta el equipo y así lograr posicionar buenas estrategias para lograr los objetivos internos de la empresa.

En el siguiente proyecto de Brygete Hernández y Esteban Portilla (2022) en su trabajo de grado “Plan de gestión para mejorar los niveles de motivación de los empleados de la comercializadora de cárnicos (Pollo light) en la ciudad de San Juan de pasto en el año 2022” de la universidad de Nariño en convenio con universidad Jorge Tadeo lozano, especialista en gerencia del talento humano san Juan de Pasto.

El propósito fue realizar un plan de gestión para mejorar los niveles de motivación de los empleados, la competitividad y el desempeño de la empresa, implementando programas de capacitación que permita al colaborador adquirir conocimientos, adecuar espacios como cafeterías, espacios de descanso; implementando comisiones para incentivar sus motivaciones y haciendo pausas activas. Durante sus análisis de desempeño esta situación actual interna se les reconoce a sus subordinados ya que así se lograría cumplir las estrategias de mejoramiento.

Esta investigación se relaciona con el plan de acción en motivaciones ya que propone incentivar las emociones de las personas referentes a su vida laboral, teniendo en cuenta las estrategias implementadas para que salgan de sus “rutinas” y no tengan peso laboral, sino que mejoran su ámbito en general tanto su entorno de trabajo.

En el tercer análisis de Eleonora Olano y María Mercedes (1998) En su trabajo de investigación “Propuesta de comunicación interna para disminuir el fenómeno de la incertidumbre en D’Olano” en la universidad Autónoma de Occidente de la ciudad de Cali y su facultad de periodismo en comunicación social.

En su propuesta de crear nuevas estrategias internas para la organización, encontraron ciertos objetivos que ayudarían a sus miembros internos a mantenerlos informados a todos acerca de lo que sucede dentro de la empresa más allá de su puesto de trabajo; desarrollando un sentido

de pertenencia en los trabajadores hacia la organización; así también como motivando al personal resaltando su importancia como personas en su lugar de trabajo.

Esta propuesta beneficia a las organizaciones implementando estas estrategias para que puedan dar con sus objetivos de mejorar su comunicación interna como entorno laboral.

#### **4.1. Marco teórico**

La comunicación y la motivación son factores esenciales en el desarrollo organizacional, ya que influyen directamente en el desempeño y la productividad de los empleados. A lo largo del tiempo, diferentes teorías han estudiado estos aspectos, proporcionando estrategias para mejorar la gestión empresarial y el ambiente laboral.

La teoría de las relaciones humanas de Elton Mayo destaca la importancia del bienestar emocional de los trabajadores y cómo las relaciones interpersonales afectan su rendimiento. Henri Fayol, con su enfoque en la gestión administrativa, plantea principios fundamentales como la equidad, la estabilidad laboral y la comunicación efectiva dentro de la empresa. Por su parte, Frederick Taylor, desde la teoría clásica, enfatiza la motivación a través de incentivos y el reconocimiento del esfuerzo individual.

Estas teorías sirven de base para analizar y proponer estrategias que mejoren la comunicación y la motivación en Blue Star Comunicaciones SAS. Implementarlas permitirá optimizar el clima laboral, fortalecer el compromiso del talento humano y, en consecuencia, mejorar los resultados de la organización.

Para el desarrollo de esta investigación se recurre a analizar las teorías de gestión administrativa y la teoría de las relaciones humanas sugeridas por los diferentes autores que

tienen pensamientos totalmente diferentes y concretos, teniendo en cuenta que tenían los mismos objetivos de una buena estructura en las organizaciones.

Uno de los primeros investigadores en estudiar el comportamiento humano en su lugar de trabajo y cómo este afecta a la eficiencia y la productividad de la organización fue Elton Mayo quien expuso la teoría de las relaciones humanas; ya que indica que una de las partes más importantes y destacada de una organización es la humana, ya que para Elton Mayo era muy importante comprender la forma en que las relaciones sociales determinan la productividad de las empresas, los énfasis en las necesidades emocionales de los empleados para aumentar la productividad y la eficiencia en la empresa. Básicamente, establece la importancia del medio social en el que se desarrolla el trabajador y el impacto psicológico de dicho medio a la hora de explicar el comportamiento, el rendimiento y la productividad laboral.

En esta teoría que aparece como reacción al excesivo control sobre la tarea que existía durante la época, el foco de interés deja de estar en la propia tarea y en cómo se estructura la organización para centrarse en el trabajo y la red de relaciones sociales y de amistad de forma dentro de la organización. Así mismo el trabajador deja de verse como un elemento independiente cuyo rendimiento únicamente depende de su voluntad para empezar a observarse que depende en gran medida de su relación con el grupo y cómo éste esté organizado. Esta teoría nos ayudaría a manejar un buen comportamiento y clima laboral dentro de la organización logrando así la eficiencia entre trabajo en equipo y un alto resultado de productividad.

La gestión administrativa se define como el área de una organización por Henri Fayol que busca utilizar y aprovechar los recursos disponibles de la manera más eficiente posible, ya que para él era muy importante que se tuviera en cuenta que la organización y la administración, deben estudiarse y tratarse científicamente y no empíricamente “la improvisación” debe ceder el

lugar a la planeación, y el empirismo la ciencia. La teoría de Fayol busca un correcto desarrollo de los métodos de dirección como parte del motor para que haya un correcto funcionamiento, ya que esta teoría trata en su implementación de sus 14 principios de gestión. Se tomó esta gestión por dicha importancia ya que habla de cómo un líder debe organizar e interactuar con su equipo de trabajo; de cómo implementar una equidad para que todos puedan ser tratados por igual sin importar el cargo que tengan, esto a su vez genera un ambiente de bondad; como implementar una iniciativa que le brinda un nivel de libertad a los empleados para llevar a cabo sus responsabilidades sin ser forzados u ordenados, disminuyendo su carga laboral; una cadena escalar beneficiando la comunicación ascendente entre los colaboradores y sus superiores que anteriormente no existía en la compañía; remuneración del personal incrementando la motivación de los trabajadores por medio de incentivos monetarios y no monetarios, esto creando un vínculo entre el empleado y la organización; la disciplina ya que es uno de los pilares de una organización donde deben prevalecer las regulaciones que aclaren reglas, una buena supervisión y un sistema de recompensa-castigo; estabilidad de la tenencia de acuerdo a este principio, los trabajadores deben tener estabilidad laboral para ser eficientes ya que esto genera seguridad y despreocupación de que en cualquier momento lo puedan destituir de la compañía

La Teoría Clásica su primer exponente es Frederick Taylor, el cual indicó que a los colaboradores de las empresas se les debe motivar por su desempeño y dar recompensas materiales. Ya que, al ser motivados por cosas materiales o reconocimientos personales, el ser humano tiende a sentirse motivado y a emplear con mayor desempeño sus actividades a realizar, sumándole valor a la empresa en cuanto a productividad. Otro de los pioneros de este tema es Henry Fayol, el cual hablaba de tres principios, la unidad de dirección, cadena de escalafón y unidad de mando. La cual nos sirve de mucha importancia ya que se refiere al trato hacia los

colaboradores y nos ayudaría a implementar dentro de la organización un alto desempeño por la motivación brindada. Brindando un cambio en la mentalidad del colaborador por sentirse afortunado de que se tiene en cuenta como pieza fundamental de la organización y no como una máquina que solo debe entregar resultados.

La teoría de las relaciones humanas que fue desarrollada por Elton Mayo quién realizó un experimento diseñado para mejorar los movimientos del trabajo, finalmente concluyó en el cambio a sus empleados en los cuales los hicieron sentir valorados. Estos experimentos dieron lugar a la teoría de que los subordinados están más motivados por la atención personal y por sentirse que forman parte de un equipo estratégico más que por el dinero.

Se acogió dicha teoría ya que se centró en cambiar las condiciones de trabajo de los subordinados para hacerlos sentir más cómodos en su lugar de trabajo y más valorados por la atención que se le prestaría; esto influyendo en la motivación de cada trabajador de cumplir con su labor por el simple hecho de formar parte de un grupo y sentirse considerado.

#### **4.2 Marco conceptual**

La comunicación interna es un pilar fundamental en cualquier organización, ya que permite mantener informados, integrados y motivados a todos los colaboradores. A través de distintos medios y estrategias, buscando fortalecer las relaciones dentro de la empresa, asegurando que la información fluya de manera efectiva y alineada con los objetivos determinado. En este marco conceptual, se detallan los principales elementos que intervienen en la comunicación interna, desde la comunicación descendente hasta los canales y planes de

mejoramiento, con el fin de optimizar la gestión organizacional y promover un ambiente de trabajo colaborativo y productivo.

- Comunicación interna: Conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.
- Comunicación vertical descendente (cascada de información): Es la que va dirigida desde la dirección a los colaboradores. La información descendente debe utilizar la línea jerárquica del organigrama.
- Plan de comunicación: Es un documento escrito en el que se explican las actividades de comunicación con el fin último de alcanzar las metas de la organización, el marco de tiempo en que se llevarán a cabo y el presupuesto necesario para ello. Es una combinación de objetivos de comunicación, misión y estrategias de la organización.
- Relación corporativa: Es una relación donde idealmente la empresa y sus canales comerciales tienen un propósito económico compartido, el cual logran institucionalizar en un acuerdo creíble para su cumplimiento por las partes mediante una serie de prácticas colaborativas de negocios.
- Canales comerciales: Medios para entregar productos y/o servicios a los clientes en el mercado.
- Plan de mejoramiento: Se diseña basado en análisis de los resultados obtenidos en la evaluación del clima organizacional y el desempeño laboral.
- Comunicación directa: Es la que se da cara a cara.

- Canales de comunicación interna: Medio por el cual se transmite la información, desde el emisor hasta el receptor. Actualmente los canales que más se usan dentro de las organizaciones, son: intranet, revista digital, reuniones aleatorias, manuales, tablón de anuncios, buzones de sugerencias y convenciones y ferias.

### 4.3 Marco contextual

La empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S se encuentra situada en el departamento de Santiago de Cali, en la Calle 6 norte #2N-145, Cali, Blue Star Comunicaciones Sas está constituida como una SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS. Blue Star Comunicaciones Sas es una empresa en Colombia, con sede principal en Bogotá D.C. Opera en Telecomunicaciones Inalámbricas (excepto Satelital), ofreciendo además servicios de telefonía fija y móvil y servicios de internet comercial y residencial. La empresa fue fundada el 17 de enero de 2018. Actualmente emplea a 435 (2023) personas.



Cali, oficialmente Distrito Especial, Deportivo, Cultural, Turístico, Empresarial y de Servicios de Santiago de Cali, es un distrito colombiano, capital del departamento de Valle del Cauca y la tercera ciudad más poblada de Colombia. Está situada en la región Sur del Valle del Cauca, geográficamente la ciudad se ubica en el Valle del Río Cauca formado por la cordillera occidental y la cordillera central de la región andina. Es la única gran ciudad de Colombia que posee un acceso rápido al Océano Pacífico, está situada 114 km de Buenaventura, principal puerto del país. Fue fundada el 25 de julio de 1536 por Sebastián de Belalcázar, lo que la convierte en una de las ciudades más antiguas de América.

La ciudad de Cali, capital del departamento del Valle del Cauca, posee una extensión territorial de 21.195 Km, dentro de los cuales se encuentra una amplia variedad de relieve y donde su máxima elevación la constituyen los farallones de Cali, ubicados a 4.100 Mts sobre el nivel del mar. El resto del territorio municipal presenta zonas plantas con leves ondulaciones. Como se encuentra ubicada a 995 Mts sobre el nivel del mar, tiene temperaturas promedio de 23 grados centígrados.

La ciudad de Cali se encuentra posicionada como una de las principales ciudades del país y desde los años 40' se han desarrollado en torno a los ejes viales que unen la ciudad con poblaciones vecinas. A lo largo de este proceso, la ciudad se convirtió en una metrópoli regional y en la medida en que fue concentrando la mayor parte de los servicios administrativos se consolidó como el epicentro económico, comercial y cultural no solo del departamento, si no de la región occidental del país.

