



CONTROL INTERNO EMPRESA INFODEC S.A.S.

AUTORES:

VALENTINA CORMANE LOPEZ

MARIA ISABEL MARIN OROZCO

DIRECTOR DEL PROYECTO:

ISABEL CRISTINA BERMÚDEZ PEREA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2020

Agradecimientos

En primer lugar, quisiéramos agradecer a Dios por regalarnos la oportunidad de estudiar y culminar esta etapa en nuestras vidas.

Agradecemos a nuestra directora de tesis, Isabel Cristina Bermúdez, por su dedicación, paciencia, ayuda, así como por el rigor y dirección con que nos aconsejaba y delimitada el proyecto. Gracias por creer en nosotras.

Agradecemos a todos los docentes de nuestra carrera, quienes, de alguna u otra forma, independientemente de que su materia se relaciona o no con este proyecto, varios de sus aportes en el aula nos sirvieron para la culminación de este.

A todos nuestros compañeros y amigos en común, quienes se convirtieron en familia en algún momento de nuestras vidas, les agradecemos desde el alma el haber compartido con nosotras momentos que hacían amena y agradable nuestra estadía en la universidad, así como por darnos apoyo moral y desear siempre lo mejor para nosotras.

A Juan Fernando Erazo y Claudia Cifuentes, por permitirnos la realización de este proyecto en su empresa. Este proyecto no hubiese sido posible sin su apoyo, paciencia y aportes.

A nuestros familiares, abuelas, tías (os), hermanos, por ser aliento y compartir con nosotras este logro.

Y finalmente a nuestros padres, agradecemos a ellos que estuvieron para nosotras en momentos de frustración y alegría en la realización de este proyecto, agradecemos su soporte y consejos para que este trabajo se hiciese realidad.

A todos, infinidad de gracias.

Tabla de Contenido

Agradecimientos	2
1 Resumen	5
2 Abstract.	6
3 Introducción	7
4 Delimitación del problema de investigación.	8
4.1 Descripción del problema.	8
4.2 Formulación del problema.	9
5 Justificación	9
6 Objetivos	10
6.1 Objetivo general	10
6.2 Objetivos específicos	10
7 CAPITULO I: Sistema de control interno.	11
7.1 Objetivos del control interno.	11
7.2 Componentes del control interno.	12
8 CAPITULO II: Información general de la empresa.	14
8.1 Historia de la empresa.	14
8.2 Declaraciones misionales.	17
8.2.1 Misión.	17
8.2.2 Visión.	17
8.3 Organigrama.	18
8.4 Marco legal.	18
9 CAPITULO III: Diseño Metodológico.	19
9.1 Tipo De Estudio.	19
9.2 Materiales Y Método	19
9.3 Fuentes y técnicas de recolección de información.	20
9.4 Formatos utilizados.	20
10 CAPITULO IV: Marco teórico de referencia.	23
10.1 Marco de referencia contextual.	23
11. CAPITULO V: Análisis.	26

	4
11.1 Matriz DOFA ampliada.	26
11.2 Matriz de riesgo	27
11.2.1 Identificación de los riesgos	27
11.2.2 Evaluación de probabilidad e impacto.	27
12. CAPITULO VI: Flujo de Proceso	30
13. CAPITULO VII: Manual de procedimientos y funciones.	33
13.1 Manuales de procedimientos.	34
13.2 Manual de funciones.	37
14. CAPITULO VIII: Conclusiones	40
15. CAPITULO IX: Referencias y Bibliografía	41

Lista de Tablas y Gráficas

Tabla 1: Evaluación de probabilidad	28
Tabla 2: Evaluación de Impacto	28
Tabla 3: Riesgos	28
Tabla 4: Matriz de Riesgo Simple.	28
Tabla 5: Matriz de Riesgo Ampliada	29
Gráfica 1 Organigrama de la empresa.	18
Gráfica 2: Crecimiento de los principales sectores demandantes de TI (2018-2019)	24
Gráfica 3: Ventas y Cantidad de empresas del sector TI	25
Gráfica 4: Participación del valor agregado de actividades características del sector TIC	25
Gráfica 5: Flujo de proceso recepción de la queja.	32

