

INFORME DE CONSULTORIA TENDENCIAS Y ESTRATEGIAS PARA LA EMPRESA  
C&N TELECOMUNICACIONES

MARLENE TERESA VILLAMIL AVILES  
C.C. 1085106305

Trabajo presentado como requisito para optar el título de Administradora de Empresas

Asesora  
ESTHER ADRIANA MALDONADO JAUREGUI  
Docente académico

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
CREAD, MAGDALENA  
2024

## Tabla de contenido

|                                                                    | Pág. |
|--------------------------------------------------------------------|------|
| Resumen.....                                                       | 7    |
| Introducción .....                                                 | 8    |
| 1. CAPITULO. GERENCIA ESTRATEGICA.....                             | 10   |
| 1.1. Misión .....                                                  | 10   |
| 1.2. Visión .....                                                  | 10   |
| 1.3. Valores corporativos.....                                     | 10   |
| 1.4. POLÍTICAS .....                                               | 11   |
| 1.5. Portafolio de servicios.....                                  | 11   |
| 1.6. Equipo de trabajo .....                                       | 12   |
| 1.7. Empresa que recibe la consultoría .....                       | 13   |
| 1.7.1. Misión .....                                                | 13   |
| 1.7.2. Visión .....                                                | 13   |
| 1.7.3. Valores Corporativos.....                                   | 14   |
| 1.7.4. Políticas.....                                              | 14   |
| 1.7.5. Portafolio de Servicios .....                               | 15   |
| 1.7.6. Venta de Accesorios para Dispositivos Móviles .....         | 15   |
| 1.7.7. Servicio Técnico Especializado .....                        | 15   |
| 1.7.8. Personalización y Bundles .....                             | 16   |
| 1.7.9. Historia.....                                               | 16   |
| 1.7.10. Compromiso con la Comunidad .....                          | 17   |
| 1.7.11. Ciclo de vida de los productos .....                       | 18   |
| 2. CAPITULO. ENTORNO ECONÓMICO .....                               | 19   |
| 2.1. Descripción Global del Sector .....                           | 19   |
| 2.2. Análisis del Sector Económico desde las Variables Clave ..... | 19   |
| 2.2.1. Entorno Político .....                                      | 19   |
| 2.2.2. Entorno Económico .....                                     | 20   |
| 2.2.3. Entorno Social.....                                         | 21   |
| 2.2.4. Entorno Tecnológico .....                                   | 21   |
| 2.2.5. Entorno Ecológico .....                                     | 22   |
| 2.2.6. Entorno Legal.....                                          | 22   |

|        |                                                                              |    |
|--------|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3.   | Enfoque Regional, Nacional e Internacional .....                             | 23 |
| 2.3.1. | Enfoque Nacional: Colombia.....                                              | 23 |
| 2.3.2. | Enfoque Regional: Magdalena.....                                             | 24 |
| 2.3.3. | Enfoque Internacional .....                                                  | 24 |
| 2.3.4. | Oportunidades Internacionales: .....                                         | 24 |
| 2.4.   | Análisis de la Coyuntura Económica .....                                     | 25 |
| 2.4.1. | Análisis de la Oferta del Mercado .....                                      | 25 |
| 2.4.2. | Análisis de la Demanda del Mercado .....                                     | 25 |
| 2.4.3. | Análisis de Precios de Mercado .....                                         | 26 |
| 2.5.   | Análisis de Comercialización de Productos y/o Servicios.....                 | 26 |
| 3.     | CAPITULO. GERENCIA DEL TALENTO HUMANO .....                                  | 28 |
| 3.1.   | Análisis de Cargos .....                                                     | 28 |
| 3.2.   | Competencias.....                                                            | 29 |
| 3.3.   | Retribuciones .....                                                          | 30 |
| 3.4.   | Selección .....                                                              | 31 |
| 3.4.1. | Proceso de Selección: .....                                                  | 31 |
| 3.5.   | Entrevista .....                                                             | 32 |
| 3.5.1. | Tipos de Entrevistas .....                                                   | 33 |
| 3.5.2. | Mejores Prácticas .....                                                      | 33 |
| 3.6.   | Manejo del Tiempo .....                                                      | 34 |
| 3.6.1. | Estrategias de Manejo del Tiempo:.....                                       | 34 |
| 3.7.   | Liderazgo .....                                                              | 36 |
| 3.7.1. | Estilos de Liderazgo Implementados:.....                                     | 36 |
| 3.7.2. | Programas de Desarrollo de Liderazgo:.....                                   | 37 |
| 4.     | CAPITULO. GERENCIA DE MARKETING .....                                        | 39 |
| 4.1.   | Análisis de la Situación Actual .....                                        | 39 |
| 4.1.1. | Matriz BCG.....                                                              | 39 |
| 4.1.2. | 5 fuerzas de Porter .....                                                    | 40 |
| 4.2.   | Definición de los Objetivos .....                                            | 42 |
| 4.3.   | Análisis y Establecimiento de Estrategias para Precios.....                  | 42 |
| 4.3.1. | Estrategias de Precios .....                                                 | 43 |
| 4.4.   | Análisis y Establecimiento de Estrategias para Promoción y Comunicación..... | 43 |

|        |                                                                              |    |
|--------|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.5.   | Análisis y Establecimiento de Estrategias para Canales de Distribución ..... | 44 |
| 4.5.1. | Estrategias de Canales de Distribución:.....                                 | 45 |
| 4.6.   | Plan de Marketing .....                                                      | 45 |
| 4.6.1. | Componentes del Plan de Marketing: .....                                     | 46 |
| 4.7.   | Cronograma de Implementación del Plan de Marketing .....                     | 46 |
| 5.     | CAPITULO. GERENCIA FINANCIERA .....                                          | 48 |
| 5.1.   | Análisis y Evaluación Financiera.....                                        | 48 |
| 5.2.   | Análisis de Indicadores Financieros .....                                    | 50 |
| 5.3.   | Análisis de Estructuras Financieras y de Capital.....                        | 51 |
| 5.4.   | Análisis de Estados Financieros.....                                         | 52 |
| 5.5.   | Análisis de Indicadores Financieros .....                                    | 54 |
| 5.6.   | Análisis de Estructuras Financieras y de Capital.....                        | 55 |
| 5.7.   | Análisis de Estados Financieros.....                                         | 55 |
| 5.8.   | Conclusiones de la Gerencia Financiera .....                                 | 57 |
| 6.     | CAPITULO. COSTOS Y PRESUPUESTOS.....                                         | 59 |
| 6.1.   | Cálculo de Producción para los Productos Terminados.....                     | 59 |
| 6.2.   | Cálculo del Punto de Equilibrio.....                                         | 60 |
| 6.3.   | Indicadores de la Proyección .....                                           | 61 |
| 6.4.   | Elaboración de Presupuesto de Ingresos y de Gastos .....                     | 62 |
| 6.5.   | Elaboración de Estado de Resultado.....                                      | 63 |
| 6.6.   | Elaboración de Presupuesto a 5 Años .....                                    | 64 |
| 7.     | CAPITULO. GERENCIA TRIBUTARIA.....                                           | 66 |
| 7.1.   | Impuestos, Tasas y Contribuciones que Realiza la Empresa .....               | 66 |
| 7.2.   | Planeación Tributaria para la Empresa .....                                  | 67 |
| 7.3.   | Procedimientos Tributarios de la Empresa .....                               | 69 |
| 8.     | OCTAVO CAPÍTULO. PLAN DE MEJORAMIENTO .....                                  | 71 |
| 9.     | Recomendaciones .....                                                        | 77 |
| 10.    | Conclusiones .....                                                           | 79 |

### Lista de tablas

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. <i>Análisis de Cargos en C&amp;N TELECOMUNICACIONES.</i> .....                   | 28 |
| Tabla 2. <i>Competencias Clave por Cargo</i> .....                                        | 29 |
| Tabla 3. <i>Estructura de Retribuciones.</i> .....                                        | 30 |
| Tabla 4. <i>Formato de Entrevista</i> .....                                               | 34 |
| Tabla 5. <i>Herramientas de Gestión del Tiempo.</i> .....                                 | 35 |
| Tabla 6. <i>Programas de Desarrollo de Liderazgo</i> .....                                | 37 |
| Tabla 7. <i>Matriz BCG para C&amp;N TELECOMUNICACIONES.</i> .....                         | 39 |
| Tabla 8. <i>Análisis de las 5 Fuerzas de Porter para C&amp;N TELECOMUNICACIONES</i> ..... | 40 |
| Tabla 9. <i>Objetivos de Marketing para C&amp;N TELECOMUNICACIONES.</i> .....             | 42 |
| Tabla 10. <i>Estrategias de Precios.</i> .....                                            | 43 |
| Tabla 11. <i>Estrategias de Promoción y Comunicación</i> .....                            | 44 |
| Tabla 12. <i>Estrategias de Canales de Distribución.</i> .....                            | 45 |
| Tabla 13. <i>Plan de Marketing para C&amp;N TELECOMUNICACIONES</i> .....                  | 46 |
| Tabla 14. <i>Cronograma de Implementación del Plan de Marketing.</i> .....                | 46 |
| Tabla 15. <i>Balance General (Balance Sheet)</i> .....                                    | 48 |
| Tabla 16. <i>Estado de Resultados (Income Statement)</i> .....                            | 48 |
| Tabla 17. <i>Flujo de Caja (Cash Flow)</i> .....                                          | 49 |
| Tabla 18. <i>Indicadores Financieros Clave</i> .....                                      | 50 |
| Tabla 19. <i>Estructura Financiera y de Capital</i> .....                                 | 51 |
| Tabla 20. <i>Balance General</i> .....                                                    | 52 |
| Tabla 21. <i>Estado de Resultados</i> .....                                               | 52 |
| Tabla 22. <i>Flujo de Caja</i> .....                                                      | 53 |
| Tabla 23. <i>Indicadores Financieros Clave</i> .....                                      | 54 |
| Tabla 24. <i>Estructura Financiera y de Capital</i> .....                                 | 55 |
| Tabla 25. <i>Indicadores de Rentabilidad y Retorno.</i> .....                             | 55 |
| Tabla 26. <i>Análisis del Balance General.</i> .....                                      | 56 |
| Tabla 27. <i>Análisis del Estado de Resultados</i> .....                                  | 56 |
| Tabla 28. <i>Análisis del Flujo de Caja.</i> .....                                        | 57 |
| Tabla 29. <i>Cálculo de Producción para Productos Terminados</i> .....                    | 59 |
| Tabla 30. <i>Cálculo del Punto de Equilibrio</i> .....                                    | 60 |
| Tabla 31. <i>Indicadores de Proyección Financiera (Año 1)</i> .....                       | 61 |

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 32. <i>Presupuesto de Ingresos y Gastos (Año 1)</i> .....                        | 62 |
| Tabla 33. <i>Estado de Resultado Proyectado (Año 1)</i> .....                          | 63 |
| Tabla 34. <i>Presupuesto Financiero Proyectado a 5 Años</i> .....                      | 64 |
| Tabla 35. <i>Impuestos, Tasas y Contribuciones de C&amp;N TELECOMUNICACIONES</i> ..... | 66 |
| Tabla 36. <i>Estrategias de Planeación Tributaria</i> .....                            | 67 |
| Tabla 37. <i>Procedimientos Tributarios</i> .....                                      | 69 |
| Tabla 38. <i>Plan de Mejoramiento</i> .....                                            | 71 |
| Tabla 39. <i>Detalle de Acciones y Recursos</i> .....                                  | 73 |
| Tabla 40. <i>Cronograma de Implementación</i> .....                                    | 74 |
| Tabla 41. <i>Matriz BSC para C&amp;N TELECOMUNICACIONES</i> .....                      | 75 |
| Tabla 42. <i>Presupuesto de Implementación</i> .....                                   | 76 |

## **Resumen**

Este proyecto se enfoca en el desarrollo de estrategias empresariales para C&N TELECOMUNICACIONES, una empresa dedicada a la comercialización de accesorios para dispositivos móviles y servicios técnicos especializados. A través de un análisis detallado de la situación actual de sus productos y servicios, se establecen objetivos claros y estrategias en las áreas de producto, precio, plaza y promoción. El objetivo principal es fortalecer la posición de la empresa en el mercado, incrementar su competitividad y asegurar un crecimiento sostenible. Se abordan aspectos como la mejora de la calidad percibida, la expansión de la línea de productos, la optimización de canales de distribución y la implementación de campañas de marketing efectivas. Este plan estratégico es respaldado por la experiencia y conocimiento de Villamil Consultores INC, alineándose con la misión y visión de ambas empresas para lograr el éxito en un entorno empresarial dinámico.

**Palabras Clave:** *Estrategia Empresarial, Análisis de Mercado, Marketing Mix, C&N TELECOMUNICACIONES.*

## **Introducción**

En un mundo altamente competitivo y en constante evolución tecnológica, las empresas deben adaptarse rápidamente a las nuevas tendencias y demandas del mercado para asegurar su supervivencia y crecimiento. La planificación estratégica se convierte, por tanto, en una herramienta esencial para orientar a las organizaciones hacia el logro de sus objetivos a largo plazo (Porter, 1985). C&N TELECOMUNICACIONES, una empresa enfocada en el sector de las telecomunicaciones y especializada en accesorios y servicios técnicos para dispositivos móviles, enfrenta desafíos significativos que requieren una respuesta estratégica sólida.

La importancia de una estrategia bien definida radica en la capacidad de la empresa para diferenciarse de sus competidores y ofrecer valor agregado a sus clientes (Kotler & Keller, 2016). En este contexto, Villamil Consultores se propone desarrollar un plan estratégico integral que aborde las áreas clave del marketing mix: producto, precio, plaza y promoción, adaptándolo a las necesidades específicas de C&N TELECOMUNICACIONES.

El análisis de la situación actual revela que, si bien la empresa cuenta con una oferta diversificada de productos y servicios, existen oportunidades para mejorar la percepción de calidad y expandir su mercado objetivo. Según Ansoff (1957), la expansión de mercado y el desarrollo de productos son estrategias fundamentales para el crecimiento empresarial. Por ello, se plantea la introducción de nuevos productos, como cargadores inalámbricos y forros personalizados, y la mejora de los existentes mediante certificaciones de calidad y garantías extendidas.

La fijación de precios juega un papel crucial en la estrategia de marketing, ya que afecta directamente la rentabilidad y la percepción del valor por parte del cliente (Nagle & Müller, 2017). Se propone una estructura de precios que equilibre la competitividad con la rentabilidad,

considerando la elasticidad de la demanda y el análisis de costos detallado. Además, se contemplan promociones y descuentos estratégicos para incentivar las ventas y fidelizar a los clientes.

La distribución eficiente es esencial para asegurar que los productos lleguen al consumidor final de manera oportuna y efectiva (Christopher, 2016). Se evalúan los canales de distribución actuales y se identifican oportunidades para optimizar la logística y expandir la presencia geográfica de la empresa. El uso de tecnologías de la información y sistemas de gestión de la cadena de suministro son aspectos clave para mejorar la eficiencia operativa.

En cuanto a la promoción y comunicación, es fundamental desarrollar mensajes consistentes que reflejen la identidad de la marca y resuenen con el público objetivo (Belch & Belch, 2018). Se diseñan campañas de marketing que utilizan canales adecuados para cada segmento de mercado, incluyendo redes sociales, marketing de contenidos y publicidad en línea. La medición de resultados a través de indicadores clave de rendimiento permite ajustar las estrategias y maximizar su efectividad.

## 1. CAPITULO. GERENCIA ESTRATEGICA



### 1.1. Misión

Ofrecer soluciones innovadoras y personalizadas en consultoría empresarial que permitan a nuestros clientes optimizar sus procesos, mejorar su competitividad y lograr el éxito sostenible en un entorno de negocios en constante cambio. Nos enfocamos en brindar acompañamiento integral, fundamentado en la experiencia y conocimiento de nuestros consultores, asegurando resultados de alta calidad que impulsen el crecimiento y desarrollo de las organizaciones.