Cali junto con el Valle del Cauca es el tercer centro económico de Colombia siendo punto de intercambio económico nacional e internacional. La ciudad es un paso obligado

desde/hacia el sur del país, y con la frontera con Ecuador, y está conectado con el mundo a través del puerto marítimo de Buenaventura.

La industria vallecaucana contribuye en un 13,81% del valor agregado nacional, superado únicamente por Bogotá con un 25,39% y Antioquia con un 18,20%. Particularmente, las industrias de alimentos, bebidas y tabaco son renglones importantes de la economía del Valle aportando un 16% del valor agregado a nivel nacional, igualado por Antioquia y únicamente superado por Bogotá. En cuanto a comercio, a nivel nacional Bogotá tiene un 32,22%, Antioquia un 13,25% y el Valle un 11,34%. En servicios de transporte el Valle tiene 12,52% del valor agregado nacional.

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) de Cali ha sido desde la década pasada uno de los más bajos entre las ciudades colombianas. Cerca del 78% de los caleños están en edad de trabajar (más de 18 años). En el 2005 por primera vez en 6 años la ciudad presentó un índice de ocupación por encima del 60%, lo cual confirma el buen estado de la economía, liderada principalmente por el crecimiento en industria manufacturera, la agricultura y el comercio entre otros.

#### **4.4 Marco temporal**

La investigación que se está realizando para mejorar el sistema de comunicación y motivación interna para los colaboradores de la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S, ubicada en la ciudad de Cali en el barrio centenario, esta investigación se desarrollará en el transcurso de tiempo del 4to semestre (agosto-diciembre) del año 2023, que tiene que ver con el

proceso de formación académica en el instituto Intenalco Educación Superior; durante este periodo de tiempo se desarrollara:

- Primer corte académico: Está comprendido entre agosto y noviembre del año 2023, durante este tiempo se realizará la planeación del tema de investigación.
- Según corte académico: Está comprendido entre febrero y mayo del 2024, durante este periodo se implementarán los conocimientos adquiridos a la investigación.

#### **4.5 Marco legal**

Las siguientes son las normas generales de aplicación a todas las empresas, que operan bajo el territorio colombiano:

- Código sustantivo del trabajo: La finalidad primordial de este código es la de lograr la justicia en las poblaciones que surgen entre los empleadores y trabajadores dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.
- Ley 1014 del 2006: Política nacional de emprendimiento- fomento a la cultura del emprendimiento.
- Decreto 1192 de 2009: por el cual se reglamenta la ley 1014 de 2006 sobre el documento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.
- Ley 789 del 2002: Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del código sustantivo de trabajo.
- Decreto 410 de 1971: Por el cual se expide el código de comercio.

- Decreto 624 de 1989: Por el cual se expide el estatuto tributario de los impuestos administrados por la dirección general de impuestos nacionales.
- Ley 1562 de 2012: Por la cual se modifica el sistema de riesgos laborales y se dictan otras disposiciones en materia de salud ocupacional.
- Decreto 14 del 2014: Por el cual se dictan disposiciones para la implementación del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.
- Que en el año 2009 el Gobierno Nacional expidió el Decreto 4485 por medio del cual se adoptó la actualización de la Norma Técnica en la Gestión Pública NTCGP 1000:2009 que en sus numerales 5.5.1 y 5.5.3 señalan en su orden, que la alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades están definidas y son comunicadas dentro de la entidad; que la alta dirección debe asegurarse de que se establecen los procesos de comunicación apropiados dentro de la entidad y de que la comunicación se efectúa considerando la eficacia, la eficiencia y la efectividad del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Ley 1429 de 2010: Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

## **5. Diseño metodológico**

El diseño metodológico de la presente investigación busca dar cumplimiento a los objetivos planteados mediante la ejecución de un plan de mejoramiento en el sistema de

comunicación y motivación interna para los colaboradores de la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S dando respuesta a la problemática actual y mitigar los retrocesos generados en la ejecución de los proyectos de ventas y objetivos grupales a causa de la falta de comunicación de los departamentos con los que cuenta la empresa.

## **5.1. Componentes de investigación**

### **5.1.1 Tipo, métodos y fuentes de investigación.**

La investigación que se está desarrollando es una investigación aplicada que Para Murillo (2008), la investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad. Con el fin de ofrecer un referente comprensible de la expresión “investigación aplicada”, se exponen algunas de las ideas de Padrón (2006) al respecto, para quien la expresión se propagó durante el siglo XX para hacer referencia, en general, a aquel tipo de estudios científicos orientados a resolver problemas de la vida cotidiana o a controlar situaciones prácticas, por ZOILA VARGAS (2019).

Este tipo de investigación añadirá valor a este estudio ya que se aplicará y se utilizará los conocimientos adquiridos en el programa académico y a su vez se adquieren otros, se habla de la sistematización de la práctica basada en la investigación en donde se implementaría un gran resultado sobre ello por la cual aportaría su estudio para resolver problemas de la vida cotidiana o controlar situaciones.

Se implementará la investigación cuantitativa y cualitativa que como lo define COOK (1979) “La investigación cuantitativa es aquella donde se recogen y analizan datos cuantitativos, por su parte la cualitativa evita la cuantificación; sin embargo, los registros se realizan mediante la narración la observación participante y las entrevistas no estructuradas. También como lo dice FERNANDEZ (2002) indica que la investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, la relación y estructura dinámica, por otro lado, la investigación cualitativa trata de determinar la fuerza de las asociaciones o correlaciones entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia en una población. ” FERNÁNDEZ (2002)

Estos métodos de investigación le aportan a este plan de mejoramiento formas de recopilar datos ya sea si son profundos como lo es la cualitativa o recopilación de datos cuantificados como la cuantitativa, de acuerdo con la cuantitativa ayuda como por ejemplo de este tipo de investigación donde se puede citar los diseños experimentales, la encuesta social, etc. Por otro lado, la cualitativa ofrecerá diferentes cualidades de los trabajadores que se verán reflejadas en las maneras de pensar respecto a la organización, siendo de vital importancia porque son las personas importantes de la empresa y quienes viven el día a día en ella viendo de primera mano los problemas que hay.

Adicional a estas investigaciones se utilizarán la investigación sincrónica y la investigación diacrónica, que como la explican en su reflexión sobre introducción a la investigación los autores LAURA ABAD TORIBIO, TOMÁS GARCÍA MARTIN Y RAFAEL MAGRO ANDRADE (2009) la investigación sincrónica es aquella que estudia un fenómeno que se da en un corto período y la investigación diacrónica es aquella que estudia fenómenos en un periodo de tiempo largo con el objeto de verificar los cambios que se pueden producir.

Por ejemplo, una investigación sincrónica sería una encuesta realizada a varias personas un viernes determinado a las 15:00 h. Un ejemplo de investigación diacrónica sería el registro del número de personas de una empresa cuya nómina es inferior a 1500 euros cada año, supuesto que en dicha empresa hubiese actualmente un programa de incentivos económicos, ´LAURA ABAD TORIBIO, TOMAS GARCIA MARTIN Y RAFAEL MAGRO ANDRADE (2009)

Estas dos investigaciones le aportarán conocimientos adicionales al plan de mejoramiento ya que se tienen diferentes periodos de tiempo en donde se pueden implementar varias estrategias dependiendo los tiempos estipulados, como el caso de las entrevistas que se realizarán para la recopilación de datos cualitativos que serán a corto plazo y con el objetivo de cumplir con las novedades que puedan ir surgiendo en el transcurso de los procesos aplicados para lograr el propósito de la investigación que como finalidad deberá ser evaluado en un plazo largo en donde se pueda evaluar la efectividad de este análisis en la organización.

Este plan de mejoramiento utilizará un enfoque de investigación aplicada, exploratoria aprovechando tanto métodos cualitativos como cuantitativos. Se implementarán estudios de caso para un análisis detallado de problemas específicos y se adoptará un enfoque descriptivo para capturar un panorama general de la satisfacción y eficiencia interna. Las fuentes de información incluirán encuestas y entrevistas (fuentes primarias), análisis de documentación interna y estudios de mercado (fuentes secundarias), así como datos terciarios provenientes de revisiones de la industria y análisis. La información de estos datos asegurará una comprensión robusta y comprensiva de los desafíos y oportunidades dentro de Blue Star Comunicaciones S.A.S.

- Las fuentes de información que serán utilizadas para el objeto de investigación son:

Primarias: Encuestas, ya que nos permitirá conocer las diferentes y diversas opiniones tanto de los asesores como de los jefes respecto al caso de investigación, esto arrojando información que será utilizada para buscar y planificar posibles soluciones que beneficien ambas partes.

Secundarias: Como fuentes de información secundarias se tomarán las páginas, las tesis y otros trabajos de investigación que nos ayudarán a indagar y conocer otros puntos de vista, y conocer otros significados de dichos temas.

### **5.1.2. Línea de investigación.**

El presente trabajo se inscribe en la línea de investigación del programa Técnico Profesional en procesos Administrativos del instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez” “Mejoramiento de la Productividad en las Organizaciones; Sublíneas de investigación: mejoramiento empresarial.

### **5.1.3 Delimitación del objeto de estudio.**

La investigación del presente proyecto será ejecutada en la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S, ubicada en la ciudad de Cali (Valle) para el desarrollo del objetivo principal de esta investigación se estudiará la información relacionada con el sistema de comunicación y motivación interna para los colaboradores del área de ventas.

Académicamente el proyecto se encuentra enmarcado dentro del área del conocimiento en gestión administrativa y el objeto de estudio de este trabajo es el análisis de la información

relacionada con el sistema de comunicación y motivación interna para los colaboradores en el área de ventas que se implementará en la empresa Blue Star S.A.S Comunicaciones de la ciudad de Cali.

#### **5.1.4. Población y muestra de objeto de estudio.**

Este proyecto propone una mejora en el proceso de ventas en el sistema de comunicación y motivación interna para los colaboradores en la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S Ubicada en Cali, en la comuna 2, ya que es una empresa del sector de que aprueba la realización de un plan de acción, necesario como punto de referencia, para conseguir el mejoramiento de sus prácticas, administrativas, acarreando beneficios económicos y que al mismo tiempo produzca aumento del valor de la empresa. Con lo anterior, la población a estudiar será la empresa Blue Star Comunicaciones, y la muestra que se tomará para realizar el estudio será el área de ventas de la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S.

### **5.4 Técnicas e instrumentos**

#### **5.4.1 Diagnóstico empresarial.**

De acuerdo con Nancy Rodríguez (2023) ‘‘Un diagnóstico empresarial es una evaluación de la gestión, operatividad y funcionamiento de una empresa que tiene como objetivo detectar sus fortalezas y debilidades para generar estrategias que eleven su bienestar y desempeño. ‘‘ (Nancy Rodríguez, 2023) esto favorecerá la investigación realizada ya que servirá para hacer un diagnóstico de cómo está la empresa actualmente y poder analizar posibles estrategias para el

objetivo que se está buscando que es mejorar el sistema de comunicación y motivación empresarial. Al identificar las posibles amenazas y debilidades se generan estrategias que ayuden al fortalecimiento de la organización de adentro hacia afuera, ya que, si se mejora la relación con los empleados, estos traerán nuevamente números a la empresa y le darán estabilidad y la empresa lograra posicionarse en el mercado local e internacional; viéndose favorecida ambas partes.

Según Rincón (2012) El diagnóstico empresarial le permite a la administración conocer la situación actual por la que atraviesa el proceso organizativo, con que cuenta la empresa y que puede o debe hacer, qué estrategias implementar para superar los obstáculos que impiden obtener los resultados esperados, realizando seguimiento evaluativo a las mismas y, por consiguiente, efectuando los ajustes a que haya lugar. (Rincón, 2012)

Este diagnóstico le sumará conocimiento a la investigación ya que al basarse en el diagnóstico empresarial se generan estrategias que ayuden a detectar los posibles generadores de las problemáticas que presenta la empresa como lo es la comunicación y motivación, esta investigación no busca solucionar de manera inmediata la problemática generada, sino ir poco a poco disminuyendo hasta que en un momento dado pueda estar perfectamente equilibrado sin inclinarse a uno de los lados específicamente, si no buscando la satisfacción tanto de los trabajadores, los superiores y sus clientes.