1 Resumen

El siguiente trabajo busca dar solución a un problema central planteado por la empresa INFODEC S.A.S, *la pérdida de los clientes*. A la compañía le preocupa que sus compradores, en un periodo de tiempo, dejen de solicitar sus servicios, perdiendo así la relación con el mismo. Por lo anterior, se procede a hacer un control en el área principal que tiene un trato directo con el cliente, la de soporte técnico e infraestructura, con el fin de encontrar falencias dentro de esta que puedan interferir en la pérdida de clientes. En la etapa de observación se concluye que la firma, al no contar con un área específica para el servicio al cliente, le ha otorgado esta función al área de soporte técnico e infraestructura, por lo que se considera pertinente la creación de un manual de funciones y procedimientos, que permita definir los roles que cada empleado tiene dentro del área.

PALABRAS CLAVES: Control interno, fidelización del cliente, manual de funciones, manual de procedimientos.

2 Abstract.

The following work seeks to provide a solution to a central problem raised by the company INFODEC S.A.S, loss of customers. The company is concerned that its clients, in a period, stop requesting their services, thus losing their relationship with them. Therefore, we proceed to make a control on the main area, which has a direct connection with the client, support, and infrastructure, in order to find flaws within this that may interfere with the loss of customers. In the observation stage, infer that the company, since it does not have a specific area for customer service, has granted this function to the technical support and infrastructure area, for which the creation of a manual of functions is relevant, which allow defining the roles that each area employee has.

KEYWORDS: Internal control, customer loyalty, functions manual, procedures manual.

3 Introducción

El control interno en una empresa es fundamental para hallar falencias internas que los dueños y/o gerentes no se percatan de validar por sus múltiples ocupaciones. Esta herramienta permite manejar de forma organizada y estructurada los procesos necesarios para el desarrollo de las actividades. Con sistemas de control los empleados y empleadores desarrollan un comportamiento con el que pueden realizar observaciones y ser más minuciosos en la función que realizan dentro de la compañía, gracias a una planificación de los puntos indispensables del control.

Por lo anterior se afirma que es necesario el apoyo de entidades externas que puedan ayudar a identificar riesgos y mantener un control, notificando situaciones que probablemente dentro de la compañía no se revisan o nunca habían sido tomadas en cuenta. Cabe resaltar que muchas veces el riesgo es asociado con eventos o situaciones que ponen en peligro a la empresa, sin embargo, esto realmente no es su significado. El riesgo es incierto, siempre situaciones buenas o difíciles se pueden presentar, este es el reto para el manejo del riesgo: salvaguardar los bienes considerando que es posible que algún acontecimiento pueda ocurrir.

La empresa Infodec S.A.S, dedicada a la consultoría de negocios y tecnología cuenta con el área de soporte técnico e infraestructura y en este trabajo se plantea como desarrollo, el hallar falencias en las funciones que día a día realizan los empleados pertenecientes a esta área con el fin de mejorar y proponer soluciones que permitan lograr la fidelización del cliente.

4 Delimitación del problema de investigación.

4.1 Descripción del problema.

Infodec es una empresa donde sus mayores ingresos provienen de proyectos y licencias tecnológicas ofrecidas a grandes empresas del sector privado. Debido al crecimiento de los nuevos proyectos, se ha notado que los procedimientos en materia de atención al cliente deben ser analizados para verificar si es necesaria una adaptación gracias a la expansión de la compañía, con un incremento paulatino y sostenido, se ve enfrentada a nuevos riesgos como el operativo y reputacional.

En la investigación preliminar realizada a la empresa Infodec S.A.S para tener un conocimiento más profundo de la misma, se permite conocer globalmente las diferentes áreas que componen la organización determinando que varios de los procedimientos desarrollados por los distintos funcionarios no están plasmados en un manual de procedimientos y siempre se han llevado a cabo por costumbre, facilidad, porque ya conocen la función y el paso a paso se tiene grabado en la mente, esta forma de generar las tareas puede ocasionar olvidos o asumir que otros ya hicieron parte del trabajo cuando en realidad se encuentra pendiente o se saltó en el proceso, y esto a su vez ha llevado a consecuencias más grandes como lo es la pérdida de clientes. Estas fallas se detectaron durante las visitas realizadas y es tema de conversación en reuniones convocadas por el gerente general y algunos empleados de la compañía de las que se participó.