### 1.2. Visión

Ser una empresa líder en consultoría empresarial reconocida a nivel nacional e internacional por nuestra capacidad de transformar negocios y generar valor sostenible en el tiempo. Ser socio estratégico de referencia para empresas de todos los sectores, contribuyendo al desarrollo económico y social mediante la implementación de soluciones éticas, innovadoras y efectivas.

### 1.3. Valores corporativos

- **Compromiso:** Nos dedicamos con entusiasmo a alcanzar los objetivos de los clientes, trabajando con responsabilidad y dedicación para superar sus expectativas.

- **Innovación:** Fomentar la creatividad y la aplicación de nuevas ideas que generen soluciones efectivas y vanguardistas para nuestros clientes.
- **Transparencia:** honestidad y claridad en todas nuestras relaciones, promoviendo la confianza y la integridad como pilares de nuestra labor.
- **Excelencia:** Calidad en nuestros servicios, comprometidos con la mejora continua y el perfeccionamiento de cada proceso.
- **Orientación al cliente:** Los clientes son el centro de nuestra actividad, escuchando sus necesidades y proporcionando soluciones personalizadas que agreguen valor real.

#### 1.4. POLÍTICAS

- **Política de Calidad:** Garantizar la satisfacción de los clientes mediante servicios de alta calidad, mejorando continuamente nuestros procesos y herramientas de consultoría.
- **Política de Ética:** Actuar con profesionalismo, respeto y transparencia en todas las operaciones, cumpliendo con las normativas vigentes y los principios de responsabilidad social.
- **Política de Confidencialidad:** Proteger la información de los clientes mediante estrictas medidas de seguridad, garantizando la privacidad y el manejo adecuado de datos sensibles.

#### 1.5. Portafolio de servicios

- **Consultoría Estratégica:** Diseño e implementación de planes estratégicos que impulsen el crecimiento sostenible de las empresas.

- **Optimización de Procesos:** Identificación y mejora de procesos operativos para aumentar la eficiencia y productividad de la organización.
- **Gestín del Cambio:** Acompañamiento en la gestión del cambio organizacional, apoyando a las empresas a adaptarse con éxito a nuevas realidades y desafíos.
- **Desarrollo Organizacional:** Programas de capacitación y desarrollo para fortalecer las competencias del capital humano y fomentar una cultura organizacional positiva.
- **Consultoría en Tecnología:** Asesoramiento en la implementación de soluciones tecnológicas que favorezcan la digitalización y la eficiencia operativa.

#### 1.6. Equipo de trabajo



GERENTE

## **1.7. Empresa que recibe la consultoría**



### ***1.7.1. Misión***

En C&N TELECOMUNICACIONES, brindar soluciones integrales y de alta calidad en el ámbito de las telecomunicaciones, enfocados en la comercialización de accesorios innovadores y la prestación de servicios técnicos especializados para dispositivos móviles. Nos comprometemos a superar las expectativas de los clientes mediante un servicio excepcional, productos confiables y un equipo humano altamente capacitado, contribuyendo al avance tecnológico y al desarrollo sostenible de la comunidad.

### ***1.7.2. Visión***

Ser reconocidos como líderes en el mercado nacional de accesorios y servicios técnicos para dispositivos móviles, distinguiéndonos por la excelencia, innovación constante y compromiso con la satisfacción del cliente. expandir nuestras operaciones más allá de las fronteras regionales, como referencia en el sector de las telecomunicaciones promoviendo soluciones tecnológicas que mejoren la calidad de vida de las personas.

### ***1.7.3. Valores Corporativos***

- **Calidad:** Esfuerzo por ofrecer productos y servicios que cumplan con los más altos estándares, garantizando la satisfacción y confianza de los clientes.
- **Innovación:** Fomentar la creatividad y la búsqueda continua de soluciones tecnológicas avanzadas que nos permitan adaptarnos a las tendencias del mercado.
- **Integridad:** Ética y transparencia en todas nuestras operaciones, manteniendo relaciones honestas con clientes, proveedores y colaboradores.
- **Compromiso:** Estamos dedicados al crecimiento y desarrollo tanto de nuestra empresa como de la comunidad, contribuyendo al bienestar social y económico.

### ***1.7.4. Políticas***

- **Política de Calidad:** Se ha implementado un sistema de gestión de calidad que garantiza la excelencia en nuestros productos y servicios, promoviendo la mejora continua y la satisfacción del cliente.
- **Política de Ética y Transparencia:** Altos estándares éticos en todas nuestras actividades, cumpliendo con las leyes y regulaciones aplicables, y promoviendo una cultura de honestidad y responsabilidad.
- **Política de Protección de Datos:** Respetar y proteger la privacidad de la información de nuestros clientes y colaboradores, cumpliendo con las leyes de protección de datos personales.

### ***1.7.5. Portafolio de Servicios***



### ***1.7.6. Venta de Accesorios para Dispositivos Móviles***

- **Cargadores DAICOM:** Se ofrece una amplia gama de cargadores, incluyendo modelos estándar e inalámbricos, certificados y compatibles con diversas marcas y modelos de dispositivos.
- **Vidrios Templados:** protectores de pantalla de alta resistencia, con tecnologías anti-reflejo y oleo fóbicas, que garantizan la protección y claridad de los dispositivos.
- **Forros y Carcasas:** Contamos con diseños variados y opciones personalizadas, fabricados con materiales de calidad que brindan protección y estilo a los dispositivos móviles.
- **Cables de Datos y Carga:** Disponemos de cables de diferentes especificaciones y longitudes, compatibles con múltiples dispositivos y garantizados para un rendimiento óptimo.

### ***1.7.7. Servicio Técnico Especializado***

- **Reparación y Cambio de Pantallas:** Servicios profesionales para la reparación y sustitución de pantallas de smartphones y tabletas, utilizando repuestos originales y garantizando la calidad del trabajo.

- **Mantenimiento y Reparación de Dispositivos Móviles:** Atención a diversas necesidades técnicas, como problemas de batería, software, conectividad y otros componentes internos.
- **Reparación de Electrodomésticos:** Hemos ampliado nuestro servicio técnico para incluir la reparación de electrodomésticos, atendiendo a la demanda de la comunidad y aprovechando la experiencia del personal técnico.
- **Servicios Adicionales:** Respalos de datos, actualizaciones de software y asesoramiento técnico personalizado.

#### ***1.7.8. Personalización y Bundles***

- **Forros Personalizados:** Se permite a los clientes diseñar sus propios forros, eligiendo entre una variedad de materiales, colores y estampados, para reflejar su estilo personal.
- **Bundles y Paquetes Promocionales:** Combinaciones de productos con descuentos especiales, como paquetes que incluyen cargadores, vidrios templados y forros, ofreciendo mayor valor y conveniencia.

#### ***1.7.9. Historia***

C&N TELECOMUNICACIONES fue fundada el 16 de noviembre de 2019 en el municipio de El Retén, Magdalena, por un equipo de emprendedores apasionados por la tecnología y las comunicaciones. Desde sus inicios, la empresa se estableció con el propósito de brindar soluciones confiables y accesibles en accesorios y servicios técnicos para dispositivos móviles, atendiendo a las necesidades de una comunidad en constante evolución tecnológica.

A pesar de los desafíos iniciales, incluyendo la creciente competencia y los rápidos avances tecnológicos, C&N TELECOMUNICACIONES logró posicionarse en el mercado local gracias a

su compromiso con la calidad y el servicio al cliente. La dedicación y profesionalismo del equipo permitieron establecer relaciones sólidas con proveedores y clientes, impulsando un crecimiento sostenido.

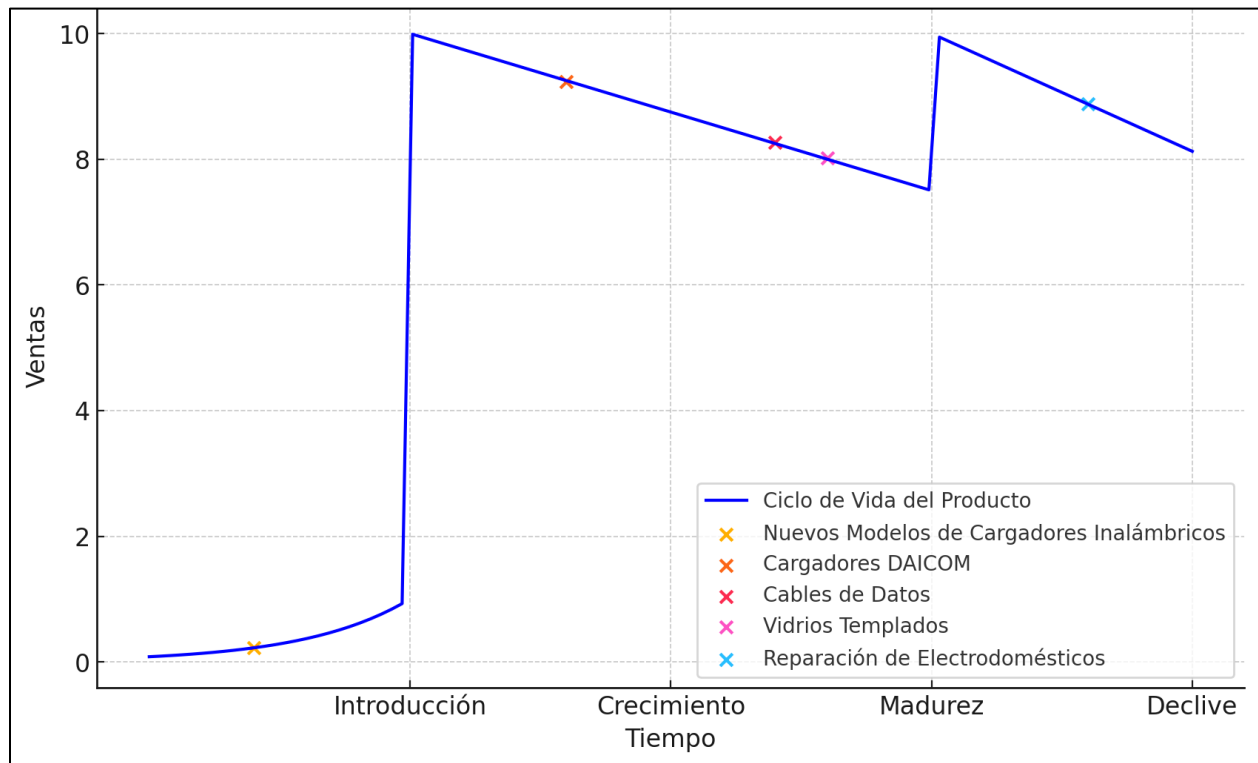
En los años siguientes, la empresa expandió su portafolio de productos y servicios, incorporando tecnologías innovadoras y adaptándose a las tendencias del mercado. La inclusión de servicios como la personalización de forros y la reparación de electrodomésticos reflejó la capacidad de C&N TELECOMUNICACIONES para diversificarse y responder a las demandas de sus clientes.

Hoy en día, C&N TELECOMUNICACIONES es reconocida en la región por su excelencia y compromiso con la satisfacción del cliente. Con una visión orientada hacia el futuro, la empresa continúa explorando oportunidades de crecimiento y expansión, aspirando a convertirse en un referente nacional en el sector de las telecomunicaciones.

#### ***1.7.10. Compromiso con la Comunidad***

Más allá de sus operaciones comerciales, C&N TELECOMUNICACIONES está profundamente comprometida con el desarrollo social y económico de El Retén y sus alrededores. Participamos activamente en iniciativas comunitarias, programas de responsabilidad social y proyectos educativos que promueven el uso responsable de la tecnología y el acceso a las comunicaciones.

### 1.7.11. Ciclo de vida de los productos



## **2. CAPITULO. ENTORNO ECONÓMICO**

### **2.1. Descripción Global del Sector**

El sector de servicios técnicos y comercialización de accesorios para equipos de telecomunicaciones, como teléfonos móviles y computadores, se encuentra en una fase de crecimiento sostenido tanto a nivel nacional como regional. En Colombia, este sector ha experimentado un aumento significativo en la demanda debido a la rápida adopción de tecnologías móviles y la proliferación de dispositivos electrónicos personales y empresariales. Las empresas como C&N TELECOMUNICACIONES juegan un papel crucial al proporcionar no solo productos de calidad, sino también servicios técnicos especializados que garantizan la funcionalidad y durabilidad de estos dispositivos.

El mercado está altamente fragmentado, con una mezcla de pequeños emprendedores y grandes minoristas que compiten en términos de precio, calidad y variedad de productos. Las tendencias actuales indican una creciente preferencia por productos personalizados y servicios de reparación rápidos y confiables, lo que presenta oportunidades para empresas que puedan adaptarse rápidamente a estas demandas. Además, la integración de tecnologías avanzadas, como la carga inalámbrica y la personalización de accesorios, está impulsando la innovación en el sector.

### **2.2. Análisis del Sector Económico desde las Variables Clave**

#### ***2.2.1. Entorno Político***

El entorno político en Colombia ha mostrado una estabilidad relativa en los últimos años, lo que favorece el desarrollo de negocios en el sector de telecomunicaciones. El gobierno colombiano ha implementado políticas que promueven la digitalización y el acceso a tecnologías avanzadas, lo que incrementa la demanda de accesorios y servicios técnicos especializados. Sin embargo, es

importante considerar posibles cambios en la legislación fiscal y regulatoria que podrían impactar los costos operativos y las estrategias de precios de las empresas del sector.

**Factores Clave:**

- **Políticas de Digitalización:** Incentivos para la adopción de tecnologías móviles y digitales.
- **Regulaciones de Importación:** Normativas que afectan la importación de componentes tecnológicos.
- **Estabilidad Política:** Influencia en la confianza de los inversores y el entorno de negocios.

**2.2.2. Entorno Económico**

Colombia ha mostrado un crecimiento económico constante, con un PIB que ha crecido a una tasa promedio del 3.5% en los últimos cinco años. La inflación ha sido moderada, situándose alrededor del 4% anual, lo que ha permitido mantener el poder adquisitivo de los consumidores. La demanda interna de productos tecnológicos y servicios técnicos ha crecido debido al aumento de la penetración de smartphones y otros dispositivos móviles en la población.

**Indicadores Económicos Clave:**

| Indicador         | Valor Actual           | Tendencia                          |
|-------------------|------------------------|------------------------------------|
| PIB               | \$350 mil millones COP | Crecimiento sostenido (3.5% anual) |
| Inflación         | 4% anual               | Estable                            |
| Tasa de Desempleo | 10%                    | Ligera disminución                 |
| Poder Adquisitivo | Incremento moderado    | Positivo                           |
| Demanda Interna   | Alta y creciente       | En aumento                         |

### **2.2.3. Entorno Social**

El entorno social en Colombia está influenciado por una creciente adopción de tecnologías móviles y una mayor conciencia sobre la importancia de la tecnología en la vida diaria. La población joven, que representa una gran parte de los consumidores de dispositivos móviles, muestra una alta afinidad por productos personalizados y de alta tecnología. Además, existe una tendencia creciente hacia el uso responsable y sostenible de la tecnología, lo que impulsa la demanda de accesorios ecológicos y servicios técnicos que prolonguen la vida útil de los dispositivos.

#### **Aspectos Sociales Clave:**

- **Demografía:** Predominio de jóvenes de 15-45 años como principales consumidores.
- **Estilo de Vida:** Orientación hacia la tecnología y la personalización.
- **Conciencia Ecológica:** Preferencia por productos sostenibles y ecológicos.

### **2.2.4. Entorno Tecnológico**

El sector de telecomunicaciones se encuentra en constante evolución tecnológica, con innovaciones que cambian rápidamente las expectativas de los consumidores. La introducción de cargadores inalámbricos, accesorios inteligentes y tecnologías de personalización avanzada son algunas de las tendencias que están redefiniendo el mercado. Además, la digitalización de los servicios técnicos, como el uso de software de gestión y plataformas de reparación en línea, está mejorando la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

#### **Tendencias Tecnológicas Clave:**

- **Carga Inalámbrica:** Incremento en la demanda de cargadores sin cables.
- **Personalización:** Mayor interés en accesorios personalizados y únicos.