De acuerdo con Muñiz ((2017) para realizar el diagnóstico empresarial al interior de la compañía, lo primero que debemos hacer es analizar las clases de diagnóstico que podemos ejecutar y determinar cuál de estos es pertinente para la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S.

## **Evaluación**

Estableceremos un baremo que nos permitirá evaluar la situación actual de la empresa, centrándonos sobre aquellos puntos los cuales deseemos realizar el diagnóstico: consumidores, calidad, compras, finanzas, procesos de producción, ETC.

## **Visión detallada o concreta**

Cuando el equipo o persona encargada de realizar el diagnóstico se centra especialmente en recoger toda la información posible acerca del apartado concreto de la empresa por el que se está interesado estudiar, este proceso es posible gracias a la obtención de imágenes, tablas, gráficos, entrevistas, y toda clase de recursos que permitan conocer de primera mano la situación o tema a analizar.

## **Cálculos**

Llegados a este punto y con la información recogida de la fase anterior, es establecer el estado del tema y en qué nivel está según el baremo que se haya querido fijar

## **Conclusiones**

Se procesa y analiza toda la información que se ha recogido y se estudia para evaluar y conocer los motivos que impiden alcanzar aquellos parámetros que en su momento se establecieron. Conociendo los problemas o causas negativas del apartado seleccionado, será mucho más fácil encontrar las soluciones.

De acuerdo con el análisis, es importante que se tenga en cuenta los aspectos mencionados, ya que, de esta forma, la presente investigación podrá tener los efectos esperados al interior de la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S de la ciudad de Cali, Colombia.

## **5.4.2 El análisis de procesos**

### **Definición de prioridades:**

Las prioridades y/o urgencias son principalmente enfocadas en la falta de un sistema de comunicación y motivación interna para los colaboradores del área de ventas (en este caso los asesores comerciales) ya que los asesores están presentando desmotivación al no ser escuchados por sus jefes y tampoco están siendo impulsados por incentivos y buenos tratos.

### **Entender el escenario:**

El escenario será enfocado en los trabajadores del área de ventas de la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S, esto favoreciendo a la compañía ya que generará espíritu competitivo a los trabajadores y motivación de vender los servicios ya que recibirán mejores incentivos y se creará un vínculo positivo entre los trabajadores y jefes, obteniendo como finalidad el aumento de ventas para la empresa y generando un ambiente de felicidad y armonía dentro de la organización y como consiguiente y efecto de esta causa la satisfacción de lo clientes.

### **Establecer el alcance:**

El alcance de esta investigación llegará hasta la fase de proposición de un plan de mejoramiento en el sistema de comunicación y motivación interna de los colaboradores para la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S

### **Definir el método:**

Estos métodos se implementarán en la investigación cuantitativa y cuantitativa aportando a este plan de mejoramiento formas de recopilar datos ya sea si son profundos como lo es la cualitativa o recopilación de datos cuantificados como la cuantitativa, de acuerdo con la

cuantitativa ayuda como por ejemplo de este tipo de investigación donde se puede citar los diseños experimentales, la encuesta social, etc. Por otro lado, la cualitativa ofrecerá diferentes cualidades de los trabajadores que se verán reflejadas en las maneras de pensar respecto a la organización, siendo de vital importancia porque son las personas importantes de la empresa y quienes viven el día a día en ella viendo de primera mano los problemas que hay.

Se definirán estrategias una vez recolectados los datos suministrados que le darán un orden de iniciación al objetivo que se desea alcanzar, pero sin perjudicar ninguna de las partes, buscando la manera más viable que ayude a los asesores y a los superiores.

### **Definir el equipo:**

El equipo será conformado por los asesores comerciales y por la contratación de un líder de ventas que servirá como vocero e intermediario entre asesores y superiores para realizar el cumplimiento de la propuesta de investigación y llevarla a cabo dentro de la organización.

### **Fases del diagnóstico en la empresa BLUE STAR COMUNICACIONES SAS**

El diagnóstico empresarial para la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S se hará de la siguiente manera:

Se analizará las diversas deficiencias que se están presentando dentro de la empresa como amenazas y debilidades.

### **Amenazas:**

Como amenazas se tiene a la competencia de otros operadores que no paran con la innovación y no paran de traer precios atractivos y competitivos a los consumidores y una mejor calidad del servicio.

Las políticas regulatorias y las leyes gubernamentales pueden cambiar y afectar negativamente a la empresa. Por ejemplo, nuevas normativas sobre la protección de datos, tarifas de imponer restricciones y costos adicionales, esto podría aumentar los costos operativos y limitar la flexibilidad de la empresa para ofrecer nuevos servicios o paquetes competitivos.

El ritmo acelerado de la innovación tecnológica puede ser una amenaza si la empresa no se mantiene al día con las últimas tendencias y tecnologías en el sector de telecomunicaciones, Puede resultar en servicios obsoletos que no cumplen con las expectativas de los clientes, llevando a una pérdida de mercado frente a competidores más avanzados.

Opiniones negativas, quejas o malas experiencias compartidas en redes sociales y plataformas de reseñas pueden afectar la reputación de la empresa, puede llevar a una disminución en la base de clientes y dificultar la captación de nuevos consumidores.

**Debilidades:**

- Poco interés de los gerentes en mejorar la calidad del servicio
- Constante reestructuraciones de los precios de los servicios ofrecidos por la empresa a los clientes, que afectan a los trabajadores a la hora de alcanzar las metas establecidas.
- La empresa puede no estar invirtiendo suficiente en investigación y desarrollo para innovar y ofrecer nuevos productos o mejorar los existentes.
- Falta de programas de formación continua para los empleados, especialmente en áreas críticas como soporte técnico, ventas y atención al cliente.
- La poca participación y reconocimiento de los empleados, junto con las constantes reestructuraciones, pueden llevar a una baja moral y motivación entre el personal,

- puede resultar en alta rotación de personal, disminución en la productividad y calidad del servicio.
- Procedimientos administrativos y operativos que no están optimizados, lo que lleva a demoras en la toma de decisiones y en la respuesta a problemas o solicitudes de clientes.
  - Se visualizará las relaciones de causa y efecto dentro de la empresa.
  - Se recopilaron las posibles causas del problema de la empresa.

### **Pasos para estudio de procesos en la empresa BLUE STAR COMUNICACION SAS**

Mediante una revisión minuciosa se debe determinar los procesos que está llevando la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S, y diagnosticar qué acciones se deben mejorar para potencializar el proceso e insertar a la empresa dentro del ámbito de calidad y eficiencia.

Se implementará un plan de mejoramiento en el sistema de comunicación y motivación interna en los colaboradores de la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S. Para el área de ventas (Asesores Comerciales)

#### **Los pasos que se llevarán a cabo serán los siguientes:**

Analizar la situación: Para este proceso es de vital importancia conocer el estado actual de la organización ya que es importante tener en claro las estrategias que se implementarán en la situación del caso comunicativo y de comunicación de la empresa Blus Star Comunicaciones SAS.

**Establecer objetivos para llevar a cabo el plan de mejoramiento:**

Una vez recopilada la información, se debe tener en cuenta que también es importante el saber cómo se van a implementar los propósitos. Es decir, con qué procesos se va a llevar a cabo el plan de mejoramiento de comunicación y motivación interna de la organización.

- Estructurar las estrategias: Una vez se haya realizado el análisis y se hayan establecido los objetivos se deberán organizar estrategias que ayuden a solucionar este problema.
- Evaluar qué recursos, herramientas y tecnología se necesitan para implementar las estrategias identificadas. Esto puede incluir software para mejorar la comunicación interna, plataformas para realizar encuestas de clima laboral, o herramientas de seguimiento y análisis de productividad.
- Asegurarse de que todos los empleados comprendan y estén capacitados para seguir los nuevos procesos y utilizar las herramientas implementadas. La capacitación ayuda a reducir la resistencia al cambio y asegura una ejecución más eficiente.
- Como lo son las reuniones entre trabajadores y superiores para que se tome en cuenta la opinión de los trabajadores.
- Comunicar a tiempo las variaciones de las tarifas implementadas.

**Pasos para calcular los costos de la propuesta**

El cálculo de los costos y beneficios de la implementación de la propuesta sobre de la empresa Blue Star Comunicaciones S.A.S se hará de la siguiente forma:

- Definir bien los objetivos.

- Se identificarán los objetivos que fortalezcan el compromiso del equipo y a su vez que aumenten las ventas y la productividad, dándoles una compensación por la fidelización tanto de los clientes o del trabajo de nuestros empleados.
- Identificar los incentivos que motivará a cada empleado.

Después de realizar un análisis a cada uno de los empleados del área de ventas se obtienen resultados que clasifican en diferentes medidas la clase de personal que se tiene, las necesidades, y el compromiso de cada uno; dándonos información sobre los incentivos a implementar dependiendo de los niveles de capacidad de cada laborador ya sean:

**Vendedores destacados:** Un gran porcentaje de incentivo

**Buenos vendedores:** Un porcentaje de incentivo reconocido

**Vendedores Regulares:** Porcentaje apropiado

Obteniendo beneficios que puedan ser alcanzados por todos y así lograr resultados de motivación por parte de los trabajadores y mejorando las ventas de la organización.

### **Costos laborales internos**

Entrega de bonos adicionales que ayuden a la motivación del personal:

De acuerdo con lo anteriormente establecido en los incentivos que motivará a cada empleado se debe tener en cuenta el monto que será desembolsado de acuerdo con el nivel de venta de cada laborador. Los bonos adicionales están diseñados para motivar a los empleados y reconocer su esfuerzo y rendimiento. Estos bonos se basarán en el nivel de ventas y rendimiento individual de cada empleado.

**Reuniones para reconocer el rendimiento de eficiencia de los empleados:**

Se establecerán reuniones a todos los trabajadores donde se le harán reconocimientos ya sean bonos o electrodomésticos a las personas que mantengan un buen rendimiento para que los demás trabajadores se sientan motivados a lograr vender más.

- Costos de organización de las reuniones (alquiler de espacio, materiales de presentación).
- Costos de refrigerios para los asistentes.
- Gastos en material de reconocimiento como certificados, placas o trofeos.
- Establecer un amortiguador financiero o "Haz bajo la manga"

Es un paso que no se puede omitir y que es de gran ayuda al momento de evaluar un nuevo proyecto para que la organización no llegue a la quiebra, situando un porcentaje del dinero destinado a sobrecostos, pago de horas extras o aumentos de los costos de los suministros durante el desarrollo del proyecto planteado. Para evitar que la empresa se quede sin recursos monetarios.

**Evaluar los resultados y el consumo del presupuesto.**

Este último paso se llevará a cabo con un software que nos arrojará la información de si los resultados obtenidos fueron los esperados o si realmente hubo pérdida; certificando si el plan propuesto sirvió para mejorar la motivación de los empleados y el aumento de las ventas de la empresa.

## **6. Reseña histórica empresarial.**

Blue Star Sas es una empresa colombiana fundada en el año 2022 en Bogotá. Su actividad principal es la prestación de servicios de telecomunicaciones inalámbricas, bajo el código CIIU 6120. Está constituida como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), lo que le permite operar con una estructura flexible en cuanto a gestión y responsabilidad.

La sede de la empresa se encuentra en la Avenida Carrera 24, Bogotá, y es una organización pequeña según su clasificación empresarial. Blue Star Sas forma parte del sector tecnológico y de comunicaciones, ofreciendo soluciones en un mercado dinámico y en constante crecimiento en Colombia.

Blue Star Comunicaciones S.A.S. es una empresa que se dedica a brindar servicios de telecomunicaciones, tales como internet, televisión y telefonía. Desde su creación, la empresa ha trabajado para consolidarse como un proveedor confiable en su sector, ofreciendo una variedad de servicios de alta calidad a precios accesibles. A lo largo de su trayectoria, Blue Star Comunicaciones ha enfrentado retos comunes en la industria, incluyendo la fuerte competencia de otros operadores que continuamente innovando y lanzan ofertas atractivas para los clientes. La empresa ha experimentado diversas etapas de crecimiento y ajustes en su estructura de precios, con el objetivo de mejorar su posición en el mercado y cumplir con las expectativas de sus usuarios.