Este proyecto se enfoca en un problema y área en específico, el problema es la fidelización de los clientes a la empresa, y el área a evaluar es la de soporte técnico e infraestructura.

4.2 Formulación del problema.

¿Cómo la realización e implementación de un control interno en el área de soporte técnico en la empresa Infodec S.A.S puede contribuir a sus objetivos respecto a la fidelización de sus clientes?

5 Justificación

El problema central se origina desde una observación que hace Claudia Cifuentes, encargada del área administrativa y de mercadeo, quien afirma la necesidad de la empresa de un mejoramiento en relación con el servicio al cliente. Quiere aplicar una de las preguntas que la compañía realiza a sus usuarios cuando vende sus softwares de CRMs: “¿se ha pensado cuánto cuesta perder un cliente fiel?” De este planteamiento se desprende dos problemas centrales a tratar:

1- En la empresa no se aplica el plantearse esta pregunta con seriedad, pues no existe un servicio post venta, ni herramientas que permitan “cuidar” a los clientes.

2- El área de soporte técnico e infraestructura no responde oportunamente a las quejas y reclamos que tienen los clientes.

6 Objetivos

6.1 Objetivo general

Proponer un sistema de control interno al área de soporte técnico de la empresa Infodec S.A.S, que le permita la fidelización de sus clientes y a su vez prevenir riesgos futuros, como lo puede ser la pérdida de clientes y/o mala reputación.

6.2 Objetivos específicos

- Determinar mediante la recolección de pruebas (encuestas, entrevistas y observación), si el alcance de los procedimientos establecidos cubre la operatividad de la empresa en la generación de información para los clientes y así garantizar que sea oportuna y confiable.
- Analizar los procesos a través del cual se reciben los PQRs.
- Creación de un manual de procedimientos y funciones de los empleados del área de soporte técnico e infraestructura.

7 CAPITULO I: Sistema de control interno.

Actualmente los modelos de control interno están siendo incluidos como base para la definición de los procedimientos de los organismos de contraloría; Colombia mediante la ley 8 de 1993, ha institucionalizado la aplicación del control interno en las entidades y organismos del estado. Esta ley establece los objetivos que la administración busca que se cumplan para un bienestar común, intentando una adecuada gestión (Laski, 2006).

Se ha pretendido desarrollar una noción global, uniforme y homogénea de control interno que permita contar con una referencia común, desde 1992 el informe COSO derivada de sus siglas en inglés correspondientes al Comité de Organizaciones Auspiciantes de la Comisión Treadway define el control interno como “un proceso, realizado por el directorio, las gerencias y demás personal, diseñado para proveer certeza razonable de que una institución pueda lograr los objetivos institucionales” (Laski, 2006, p.14).

7.1 Objetivos del control interno.¹

El sistema de control interno hace referencia a cualquier acción, plan o sistema que emprenda una empresa y que tienda a cumplir unos objetivos que permitan fortalecer sus procesos de forma organizada. Los objetivos de control interno son:

Confiabilidad de los informes financieros: La contabilidad capta operaciones los procesa y crea la información necesaria para que las entidades tomen decisiones. La información tendrá utilidad si su contenido es confiable y es presentada a los usuarios. Será verídica si la empresa cuenta con un sistema que le permite estabilidad, objetividad y verificabilidad. Si hay

¹ Referencia de Control Interno obtenida de un artículo en internet sobre el tema. Monografías.com.

un apropiado sistema financiero habrá una mayor protección a los recursos de la compañía evitando sustracciones y otros peligros.

Eficiencia y eficacia de las operaciones: Se debe asegurar que las actividades se cumplan precisamente con un mínimo esfuerzo y utilización de recursos.

Cumplimiento de las leyes y reglamentos: Cualquier acción que se emprenda por parte de la dirección de la organización, debe de estar regido dentro del marco legal del país y debe de obedecer al cumplimiento de toda la normatividad que le sea aplicable a la empresa. Las políticas deben de ser conocidas por todos los integrantes de la empresa para así adherirse a ellas y lograr el objetivo principal.