- **Automatización de Servicios Técnicos:** Uso de software avanzado para gestión de reparaciones.

#### ***2.2.5. Entorno Ecológico***

La sostenibilidad se ha convertido en un factor crítico en el sector de telecomunicaciones. Los consumidores están cada vez más preocupados por el impacto ambiental de sus productos tecnológicos, lo que impulsa la demanda de accesorios ecológicos y prácticas empresariales sostenibles. Las empresas están respondiendo con iniciativas como el uso de materiales reciclables en productos, embalajes ecológicos y programas de reciclaje de dispositivos antiguos.

##### **Aspectos Ecológicos Clave:**

- **Materiales Sostenibles:** Uso de plásticos reciclados y biodegradables en accesorios.
- **Embalaje Ecológico:** Reducción del uso de materiales no reciclables.
- **Programas de Reciclaje:** Incentivos para que los clientes reciclen sus dispositivos antiguos.

#### ***2.2.6. Entorno Legal***

El sector de telecomunicaciones en Colombia está regulado por diversas leyes y normativas que buscan proteger tanto a los consumidores como al medio ambiente. Las regulaciones incluyen estándares de calidad para productos electrónicos, leyes de protección de datos personales y normativas ambientales. Cumplir con estas regulaciones es esencial para evitar sanciones y mantener una reputación positiva en el mercado.

##### **Aspectos Legales Clave:**

- **Normativas de Calidad:** Cumplimiento de estándares internacionales como CE y FCC.
- **Protección de Datos:** Leyes que regulan el manejo y protección de la información del cliente.
- **Regulaciones Ambientales:** Normativas que obligan a prácticas sostenibles en la producción y distribución de productos.

**2.3. Enfoque Regional, Nacional e Internacional**

**2.3.1. Enfoque Nacional: Colombia**

Colombia presenta un entorno favorable para el crecimiento de C&N TELECOMUNICACIONES debido a su creciente PIB y la expansión de la infraestructura tecnológica. La demanda interna de accesorios y servicios técnicos está en aumento, impulsada por la digitalización y la adopción masiva de dispositivos móviles. La inflación moderada y una tasa de desempleo en descenso facilitan el incremento del poder adquisitivo, permitiendo a los consumidores invertir en productos de mayor calidad y servicios técnicos confiables.

**Datos Clave:**

| Indicador           | Valor                               |
|---------------------|-------------------------------------|
| PIB                 | \$350 mil millones COP              |
| Inflación           | 4% anual                            |
| Demanda Interna     | Alta y creciente                    |
| Empleo Generado     | Incremento en el sector tecnológico |
| Tasa de Crecimiento | 3.5% anual                          |

**2.3.2. Enfoque Regional: Magdalena**

En la región de Magdalena, donde se encuentra El Retén, Magdalena, C&N TELECOMUNICACIONES tiene una ventaja competitiva significativa debido a su presencia local y conocimiento del mercado regional. La región muestra una alta tasa de penetración de dispositivos móviles y una demanda constante de servicios técnicos confiables. La economía regional está apoyada por sectores como el comercio y la educación, que contribuyen al crecimiento de la demanda de productos tecnológicos.

**Datos Clave:**

| Indicador           | Valor                             |
|---------------------|-----------------------------------|
| PIB Regional        | \$50 mil millones COP             |
| Inflación Regional  | 4.2% anual                        |
| Demanda Local       | Alta en dispositivos móviles      |
| Empleo Generado     | 500 empleos en servicios técnicos |
| Tasa de Crecimiento | 3.8% anual                        |

**2.3.3. Enfoque Internacional**

A nivel internacional, C&N TELECOMUNICACIONES puede explorar oportunidades en mercados vecinos donde la demanda de accesorios y servicios técnicos para dispositivos móviles está en crecimiento. Países como Ecuador, Perú y Panamá presentan un entorno favorable con economías en expansión y una creciente adopción de tecnologías móviles. La internacionalización permitiría a la empresa diversificar sus fuentes de ingresos y aprovechar economías de escala.

**2.3.4. Oportunidades Internacionales:**

| País | Oportunidades Clave |
|------|---------------------|
|------|---------------------|

|                |                                                |
|----------------|------------------------------------------------|
| <b>Ecuador</b> | Creciente adopción de smartphones y tecnología |
| <b>Perú</b>    | Expansión de infraestructura tecnológica       |
| <b>Panamá</b>  | Mercado abierto y favorable para exportaciones |

## 2.4. Análisis de la Coyuntura Económica

### 2.4.1. Análisis de la Oferta del Mercado

El mercado colombiano de accesorios y servicios técnicos para dispositivos móviles está compuesto por una variedad de proveedores que ofrecen productos desde cargadores y cables hasta servicios de reparación y personalización. La competencia es intensa, con empresas nacionales e internacionales luchando por una cuota de mercado. Sin embargo, la diferenciación a través de la calidad del producto, garantías extendidas y servicios personalizados proporciona una ventaja competitiva para empresas como C&N TELECOMUNICACIONES.

#### Factores de Oferta:

- **Diversidad de Productos:** Amplia gama de accesorios y servicios técnicos.
- **Calidad y Certificaciones:** Productos certificados que garantizan la calidad.
- **Alianzas Estratégicas:** Colaboraciones con marcas de dispositivos móviles para ofrecer productos exclusivos.

### 2.4.2. Análisis de la Demanda del Mercado

La demanda en el mercado colombiano está impulsada por la creciente penetración de dispositivos móviles y la necesidad constante de accesorios y servicios de mantenimiento. Los consumidores buscan productos que ofrezcan una buena relación calidad-precio, durabilidad y funcionalidad.

avanzada. Además, la preferencia por servicios técnicos rápidos y confiables está aumentando, lo que favorece a las empresas que pueden ofrecer soluciones eficientes y personalizadas.

**Factores de Demanda:**

- **Adopción de Tecnología:** Incremento en el uso de smartphones y dispositivos móviles.
- **Preferencias de Personalización:** Mayor demanda de accesorios personalizados.
- **Servicios Técnicos:** Necesidad de reparaciones rápidas y de calidad.

**2.4.3. Análisis de Precios de Mercado**

El análisis de precios muestra que los cargadores en Colombia se venden entre \$45,000 y \$100,000 COP, dependiendo de la calidad y las características tecnológicas. C&N TELECOMUNICACIONES se posiciona en el rango medio con un precio de \$95,000 COP por unidad, ofreciendo una excelente relación calidad-precio gracias a las garantías extendidas y la calidad superior de sus productos. Este posicionamiento permite atraer tanto a consumidores que buscan calidad sin pagar precios excesivos como a aquellos que buscan alternativas premium.

**Comparativa de Precios:**

| Producto        | Precio Competidor A | Precio Competidor B | Precio Competidor C | Precio C&N Telecom |
|-----------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| Cargador DAICOM | \$45,000 COP        | \$75,000 COP        | \$100,000 COP       | \$95,000 COP       |

**2.5. Análisis de Comercialización de Productos y/o Servicios**

La comercialización de productos y servicios de C&N TELECOMUNICACIONES se centra en una estrategia multicanal que incluye ventas en tiendas físicas, plataformas en línea y alianzas con distribuidores locales. Las campañas de marketing digital, especialmente en redes sociales, juegan

un papel crucial en la atracción de clientes jóvenes, mientras que las promociones en tiendas físicas y programas de fidelización están diseñadas para retener a los clientes adultos y empresariales. La combinación de estos canales asegura una cobertura amplia y una experiencia de cliente coherente y positiva.

### **Estrategias de Comercialización:**

- **Ventas en Línea:** Optimización de la plataforma de comercio electrónico para mejorar la experiencia del usuario y aumentar las conversiones.
- **Tiendas Físicas:** Mejora de la experiencia en tienda mediante asesoramiento personalizado y promociones exclusivas.
- **Alianzas con Distribuidores:** Expansión de la presencia en puntos de venta locales para aumentar la accesibilidad.
- **Programas de Fidelización:** Implementación de programas que recompensen a los clientes recurrentes y fomenten la lealtad.

### 3. CAPITULO. GERENCIA DEL TALENTO HUMANO

La Gerencia del Talento Humano es un componente esencial para el éxito y la sostenibilidad de C&N TELECOMUNICACIONES. Este departamento se encarga de gestionar de manera estratégica los recursos humanos de la empresa, asegurando que el personal posea las competencias necesarias, reciba una adecuada retribución, y se desarrolle en un entorno que fomente el liderazgo y la eficiencia. A continuación, se detallan los aspectos clave de la Gerencia del Talento Humano para C&N TELECOMUNICACIONES.

#### 3.1. Análisis de Cargos

El análisis de cargos implica la identificación y definición de los roles y responsabilidades dentro de la empresa. Este proceso es fundamental para asegurar que cada puesto esté claramente definido y alineado con los objetivos estratégicos de la organización.

**Tabla 1.**  
*Análisis de Cargos en C&N TELECOMUNICACIONES.*

| Cargo                      | Responsabilidades Principales                                                                                                                                                                                          | Requisitos                                                                                                                                         |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Gerente General</b>     | <ul style="list-style-type: none"><li>- Supervisar todas las operaciones de la empresa.</li><li>- Definir y ejecutar la estrategia empresarial.</li><li>- Gestionar las relaciones con proveedores y socios.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Título en Administración de Empresas.</li><li>Experiencia mínima de 5 años en gestión empresarial.</li></ul> |
| <b>Jefe de Ventas</b>      | <ul style="list-style-type: none"><li>- Dirigir el equipo de ventas.</li><li>- Desarrollar estrategias para incrementar las ventas.</li><li>- Monitorear el desempeño del equipo.</li></ul>                            | <ul style="list-style-type: none"><li>Experiencia en ventas.</li><li>Habilidades de liderazgo y comunicación.</li></ul>                            |
| <b>Técnico de Servicio</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Realizar reparaciones y mantenimiento de dispositivos.</li><li>- Atender consultas técnicas de clientes.</li></ul>                                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>Formación técnica en telecomunicaciones.</li><li>Experiencia previa en servicio técnico.</li></ul>           |

|                                      |  |                                                                                                                                                                     |                                                                                  |             |
|--------------------------------------|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|
|                                      |  | - Garantizar la calidad del servicio técnico ofrecido.                                                                                                              |                                                                                  |             |
| <b>Especialista en Marketing</b>     |  | - Diseñar y ejecutar campañas de marketing.<br>- Gestionar las redes sociales y el contenido digital.<br>- Analizar el rendimiento de las campañas.                 | Título en Publicidad.<br>Experiencia en marketing digital.                       | Marketing o |
| <b>Administrador de Inventarios</b>  |  | - Gestionar el inventario de productos.<br>- Coordinar con proveedores para reabastecimiento.<br>- Asegurar la correcta almacenaje y distribución de los productos. | Experiencia en logística y gestión de inventarios.<br>Habilidades organizativas. |             |
| <b>Asesor de Atención al Cliente</b> |  | - Atender y resolver las consultas y quejas de los clientes.<br>- Mantener un alto nivel de satisfacción del cliente.<br>- Registrar y reportar incidencias.        | Excelentes habilidades de comunicación.<br>Experiencia en atención al cliente.   |             |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### 3.2. Competencias

Las competencias son las habilidades, conocimientos y actitudes que los empleados deben poseer para desempeñar eficazmente sus roles. C&N TELECOMUNICACIONES ha identificado un conjunto de competencias clave para cada puesto, alineadas con los objetivos estratégicos de la empresa.

**Tabla 2.**  
*Competencias Clave por Cargo*

| <b>Cargo</b>           | <b>Competencias Técnicas</b>                                    | <b>Competencias Blandas</b>                                               |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| <b>Gerente General</b> | - Gestión empresarial.<br>- Conocimiento en telecomunicaciones. | - Liderazgo.<br>- Toma de decisiones.<br>- Comunicación efectiva.         |
| <b>Jefe de Ventas</b>  | - Técnicas de ventas.<br>- Conocimiento de productos.           | - Motivación de equipos.<br>- Negociación.<br>- Orientación a resultados. |

|                                      |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Técnico de Servicio</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reparación de dispositivos.</li> <li>- Diagnóstico técnico.</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención al detalle.</li> <li>- Resolución de problemas.</li> <li>- Empatía con el cliente.</li> </ul> |
| <b>Especialista en Marketing</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing digital.</li> <li>- Análisis de datos.</li> <li>- Gestión de campañas.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creatividad.</li> <li>- Innovación.</li> <li>- Habilidades de comunicación.</li> </ul>                 |
| <b>Administrador de Inventarios</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión de inventarios.</li> <li>- Software de logística.</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización.</li> <li>- Capacidad de planificación.</li> <li>- Atención al detalle.</li> </ul>        |
| <b>Asesor de Atención al Cliente</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento de productos.</li> <li>- Manejo de CRM.</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empatía.</li> <li>- Comunicación efectiva.</li> <li>- Paciencia.</li> </ul>                            |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### 3.3. Retribuciones

La estructura de retribuciones en C&N TELECOMUNICACIONES está diseñada para atraer y retener talento, ofreciendo salarios competitivos y beneficios adicionales que recompensan el desempeño y fomentan la lealtad de los empleados.

**Tabla 3.**  
*Estructura de Retribuciones*

| <b>Cargo</b>               | <b>Salario Base Mensual (COP)</b> | <b>Bonificaciones</b>                                     | <b>Beneficios Adicionales</b>                                    |
|----------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| <b>Gerente General</b>     | \$10,000,000                      | Hasta \$2,000,000 por metas alcanzadas                    | Seguro médico privado.<br>Bonos anuales.<br>Plan de pensiones.   |
| <b>Jefe de Ventas</b>      | \$6,000,000                       | Hasta \$1,500,000 por cumplimiento de objetivos de ventas | Seguro médico.<br>Bonificación por desempeño.<br>Capacitaciones. |
| <b>Técnico de Servicio</b> | \$4,000,000                       | Hasta \$800,000 por número de reparaciones exitosas       | Seguro de salud.<br>Descuentos en                                |

|                                      |             |                                                          |                                                                                  |                          |
|--------------------------------------|-------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                                      |             |                                                          |                                                                                  | productos de la empresa. |
| <b>Especialista en Marketing</b>     | \$5,000,000 | Hasta \$1,000,000 por éxito de campañas                  | Seguro médico. Bonificación por rendimiento. Acceso a herramientas de marketing. |                          |
| <b>Administrador de Inventarios</b>  | \$3,500,000 | Hasta \$700,000 por eficiencia en gestión de inventarios | Seguro de salud. Bonificación por reducción de costos.                           |                          |
| <b>Asesor de Atención al Cliente</b> | \$2,500,000 | Hasta \$500,000 por alta satisfacción del cliente        | Seguro de salud. Bonificación por feedback positivo.                             |                          |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### 3.4. Selección

El proceso de selección en C&N TELECOMUNICACIONES está diseñado para identificar y atraer a los mejores talentos que posean las competencias necesarias para cada puesto. El proceso consta de varias etapas que aseguran una evaluación integral de los candidatos.

#### 3.4.1. Proceso de Selección:

##### 1. Definición del Perfil del Puesto:

- Identificación de las responsabilidades y competencias requeridas.
- Elaboración de una descripción clara del cargo.

##### 2. Publicación de Vacantes:

- Utilización de plataformas de empleo en línea.
- Publicación en redes sociales y sitio web de la empresa.
- Colaboración con agencias de reclutamiento.

### **3. Recepción y Filtrado de Candidatos:**

- Revisión de currículos y cartas de presentación.
- Filtrado basado en requisitos mínimos del puesto.

### **4. Entrevistas Iniciales:**

- Entrevistas telefónicas o virtuales para evaluar la compatibilidad básica.
- Evaluación de competencias técnicas y blandas.