### **6.1 Tipo de empresa – Constitución**

Blue Star Comunicaciones S.A.S. Sería una empresa de telecomunicaciones enfocada en la prestación de servicios de internet, televisión y telefonía. En cuanto a su constitución, al ser

una "S.A.S." (Sociedad por Acciones Simplificada), se trata de una sociedad de tipo comercial que permite flexibilidad en la administración y en la estructuración del capital. Esta forma jurídica es popular porque facilita la incorporación de accionistas y la gestión de la empresa sin las formalidades estrictas que tienen otras estructuras societarias, lo que la hace ideal para empresas que buscan un crecimiento rápido y adaptable en mercados competitivos como el de las telecomunicaciones

## **6.2 Capital social**

Es fundamental conocer y gestionar adecuadamente el capital social de la empresa. El capital social de Blue Star Comunicaciones S.A.S. Se compone de las aportaciones de los socios fundadores, que han destinado una cantidad específica de dinero para iniciar y operar la empresa. Este capital inicial permite a la empresa invertir en infraestructura tecnológica, equipos, y recursos necesarios para ofrecer sus servicios de internet, televisión y telefonía.

### **\* CAPITAL AUTORIZADO \***

Valor: \$110.000.000,00

No. de acciones: 11.000,00

Valor nominal: \$10.000,00

### **\* CAPITAL SUSCRITO \***

Valor: \$90.000.000,00

No. de acciones: 9.000,00

Valor nominal: \$10.000,00

**\* CAPITAL PAGADO \***

Valor: \$90.000.000,00

No. de acciones: 9.000,00

Valor nominal: \$10.000,00

### **6.3 Objeto social**

La sociedad tendrá como objeto principal A. Comercialización de servicios telefónicos de voz y datos, equipos celulares, sim card prepagos y todo lo relacionado con la telefonía celular. B. Comercialización de servicio de conectividad con internet banda ancha, televisión y líneas telefónicas. C. Comercialización al por menor de computadores, tablets y todo lo relacionado con la tecnología. D. Exportación e importación de equipos celulares para su comercialización a nivel nacional e internacional. E. La prestación de servicios tics; la instalación, construcción, diseño, mantenimiento, reposición, y reparación de redes de telecomunicaciones, así como la comercialización de bienes, productos y servicios provistos por operadores de servicios de las tecnologías de la información y las comunicaciones. F. La prestación de servicios de externalización o tercerización (outsourcing) de servicios auxiliares que requieren la gestión de los siguientes recursos humanos y materiales: A. Servicios de centros de atención a clientes (call centers) mediante sistemas de numeración telefónica, incluyendo servicios de información general, servicios de atención y reclamación de consumidores, campañas de recepción de llamadas, campañas promocionales, recepción de sugerencias, servicios de posventa, etc. B. Servicios de telemarketing en plataformas de contactos multicanal (teléfono, fax, internet, email) para la gestión de los centros de atención a clientes. C. Servicio de call center para la gestión de

cobro administración y recuperación de cartera de personas naturales o jurídicas a través de acciones pre jurídicas y jurídicas que demanden la actividad; desde el territorio nacional, para clientes nacionales extranjeros que se encuentren dentro y fuera del país. G. La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil, que sea complementaria o conexas con el desarrollo de su objeto principal.

#### **6.4 Misión y Visión empresarial**

##### **MISIÓN**

Proporcionar soluciones de telecomunicaciones de alta calidad que conecten a nuestros clientes con el mundo a través de servicios de internet, televisión y telefonía confiables y accesibles. Nos comprometemos a innovar continuamente y a ofrecer un servicio excepcional que supere las expectativas de nuestros clientes, apoyado por una infraestructura tecnológica avanzada y un equipo altamente capacitado.

##### **VISIÓN**

Ser la empresa líder en el sector de telecomunicaciones en la región, reconocida por nuestra capacidad de innovar y adaptarnos a las necesidades cambiantes del mercado. Buscamos ofrecer servicios integrales que mejoren la calidad de vida de nuestros clientes, impulsando la conectividad y el acceso a la tecnología de vanguardia. Aspiramos a construir relaciones duraderas con nuestros clientes, empleados y socios, basadas en la confianza, la calidad y el compromiso con la excelencia.

## 6.5 Políticas de la empresa

### POLÍTICAS, RESTRICCIONES Y CONDICIONES GENERALES DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR MOVISTAR

- Las políticas, restricciones y condiciones generales de los servicios se rigen por el contrato de prestación de servicios de telecomunicaciones.

- Todos los servicios son ofrecidos y soportados por COLOMBIA TELECOMUNICACIONES S.A. ESP (Movistar) y están sujetos a disponibilidad técnica en la fecha y zona en la que se reciba la solicitud.

- El servicio podrá ser contratado únicamente por personas mayores de edad.

- Solo podrán contratar el servicio de línea telefónica, Internet y Televisión los usuarios que se encuentren al día en sus obligaciones con COLOMBIA TELECOMUNICACIONES S.A. ESP (Movistar) y que no hayan causado suspensión o retiro por incumplimiento grave del contrato.

- Los servicios podrán ser contratados con o sin cláusula de permanencia mínima bajo las condiciones establecidas por COLOMBIA TELECOMUNICACIONES S.A. ESP (Movistar) en el contrato para la prestación de servicios de telecomunicaciones y sus anexos, en cumplimiento con la normatividad vigente.

- COLOMBIA TELECOMUNICACIONES S.A. ESP (Movistar), desde el 31 de diciembre de 2014, no aplicará subsidios sobre los planes de Internet Banda Ancha en E1 y E2 según lo dispuesto en la resolución 1703 de 02 de agosto de 2012 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. De acuerdo con lo anterior para todas las ofertas de

internet dirigidas hacia clientes de estrato socioeconómico 1 y 2, a partir del 31 de Diciembre de 2014 ya no se aplicará el descuento del subsidio en la tarifa final. Los planes que se subsidiaban correspondían a planes de Internet de Banda Ancha Social.

- El valor del empaquetamiento se condiciona a que sea posible instalar todos los servicios que conforman el paquete, por lo que si no es posible instalar uno o más de los servicios solicitados, el cliente debe decidir si acepta que se instalen aquellos que sea posible, al precio que en ese caso les corresponda a cada uno de acuerdo con las tarifas vigentes de la Empresa.

- Los servicios que se ofrezcan al cliente a través de las ofertas comerciales se rigen por el respectivo contrato para la prestación de servicios de telecomunicaciones y por las condiciones y restricciones generales de los servicios y promociones.

- Las tarifas de empaquetamiento no incluyen servicios de valor agregado de televisión, telefonía e internet BA, estos podrán ser contratados como valor adicional al de los paquetes contratados.

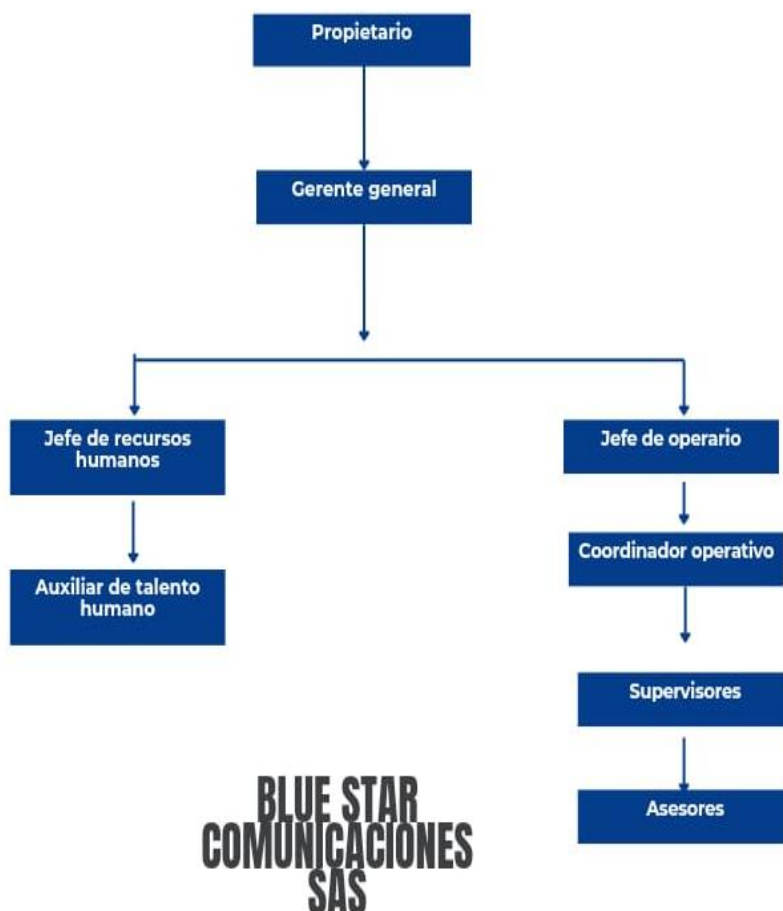
- La facturación del servicio de Internet y Televisión se realiza mes anticipado. Para clientes existentes que adquieran un producto adicional con el que conformen paquetes, en la primera factura se incluirá la proporción correspondiente a los días de servicio prestados entre el momento de la instalación de los servicios y el final de periodo de facturación correspondiente, más el cobro de los servicios que se pagan por anticipado. Para clientes nuevos no se incluirá la proporción correspondiente a los días de servicio prestados entre el momento de la instalación de los servicios y el inicio del periodo de facturación siguiente. La facturación de línea básica se realiza mes vencido.

- La presentación de reclamos no exime al cliente de la obligación de pagar los conceptos sobre los que no existe reclamación.
- Si el servicio es suspendido por no pago o por otra causa imputable al usuario incluida su solicitud de suspensión temporal del servicio, la Empresa cobrará el paquete a prorrata de los días en que estuvo vigente el servicio.

## 6.6 Estructura empresarial – Áreas funcionales

# ORGANIGRAMA

BLUE STAR COMUNICACIONES SAS



## **6.7 Portafolio de productos**

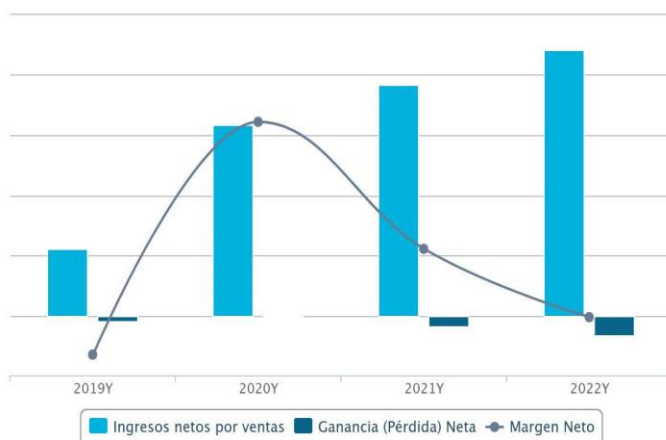
1. Soluciones de conectividad inalámbrica: Servicios de internet móvil o fijo utilizando tecnologías como LTE o 5G, dirigidos a empresas o clientes individuales.
2. Equipos de telecomunicaciones: Venta o alquiler de routers inalámbricos, antenas o repetidores de señal.
3. Servicios de infraestructura: Instalación y mantenimiento de torres de telecomunicaciones para expandir la cobertura de redes inalámbricas.
4. Consultoría en telecomunicaciones: Asesoría a empresas para optimizar sus redes y mejorar la calidad de sus servicios inalámbricos.

## **6.8 Mercado**

Blue Star SAS se dirige principalmente a clientes dentro del sector de telecomunicaciones, lo que incluye tanto empresas como personas que requieren servicios de telecomunicaciones inalámbricas. Dado su enfoque en la infraestructura de telecomunicaciones, sus clientes pueden incluir compañías que necesitan acceso confiable a redes inalámbricas, proveedores de internet, y otros actores en el sector de tecnología y comunicación que buscan soluciones especializadas.

Además, debido a su tamaño pequeño y reciente creación, es posible que Blue Star SAS esté orientado a ofrecer servicios más personalizados a empresas locales o regionales que requieren soluciones específicas de telecomunicaciones, en lugar de competir directamente con grandes corporaciones que manejan proyectos a mayor escala.

## Evolución financiera



Tasa de crecimiento anual de los últimos dos años en divisa local COP. Todos los datos financieros están incluidos en el informe comprado.

Ingresos netos por ventas

15,35% ▲

Total Ingreso Operativo

15,35% ▲

Ganancia operativa (EBIT)

-168,72% ▼

Ganancia (Pérdida) Neta

-84,49% ▼

Activos Totales

17,12% ▲

Total de patrimonio

-140,97% ▼

Margen Operacional

-3,03% ▼

Margen Neto

-2,84% ▼

Rendimiento Sobre El Patrimonio (ROE)

-16,71% ▼

Prueba Ácida

2,06% ▲

## 6.9 Análisis evolución financiera

Blue Star Comunicaciones Sas reportó aumento de ingresos netos de 15,35% en 2022. Su Activo Total registró un crecimiento de 17,12%. El margen neto de Blue Star Comunicaciones Sas cayó 2,84% en 2022.

Blue Star Comunicaciones SAS muestra un crecimiento en sus ingresos por ventas (+15,35%) y un aumento en sus activos (+17,12%), pero enfrenta serios problemas financieros. La empresa ha registrado una gran caída en su ganancia operativa (-168,72%) y en su ganancia neta (-84,49%), lo que refleja ineficiencias operativas y pérdidas. El patrimonio ha disminuido drásticamente (-140,97%), lo que indica pérdida de valor para los accionistas. A pesar de una ligera mejora en su liquidez (Prueba Ácida +2,06%), los márgenes operativos y netos han caído, afectando la rentabilidad y la sostenibilidad de la empresa.

## **7. Análisis de la situación actual de la empresa**

### **7.1 Análisis del sector: (Entorno económico en que se mueve la empresa)**

Blue Star SAS es una empresa en el sector de telecomunicaciones, que incluye servicios de internet, telefonía móvil y fija, infraestructura de redes, y en algunos casos, soluciones tecnológicas avanzadas como servicios en la nube o plataformas digitales.

#### **1. Sector de Telecomunicaciones:**

**Crecimiento del sector:** Este sector ha tenido un crecimiento constante debido al aumento en la demanda de servicios digitales y conectividad, especialmente impulsado por la transformación digital, el teletrabajo y la educación remota. En ello se involucran sus mejores servicios como:

**Tecnología 5G:** La implementación de redes 5G está impulsando la expansión y modernización de las infraestructuras de telecomunicaciones. Al invertir en estas tecnologías están bien posicionadas para aprovechar oportunidades de crecimiento.

**Servicios digitales:** Blue Star Sas diversifica sus servicios con soluciones como fibra óptica, internet de alta velocidad, plataformas de streaming y otros servicios que mejoran la conectividad.

**Regulaciones Gubernamentales:** Las regulaciones gubernamentales es un desafío significativo para la compañía Blue Star SAS. Aunque garantizan la competencia y la protección del consumidor, también imponen costos y barreras para el crecimiento, especialmente para esta empresa que debe competir con grandes jugadores que tienen mayores recursos para cumplir con estas regulaciones como sus competencias.

## 7.2 La competencia

El mercado colombiano de telecomunicaciones es altamente competitivo, dominado por grandes actores como Claro, Movistar y Tigo. Estas xfcempresas cuentan con recursos financieros y tecnológicos que les permiten ofrecer una gama amplia de servicios a precios competitivos, lo que representa un desafío para empresas más pequeñas como Blue Star SAS. Para sobrevivir en este entorno, estas empresas deben diferenciarse, ya sea mediante la personalización de sus servicios o nichos específicos.

### 1. Claro (América Móvil)

- El operador más grande en Colombia, con servicios de telefonía móvil, internet, televisión y servicios empresariales.
- Compiten en todos los segmentos de telecomunicaciones, incluidos planes móviles y servicios de fibra óptica.

### 2. Tigo (Millicom)

- Un jugador importante en el mercado colombiano de telecomunicaciones, que ofrece una amplia gama de servicios, incluidos telefonía móvil, internet de banda ancha y televisión.
- Es uno de los principales rivales en términos de servicios móviles y fijos.

### 7.3 El mercado actual – participación en el mercado

## MERCADO DEL INTERNET EN 2023

### Conexiones a Internet

Tipo	Cifra	Variación
Móvil	44,9 millones	12,07%
Fijo	8,9 millones	0,30%



### • Ingresos en Internet móvil

Ingresos en 2023

**\$9,69 billones**

11,40%

### Prestadores del servicio móvil

En Colombia se registran 11 prestadores del servicio móvil



Fuente: CRC / Gráfico: LR-ST

**Ingresos:** En 2021, la empresa reportó ingresos en el rango de 2,000 a 5,000 millones de COP. Sin embargo, las ganancias netas fueron inferiores a 1,000 millones de COP, reflejando un margen neto negativo de aproximadamente 1.9%. Esto muestra que, aunque la empresa generaba ingresos, enfrentaba desafíos para mantener la rentabilidad.

**Crecimiento en ingresos netos:** A pesar de las dificultades, la empresa mostró un ligero crecimiento del 1.72% en sus ingresos netos, lo que indicaría algún tipo de estabilización o ajuste en sus operaciones.

Patrimonio y activos: La situación patrimonial de la empresa fue más preocupante, con una disminución en su patrimonio total del 27.9% y una caída del 10.47% en sus activos. Esto refleja una contracción significativa en la capacidad financiera de la empresa, lo que puede estar relacionado con inversiones, endeudamiento, o problemas de liquidez.

En resumen, Blue Star SAS presentó ingresos estables, pero con dificultades en términos de ganancias y patrimonio, lo que sugiere una necesidad de ajustar su modelo operativo o buscar nuevas oportunidades para aumentar su competitividad en el mercado.

#### **7.4 Estrategias de mercadeo y ventas.**

**-Diferenciación en la oferta de servicios:**

Blue Star SAS se centra en proporcionar soluciones de telecomunicaciones inalámbricas a bajo costo, destacándose en la oferta de servicios de conectividad de alto rendimiento. Esto incluye servicios personalizados que se adaptan a las necesidades específicas de pequeños y medianos negocios, lo que les permite competir eficazmente contra grandes operadores como Claro y Movistar.

**-Segmentación del mercado:**

La empresa ha segmentado su mercado objetivo hacia clientes en áreas urbanas y semiurbanas. Este enfoque les permite atender a un nicho que busca soluciones de telecomunicaciones asequibles, lo cual es fundamental en un país con una gran diversidad geográfica y socioeconómica como Colombia.

**-Diversificación de la cartera de productos:**

Blue Star ha ampliado su cartera de servicios para incluir paquetes que combinan voz, datos y conectividad, lo que les permite ofrecer soluciones integrales a sus clientes. Esta diversificación no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también ayuda a aumentar la lealtad y retención de usuarios.

**-Uso de canales de ventas directos e indirectos:**

La compañía emplea una estrategia de ventas que combina canales directos e indirectos, lo que incluye ventas corporativas a través de equipos de ventas internos y alianzas con distribuidores y revendedores. Esta estrategia les permite alcanzar una mayor base de clientes y adaptarse a diferentes segmentos del mercado.

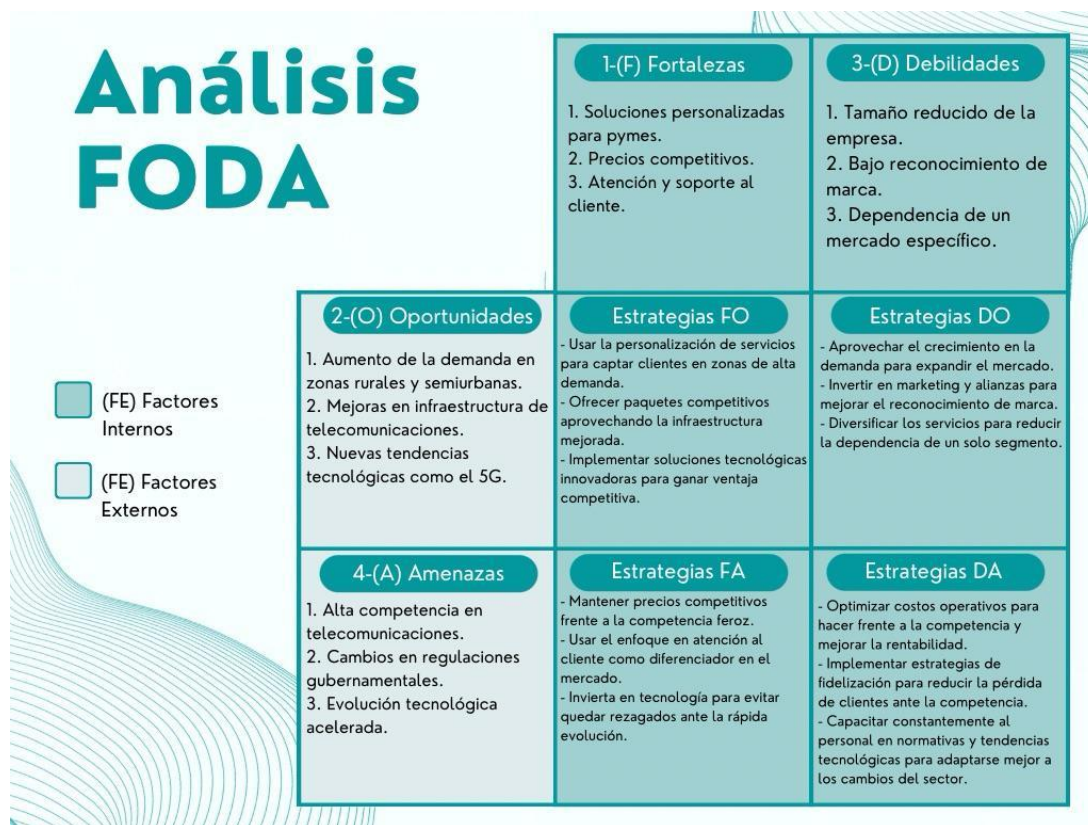
**-Enfoque en atención al cliente y soporte técnico:**

Blue Star ha enfatizado la importancia de la atención al cliente y el soporte técnico como parte de su estrategia de ventas. Al ofrecer un servicio al cliente excepcional, buscan construir relaciones sólidas y duraderas con sus clientes, lo que puede resultar en recomendaciones y referencias positivas.

**-Marketing digital y promoción:**

La empresa utiliza estrategias de marketing digital para promover sus servicios y llegar a un público más amplio. Esto incluye campañas en redes sociales y plataformas en línea, que son herramientas efectivas para atraer a nuevos clientes, especialmente entre las generaciones más jóvenes que buscan servicios de telecomunicaciones.

## 7.5 Matriz DOFA - Análisis interno y externo de la empresa



### DO (Debilidades + Oportunidades):

- Aprovechar el crecimiento en la demanda para expandir el mercado.
- Invertir en marketing y alianzas para mejorar el reconocimiento de marca.
- Diversificar los servicios para reducir la dependencia de un solo segmento.