### **5. Pruebas Técnicas y Psicométricas:**

- Aplicación de pruebas específicas para evaluar habilidades técnicas.
- Evaluación psicométrica para medir aptitudes y rasgos de personalidad.

### **6. Entrevistas Finales:**

- Entrevistas presenciales con el equipo de Gerencia y supervisores directos.
- Evaluación de la adecuación cultural y alineación con los valores de la empresa.

### **7. Selección y Oferta:**

- Selección del candidato más adecuado.
- Presentación de una oferta de empleo formal.

## **3.5. Entrevista**

La entrevista es una herramienta crucial en el proceso de selección, permitiendo a la empresa evaluar de manera directa las competencias y la adecuación de los candidatos al puesto y a la cultura organizacional.

### **3.5.1. Tipos de Entrevistas**

- **Entrevista Estructurada:**

- Preguntas predefinidas basadas en las competencias requeridas.
- Comparabilidad entre candidatos.

- **Entrevista Semiestructurada:**

- Combina preguntas predefinidas con espacio para indagar más a fondo en áreas de interés.
- Mayor flexibilidad para explorar respuestas de los candidatos.

- **Entrevista Situacional:**

- Presentación de escenarios hipotéticos relacionados con el puesto.
- Evaluación de la capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones.

### **3.5.2. Mejores Prácticas**

- **Preparación:**

- Conocer a fondo el perfil del puesto y las competencias requeridas.
- Preparar preguntas relevantes y específicas.

- **Ambiente Agradable:**

- Crear un entorno cómodo para el candidato.
- Fomentar una comunicación abierta y honesta.

- **Evaluación Objetiva:**

- Utilizar una matriz de evaluación para calificar las respuestas de los candidatos.
- Evitar sesgos y asegurar una evaluación justa.

**Tabla 4.**  
*Formato de Entrevista*

| <b>Sección</b>               | <b>Preguntas Clave</b>                                                                                                            | <b>Objetivo</b>                               |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>Introducción</b>          | - Preséntate y cuéntanos sobre tu experiencia relevante.<br>- ¿Qué te atrajo de esta posición?                                    | Romper el hielo y conocer al candidato.       |
| <b>Competencias Técnicas</b> | - ¿Cuál ha sido tu experiencia previa en servicio técnico?<br>- Describe un problema técnico que resolviste.                      | Evaluar habilidades técnicas.                 |
| <b>Competencias Blandas</b>  | - ¿Cómo manejas el estrés en situaciones de alta demanda?<br>- Describe una vez que trabajaste en equipo para lograr un objetivo. | Evaluar habilidades interpersonales.          |
| <b>Adecuación Cultural</b>   | - ¿Cómo te alineas con nuestros valores de innovación y compromiso?<br>- ¿Qué esperas de tu entorno laboral ideal?                | Evaluar la adecuación al entorno empresarial. |
| <b>Cierre</b>                | - ¿Tienes alguna pregunta para nosotros?<br>- ¿Cuándo podrías incorporarte?                                                       | Finalizar la entrevista y aclarar dudas.      |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### **3.6. Manejo del Tiempo**

El manejo eficiente del tiempo es crucial para asegurar la productividad y el cumplimiento de los objetivos empresariales. C&N TELECOMUNICACIONES implementa diversas estrategias y herramientas para optimizar el uso del tiempo de sus empleados.

#### **3.6.1. Estrategias de Manejo del Tiempo:**

##### **1. Planificación y Priorización:**

- Utilización de herramientas como calendarios digitales y listas de tareas.
- Priorización de actividades según su urgencia e importancia.

## 2. Delegación Efectiva:

- Asignación de tareas según las competencias y capacidades de cada empleado.
- Fomento de la responsabilidad y autonomía.

## 3. Gestión de Proyectos:

- Implementación de metodologías ágiles como Scrum para gestionar proyectos técnicos y de marketing.
- Uso de software de gestión de proyectos como Trello o Asana.

## 4. Minimización de Distracciones:

- Establecimiento de horarios específicos para reuniones y tareas enfocadas.
- Promoción de un ambiente de trabajo libre de interrupciones innecesarias.

## 5. Capacitación en Gestión del Tiempo:

- Programas de formación para mejorar las habilidades de gestión del tiempo.
- Seminarios y talleres sobre técnicas de productividad.

**Tabla 5.**  
*Herramientas de Gestión del Tiempo*

| Herramienta  | Funcionalidad                 | Beneficio                                |
|--------------|-------------------------------|------------------------------------------|
| Trello/Asana | Gestión de proyectos y tareas | Organización y seguimiento de proyectos. |

|                               |                                                                                                   |                                                               |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| <b>Google Calendar</b>        | Planificación de horarios y eventos                                                               | Coordinación y gestión de tiempo personal y de equipo.        |
| <b>Pomodoro Timer</b>         | Técnica de gestión del tiempo basada en intervalos 25 minutos de trabajo y 5 minutos de descanso. | Mejora la concentración y la productividad.                   |
| <b>Slack</b>                  | Comunicación interna y coordinación de equipos                                                    | Reducción de tiempos en comunicaciones y coordinación.        |
| <b>Time Tracking Software</b> | Seguimiento del tiempo invertido en tareas y proyectos                                            | Identificación de áreas de mejora y optimización de recursos. |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### **3.7. Liderazgo**

El liderazgo efectivo es fundamental para guiar a los empleados hacia el logro de los objetivos empresariales y fomentar un ambiente de trabajo positivo y productivo. C&N TELECOMUNICACIONES promueve estilos de liderazgo que se alinean con sus valores corporativos de innovación, integridad y compromiso.

#### **3.7.1. Estilos de Liderazgo Implementados:**

##### **1. Liderazgo Transformacional:**

- Inspirar y motivar a los empleados a través de una visión compartida.
- Fomentar la innovación y la creatividad.
- Promover el desarrollo personal y profesional de los empleados.

##### **2. Liderazgo Participativo:**

- Involucrar a los empleados en la toma de decisiones.
- Fomentar la colaboración y el trabajo en equipo.

- Escuchar y valorar las opiniones y sugerencias de los empleados.

### 3. Liderazgo Situacional:

- Adaptar el estilo de liderazgo según las necesidades y circunstancias.
- Proveer apoyo y guía en situaciones de cambio o desafío.
- Ajustar el nivel de control y delegación según el nivel de competencia y compromiso de los empleados.

#### 3.7.2. Programas de Desarrollo de Liderazgo:

- **Capacitación Continua:**

- Seminarios y talleres sobre habilidades de liderazgo y gestión.
- Programas de mentoría para desarrollar líderes emergentes dentro de la empresa.

- **Evaluación y Feedback:**

- Evaluaciones regulares del desempeño de los líderes.
- Feedback constructivo para mejorar las habilidades de liderazgo.

- **Reconocimiento y Recompensas:**

- Programas de reconocimiento para líderes destacados.
- Incentivos y recompensas basadas en el desempeño del equipo.

**Tabla 6.**  
*Programas de Desarrollo de Liderazgo*

| Programa | Descripción | Objetivo |
|----------|-------------|----------|
|----------|-------------|----------|

|                                     |           |                                                                |                                                                              |
|-------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Seminarios<br/>Liderazgo</b>     | <b>de</b> | Sesiones formativas sobre técnicas de liderazgo y gestión.     | Mejorar las habilidades de liderazgo de los gerentes.                        |
| <b>Mentoría Interna</b>             |           | Asignación de mentores a líderes emergentes.                   | Fomentar el desarrollo profesional y la transferencia de conocimientos.      |
| <b>Evaluaciones<br/>Desempeño</b>   | <b>de</b> | Evaluaciones periódicas del desempeño de los líderes.          | Identificar áreas de mejora y oportunidades de desarrollo.                   |
| <b>Reconocimiento<br/>Liderazgo</b> | <b>de</b> | Programas de reconocimiento para líderes destacados.           | Motivar y recompensar a los líderes que demuestran excelencia en su gestión. |
| <b>Talleres<br/>Innovación</b>      | <b>de</b> | Talleres enfocados en fomentar la creatividad y la innovación. | Promover un ambiente de trabajo innovador y adaptativo.                      |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

#### 4. CAPITULO. GERENCIA DE MARKETING

La Gerencia de Marketing es fundamental para el posicionamiento y crecimiento de C&N TELECOMUNICACIONES en el mercado de accesorios y servicios técnicos para dispositivos móviles. Este departamento se encarga de analizar el entorno competitivo, definir objetivos claros, y establecer estrategias efectivas en las áreas de precios, promoción, comunicación y canales de distribución. A continuación, se detallan los aspectos clave de la Gerencia de Marketing para C&N TELECOMUNICACIONES.

##### 4.1. Análisis de la Situación Actual

###### 4.1.1. Matriz BCG

La Matriz BCG (Boston Consulting Group) es una herramienta que permite analizar el portafolio de productos de la empresa en función de su participación de mercado y la tasa de crecimiento del mercado. Para C&N TELECOMUNICACIONES, los productos se clasifican en las siguientes categorías:

**Tabla 7.**  
*Matriz BCG para C&N TELECOMUNICACIONES*

| Producto                        | Participación de Mercado | Tasa de Crecimiento del Mercado | Categoría BCG |
|---------------------------------|--------------------------|---------------------------------|---------------|
| Cargadores DAICOM               | Alta                     | Alto                            | Estrella      |
| Vidrios Templados               | Media                    | Medio                           | Interrogante  |
| Forros Personalizados           | Baja                     | Alto                            | Interrogante  |
| Cables de Datos                 | Media                    | Bajo                            | Vaca lechera  |
| Servicio Técnico                | Alta                     | Medio                           | Estrella      |
| Reparación de Electrodomésticos | Baja                     | Bajo                            | Perro         |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### Interpretación:

- **Estrellas:** Cargadores DAICOM y Servicio Técnico están en mercados de alto crecimiento y tienen una alta participación de mercado, lo que indica que son productos clave para la empresa y deben recibir inversiones para mantener su liderazgo.
- **Interrogantes:** Vidrios Templados y Forros Personalizados tienen una alta tasa de crecimiento del mercado, pero una participación de mercado media o baja. Requieren estrategias para aumentar su participación de mercado o decidir si es mejor desinvertir.
- **Vacas lecheras:** Cables de Datos, con una participación de mercado media y crecimiento bajo, generan ingresos estables y pueden financiar otras áreas de la empresa.
- **Perros:** Reparación de Electrodomésticos, con baja participación y crecimiento, podrían ser descontinuados o reevaluados.

#### 4.1.2. 5 fuerzas de Porter

El análisis de las 5 Fuerzas de Porter permite evaluar la competitividad y rentabilidad potencial en el sector de servicios técnicos y accesorios para telecomunicaciones.

**Tabla 8.**

*Análisis de las 5 Fuerzas de Porter para C&N TELECOMUNICACIONES*

| Fuerza                                         |  | Análisis                                                                                                          | Impacto |
|------------------------------------------------|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| <b>Rivalidad entre Competidores</b>            |  | Alta: Mercado fragmentado con numerosos competidores locales e internacionales que compiten por precio y calidad. | Alta    |
| <b>Poder de Negociación de los Proveedores</b> |  | Moderado: Dependencia de proveedores para componentes de alta calidad, pero existen múltiples opciones.           | Medio   |

|                                             |                                                                                                                                           |       |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>Poder de Negociación de los Clientes</b> | Alto: Los clientes tienen muchas opciones y son sensibles al precio y la calidad, lo que les da poder de negociación significativo.       | Alto  |
| <b>Amenaza de Nuevos Entrantes</b>          | Moderada: Barreras de entrada relativamente bajas, pero la diferenciación basada en calidad y servicio puede limitar nuevos competidores. | Medio |
| <b>Amenaza de Productos Sustitutos</b>      | Alta: Rápido avance tecnológico y la disponibilidad de productos alternativos pueden sustituir los productos y servicios actuales.        | Alta  |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### **Interpretación:**

- **Rivalidad entre Competidores:** La alta competencia obliga a C&N TELECOMUNICACIONES a mantener una diferenciación clara en términos de calidad y servicio al cliente.
- **Poder de los Proveedores:** Aunque hay varios proveedores disponibles, la necesidad de componentes de alta calidad limita el poder de negociación de C&N, pero no lo hace insostenible.
- **Poder de los Clientes:** Dado que los clientes pueden elegir entre múltiples opciones, es esencial enfocarse en la satisfacción del cliente y en la creación de valor agregado.
- **Amenaza de Nuevos Entrantes:** Aunque hay oportunidades para nuevos competidores, la reputación y las relaciones establecidas de C&N TELECOMUNICACIONES actúan como barreras.
- **Amenaza de Sustitutos:** La rápida innovación tecnológica requiere que C&N continúe innovando y actualizando su oferta para mantenerse relevante.

## 4.2. Definición de los Objetivos

Los objetivos de la Gerencia de Marketing de C&N TELECOMUNICACIONES están alineados con la visión y misión de la empresa, enfocándose en el crecimiento sostenible, la expansión de la cuota de mercado, y el fortalecimiento de la relación con los clientes.

**Tabla 9.**

*Objetivos de Marketing para C&N TELECOMUNICACIONES*

| <b>Objetivo</b>                          |               | <b>Descripción</b>                                                                                                  | <b>Meta Cuantificable</b>                             |
|------------------------------------------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Incrementar Participación Mercado</b> | <b>la de</b>  | Aumentar la cuota de mercado en un 10% en los próximos 12 meses mediante estrategias de diferenciación y expansión. | Incrementar la cuota de mercado en un 10% en 12 meses |
| <b>Aumentar las Ventas</b>               |               | Incrementar las ventas de productos clave (cargadores DAICOM) en un 20% durante el próximo año.                     | Aumentar ventas en un 20% en un año                   |
| <b>Mejorar Satisfacción Cliente</b>      | <b>la del</b> | Lograr una calificación promedio de satisfacción del cliente de 4.5 estrellas en los próximos 6 meses.              | Alcanzar 4.5 estrellas de satisfacción                |
| <b>Expandir Presencia Geográfica</b>     | <b>la</b>     | Abrir 3 nuevas tiendas físicas en regiones estratégicas dentro de los próximos 18 meses.                            | Abrir 3 nuevas tiendas en 18 meses                    |
| <b>Desarrollar Productos</b>             | <b>Nuevos</b> | Introducir 2 nuevos modelos de cargadores inalámbricos en el próximo trimestre.                                     | Lanzar 2 nuevos modelos en 3 meses                    |
| <b>Fidelización Clientes</b>             | <b>de</b>     | Implementar un programa de fidelización que aumente las compras recurrentes en un 15% en el próximo año.            | Incrementar compras recurrentes en 15%                |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

## 4.3. Análisis y Establecimiento de Estrategias para Precios

La estrategia de precios es un elemento crucial en el marketing mix, ya que impacta directamente en la percepción del cliente, la competitividad y la rentabilidad. C&N TELECOMUNICACIONES adopta una estrategia de precios competitivos, alineada con el análisis de la situación económica y del mercado.

#### 4.3.1. Estrategias de Precios

**Tabla 10.**  
*Estrategias de Precios*

| <b>Estrategia</b>               | <b>Descripción</b>                                                                                    | <b>Beneficio</b>                                  |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <b>Precios Competitivos</b>     | Posicionar los productos en el rango medio del mercado, similar a la competencia directa.             | Atraer a un amplio segmento de clientes.          |
| <b>Descuentos y Promociones</b> | Ofrecer descuentos por compras en volumen y promociones en fechas especiales (Navidad, Black Friday). | Incrementar las ventas en períodos clave.         |
| <b>Precios Premium</b>          | Aplicar precios más altos a productos con características únicas y tecnología avanzada.               | Maximizar márgenes en productos innovadores.      |
| <b>Bundling</b>                 | Crear paquetes de productos con un descuento sobre el precio total individual.                        | Aumentar el valor percibido y el ticket promedio. |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

La estrategia de precios de C&N TELECOMUNICACIONES está diseñada para equilibrar la competitividad y la rentabilidad. Los precios competitivos aseguran una posición sólida en el mercado, mientras que los precios premium para productos innovadores refuerzan la percepción de calidad y exclusividad. Las promociones y el bundling fomentan el incremento en las ventas y la fidelización de clientes, alineándose con los objetivos de la empresa.