### FO (Fortalezas + Oportunidades):

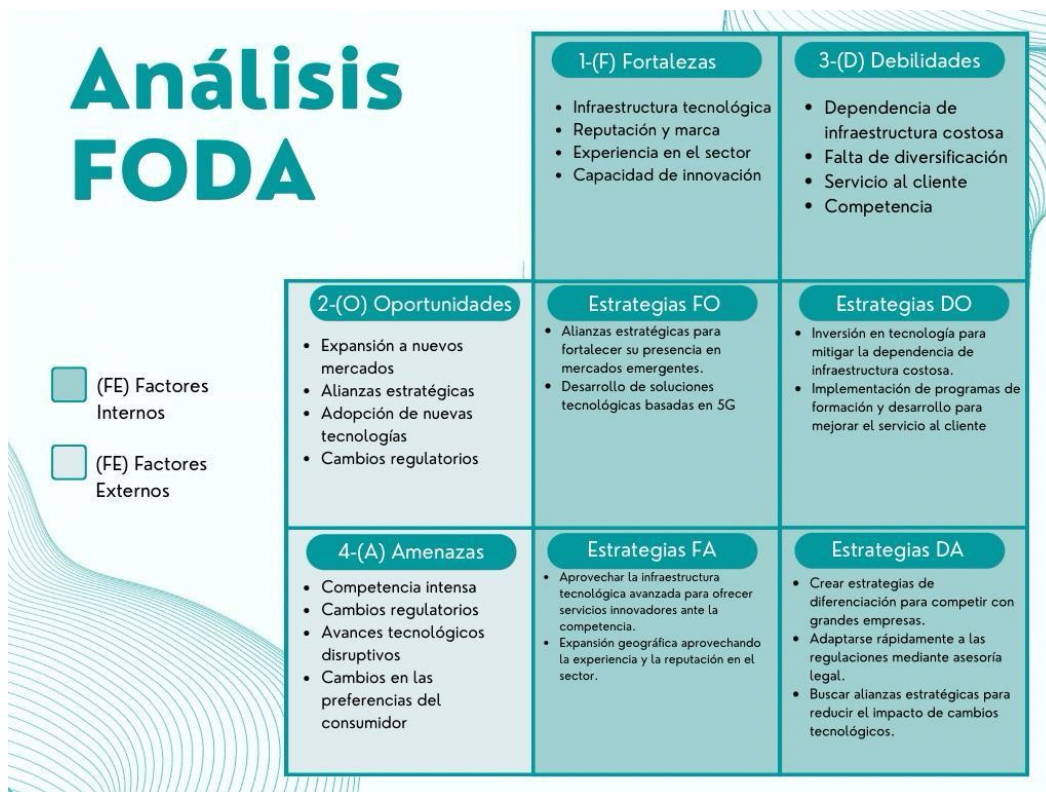
- Usar la personalización de servicios para captar clientes en zonas de alta demanda.
- Ofrecer paquetes competitivos aprovechando la infraestructura mejorada.
- Implementar soluciones tecnológicas innovadoras para ganar ventaja competitiva.

**FA (Fortalezas + Amenazas):**

- Mantener precios competitivos frente a la competencia feroz.
- Usar el enfoque en atención al cliente como diferenciador en el mercado.
- Invierta en tecnología para evitar quedar rezagados ante la rápida evolución.

**DA (Debilidades + Amenazas):**

- Optimizar costos operativos para hacer frente a la competencia y mejorar la rentabilidad.
- Implementar estrategias de fidelización para reducir la pérdida de clientes ante la competencia.
- Capacitar constantemente al personal en normativas y tendencias tecnológicas para adaptarse mejor a los cambios del sector.

**7.5.1 Matriz DOFA para el sector al que pertenece la empresa**

### **7.5.2 Debilidades**

- Dependencia de infraestructura costosa: Las telecomunicaciones requieren una gran inversión en infraestructura, lo que puede limitar la capacidad de expansión rápida.
- Falta de diversificación: A Blue Star le hace falta expandirse por el territorio nacional, ya que solo de unos pocos servicios se llevan a áreas geográficas, esto con lleva a que pueda estar más expuesta a fluctuaciones del mercado.
- Servicio al cliente: Las quejas comunes en telecomunicaciones suelen estar relacionadas con el servicio al cliente. Si esta área no está bien gestionada, podría perjudicar su imagen.
- Competencia: Enfrentarse a gigantes de las telecomunicaciones con mayores recursos puede ser un desafío.

### **7.5.3 Oportunidades**

- Expansión a nuevos mercados: Blue Star podría aprovechar el crecimiento de mercados emergentes, especialmente en zonas rurales o menos conectadas.
- Alianzas estratégicas: Colaborar con otras empresas de tecnología, medios o software para ofrecer paquetes y servicios integrados.
- Adopción de nuevas tecnologías: El auge de tecnologías como la inteligencia artificial, IoT y 5G ofrece oportunidades para ofrecer servicios más avanzados.
- Cambios regulatorios: Posibles cambios en las leyes de telecomunicaciones que favorezcan a empresas locales o que faciliten la expansión.

#### **7.5.4 Fortalezas**

-Infraestructura tecnológica: La empresa tiene una infraestructura avanzada que permite un servicio confiable y de calidad.

-Reputación y marca: Blue Star SAS tiene una buena reputación en el sector, lo cual puede atraer y retener clientes más fácilmente.

-Experiencia en el sector: Los años de operación en telecomunicaciones proporcionan conocimientos y una red sólida de contactos y alianzas.

-Capacidad de innovación:

La empresa invierte en nuevas tecnologías (como 5G o fibra óptica), lo cual ayuda a diferenciarse de la competencia.

#### **7.5.5 Amenazas**

- Competencia intensa: Grandes compañías nacionales e internacionales con mayores recursos pueden afectar su cuota de mercado.

- Cambios regulatorios: Las regulaciones gubernamentales más estrictas o impuestos específicos al sector pueden aumentar los costos operativos.

- Avances tecnológicos disruptivos: Nuevas tecnologías, como el internet satelital (por ejemplo, Starlink), pueden reducir la demanda de telecomunicaciones tradicionales.

- Cambios en las preferencias del consumidor: La migración hacia servicios de comunicación digital, como aplicaciones de mensajería y VoIP, puede reducir la demanda de servicios tradicionales de telecomunicaciones.

### **7.5.6 Estrategias DA, FA, FO, DO**

#### **Estrategias DA (Debilidades + Amenazas):**

- Crear estrategias de diferenciación para competir con grandes empresas.
- Adaptarse rápidamente a las regulaciones mediante asesoría legal.
- Buscar alianzas estratégicas para reducir el impacto de cambios tecnológicos.

#### **Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas):**

Aprovechar la infraestructura tecnológica avanzada para ofrecer servicios innovadores ante la competencia: Blue Star Sas puede utilizar su infraestructura tecnológica para lanzar servicios avanzados, como internet de alta velocidad o soluciones empresariales, y así hacer frente a la competencia creciente y a las nuevas tecnologías disruptivas.

-Expansión geográfica aprovechando la experiencia y la reputación en el sector:  
Aprovechando la experiencia de Blue Star SAS, pueden expandirse a áreas geográficas menos atendidas o zonas rurales, lo que les permitiría contrarrestar la competencia en mercados saturados.

#### **Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades):**

-Alianzas estratégicas para fortalecer su presencia en mercados emergentes: Blue Star SAS puede utilizar su reputación y su capacidad de innovación para establecer alianzas con otras

empresas tecnológicas o de medios, aprovechando oportunidades de expansión en mercados emergentes.

-Desarrollo de soluciones tecnológicas basadas en 5G : Aprovechando su capacidad de innovación y su infraestructura, Blue Star puede desarrollar nuevos productos o servicios que utilicen tecnologías como el 5G o el Internet de las Cosas, alineándose con las tendencias tecnológicas.

### **Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades):**

-Inversión en tecnología para mitigar la dependencia de infraestructura costosa: Aprovechando las oportunidades de nuevas tecnologías, Blue Star puede invertir en soluciones como la fibra óptica o el internet satelital, reduciendo la dependencia de infraestructuras costosas.

-Implementación de programas de formación y desarrollo para mejorar el servicio al cliente: Blue Star podría aprovechar alianzas con proveedores tecnológicos o educativos para mejorar la capacitación de su personal, mitigando la debilidad en atención al cliente y mejorando la experiencia del usuario.

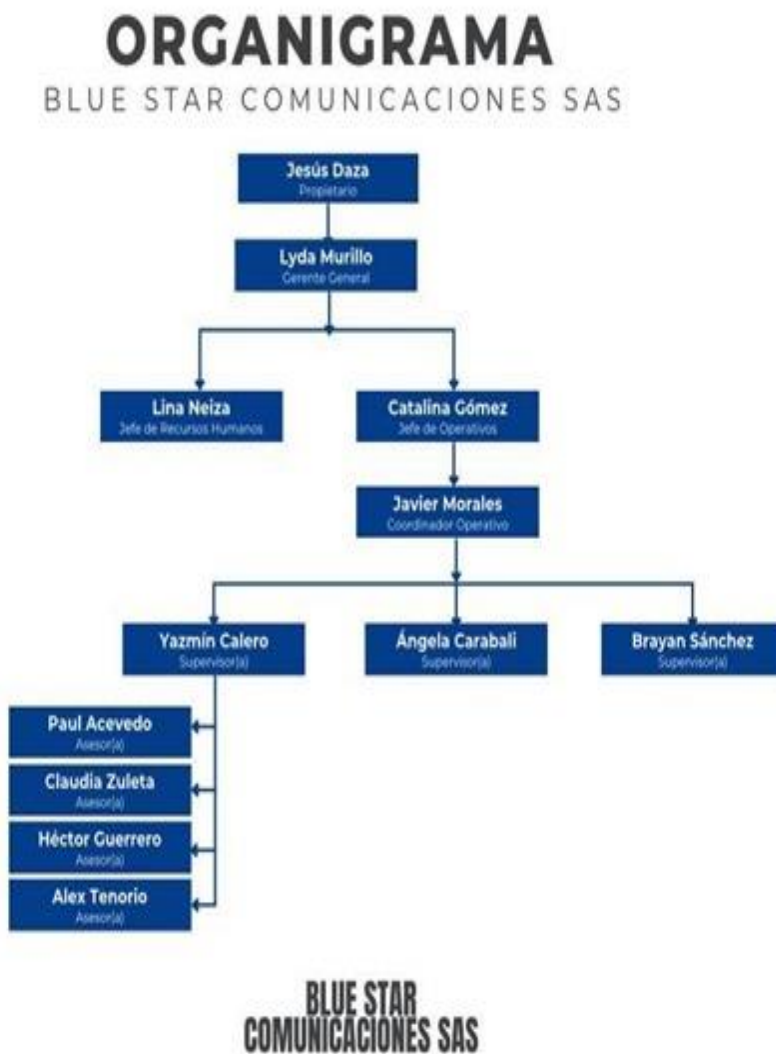
## **8. Plan de mejoramiento**

### **8.1 Área de Administración**

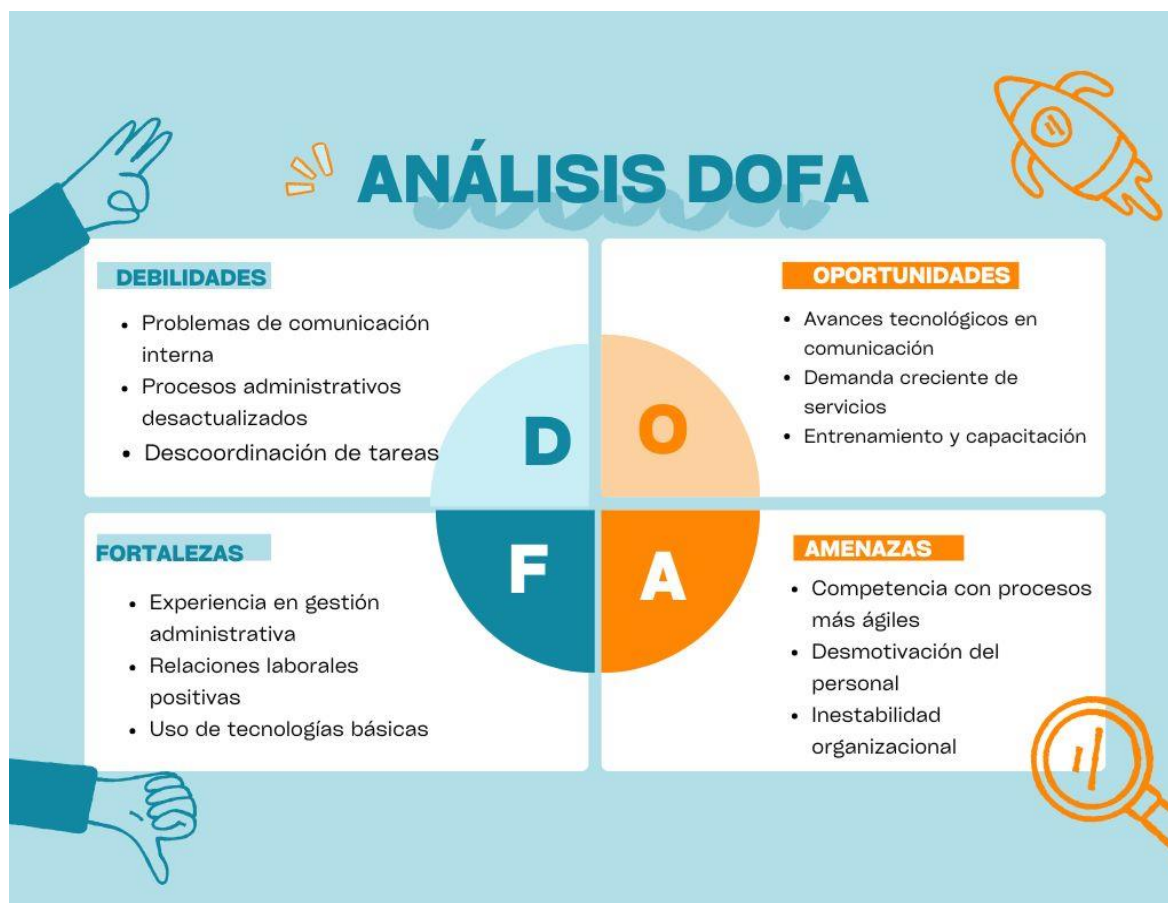
En este caso la compañía Blue Star Sas se encuentra en un problema de liderazgo el cual se puede evidenciar que se debilita la comunicación descendente entre los altos mandos, dado a

que no se tienen en cuenta las solicitudes internas del personal operativo de la compañía, donde no se logra establecer una solución a muchos factores que pueden afectar a sus empleados.