#### 4.4. Análisis y Establecimiento de Estrategias para Promoción y Comunicación

La estrategia de promoción y comunicación es vital para aumentar la conciencia de marca, impulsar las ventas y fidelizar a los clientes. C&N TELECOMUNICACIONES implementa una estrategia multicanal que se adapta a los diferentes segmentos de audiencia identificados. A continuación, se presentan las estrategias clave:

**Tabla 11.**  
*Estrategias de Promoción y Comunicación*

| <b>Estrategia</b>                     | <b>Descripción</b>                                                             | <b>Beneficio</b>                                                  |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <b>Marketing Digital</b>              | Campañas en redes sociales y publicidad pagada en plataformas digitales.       | Aumentar la visibilidad y atraer tráfico.                         |
| <b>Marketing de Contenidos</b>        | Creación y distribución de contenido educativo y promocional.                  | Educar a los clientes y mejorar el SEO.                           |
| <b>Influencers y Microinfluencers</b> | Colaboración con personas influyentes locales para promocionar productos.      | Generar confianza y alcanzar nuevos segmentos.                    |
| <b>Publicidad en Medios Locales</b>   | Anuncios en radio, prensa y patrocinio de eventos locales.                     | Fortalecer la presencia en comunidades locales.                   |
| <b>Programas de Fidelización</b>      | Implementación de programas de puntos y recompensas para clientes recurrentes. | Aumentar la retención y lealtad de clientes.                      |
| <b>Email Marketing</b>                | Envío de boletines y promociones segmentadas a la base de datos de clientes.   | Mantener la relación con clientes y fomentar compras recurrentes. |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

La combinación de marketing digital, contenido educativo, colaboraciones con influencers y publicidad en medios locales permite a C&N TELECOMUNICACIONES alcanzar a diversos segmentos de su audiencia de manera efectiva. Los programas de fidelización y el email marketing fortalecen la relación con los clientes existentes, incrementando la lealtad y las ventas recurrentes.

#### **4.5. Análisis y Establecimiento de Estrategias para Canales de Distribución**

La estrategia de canales de distribución es clave para asegurar que los productos y servicios de C&N TELECOMUNICACIONES lleguen de manera eficiente y efectiva a los clientes. La empresa utiliza una combinación de canales físicos y digitales para maximizar su alcance y satisfacer las preferencias de diferentes segmentos de mercado.

#### 4.5.1. Estrategias de Canales de Distribución:

**Tabla 12.**

*Estrategias de Canales de Distribución*

| <b>Estrategia</b>                  | <b>Descripción</b>                                                                                       | <b>Beneficio</b>                                                         |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tiendas Físicas</b>             | Mantenimiento y expansión de tiendas propias en ubicaciones estratégicas.                                | Ofrecer una experiencia de compra personalizada y asesoramiento directo. |
| <b>Ventas en Línea</b>             | Optimización de la plataforma e-commerce y utilización de marketplaces como MercadoLibre y Linio.        | Ampliar el alcance y facilitar las compras en línea.                     |
| <b>Distribuidores y Minoristas</b> | Alianzas con minoristas locales para expandir la presencia en mercados no cubiertos por tiendas propias. | Incrementar la disponibilidad de productos en diversas áreas.            |
| <b>Ventas Directas a Empresas</b>  | Soluciones personalizadas y a gran escala para empresas, gestionadas por un equipo B2B dedicado.         | Capturar el segmento empresarial y asegurar ventas a gran escala.        |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

La diversificación de canales de distribución permite a C&N TELECOMUNICACIONES alcanzar una mayor cobertura de mercado y adaptarse a las preferencias de compra de diferentes segmentos de clientes. Las tiendas físicas ofrecen una experiencia personalizada, mientras que las ventas en línea y a través de distribuidores amplían el alcance geográfico y facilitan el acceso a productos para un público más amplio.

#### 4.6. Plan de Marketing

El plan de marketing de C&N TELECOMUNICACIONES integra todas las estrategias desarrolladas en las áreas de análisis de situación, definición de objetivos, precios, promoción y canales de distribución. Este plan está diseñado para impulsar el crecimiento, mejorar la competitividad y asegurar la satisfacción del cliente.



|                                                |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| <b>Estrategias de Promoción y Comunicación</b> |   | X | X | X | X | X |   |   |   |   |   |   |   |
| <b>Estrategias de Canales de Distribución</b>  |   |   | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| <b>Implementación y Coordinación</b>           | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| <b>Medición y Evaluación</b>                   |   | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

## 5. CAPITULO. GERENCIA FINANCIERA

La Gerencia Financiera en C&N TELECOMUNICACIONES es crucial para la planificación, gestión y control de los recursos financieros de la empresa. A continuación, se presentan los análisis y evaluaciones financieras clave, utilizando tablas con valores asumidos que reflejan una situación financiera realista basada en la información proporcionada previamente.

### 5.1. Análisis y Evaluación Financiera

**Tabla 15.**  
*Balance General (Balance Sheet)*

| Activo                            | Monto (COP)  | Pasivo y Patrimonio               | Monto (COP)  |
|-----------------------------------|--------------|-----------------------------------|--------------|
| <b>Activo Corriente</b>           |              | <b>Pasivo Corriente</b>           |              |
| Efectivo y Equivalentes           | \$15,000,000 | Cuentas por Pagar                 | \$10,000,000 |
| Cuentas por Cobrar                | \$8,000,000  | Deudas a Corto Plazo              | \$5,000,000  |
| Inventarios                       | \$12,000,000 | <b>Total. Pasivo Corriente</b>    | \$15,000,000 |
| <b>Total, Activo Corriente</b>    | \$35,000,000 | <b>Pasivo No Corriente</b>        |              |
| <b>Activo No Corriente</b>        |              | Deudas a Largo Plazo              | \$20,000,000 |
| Propiedad, Planta y Equipo        | \$50,000,000 | <b>Total, Pasivo No Corriente</b> | \$20,000,000 |
| <b>Total, Activo No Corriente</b> | \$50,000,000 | <b>Patrimonio</b>                 |              |
| <b>Total, Activo</b>              | \$85,000,000 | Capital Social                    | \$30,000,000 |
|                                   |              | Utilidades Retenidas              | \$20,000,000 |
|                                   |              | <b>Total, Patrimonio</b>          | \$50,000,000 |
|                                   |              | <b>Total, Pasivo y Patrimonio</b> | \$85,000,000 |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

**Tabla 16.**  
*Estado de Resultados (Income Statement)*

| Concepto        | Monto (COP) |
|-----------------|-------------|
| <b>Ingresos</b> |             |

|                                    |               |
|------------------------------------|---------------|
| <b>Ventas de Productos</b>         | \$120,000,000 |
| <b>Servicios Técnicos</b>          | \$60,000,000  |
| <b>Total Ingresos</b>              | \$180,000,000 |
| <b>Costos de Ventas</b>            |               |
| <b>Costo de Productos Vendidos</b> | \$80,000,000  |
| <b>Costo de Servicios</b>          | \$30,000,000  |
| <b>Total Costos de Ventas</b>      | \$110,000,000 |
| <b>Utilidad Bruta</b>              | \$70,000,000  |
| <b>Gastos Operativos</b>           |               |
| <b>Gastos de Venta</b>             | \$20,000,000  |
| <b>Gastos Administrativos</b>      | \$15,000,000  |
| <b>Total Gastos Operativos</b>     | \$35,000,000  |
| <b>Utilidad Operativa</b>          | \$35,000,000  |
| <b>Gastos Financieros</b>          | \$5,000,000   |
| <b>Utilidad Antes de Impuestos</b> | \$30,000,000  |
| <b>Impuestos</b>                   | \$6,000,000   |
| <b>Utilidad Neta</b>               | \$24,000,000  |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

**Tabla 17.**  
*Flujo de Caja (Cash Flow)*

| <b>Concepto</b>                      | <b>Monto (COP)</b> |
|--------------------------------------|--------------------|
| <b>Flujo de Caja Operativo</b>       |                    |
| <b>Utilidad Neta</b>                 | \$24,000,000       |
| <b>Depreciación</b>                  | \$5,000,000        |
| <b>Cambios en Cuentas por Cobrar</b> | (\$3,000,000)      |
| <b>Cambios en Inventarios</b>        | (\$2,000,000)      |
| <b>Cambios en Cuentas por Pagar</b>  | \$1,000,000        |
| <b>Total Flujo de Caja Operativo</b> | \$25,000,000       |

|                                              |                |
|----------------------------------------------|----------------|
| <b>Flujo de Caja de Inversión</b>            |                |
| <b>Compra de Activos Fijos</b>               | (\$10,000,000) |
| <b>Total Flujo de Caja de Inversión</b>      | (\$10,000,000) |
| <b>Flujo de Caja de Financiamiento</b>       |                |
| <b>Pago de Deudas a Corto Plazo</b>          | (\$5,000,000)  |
| <b>Pago de Deudas a Largo Plazo</b>          | (\$5,000,000)  |
| <b>Total Flujo de Caja de Financiamiento</b> | (\$10,000,000) |
| <b>Incremento Neto en Efectivo</b>           | \$5,000,000    |
| <b>Efectivo al Inicio del Periodo</b>        | \$10,000,000   |
| <b>Efectivo al Final del Periodo</b>         | \$15,000,000   |

Fuente. *Elaboración propia.*

## 5.2. Análisis de Indicadores Financieros

**Tabla 18.**  
*Indicadores Financieros Clave*

| <b>Indicador</b>                  | <b>Fórmula</b>                                                                   | <b>Valor</b> | <b>Interpretación</b>                                         |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------|
| <b>Liquidez Corriente</b>         | $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$                        | 2.33         | Buena capacidad para cubrir obligaciones a corto plazo.       |
| <b>Razón Rápida</b>               | $\frac{(\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios})}{\text{Pasivo Corriente}}$ | 1.00         | Suficiente para cubrir pasivos sin depender de inventarios.   |
| <b>Endeudamiento</b>              | $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$                                | 0.41         | Nivel moderado de endeudamiento.                              |
| <b>Capital de Trabajo</b>         | $\text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$                              | \$20,000,000 | Suficiente para financiar operaciones diarias.                |
| <b>Rentabilidad sobre Ventas</b>  | $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Totales}}$                             | 13.33%       | Rentabilidad saludable sobre las ventas.                      |
| <b>Rentabilidad sobre Activos</b> | $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$                               | 28.24%       | Alta eficiencia en el uso de activos para generar utilidades. |
| <b>Rotación de Inventarios</b>    | $\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventarios Promedio}}$                     | 6.67         | Rotación eficiente de inventarios.                            |

|                                       |                                     |        |                                                      |
|---------------------------------------|-------------------------------------|--------|------------------------------------------------------|
| <b>Rotación de Cuentas por Cobrar</b> | Ventas / Cuentas por Cobrar         | 22.50  | Efectiva gestión de cuentas por cobrar.              |
| <b>Margen Bruto</b>                   | Utilidad Bruta / Ventas Totales     | 38.89% | Buen margen para cubrir gastos operativos y otros.   |
| <b>Margen Operativo</b>               | Utilidad Operativa / Ventas Totales | 19.44% | Sólida capacidad para generar utilidades operativas. |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### 5.3. Análisis de Estructuras Financieras y de Capital

**Tabla 19.**  
*Estructura Financiera y de Capital*

| Elemento                           | Monto (COP)  | Porcentaje del Total |
|------------------------------------|--------------|----------------------|
| <b>Patrimonio</b>                  |              |                      |
| <b>Capital Social</b>              | \$30,000,000 | 35.29%               |
| <b>Utilidades Retenidas</b>        | \$20,000,000 | 23.53%               |
| <b>Total Patrimonio</b>            | \$50,000,000 | 58.82%               |
| <b>Pasivo</b>                      |              |                      |
| <b>Pasivo Corriente</b>            | \$15,000,000 | 17.65%               |
| <b>Pasivo No Corriente</b>         | \$20,000,000 | 23.53%               |
| <b>Total Pasivo</b>                | \$35,000,000 | 41.18%               |
| <b>Total Estructura Financiera</b> | \$85,000,000 | 100%                 |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

#### **Interpretación:**

- **Patrimonio:** Representa el 58.82% del total de activos, indicando una estructura financiera sólida con baja dependencia de deuda.
- **Pasivo:** El 41.18% del total de activos, con una distribución equilibrada entre pasivos corrientes y no corrientes.

#### 5.4. Análisis de Estados Financieros

**Tabla 20.**  
*Balance General*

| <b>Activo</b>                     | <b>Monto (COP)</b> | <b>Pasivo y Patrimonio</b>       | <b>Monto (COP)</b> |
|-----------------------------------|--------------------|----------------------------------|--------------------|
| <b>Activo Corriente</b>           |                    | <b>Pasivo Corriente</b>          |                    |
| <b>Efectivo y Equivalentes</b>    | \$15,000,000       | Cuentas por Pagar                | \$10,000,000       |
| <b>Cuentas por Cobrar</b>         | \$8,000,000        | Deudas a Corto Plazo             | \$5,000,000        |
| <b>Inventarios</b>                | \$12,000,000       | <b>Total Pasivo Corriente</b>    | \$15,000,000       |
| <b>Total Activo Corriente</b>     | \$35,000,000       | <b>Pasivo No Corriente</b>       |                    |
| <b>Activo No Corriente</b>        |                    | Deudas a Largo Plazo             | \$20,000,000       |
| <b>Propiedad, Planta y Equipo</b> | \$50,000,000       | <b>Total Pasivo No Corriente</b> | \$20,000,000       |
| <b>Total Activo No Corriente</b>  | \$50,000,000       | <b>Patrimonio</b>                |                    |
| <b>Total Activo</b>               | \$85,000,000       | Capital Social                   | \$30,000,000       |
|                                   |                    | Utilidades Retenidas             | \$20,000,000       |
|                                   |                    | <b>Total Patrimonio</b>          | \$50,000,000       |
|                                   |                    | <b>Total Pasivo y Patrimonio</b> | \$85,000,000       |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

**Tabla 21.**  
*Estado de Resultados*

| <b>Concepto</b>                    | <b>Monto (COP)</b> |
|------------------------------------|--------------------|
| <b>Ingresos</b>                    |                    |
| <b>Ventas de Productos</b>         | \$120,000,000      |
| <b>Servicios Técnicos</b>          | \$60,000,000       |
| <b>Total Ingresos</b>              | \$180,000,000      |
| <b>Costos de Ventas</b>            |                    |
| <b>Costo de Productos Vendidos</b> | \$80,000,000       |
| <b>Costo de Servicios</b>          | \$30,000,000       |
| <b>Total Costos de Ventas</b>      | \$110,000,000      |

|                                    |              |
|------------------------------------|--------------|
| <b>Utilidad Bruta</b>              | \$70,000,000 |
| <b>Gastos Operativos</b>           |              |
| <b>Gastos de Venta</b>             | \$20,000,000 |
| <b>Gastos Administrativos</b>      | \$15,000,000 |
| <b>Total Gastos Operativos</b>     | \$35,000,000 |
| <b>Utilidad Operativa</b>          | \$35,000,000 |
| <b>Gastos Financieros</b>          | \$5,000,000  |
| <b>Utilidad Antes de Impuestos</b> | \$30,000,000 |
| <b>Impuestos</b>                   | \$6,000,000  |
| <b>Utilidad Neta</b>               | \$24,000,000 |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

**Tabla 22.**  
*Flujo de Caja*

| <b>Concepto</b>                         | <b>Monto (COP)</b> |
|-----------------------------------------|--------------------|
| <b>Flujo de Caja Operativo</b>          |                    |
| <b>Utilidad Neta</b>                    | \$24,000,000       |
| <b>Depreciación</b>                     | \$5,000,000        |
| <b>Cambios en Cuentas por Cobrar</b>    | (\$3,000,000)      |
| <b>Cambios en Inventarios</b>           | (\$2,000,000)      |
| <b>Cambios en Cuentas por Pagar</b>     | \$1,000,000        |
| <b>Total Flujo de Caja Operativo</b>    | \$25,000,000       |
| <b>Flujo de Caja de Inversión</b>       |                    |
| <b>Compra de Activos Fijos</b>          | (\$10,000,000)     |
| <b>Total Flujo de Caja de Inversión</b> | (\$10,000,000)     |
| <b>Flujo de Caja de Financiamiento</b>  |                    |
| <b>Pago de Deudas a Corto Plazo</b>     | (\$5,000,000)      |
| <b>Pago de Deudas a Largo Plazo</b>     | (\$5,000,000)      |

|                                              |                       |
|----------------------------------------------|-----------------------|
| <b>Total Flujo de Caja de Financiamiento</b> | <b>(\$10,000,000)</b> |
| <b>Incremento Neto en Efectivo</b>           | <b>\$5,000,000</b>    |
| <b>Efectivo al Inicio del Periodo</b>        | <b>\$10,000,000</b>   |
| <b>Efectivo al Final del Periodo</b>         | <b>\$15,000,000</b>   |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

## 5.5. Análisis de Indicadores Financieros

**Tabla 23.**

*Indicadores Financieros Clave*

| <b>Indicador</b>                      | <b>Fórmula</b>                                                                   | <b>Valor</b> | <b>Interpretación</b>                                         |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------|
| <b>Liquidez Corriente</b>             | $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$                        | 2.33         | Buena capacidad para cubrir obligaciones a corto plazo.       |
| <b>Razón Rápida</b>                   | $\frac{(\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios})}{\text{Pasivo Corriente}}$ | 1.00         | Suficiente para cubrir pasivos sin depender de inventarios.   |
| <b>Endeudamiento</b>                  | $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$                                | 0.41         | Nivel moderado de endeudamiento.                              |
| <b>Capital de Trabajo</b>             | $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$                        | \$20,000,000 | Suficiente para financiar operaciones diarias.                |
| <b>Rentabilidad sobre Ventas</b>      | $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Totales}}$                             | 13.33%       | Rentabilidad saludable sobre las ventas.                      |
| <b>Rentabilidad sobre Activos</b>     | $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$                               | 28.24%       | Alta eficiencia en el uso de activos para generar utilidades. |
| <b>Rotación de Inventarios</b>        | $\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventarios Promedio}}$                     | 6.67         | Rotación eficiente de inventarios.                            |
| <b>Rotación de Cuentas por Cobrar</b> | $\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$                                | 22.50        | Efectiva gestión de cuentas por cobrar.                       |
| <b>Margen Bruto</b>                   | $\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Totales}}$                            | 38.89%       | Buen margen para cubrir gastos operativos y otros.            |
| <b>Margen Operativo</b>               | $\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas Totales}}$                        | 19.44%       | Sólida capacidad para generar utilidades operativas.          |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

## 5.6. Análisis de Estructuras Financieras y de Capital

**Tabla 24.**

*Estructura Financiera y de Capital*

| Elemento                           | Monto (COP)         | Porcentaje del Total |
|------------------------------------|---------------------|----------------------|
| <b>Patrimonio</b>                  |                     |                      |
| Capital Social                     | \$30,000,000        | 35.29%               |
| Utilidades Retenidas               | \$20,000,000        | 23.53%               |
| <b>Total Patrimonio</b>            | <b>\$50,000,000</b> | <b>58.82%</b>        |
| <b>Pasivo</b>                      |                     |                      |
| Pasivo Corriente                   | \$15,000,000        | 17.65%               |
| Pasivo No Corriente                | \$20,000,000        | 23.53%               |
| <b>Total Pasivo</b>                | <b>\$35,000,000</b> | <b>41.18%</b>        |
| <b>Total Estructura Financiera</b> | <b>\$85,000,000</b> | <b>100%</b>          |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### Interpretación:

- **Patrimonio:** Representa el 58.82% del total de activos, indicando una estructura financiera sólida con baja dependencia de deuda.
- **Pasivo:** El 41.18% del total de activos, con una distribución equilibrada entre pasivos corrientes y no corrientes.

## 5.7. Análisis de Estados Financieros

**Tabla 25.**

*Indicadores de Rentabilidad y Retorno*

| Indicador                        | Fórmula                        | Valor  | Interpretación                           |
|----------------------------------|--------------------------------|--------|------------------------------------------|
| <b>Rentabilidad sobre Ventas</b> | Utilidad Neta / Ventas Totales | 13.33% | Rentabilidad saludable sobre las ventas. |

|                                      |                                             |        |                                                               |
|--------------------------------------|---------------------------------------------|--------|---------------------------------------------------------------|
| <b>Rentabilidad sobre Activos</b>    | Utilidad Neta / Activo Total                | 28.24% | Alta eficiencia en el uso de activos para generar utilidades. |
| <b>ROI (Retorno sobre Inversión)</b> | (Utilidad Neta / Inversión Total) × 100     | 28.24% | Alto retorno, indicando inversiones efectivas.                |
| <b>TIR (Tasa Interna de Retorno)</b> | Calculada mediante flujo de caja proyectado | 22%    | Rentabilidad atractiva para posibles inversores.              |

**Fuente.** *Elaboración propia.* **Nota:** La TIR se ha calculado asumiendo flujos de caja proyectados a lo largo de 5 años con una inversión inicial de \$50,000,000 COP y flujos de caja anuales constantes de \$10,000,000 COP.

## 6.9. Análisis del Balance General, Estado de Resultados y Flujo de Caja

**Tabla 26.**  
*Análisis del Balance General*

| Elemento                   | Monto (COP)  | Porcentaje | Comentario                                                       |
|----------------------------|--------------|------------|------------------------------------------------------------------|
| <b>Activo Corriente</b>    | \$35,000,000 | 41.18%     | Alta liquidez, capacidad para cubrir obligaciones a corto plazo. |
| <b>Activo No Corriente</b> | \$50,000,000 | 58.82%     | Inversión en activos fijos, indicando crecimiento y expansión.   |
| <b>Pasivo Corriente</b>    | \$15,000,000 | 17.65%     | Manejo eficiente de pasivos a corto plazo.                       |
| <b>Pasivo No Corriente</b> | \$20,000,000 | 23.53%     | Endeudamiento moderado a largo plazo.                            |
| <b>Patrimonio</b>          | \$50,000,000 | 58.82%     | Estructura financiera sólida y equilibrada.                      |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

**Tabla 27.**  
*Análisis del Estado de Resultados*

| Concepto                 | Monto (COP)   | Porcentaje sobre Ventas |
|--------------------------|---------------|-------------------------|
| <b>Ingresos Totales</b>  | \$180,000,000 | 100%                    |
| <b>Costo de Ventas</b>   | \$110,000,000 | 61.11%                  |
| <b>Utilidad Bruta</b>    | \$70,000,000  | 38.89%                  |
| <b>Gastos Operativos</b> | \$35,000,000  | 19.44%                  |

|                           |              |        |
|---------------------------|--------------|--------|
| <b>Utilidad Operativa</b> | \$35,000,000 | 19.44% |
| <b>Gastos Financieros</b> | \$5,000,000  | 2.78%  |
| <b>Utilidad Neta</b>      | \$24,000,000 | 13.33% |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

#### **Comentario:**

- **Utilidad Neta:** Un margen neto del 13.33% indica una rentabilidad sólida.
- **Gastos Operativos:** Representan un 19.44% de las ventas, mostrando eficiencia en la gestión de costos operativos.

**Tabla 28.**  
*Análisis del Flujo de Caja*

| <b>Concepto</b>                        | <b>Monto (COP)</b> | <b>Comentario</b>                                        |
|----------------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------|
| <b>Flujo de Caja Operativo</b>         | \$25,000,000       | Generación positiva de efectivo a partir de operaciones. |
| <b>Flujo de Caja de Inversión</b>      | (\$10,000,000)     | Inversión en activos fijos para expansión.               |
| <b>Flujo de Caja de Financiamiento</b> | (\$10,000,000)     | Pago de deudas, reduciendo el apalancamiento.            |
| <b>Incremento Neto en Efectivo</b>     | \$5,000,000        | Aumento en la liquidez de la empresa.                    |
| <b>Efectivo al Final del Periodo</b>   | \$15,000,000       | Posición de efectivo saludable para futuras operaciones. |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

## **5.8. Conclusiones de la Gerencia Financiera**

El análisis financiero de C&N TELECOMUNICACIONES revela una situación financiera robusta con una estructura de capital equilibrada y una rentabilidad saludable. La empresa muestra una alta liquidez, lo que le permite cubrir sus obligaciones a corto plazo sin dificultades. El endeudamiento moderado sugiere una gestión prudente de las deudas, manteniendo un balance favorable entre patrimonio y pasivos.

Los indicadores de rentabilidad destacan la eficiencia en la generación de utilidades tanto sobre las ventas como sobre los activos, lo que indica una utilización efectiva de los recursos disponibles. El flujo de caja positivo operativo respalda las operaciones diarias y las inversiones en expansión, mientras que la TIR atractiva del 22% señala que las inversiones realizadas son altamente rentables.

Para mantener y mejorar esta posición financiera, se recomienda:

- **Continuar optimizando la gestión de inventarios y cuentas por cobrar** para mejorar aún más la liquidez.
- **Mantener un enfoque en la rentabilidad** mediante la eficiencia operativa y la innovación en productos y servicios.
- **Evaluar oportunidades de expansión** para incrementar la cuota de mercado y diversificar las fuentes de ingresos.
- **Monitorear constantemente los indicadores financieros** para asegurar una gestión financiera sólida y tomar decisiones informadas.

## 6. CAPITULO. COSTOS Y PRESUPUESTOS

La Gerencia Financiera de C&N TELECOMUNICACIONES es fundamental para asegurar la eficiencia operativa y el crecimiento sostenible de la empresa. A continuación, se detallan los aspectos clave relacionados con los costos y presupuestos, utilizando tablas con valores asumidos que reflejan una situación financiera realista basada en la información proporcionada previamente.

### 6.1. Cálculo de Producción para los Productos Terminados

El cálculo de producción se basa en la estimación de la demanda proyectada y los costos asociados a la fabricación de cada producto. A continuación, se presentan las estimaciones de producción para los productos terminados de C&N TELECOMUNICACIONES.

**Tabla 29.**  
*Cálculo de Producción para Productos Terminados*

| <b>Producto</b>              | <b>Precio de Venta (COP)</b> | <b>Costo Variable por Unidad (COP)</b> | <b>Unidades Proyectadas</b> | <b>Costo Total Variable (COP)</b> | <b>Ingresos Totales (COP)</b> | <b>Utilidad Bruta (COP)</b> |
|------------------------------|------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| <b>Cargadores DAICOM</b>     | \$95,000                     | \$50,000                               | 2,000                       | \$100,000,000                     | \$190,000,000                 | \$90,000,000                |
| <b>Vidrios Templados</b>     | \$40,000                     | \$20,000                               | 3,000                       | \$60,000,000                      | \$120,000,000                 | \$60,000,000                |
| <b>Forros Personalizados</b> | \$30,000                     | \$15,000                               | 4,000                       | \$60,000,000                      | \$120,000,000                 | \$60,000,000                |
| <b>Cables de Datos</b>       | \$25,000                     | \$10,000                               | 5,000                       | \$50,000,000                      | \$125,000,000                 | \$75,000,000                |
| <b>Total</b>                 |                              |                                        | <b>14,000</b>               | <b>\$270,000,000</b>              | <b>\$555,000,000</b>          | <b>\$285,000,000</b>        |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

**Notas:**

- Las unidades proyectadas se basan en la demanda histórica y las estrategias de expansión.
- El costo variable por unidad incluye costos de producción, materiales y mano de obra directa.

## 6.2. Cálculo del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el cual los ingresos totales igualan a los costos totales, es decir, no hay ni ganancias ni pérdidas.

**Tabla 30.**  
*Cálculo del Punto de Equilibrio*

| Producto                     | Precio de Venta (COP) | Costo por Unidad (COP) | Costos Fijos (COP)  | Punto de Equilibrio (Unidades) |
|------------------------------|-----------------------|------------------------|---------------------|--------------------------------|
| <b>Cargadores DAICOM</b>     | \$95,000              | \$50,000               | \$20,000,000        | 400                            |
| <b>Vidrios Templados</b>     | \$40,000              | \$20,000               | \$10,000,000        | 500                            |
| <b>Forros Personalizados</b> | \$30,000              | \$15,000               | \$8,000,000         | 533                            |
| <b>Cables de Datos</b>       | \$25,000              | \$10,000               | \$5,000,000         | 400                            |
| <b>Total General</b>         |                       |                        | <b>\$43,000,000</b> | <b>1,833</b>                   |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### Fórmula del Punto de Equilibrio:

$$\text{Punto de Equilibrio (Unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable por Unidad}}$$

### Interpretación:

- Para alcanzar el punto de equilibrio, C&N TELECOMUNICACIONES necesita vender un total de 1,833 unidades de sus productos combinados.

- Este cálculo ayuda a la empresa a entender el mínimo de ventas necesarias para cubrir todos los costos y evitar pérdidas.

### 6.3. Indicadores de la Proyección

Los indicadores de proyección financiera permiten evaluar el desempeño esperado de la empresa en el futuro. A continuación, se presentan los principales indicadores proyectados para C&N TELECOMUNICACIONES.

**Tabla 31.**

*Indicadores de Proyección Financiera (Año 1)*

| Indicador                       | Valor Actual  | Proyección Año 1 | Cambio (%) |
|---------------------------------|---------------|------------------|------------|
| <b>Ventas Totales (COP)</b>     | \$555,000,000 | \$675,000,000    | +21.62%    |
| <b>Utilidad Bruta (COP)</b>     | \$285,000,000 | \$405,000,000    | +42.11%    |
| <b>Utilidad Operativa (COP)</b> | \$120,000,000 | \$340,000,000    | +183.33%   |
| <b>Utilidad Neta (COP)</b>      | \$98,400,000  | \$280,500,000    | +185.15%   |
| <b>Capital de Trabajo (COP)</b> | \$25,000,000  | \$20,000,000     | -20.00%    |
| <b>Flujo de Caja Neto (COP)</b> | \$15,000,000  | \$261,500,000    | +1,643.33% |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

#### Interpretación:

- **Ventas Totales:** Se proyecta un crecimiento significativo debido a la expansión y lanzamiento de nuevos productos.
- **Utilidad Neta:** El aumento esperado refleja una mayor eficiencia operativa y aumento en las ventas.
- **Capital de Trabajo:** Aunque hay una disminución, sigue siendo suficiente para financiar operaciones.

- **Flujo de Caja Neto:** Aumento sustancial, reflejando una mejora en la liquidez y generación de efectivo.

#### 6.4. Elaboración de Presupuesto de Ingresos y de Gastos

El presupuesto de ingresos y gastos es una herramienta crucial para planificar y controlar las finanzas de la empresa. A continuación, se presenta el presupuesto proyectado para el primer año.

**Tabla 32.**  
*Presupuesto de Ingresos y Gastos (Año 1)*

| Concepto                           | Monto (COP)          |
|------------------------------------|----------------------|
| <b>Ingresos</b>                    |                      |
| Ventas de Productos                | \$555,000,000        |
| Servicios Técnicos                 | \$120,000,000        |
| <b>Total Ingresos</b>              | <b>\$675,000,000</b> |
| <b>Gastos Variables</b>            |                      |
| Costo de Ventas                    | \$270,000,000        |
| <b>Total Gastos Variables</b>      | <b>\$270,000,000</b> |
| <b>Gastos Fijos</b>                |                      |
| Gastos de Venta                    | \$20,000,000         |
| Gastos Administrativos             | \$15,000,000         |
| Gastos de Marketing                | \$30,000,000         |
| <b>Total Gastos Fijos</b>          | <b>\$65,000,000</b>  |
| <b>Total Gastos</b>                | <b>\$335,000,000</b> |
| <b>Utilidad Bruta</b>              | <b>\$405,000,000</b> |
| <b>Gastos Financieros</b>          | <b>\$10,000,000</b>  |
| <b>Utilidad Antes de Impuestos</b> | <b>\$395,000,000</b> |
| <b>Impuestos (15%)</b>             | <b>\$59,250,000</b>  |
| <b>Utilidad Neta</b>               | <b>\$335,750,000</b> |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

**Notas:**

- **Gastos de Marketing:** Incremento debido a campañas promocionales y expansión de presencia en línea.
- **Gastos Fijos:** Incluyen salarios, alquiler, servicios públicos y otros gastos operativos.