## 8.2 Diagnostico estructura del área



## 8.2.1 Matriz DOFA para el área administrativa



## 8.3 Plan de mejoramiento.

### 8.3.1 Objetivos

#### 8.3.1.1 OBJETIVO GENERAL

Fortalecer el liderazgo y mejorar la comunicación entre la alta dirección y los operarios, incrementando la motivación y el bienestar laboral para garantizar la calidad del servicio.

### 8.3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Implementar una plataforma corporativa directa como Google forms para que los empleados tengan la libertad de dar sus opiniones a las diferentes áreas de gestión.
- Organizar capacitaciones con actividades prácticas (Retroalimentaciones) de liderazgo y resolución de conflictos para los altos mandos y supervisores.
- Realizar un seguimiento minucioso de cada área en donde se pueda evaluar el progreso de ella.



The image shows a Google Forms interface. At the top, there is a navigation bar with 'Preguntas', 'Respuestas' (25), and 'Configuración'. The main content area features a header with the Movistar logo and a blue background with binary code. Below the header is a text box with the title 'Formulario de Comportamiento Organizacional' and a description: 'Con este cuestionario queremos recopilar información de satisfacción de los operarios.' A question titled 'Sexo' is visible at the bottom. The right side of the form has a vertical toolbar with icons for adding, deleting, and editing elements.

Se crea una plataforma directa de Google forms con el fin de que estos empleados sientan que tienen un medio el cual pueden depositar todas sus ideas o sus PQRS.

DIA	HORA	DURACIÓN	TEMA DE CAPACITACIÓN	FACILITADOR	LUGAR
Lunes	8:00 AM - 9:00 AM	1 HORA	Comunicación asertiva y escucha activa	Ana Rodríguez	Sala de reuniones 1
Martes	2:00 PM - 3:00 PM	1 HORA	Resolución de conflictos	Juan Perez	Sala de capacitaciones A
Miércoles	9:00 AM - 10:00 AM	1 HORA	Estrategia para motivar al equipo	Laura Mendez	Sala de conferencias
Jueves	3:00 PM - 4:00 PM	1 HORA	Liderazgo transformacional	Carlos Gomez	Auditorio principal
Viernes	8:00 AM - 9:00 AM	1 HORA	Toma de decisiones en situaciones críticas	Diana Castillo	Sala de reuniones 2

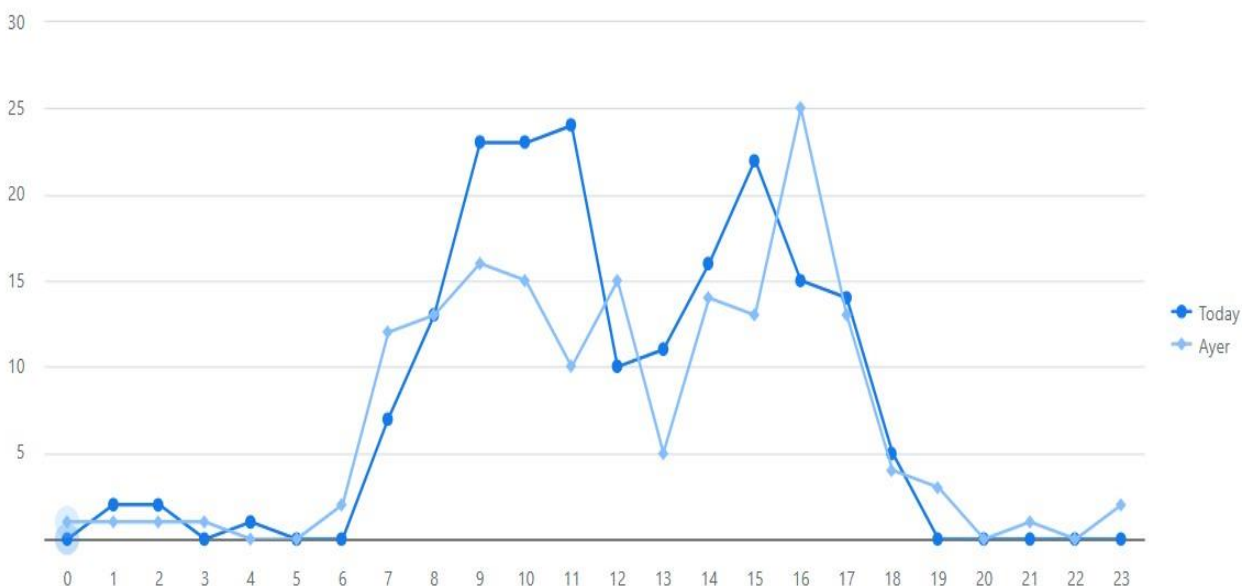
Para concluir se solicitarán las siguientes 3 sugerencias:

**Asistencia Obligatoria:** Estas capacitaciones son esenciales para mejorar la gestión y liderazgo en la empresa.

**Materiales Necesarios:** Se recomienda llevar cuaderno, bolígrafo y un dispositivo electrónico (como laptop o tablet) para las actividades prácticas.

**Evaluación Final:** Al concluir las capacitaciones, se realizará una evaluación para medir el impacto del aprendizaje.

Tendencias de hoy



Se realizará un seguimiento de estos asesores por medio de los resultados obtenidos por ellos, el cual se logrará medir su satisfacción y así evaluar que tantas sugerencias son solicitadas. Esto ayudará a obtener un control dentro de la organización para así atender a estas PQRS.

## 8.4 Implementación del plan de mejoramiento

### 8.4.1 Políticas

- Identificar los peligros y evaluar los riesgos: Con el fin de prevenir incidentes en el trabajo y enfermedades profesionales.
- Promover la información, participación y consulta de los empleados y demás partes

- Aplicar principios de mejora continua mediante la evaluación del desempeño a través de indicadores
- Fomentar en nuestra cadena de suministro y con nuestros socios las mejores prácticas
- Velar por el cumplimiento de la normativa local y externas internacionales
- Comunicar de forma regular y transparente nuestro desempeño y atender las inquietudes

#### **8.4.2 Valores**

- Trabajar de manera colaborativa, amable y transparente para conseguir las mejores soluciones.
- Ofrecer soluciones innovadoras que transformen y simplifiquen la vida de las personas.
- Trabajar de manera honesta, sencilla y comprometida, ofreciendo una conexión segura y de calidad.

#### **8.4.3 Principios**

- **Compromiso con la calidad del servicio:** Garantizar que los servicios ofrecidos cumplan con los más altos estándares.

- **Innovación tecnológica:** Estar a la vanguardia en soluciones tecnológicas para satisfacer las necesidades del mercado.
- **Orientación al cliente:** Priorizar las necesidades y satisfacción del cliente en todas las operaciones.
- **Responsabilidad social:** Contribuir al desarrollo sostenible mediante iniciativas responsables con la comunidad y el medio ambiente.
- **Trabajo en equipo:** Fomentar la colaboración entre los empleados para lograr los
- **Transparencia y ética:** Actuar con honestidad y cumplir con las normativas legales y éticas.

#### 8.4.4 Estrategia y plan de acción

##### 8.4.4.1 Estrategia

AREA	ÁREA OPERATIVA
<b>Estrategia 1</b>	Determinar la causa principal que está afectando la eficiencia.
<b>Estrategia 2</b>	Establecer canales claros y efectivos de comunicación.
<b>Estrategia 3</b>	Promover la alineación y colaboración entre los equipos.

### 8.4.4.2 Plan de acción

PLAN DE ACCIÓN EMPRESARIAL						
Área	Estrategia	Objetivo	Actividades	Tiempo	Responsable	Costo estimado
Departamento de Talento Humano	<b>Estrategia 1</b> Implementar una plataforma corporativa directa para establecer relaciones interpersonales	Lograr fomentar las relaciones interpersonales internas de la empresa para que se establezca un buen clima laboral y un contacto directo con los jefes	Indagar sobre las diferentes herramientas tecnológicas.	1 semana	Cargos Departamento de Recursos Humanos	Se realizará de manera interna. \$ 0
			Cotizar cada una de ellas precio/beneficio.	1 semana		
			Seleccionar la más factible y comprarla.	1 semana		
			Capacitar a los jefes sobre la nueva plataforma.	2 semanas		
Fomentar el uso continuo y efectivo de la plataforma.	proceso continuo-mensual					
Evaluar el Impacto de la plataforma y ajustar según la necesidad.	3 meses					
Departamento de Talento Humano	<b>Estrategia 2</b> Organizar Capacitaciones en inteligencia emocional y empatía	Mejorar el conocimiento y el profesionalismo de estos líderes y gerentes respecto a estos escenarios	Diagnosticar y analizar las necesidades específicas.	2 semanas	Cargos Departamento de Recursos Humanos	Por cada persona son \$ 200.000 y en total por los 3 Supervisores sería \$600.000
			Buscar alianzas con instituciones y presentar propuesta de capacitación.	3 semanas		
			Formalizar el acuerdo	2 semanas		
			Convocar participantes.	1 semana		
			Desarrollar las secciones necesarias	4 semanas		
Departamento de Talento Humano	<b>Estrategia 3</b> Realizar seguimientos constantes de los proceso	Cumplir ctener una visión constante de acuerdo a las sugerencias internas y externa	Implementar un tablero digital de información de seguimiento.	2 semanas	Cargos Departamento de Recursos Humanos	\$ 300.000 de bonificación
			Delegación de un personal que se encargue de llevar a cabo el control de estas solicitudes.	1 semana		
			Realizar un informe semanal para ver el progreso.	tarea recurrente - semanal		

#### Estrategia 1: Implementar una plataforma corporativa

- **Investigar herramientas tecnológicas:** Revisaremos diferentes opciones de plataformas digitales que facilitan la comunicación interna.
- **Cotizar cada opción según costo-beneficio:** Compararemos precios y beneficios de cada herramienta para elegir la más conveniente.
- **Seleccionar y comprar la mejor opción:** Escogeremos la plataforma que mejor se adapta a nuestras necesidades e iniciaremos el proceso de adquisición.

- **Capacitar a los jefes en el uso de la plataforma:** Organizaremos sesiones de formación para que los líderes sepan cómo usarla correctamente.
- **Fomentar el uso continuo de la plataforma:** Motivaremos a los colaboradores para que la utilicen en su día a día y aprovechen sus beneficios.
- **Evaluar el impacto y hacer ajustes:** Después de tres meses, analizaremos qué tan efectiva ha sido la plataforma y realizaremos mejoras si es necesario.

### **Estrategia 2: Capacitaciones en inteligencia emocional y empatía**

- **Diagnosticar necesidades específicas:** Identificaremos qué temas de inteligencia emocional y empatía son más relevantes para nuestros líderes.
- **Buscar alianzas con instituciones:** Contactaremos organizaciones que puedan brindarnos una capacitación adecuada.
- **Formalizar los acuerdos:** Cerraremos negociaciones y estableceremos fechas para llevar a cabo la formación.
- **Convocar participantes:** Invitaremos a los líderes y gerentes a participar en las capacitaciones.
- **Desarrollar las sesiones necesarias:** Ejecutaremos las capacitaciones según lo planificado, asegurándonos de que sean dinámicas y efectivas.