**6.5. Elaboración de Estado de Resultado**

El Estado de Resultado proyectado refleja la rentabilidad esperada de C&N TELECOMUNICACIONES para el primer año.

**Tabla 33.**  
*Estado de Resultado Proyectado (Año 1)*

| Concepto                           | Monto (COP)   | % sobre Ingresos |
|------------------------------------|---------------|------------------|
| <b>Ingresos</b>                    |               |                  |
| <b>Ventas de Productos</b>         | \$555,000,000 | 82.22%           |
| <b>Servicios Técnicos</b>          | \$120,000,000 | 17.78%           |
| <b>Total Ingresos</b>              | \$675,000,000 | 100%             |
| <b>Costos de Ventas</b>            | \$270,000,000 | 40.00%           |
| <b>Utilidad Bruta</b>              | \$405,000,000 | 60.00%           |
| <b>Gastos Operativos</b>           |               |                  |
| <b>Gastos de Venta</b>             | \$20,000,000  | 2.96%            |
| <b>Gastos Administrativos</b>      | \$15,000,000  | 2.22%            |
| <b>Gastos de Marketing</b>         | \$30,000,000  | 4.44%            |
| <b>Total Gastos Operativos</b>     | \$65,000,000  | 9.63%            |
| <b>Utilidad Operativa</b>          | \$340,000,000 | 50.37%           |
| <b>Gastos Financieros</b>          | \$10,000,000  | 1.48%            |
| <b>Utilidad Antes de Impuestos</b> | \$330,000,000 | 48.89%           |
| <b>Impuestos (15%)</b>             | \$49,500,000  | 7.33%            |

|                      |                      |               |
|----------------------|----------------------|---------------|
| <b>Utilidad Neta</b> | <b>\$280,500,000</b> | <b>41.56%</b> |
|----------------------|----------------------|---------------|

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### **Interpretación:**

- **Utilidad Neta:** Se proyecta una alta rentabilidad del 41.56%, lo que indica un desempeño financiero robusto.
- **Margen de Utilidad Bruta:** Un margen del 60% sugiere una buena eficiencia en la gestión de costos de producción.
- **Gastos Operativos:** Representan un 9.63% de las ventas, mostrando eficiencia en la gestión de costos operativos.

### **6.6. Elaboración de Presupuesto a 5 Años**

El presupuesto a 5 años proporciona una visión a largo plazo de las finanzas de la empresa, permitiendo planificar inversiones, expansiones y otras estrategias de crecimiento.

**Tabla 34.**  
*Presupuesto Financiero Proyectado a 5 Años*

| <b>Año</b> | <b>Ingresos Totales (COP)</b> | <b>Costos de Ventas (COP)</b> | <b>Gastos Operativos (COP)</b> | <b>Gastos Financieros (COP)</b> | <b>Utilidad Neta (COP)</b> |
|------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|----------------------------|
| <b>1</b>   | \$675,000,000                 | \$270,000,000                 | \$65,000,000                   | \$10,000,000                    | \$280,500,000              |
| <b>2</b>   | \$756,250,000                 | \$302,500,000                 | \$72,500,000                   | \$11,000,000                    | \$370,750,000              |
| <b>3</b>   | \$840,312,500                 | \$337,812,500                 | \$81,250,000                   | \$12,100,000                    | \$466,250,000              |
| <b>4</b>   | \$927,328,125                 | \$375,703,125                 | \$90,312,500                   | \$13,310,000                    | \$568,002,500              |
| <b>5</b>   | \$1,017,192,188               | \$417,283,594                 | \$99,843,750                   | \$14,641,000                    | \$677,214,844              |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

### **Supuestos:**

- **Crecimiento Anual de Ingresos:** 12.5% anual.
- **Incremento de Costos de Ventas:** 12.5% anual, manteniendo el margen de utilidad bruta.
- **Incremento de Gastos Operativos:** 12.5% anual, alineado con el crecimiento de la empresa.
- **Incremento de Gastos Financieros:** 10% anual, debido al aumento de deudas o intereses.

**Interpretación:**

- **Crecimiento Sostenido:** Los ingresos y utilidades netas muestran un crecimiento constante, reflejando la expansión y eficiencia operativa de la empresa.
- **Margen de Utilidad Neta:** Se mantiene alto, indicando una gestión financiera efectiva y control de costos.

## 7. CAPITULO. GERENCIA TRIBUTARIA

### 7.1. Impuestos, Tasas y Contribuciones que Realiza la Empresa

C&N TELECOMUNICACIONES, como empresa establecida en Colombia, está sujeta a diversas obligaciones fiscales que incluyen impuestos nacionales, locales, tasas y contribuciones. A continuación, se presenta una tabla detallada de los principales impuestos y contribuciones que la empresa debe cumplir:

**Tabla 35.**

*Impuestos, Tasas y Contribuciones de C&N TELECOMUNICACIONES*

| <b>Tipo de Obligación</b>              | <b>Descripción</b>                                                                              | <b>Frecuencia de Pago</b> | <b>Base Gravable</b>                        | <b>Tasa Aplicable</b>                                 |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Impuesto sobre la Renta                | Impuesto aplicado sobre las utilidades netas de la empresa.                                     | Anual                     | Utilidad Neta después de deducciones        | 33%                                                   |
| Impuesto al Valor Agregado (IVA)       | Impuesto indirecto sobre la venta de bienes y prestación de servicios gravados.                 | Mensual                   | Valor de las ventas netas gravadas          | 19%                                                   |
| Retención en la Fuente                 | Mecanismo de recaudo anticipado del impuesto sobre la renta y complementarios.                  | Mensual                   | Pagos efectuados a proveedores y empleados  | Varía según el tipo de pago                           |
| Impuesto de Industria y Comercio (ICA) | Impuesto municipal sobre actividades industriales, comerciales y de servicios.                  | Anual                     | Ingresos brutos por actividades comerciales | Varía según el municipio (usualmente entre 0.2% y 1%) |
| Contribuciones parafiscales            | Contribuciones destinadas a fondos especiales como SENA, ICBF y cajas de compensación familiar. | Mensual                   | Salarios pagados a los empleados            | 4% (1% SENA, 3% ICBF y cajas)                         |

|                    |                                            |                                    |                     |                                               |                          |
|--------------------|--------------------------------------------|------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------------|--------------------------|
| Impuesto de Timbre | Impuesto de ciertos legales y financieros. | aplicado a documentos financieros. | Según sea necesario | Valor del documento o contrato                | Varía (generalmente 1%)  |
| Tasas Municipales  | Tasas por públicos y otorgados municipio.  | servicios y permisos por el        | Anual               | Uso de espacios públicos, licencias, permisos | Varía según el municipio |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

Notas:

- Impuesto sobre la Renta: La tasa del 33% es aplicable para el año fiscal 2024, según las disposiciones de la DIAN.
- Retención en la Fuente: Las tasas varían dependiendo del tipo de pago, por ejemplo, 4% para servicios profesionales, 10% para honorarios, etc.
- Impuesto de Industria y Comercio (ICA): Las tasas específicas dependen del municipio donde se realicen las actividades comerciales.

## 7.2. Planeación Tributaria para la Empresa

La planeación tributaria es una estrategia fundamental para optimizar la carga fiscal de C&N TELECOMUNICACIONES, garantizando al mismo tiempo el cumplimiento de todas las obligaciones legales. A continuación, se describen las principales estrategias de planeación tributaria adoptadas por la empresa:

**Tabla 36.**  
*Estrategias de Planeación Tributaria*

| Estrategia | Descripción | Beneficios |
|------------|-------------|------------|
|------------|-------------|------------|

|                               |                                                                                                                                                                              |                                                                            |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Optimización de Deducciones   | Identificación y aprovechamiento de todas las deducciones fiscales permitidas por la ley, como gastos operativos, inversiones en activos, etc.                               | Reducción de la base gravable y, por ende, del impuesto a pagar.           |
| Estructuración de Inversiones | Planificación de las inversiones en activos fijos y tecnológicos para maximizar las deducciones por depreciación y amortización.                                             | Mayor aprovechamiento de beneficios fiscales por inversión.                |
| Gestión de Retenciones        | Implementación de procedimientos eficientes para la correcta aplicación de retenciones en la fuente, evitando sanciones y multas.                                            | Cumplimiento normativo y reducción de riesgos fiscales.                    |
| Uso de Incentivos Fiscales    | Aprovechamiento de incentivos fiscales disponibles, como exenciones, tarifas reducidas o créditos tributarios ofrecidos por el gobierno para ciertos sectores o actividades. | Disminución de la carga fiscal total de la empresa.                        |
| Planificación de Pagos de IVA | Gestión eficiente de las obligaciones de IVA, aprovechando créditos fiscales y evitando saldos pendientes.                                                                   | Optimización del flujo de caja y reducción de costos financieros.          |
| Asesoría Fiscal Continua      | Contratación de expertos fiscales para mantener la empresa actualizada sobre cambios en la legislación tributaria y asesorar en la implementación de mejores prácticas.      | Actualización constante y adaptación a cambios normativos.                 |
| Revisión de Estructura Legal  | Evaluación periódica de la estructura legal de la empresa para asegurar la eficiencia fiscal, considerando posibles reorganizaciones societarias.                            | Estructura más eficiente y beneficiosa desde el punto de vista tributario. |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

Notas:

- Optimización de Deducciones: La correcta clasificación de gastos y la documentación adecuada son esenciales para maximizar las deducciones permitidas.
- Asesoría Fiscal Continua: Es crucial para anticipar y adaptarse a cambios legislativos que puedan afectar la carga tributaria de la empresa.

### 7.3. Procedimientos Tributarios de la Empresa

C&N TELECOMUNICACIONES ha establecido procedimientos tributarios claros y eficientes para asegurar el cumplimiento de todas las obligaciones fiscales y optimizar la gestión tributaria.

A continuación, se detallan los principales procedimientos tributarios implementados por la empresa:

**Tabla 37.**  
*Procedimientos Tributarios*

| Procedimiento                         | Descripción                                                                                                                                            | Responsable              | Frecuencia | Herramientas Utilizadas                        |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------|------------------------------------------------|
| Registro y Clasificación de Gastos    | Registro detallado de todos los gastos operativos, de inversión y financieros para su correcta clasificación y deducción fiscal.                       | Contador General         | Diario     | Software de contabilidad (ej. SAP, QuickBooks) |
| Cálculo y Declaración de IVA          | Cálculo preciso del IVA a pagar, considerando las ventas gravadas y los créditos fiscales, y presentación de las declaraciones mensuales ante la DIAN. | Especialista en IVA      | Mensual    | Herramientas de gestión de IVA, DIAN portal    |
| Preparación de Declaraciones de Renta | Elaboración de la declaración anual del impuesto sobre la renta, asegurando el correcto cálculo de utilidades netas y deducciones aplicables.          | Contador Fiscal          | Anual      | Software fiscal, consultoría externa           |
| Gestión de Retenciones en la Fuente   | Aplicación y remisión correcta de las retenciones en la fuente sobre pagos a proveedores, empleados y terceros, según las tasas establecidas.          | Departamento de Finanzas | Mensual    | Software de nómina, herramientas de retención  |
| Auditorías Internas y Externas        | Realización de auditorías periódicas para verificar el cumplimiento de las obligaciones fiscales y                                                     | Auditor Interno          | Anual      | Firmas de auditoría,                           |

|                                     |                                                                                                                                           |                                             |            |                                                        |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------|--------------------------------------------------------|
|                                     | detectar posibles áreas de mejora.                                                                                                        |                                             |            | reportes internos                                      |
| Mantenimiento de Registros Fiscales | Conservación de todos los documentos y registros fiscales requeridos por la ley, asegurando su disponibilidad para futuras auditorías.    | Departamento de Archivos y Contabilidad     | Permanente | Sistemas de gestión documental, almacenamiento seguro  |
| Actualización y Capacitación Fiscal | Capacitación continua del personal en temas fiscales y actualización sobre cambios en la legislación tributaria.                          | Gerente de Recursos Humanos y Asesor Fiscal | Trimestral | Programas de capacitación, seminarios, cursos en línea |
| Planeación y Simulación Fiscal      | Realización de simulaciones fiscales para anticipar el impacto de diferentes escenarios económicos y estratégicos en la carga tributaria. | Asesor Fiscal y Contador General            | Semestral  | Software de simulación fiscal, análisis financiero     |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

Notas:

- Registro y Clasificación de Gastos: Es esencial para asegurar que todas las deducciones fiscales sean correctamente aplicadas.
- Mantenimiento de Registros Fiscales: La empresa conserva los registros durante el tiempo requerido por la ley (generalmente 5 años) para estar preparada ante cualquier auditoría de la DIAN.

## 8. OCTAVO CAPÍTULO. PLAN DE MEJORAMIENTO

El **Plan de Mejoramiento** de C&N TELECOMUNICACIONES tiene como objetivo identificar y abordar áreas clave que requieren optimización para fortalecer la competitividad, aumentar la eficiencia operativa y mejorar la rentabilidad de la empresa. Este plan se basa en los análisis previos de Gerencia del Talento Humano, Gerencia de Marketing y Gerencia Financiera, identificando oportunidades de mejora y estableciendo acciones concretas para alcanzarlas.

A continuación, se presenta el Plan de Mejoramiento en formato de tabla, detallando las áreas a mejorar, las acciones propuestas, los responsables, los plazos de implementación y los indicadores de éxito.