### **Estrategia 3: Seguimiento constante de los procesos**

- **Implementar un tablero digital de seguimiento:** Crearemos una plataforma donde se registrarán y monitorearán los avances de cada proceso.

- **Delegar a un responsable del control de solicitudes:** Designaremos a una persona encargada de administrar el tablero y dar respuesta a las solicitudes.
- **Realizar reuniones semanales para evaluar el progreso:** Cada semana revisaremos avances, detectaremos problemas y ajustaremos lo necesario.

Las estrategias propuestas para fomentar las relaciones interpersonales internas y mejorar el clima laboral en **Blue Star Comunicaciones SAS** están diseñadas para fortalecer la comunicación, aumentar la motivación y mejorar la colaboración entre los equipos. Al implementar actividades como talleres de integración, eventos de convivencia, programas de reconocimiento, capacitaciones y encuestas de clima laboral, la empresa podrá lograr una mayor cohesión entre los altos mandos y los operativos (vendedores), reduciendo los conflictos internos y potenciando el trabajo en equipo.

## **8.5 Comunicación para empleados**

### **8.4.5 Estrategias de trabajo en equipo**

Las estrategias de trabajo en equipo traen muchos beneficios importantes. Como mejorar la comunicación, algo clave para reducir los problemas entre los altos mandos y los operativos, como los vendedores. Además, permiten distribuir mejor las tareas, lo que ayuda a ser más eficientes y evitar reprocesos. También hacen más fácil resolver problemas, porque al combinar diferentes puntos de vista se pueden encontrar soluciones más creativas y rápidas.

Otro beneficio es que aumenta la motivación, ya que las personas se sienten más comprometidas al trabajar juntas por un objetivo común. Y, por último, fomentan el aprendizaje

compartido, lo que no solo mejora el desempeño del equipo, sino que también permite a cada miembro desarrollar sus habilidades.

### **8.6 Beneficios de los costos para la implementación del plan de mejoramiento**

La implantación del plan de mejoramiento en Blue Star S.A.S. tiene como objetivo fortalecer el liderazgo y la comunicación entre los altos mandos y los operarios, lo que traerá múltiples de beneficios en costos. Al mejorar el uso de los recursos humanos, se reduce la rotación de personal, lo que ahorra en procesos de reclutamiento, capacitación e integración. Las capacitaciones bien estructuradas, realizadas dentro del horario laboral y con herramientas accesibles, también optimizan los recursos sin generar costos adicionales. Además, la mejora en la comunicación y el liderazgo incrementa la productividad, ya que reduce errores y tiempos de inactividad, lo que optimiza la eficiencia operativa y reduce los costos asociados a la corrección de errores.

La resolución de conflictos internos previene disputas laborales, lo que disminuye la necesidad de asesoría legal y los costos por ausentismo, a la vez que mejora el clima laboral. A su vez, un mejor control en la toma de decisiones permite una mayor precisión en la gestión operativa, evitando errores costosos y mejorando la calidad del servicio. La fiscalización de clientes, impulsada por un servicio de mayor calidad, reduce la necesidad de adquirir nuevos clientes, lo que resulta en una disminución de los costos de adquisición.

El uso de plataformas tecnológicas como Google Forms optimiza los procesos de retroalimentación sin requerir grandes inversiones en infraestructura y reduce los costos asociados con reuniones y desplazamientos. Además, un monitoreo constante de indicadores de

desempeño permite una reasignación más eficiente de recursos, reduciendo gastos innecesarios y mejorando la competitividad. Cumplir con las normativas laborales y ambientales previene sanciones y mejora la imagen de la empresa, lo que genera beneficios a largo plazo. Finalmente, una estrategia de trabajo en equipo bien coordinado reduce la duplicación de esfuerzos y fomenta la innovación, lo que contribuye a la reducción de costos y al aumento de la rentabilidad.

En resumen, este plan no solo contribuye a la reducción de costos, sino que también mejora la competitividad de la empresa y su posicionamiento en el mercado a largo plazo.

## 9. Presupuesto de Implementación

Acción	Descripción	Costo Aproximado (COP)
<b>1. Plataforma de comunicación interna.</b>	<b>Adquisición de la plataforma digital Google Forms para gestionar solicitudes de operarios.</b>	<b>\$ 0</b>
° Adquisición de plataforma.	La plataforma no tiene ningun costo.	\$ 0
° Capacitaciones Internas.	Configuración, Capacitación, pruebas y ajustes que seran brindadas por un personal capacitado interno.	\$ 0
<b>2. Capacitación en Liderazgo.</b>	<b>Formación para líderes en gestión de equipos y resolución de problemas y talleres practicos internos</b>	<b>\$ 2 ´ 520.000</b>
° Capacitador externo.	Contratación de experto en liderazgo para ofrecer 16 secciones. \$ 120.000 por sección (1 hora) las cuales se harán 2 secciones a la semana durante 2 meses (16 secciones) Se harán pagos mensuales de \$ 960.000	\$ 1 ´ 920.000 (Total de 2 meses)
Formación academica con el SENA para líderes.	Formación con convenio con el SENA de manera virtual para la Formación de líderes con talento, integrales y competitivos. Por cada persona se capacitará se pagaran \$200.000 al ser 3 persona dará un total de \$600.000	\$ 600.000
<b>3. Programa de motivación e incentivos.</b>	<b>Creación de un sistema de reconocimiento e incentivos para operarios.</b>	<b>\$ 2 ´ 800.000</b>
° Premios y reconocimientos.	Bonificaciones, tarjetas de regalo, para el personal dependiendo los cambios que sean notables despues de recibi la capacitación.	\$ 1 ´ 800.000
° Comunicación interna del programa.	Carteles, campañas internas para incentivar la participación con la ayuda del área de mercadeo.	\$ 200.000
° Bonificación para el área de Recursos Humanos.	Se le darán incentivos al personal de Recursos Humanos por destacar su labor con la gestión de los procesos necesarios.	\$ 800.000
<b>TOTAL:</b>		<b>\$ 5 ´ 320.000</b>

La implementación de este plan de mejoramiento para la empresa Blue Star Comunicaciones SAS tendrá un costo de \$ 6'120.000 que será un pago que se realizara en 2 meses y así se podrán ver beneficiados todos los colaboradores.

## **10. Conclusiones y recomendaciones.**

### **Conclusiones:**

° Después de desarrollar el plan de mejoramiento, se identificaron los siguientes problemas que están afectando como se mencionan brevemente en los problemas específicos, es decir, la falta de comunicación entre los altos mandos y operativos. Estos inconvenientes tienen un impacto directo en las áreas afectadas, como la productividad, el ambiente laboral o los resultados del trabajo.

Sin embargo, también se encontraron oportunidades para mejorar, como se mencionan las posibles soluciones, es decir, fortalecer la comunicación interna o capacitar a los equipos. Este diagnostico permite tener una visión clara de lo que se necesita cambiar y que acciones tomar para lograr mejores resultados en el futuro y cumplir con los objetivos de la empresa.

° El plan de acción presentado se enfoca en mejorar el ambiente laboral y la productividad en la empresa. Con la primera estrategia, se busca fomentar mejores relaciones entre los empleados y los jefes mediante una plataforma corporativa que facilite la comunicación interna.

La segunda estrategia está dirigida a capacitar a líderes y gerentes en habilidades como inteligencia emocional y empatía, lo que contribuirá a un liderazgo más efectivo y a un mejor manejo de las relaciones en el equipo.

Finalmente, la tercera estrategia asegura el seguimiento constante de los procesos, implementando herramientas como un tablero digital y designando responsables para evaluar el cumplimiento de las metas. Estas acciones en conjunto no solo mejorarán el clima laboral, sino también el compromiso de los colaboradores y el desempeño general de la empresa.

° Se tiene como objetivo transformar la dinámica organizacional, fortaleciendo la comunicación interna y creando un entorno laboral más colaborativo y eficiente. A través de la implementación de herramientas tecnológicas, programas de capacitación y un seguimiento constante, se busca no solo resolver los desafíos actuales, sino también impulsar una cultura empresarial basada en el profesionalismo, la empatía y la mejora continua.

Este enfoque permitirá que la compañía no solo optimice sus procesos internos, sino que también fomente el compromiso y la motivación de sus colaboradores, lo cual es clave para alcanzar sus metas estratégicas y garantizar un crecimiento sostenible en el mercado. Con estas acciones, Blue Star podrá posicionarse como una empresa que valora a su talento humano y lo utiliza como motor para su éxito

° En este plan de acción las acciones están enfocadas en mejorar tanto el clima laboral como la productividad, creando una estructura más sólida y eficiente. El plan no solo soluciona las dificultades actuales, sino que también sienta las bases para que Blue Star alcance un crecimiento sostenible, impulsando su capacidad para adaptarse y competir en el mercado. Con

este enfoque, la empresa podrá fortalecer su posición y garantizar un futuro exitoso para su equipo y sus objetivos estratégicos.

### **Recomendaciones:**

Se le recomienda a la organización anexar el plan de mejoramiento como parte de su sistema de gestión como vital importancia para mantener el nivel estable de ella referente a los casos anteriores.

Se le recomienda a la empresa incluir buenos métodos de comunicación y motivación hacia los empleados de acuerdo con lo establecido para una buena integración tanto interna como externa.

Se le recomienda a la compañía implementar un buzón de sugerencias para recibir las opiniones o inquietudes de sus empleados sin la necesidad de pasar por situaciones desagradables o que se lleguen a convertir en una polémica.

Implementar una plataforma de comunicación interna: Es fundamental que Blue Star SAS invierta en una plataforma tecnológica que permita a los operarios comunicar sus solicitudes de manera directa y oportuna, con la supervisión de los altos mandos.

Capacitación continua en liderazgo: Se recomienda realizar talleres regulares para los líderes de la compañía, orientados a fortalecer sus habilidades de gestión, resolución de problemas y motivación del equipo. Esto ayudará a mejorar la relación entre directivos y operarios.

Establecer un programa de incentivos: Crear un sistema de reconocimiento y recompensas para los operarios que demuestren alto rendimiento, lo que aumentará la motivación y fomentará un ambiente laboral más positivo.

Monitoreo y seguimiento constante: Es importante que la empresa realice evaluaciones trimestrales para medir la efectividad de las acciones implementadas, ajustando el plan de acuerdo con los resultados obtenidos.

Aumentar la comunicación de la alta dirección: Se recomienda que la dirección de la empresa tenga un contacto más cercano con los operarios, a través de reuniones periódicas o informes que permitan escuchar sus preocupaciones y ofrecer soluciones rápidas.

## 11. Bibliografía

<https://www.studocu.com/co/document/universidad-de-bogota-jorge-tadeo-lozano/proceso-administrativo/propuesta-de-mejoramiento-a-los-procesos-de-gestion-humana/72740923>

<https://psicologiamente.com/organizaciones/teoria-de-relaciones-humanas>

[https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n\\_interna/](https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_interna/)

<https://www.bc.gob.cu/noticia/importancia-de-laa-comunicacion-en-las-organizaciones/1447>

<https://www.monografias.com/trabajos103/planificacion-comunicacion-como-estrategia-fundamental-organizaciones/planificacion-comunicacion-como-estrategia-fundamental-organizaciones>

<https://es.slideshare.net/pmincuyo/plan-comunicacin-2015-reflexiones>

<https://www.monografias.com/trabajos103/planificacion-comunicacion-como-estrategia-fundamental-organizaciones/planificacion-comunicacion-como-estrategia-fundamental-organizaciones/>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X14700035/>

[https://www.emis.com/php/company-profile/CO/Blue\\_Star\\_Comunicaciones\\_Sas\\_es\\_12715149.html/](https://www.emis.com/php/company-profile/CO/Blue_Star_Comunicaciones_Sas_es_12715149.html/)

[https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Scarli\\_SA\\_es\\_8199500.html](https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Scarli_SA_es_8199500.html)

<http://www.congresoinfectediatria.com/sede/>

[https://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/106110/economia\\_de\\_cali/](https://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/106110/economia_de_cali/)