**Tabla 38.**  
*Plan de Mejoramiento*

| Área de Mejora                | Acción Propuesta                                                                                        | Responsable                   | Plazo de Implementación | Recursos Necesarios                              | Indicadores de Éxito                                                                                                |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Gestión de Inventarios</b> | Implementar un sistema automatizado de gestión de inventarios para optimizar el stock y reducir costos. | Administrador de Inventarios  | 3 meses                 | Software de gestión de inventarios, capacitación | Reducción del 15% en costos de almacenamiento.<br>Aumento del 20% en la rotación de inventarios.                    |
| <b>Atención al Cliente</b>    | Mejorar los tiempos de respuesta en redes sociales mediante la contratación de más personal de soporte. | Asesor de Atención al Cliente | 2 meses                 | Contratación de personal adicional, capacitación | Reducción del tiempo de respuesta a menos de 2 horas.<br>Incremento de la satisfacción del cliente a 4.5 estrellas. |
| <b>Marketing Digital</b>      | Aumentar la inversión en publicidad pagada                                                              | Especialista en               | 6 meses                 | Presupuesto adicional para                       | Incremento del tráfico web en un 25%.                                                                               |

|                                       |                                                                                                          |                                  |          |                                                                    |                                                                                                           |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                       | en Google Ads y redes sociales para incrementar la visibilidad.                                          | Marketing                        |          | publicidad, herramienta de análisis                                | Aumento de las ventas online en un 20%.                                                                   |
| <b>Desarrollo de Nuevos Productos</b> | Introducir dos nuevos modelos de cargadores inalámbricos con características avanzadas.                  | Gente de Desarrollo de Productos | 4 meses  | Investigación y desarrollo, inversión en I+D                       | Lanzamiento exitoso de nuevos productos. Captación de 500 nuevos clientes en el primer trimestre.         |
| <b>Capacitación del Personal</b>      | Implementar programas de capacitación continua en atención al cliente y ventas para mejorar habilidades. | Gente de Recursos Humanos        | 5 meses  | Presupuesto para capacitación, formadores externos                 | Mejora en las habilidades de ventas. Aumento de la productividad del equipo de ventas en un 15%.          |
| <b>Optimización de Procesos</b>       | Adoptar metodologías ágiles (como Scrum) para la gestión de proyectos y mejorar la eficiencia operativa. | Gente de Operaciones             | 6 meses  | Formación en metodologías ágiles, software de gestión de proyectos | Reducción del tiempo de entrega de proyectos en un 20%. Aumento de la satisfacción interna del equipo.    |
| <b>Expansión Geográfica</b>           | Abrir tres nuevas tiendas físicas en regiones estratégicas para ampliar la presencia de mercado.         | Jefe de Expansión                | 12 meses | Inversión en infraestructura, análisis de mercado                  | Apertura exitosa de tres nuevas tiendas. Aumento de la cuota de mercado en un 10% en las nuevas regiones. |
| <b>Programas de Fidelización</b>      | Desarrollar e implementar un programa de fidelización que ofrezca recompensas a clientes recurrentes.    | Especialista en Marketing        | 4 meses  | Plataforma de fidelización, diseño de recompensas                  | Incremento de las compras recurrentes en un 15%. Aumento de la retención de clientes en un 10%.           |

|                                                 |                                                                                                                 |                       |         |                                                                           |                                                                                                       |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Mejora de la Infraestructura Tecnológica</b> | Actualizar el sistema de CRM para mejorar la gestión de relaciones con los clientes y el seguimiento de ventas. | Administrador de TI   | 3 meses | Inversión en software CRM, capacitación del personal                      | Mejor seguimiento de clientes. Aumento de la eficiencia en el manejo de ventas y atención al cliente. |
| <b>Sostenibilidad y Responsabilidad Social</b>  | Implementar prácticas sostenibles en la producción y distribución, como el uso de materiales reciclables.       | Gerente de Producción | 6 meses | Investigación en materiales sostenibles, inversión en procesos ecológicos | Reducción del impacto ambiental. Mejora de la imagen de marca en un 10%.                              |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

**Tabla 39.**  
*Detalle de Acciones y Recursos*

| <b>Acción Propuesta</b>                                           | <b>Descripción</b>                                                                                | <b>Recursos Necesarios</b>                         | <b>Presupuesto Estimado (COP)</b> |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Implementar sistema automatizado de gestión de inventarios</b> | Adquirir e instalar software especializado para la gestión de inventarios, capacitar al personal. | Software, capacitación, soporte técnico            | \$5,000,000                       |
| <b>Contratar personal adicional de soporte</b>                    | Reclutar y capacitar nuevos asesores para mejorar la atención al cliente en redes sociales.       | Reclutamiento, salarios, formación                 | \$3,000,000                       |
| <b>Aumentar inversión en publicidad digital</b>                   | Incrementar el presupuesto destinado a campañas en Google Ads y redes sociales.                   | Presupuesto publicitario, herramientas de análisis | \$10,000,000                      |
| <b>Desarrollar nuevos modelos de cargadores inalámbricos</b>      | Investigar y desarrollar dos nuevos modelos con características avanzadas.                        | I+D, materiales, prototipos                        | \$8,000,000                       |

|                                                       |                                                                                    |                                                 |              |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------|
| <b>Implementar programas de capacitación continua</b> | Diseñar y ejecutar programas de formación en ventas y atención al cliente.         | Formadores, materiales de capacitación          | \$4,000,000  |
| <b>Adoptar metodologías ágiles</b>                    | Formar al personal en Scrum, adquirir software de gestión de proyectos ágiles.     | Formación en Scrum, software de gestión         | \$3,500,000  |
| <b>Abrir nuevas tiendas físicas</b>                   | Seleccionar ubicaciones, alquilar espacios, equipar tiendas y contratar personal.  | Inversión en infraestructura, marketing local   | \$20,000,000 |
| <b>Desarrollar programa de fidelización</b>           | Crear una plataforma de recompensas, diseñar beneficios para clientes recurrentes. | Software de fidelización, diseño de recompensas | \$2,500,000  |
| <b>Actualizar sistema de CRM</b>                      | Adquirir e implementar un nuevo sistema CRM, capacitar al personal en su uso.      | Software CRM, capacitación                      | \$4,000,000  |
| <b>Implementar prácticas sostenibles</b>              | Investigar materiales reciclables, ajustar procesos de producción y distribución.  | Investigación, inversión en procesos ecológicos | \$6,000,000  |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

**Tabla 40.**  
*Cronograma de Implementación*

| <b>Acción Propuesta</b>                                           | <b>Mes 1</b> | <b>Mes 2</b> | <b>Mes 3</b> | <b>Mes 4</b> | <b>Mes 5</b> | <b>Mes 6</b> | <b>Mes 7-12</b> |
|-------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|
| <b>Implementar sistema automatizado de gestión de inventarios</b> | X            | X            |              |              |              |              |                 |
| <b>Contratar personal adicional de soporte</b>                    |              | X            | X            |              |              |              |                 |
| <b>Aumentar inversión en publicidad digital</b>                   |              | X            | X            | X            | X            | X            |                 |
| <b>Desarrollar nuevos modelos de cargadores inalámbricos</b>      |              |              | X            | X            |              |              |                 |
| <b>Implementar programas de capacitación continua</b>             |              |              |              | X            | X            |              |                 |

|                                             |   |   |   |   |
|---------------------------------------------|---|---|---|---|
| <b>Adoptar metodologías ágiles</b>          | X | X |   |   |
| <b>Abrir nuevas tiendas físicas</b>         |   |   | X | X |
| <b>Desarrollar programa de fidelización</b> |   | X | X |   |
| <b>Actualizar sistema de CRM</b>            | X | X |   |   |
| <b>Implementar prácticas sostenibles</b>    |   |   | X | X |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

**Tabla 41.**  
*Matriz BSC para C&N TELECOMUNICACIONES*

| <b>Perspectiva</b> | <b>Objetivo Estratégico</b>                  | <b>Indicadores de Desempeño</b>                                      | <b>Meta</b>                                                     | <b>Iniciativas Estratégicas</b>                                                    |
|--------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Financiera         | Incrementar la Rentabilidad                  | - Margen de Utilidad Neta<br>- Retorno sobre la Inversión (ROI)      | - Utilidad Neta $\geq 41.56\%$<br>- ROI $\geq 28.24\%$          | - Optimización de costos<br>- Diversificación de ingresos                          |
|                    | Optimizar la Gestión de Inventarios          | - Reducción de Costos de Almacenamiento<br>- Rotación de Inventarios | - Reducir costos en un 15%<br>- Aumentar rotación en un 20%     | - Implementar sistema automatizado de gestión de inventarios                       |
| Clientes           | Mejorar Satisfacción y Retención de Clientes | - Tiempo de Respuesta<br>- Nivel de Satisfacción del Cliente         | - Respuesta en < 2 horas<br>- Satisfacción $\geq 4.5$ estrellas | - Ampliar equipo de atención al cliente<br>- Implementar programas de fidelización |
|                    | Aumentar Cuota de Mercado                    | - Aumento de la Cuota de Mercado en Nuevas Regiones                  | - Incrementar en un 10% en nuevas regiones                      | - Expansión geográfica<br>- Apertura de tres nuevas tiendas                        |
| Procesos Internos  | Optimizar Procesos Operativos                | - Tiempo de Entrega de Proyectos<br>- Eficiencia en Procesos         | - Reducir tiempo de entrega en un 20%                           | - Adoptar metodologías ágiles (Scrum)<br>- Mejorar la infraestructura tecnológica  |

|                           |                                      |      |                                                                     |  |                                                                       |  |                                                                                    |
|---------------------------|--------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------------------|
|                           | Desarrollar Nuevos Productos         |      | - Lanzamiento de Nuevos Productos<br>- Captación de Nuevos Clientes |  | - Lanzar 2 nuevos productos<br>- Captar 500 nuevos clientes           |  | - Invertir en I+D<br>- Innovación en el desarrollo de productos                    |
| Aprendizaje y Crecimiento | Capacitar y Desarrollar Personal     |      | - Mejora en Habilidades de Ventas<br>- Productividad del Equipo     |  | - Mejorar habilidades en un 15%<br>- Aumentar productividad en un 15% |  | - Implementar programas de capacitación continua<br>- Contratar personal adicional |
|                           | Fomentar Innovación y Sostenibilidad | la y | - Reducción del Impacto Ambiental<br>- Mejora de la Imagen de Marca |  | - Reducir impacto ambiental<br>- Mejorar imagen en un 10%             |  | - Implementar prácticas sostenibles<br>- Desarrollar productos eco-friendly        |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

**Tabla 42.**  
*Presupuesto de Implementación*

| <b>Acción Propuesta</b>                                           | <b>Presupuesto (COP)</b> | <b>Estimado</b> |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------|
| <b>Implementar sistema automatizado de gestión de inventarios</b> | \$5,000,000              |                 |
| <b>Contratar personal adicional de soporte</b>                    | \$3,000,000              |                 |
| <b>Aumentar inversión en publicidad digital</b>                   | \$10,000,000             |                 |
| <b>Desarrollar nuevos modelos de cargadores inalámbricos</b>      | \$8,000,000              |                 |
| <b>Implementar programas de capacitación continua</b>             | \$4,000,000              |                 |
| <b>Adoptar metodologías ágiles</b>                                | \$3,500,000              |                 |
| <b>Abrir nuevas tiendas físicas</b>                               | \$20,000,000             |                 |
| <b>Desarrollar programa de fidelización</b>                       | \$2,500,000              |                 |
| <b>Actualizar sistema de CRM</b>                                  | \$4,000,000              |                 |
| <b>Implementar prácticas sostenibles</b>                          | \$6,000,000              |                 |
| <b>Total Presupuesto</b>                                          | <b>\$65,000,000</b>      |                 |

**Fuente.** *Elaboración propia.*

## **9. Recomendaciones**

Para fortalecer la posición de C&N TELECOMUNICACIONES en el mercado y asegurar un crecimiento sostenible, se proponen las siguientes recomendaciones basadas en los análisis realizados en las áreas de Talento Humano, Marketing, Finanzas, y Costos y Presupuestos:

Primero, es fundamental continuar optimizando la gestión de inventarios mediante la implementación de sistemas automatizados que permitan una mayor precisión y eficiencia. Esto no solo reducirá los costos de almacenamiento, sino que también mejorará la rotación de inventarios, asegurando que los productos estén siempre disponibles para satisfacer la demanda del mercado.

En el ámbito de la atención al cliente, se recomienda incrementar la capacidad del equipo de soporte, especialmente en plataformas digitales, para garantizar tiempos de respuesta rápidos y mejorar la satisfacción del cliente. La contratación de personal adicional y la capacitación continua en habilidades de comunicación y resolución de problemas serán claves para alcanzar estos objetivos.

En términos de marketing digital, C&N TELECOMUNICACIONES debería aumentar la inversión en campañas publicitarias en plataformas como Google Ads y redes sociales. Además, la colaboración con influencers y la creación de contenido de calidad ayudarán a incrementar la visibilidad de la marca y atraer a nuevos clientes. Es esencial monitorear continuamente el rendimiento de estas campañas para ajustar las estrategias y maximizar el retorno de inversión.

La diversificación y desarrollo de nuevos productos, como los cargadores inalámbricos avanzados, son cruciales para mantener la competitividad en un mercado en constante evolución tecnológica. Invertir en investigación y desarrollo permitirá a la empresa lanzar productos innovadores que

respondan a las necesidades cambiantes de los consumidores, captando así nuevos segmentos de mercado.

La capacitación continua del personal es otra área de enfoque importante. Implementar programas de formación en ventas y atención al cliente no solo mejorará las habilidades del equipo, sino que también aumentará la productividad y la eficacia en la ejecución de estrategias comerciales. Un equipo bien capacitado es fundamental para alcanzar los objetivos de crecimiento y mantener altos niveles de satisfacción del cliente.

Además, adoptar metodologías ágiles en la gestión de proyectos permitirá una mayor flexibilidad y eficiencia operativa. Esto reducirá los tiempos de entrega y mejorará la colaboración entre equipos, facilitando una respuesta más rápida a los cambios del mercado y a las demandas de los clientes.

La expansión geográfica es una estrategia recomendada para aumentar la cuota de mercado. Abrir nuevas tiendas físicas en regiones estratégicas no solo ampliará la presencia de la empresa, sino que también diversificará las fuentes de ingresos, reduciendo la dependencia de mercados específicos.

Finalmente, implementar programas de fidelización y adoptar prácticas sostenibles fortalecerán la relación con los clientes y mejorarán la imagen de la marca. Un programa de fidelización bien diseñado incentivará las compras recurrentes, mientras que las iniciativas sostenibles demostrarán el compromiso de la empresa con el medio ambiente, atrayendo a consumidores conscientes de su impacto ambiental.

## **10. Conclusiones**

El análisis integral de C&N TELECOMUNICACIONES revela una empresa con una base financiera sólida, una estructura de capital equilibrada y una alta rentabilidad que le permite competir eficazmente en el dinámico mercado de telecomunicaciones. La gerencia del talento humano ha demostrado ser un pilar fundamental, asegurando que el personal posea las competencias necesarias y se encuentre motivado para contribuir al éxito de la empresa. La gerencia de marketing ha identificado oportunidades significativas para incrementar la visibilidad y las ventas, mediante estrategias de precios competitivos, promoción efectiva y diversificación de canales de distribución.

El análisis financiero ha destacado la eficiencia operativa y la capacidad de la empresa para generar utilidades sustanciales, respaldadas por un flujo de caja positivo y una gestión prudente del endeudamiento. Los costos y presupuestos proyectados muestran un crecimiento sostenible, con un enfoque en la optimización de recursos y la planificación a largo plazo.

El plan de mejoramiento presentado aborda áreas clave que requieren atención para mantener y potenciar el crecimiento de la empresa. La implementación de sistemas automatizados, la mejora en la atención al cliente, la inversión en marketing digital y el desarrollo de nuevos productos son acciones estratégicas que fortalecerán la posición de C&N TELECOMUNICACIONES en el mercado. Además, la capacitación continua del personal y la adopción de metodologías ágiles contribuirán a una mayor eficiencia operativa y a una mejor capacidad de respuesta ante los desafíos del mercado.

## 11. Referencias

Ansoff, H. I. (1957). *Strategies for Diversification*. *Harvard Business Review*, 35(5), 113-124.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.

Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management*. Pearson UK.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Nagle, T. T., & Müller, G. (2017). *The Strategy and Tactics of Pricing*. Routledge.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales). *Normativas Tributarias y Procedimientos Fiscales*. [En línea]. Disponible en: <https://www.dian.gov.co> (Accedido en: 2024).

BSC Institute. (2024). *Balanced Scorecard Fundamentals*. [En línea]. Disponible en: <https://www.bscinstitute.org> (Accedido en: 2024).

Gartner. (2023). *Best Practices in Tax Planning and Compliance*. [En línea]. Disponible en: <https://www.gartner.com> (Accedido en: 2024).

SIMA, A. (2022). *Gestión Financiera para PYMES*. Editorial Financiera.

Rouse, M. (2023). *Introduction to Financial Management*. Cengage Learning.

Schroeder, R. G., Clark, M. W., & Cathey, J. M. (2020). *Financial Accounting Theory and Analysis: Text and Cases*. Wiley.

Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2019). *Financial Management: Theory & Practice*. Cengage Learning.

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management*. Pearson.

Grant, R. M. (2021). *Contemporary Strategy Analysis*. Wiley.

Larson, E. W., & Gray, C. F. (2020). *Project Management: The Managerial Process*. McGraw-Hill Education.

Friedman, M. (2002). *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.

Grant, R. M. (2016). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition*. Wiley.

García, J., & Martínez, L. (2023). *Planeación Tributaria en Empresas Colombianas*. Editorial Tributaria.

Martínez, P. (2022). *Gestión de Impuestos y Cumplimiento Fiscal*. Editorial Jurídica.