7.2 Componentes del control interno.²

Según el informe COSO, el control interno cuenta con cinco componentes relacionados entre sí los cuales se clasifican como:

Ambiente de control: La idea es generar un contexto donde se estimule al empleado a tener un control de sus actividades, por lo tanto, incide en la manera como se asignan responsabilidades, se organizan las personas, entre otras. La organización demuestra un compromiso de atraer, desarrollar y retener individuos competentes en alineación con los objetivos. La organización tiene individuos responsables de sus responsabilidades de control interno en la búsqueda de objetivos.

² Se pueden encontrar desarrollados en la página del COSO: www.coso.org

Evaluación al riesgo: Se busca realizar una observación para así identificar posibles riesgos y analizar qué tanto pueden afectar en el logro de objetivos. La evaluación del riesgo hace referencia al uso de mecanismos para identificar riesgos específicos asociados con cambios.

Información y comunicaciones: Incluye todo el sistema de contabilidad, así como de los procedimientos establecidos para iniciar, registrar, procesar y reportar las transacciones de la entidad. La información generada internamente, así como aquella que se refiere a eventos acontecidos en el exterior, es parte esencial de la toma de decisiones, así como en el seguimiento de las opciones

Actividades de control: Son las políticas y los procedimientos que ayudan a asegurar que se ejecutan las directivas de la administración.

Seguimiento del control: La finalidad es asegurar que los controles están funcionando de manera apropiada, de no ser así, tomar las acciones necesarias para corregir el suceso.

8 CAPITULO II: Información general de la empresa.

8.1 Historia de la empresa.

Infodec S.A.S proviene de la abreviación de la frase “Información para la toma de Decisiones”. Esta empresa presta servicios principalmente de consultoría de negocios y tecnología, tiene gran experiencia en proyectos de inteligencia de negocios, en manejo de relaciones y trayectoria con clientes. De esta manera, la compañía genera estrategias tecnológicas para así mejorar la productividad, incrementar la rentabilidad y alcanzar los objetivos de manera eficiente. La sede principal de Infodec S.A.S se encuentra ubicada en la localidad de Cali, en el departamento de Valle del Cauca. El domicilio de esta firma es Carrera 24F 3-63 Oeste, barrio Tejares de Cristales. Además de su sede principal cuenta con dos más, una en la ciudad de Bogotá y otra en México D.F.

Infodec S.A.S fue constituida el 2 de febrero de 2010, bajo el NIT 900337757-9, la forma jurídica de esta empresa es una sociedad por acciones simplificadas y su principal actividad es “Actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas”. Hoy en día cuenta con 27 trabajadores, los cuales han venido aumentando en los últimos dos años por la fuerte demanda y reconocimiento que esta ha tenido.

Juan Fernando Erazo, su creador, ha sido empresario durante años, tuvo una compañía enfocada a ayudar a las empresas para que estas sean más rentables desde su posición tecnológica; sin embargo, dicha firma fue vendida. Una vez con esta idea de negocio fundó INFODEC S.A.S hace 10 años, junto con su socio llamado Jhon Fredy Marín, quien en su momento se encargó de la parte de producción de soluciones integrales para las necesidades reales de sus clientes y Juan Fernando Erazo se ocupó de la parte comercial.

Durante el primer año de fundación la empresa tuvo pocos usuarios, pero a partir de ese momento Infodec crece adquiriendo clientes importantes en el sector de Bogotá como Simple,

facilitando así el ingreso al mercado Bogotano y el reconocimiento con grandes compañías multinacionales. En el transcurso de estos años Infodec S.A.S ha ofrecido sus servicios solamente a grandes empresas y estas han sido oportunidades que se ha dado por referencia de su calidad de servicio.

De esta forma, se puede inferir que la empresa Infodec S.A.S se encuentra posicionada en el mercado y de esta manera debe irse acoplando a los cambios que le puedan afectar el transcurso de sus operaciones. El equipo de trabajo cuenta con una amplia experiencia en desarrollo de proyectos de: Inteligencia de negocios y pericia con los clientes, compensación variable, transacciones móviles e innovación empresarial.

La empresa tiene una amplia línea de negocio, en primer lugar, se encuentra la línea de gestión de rendimiento de rentabilidad la cual es un modelo de negocio que permite incrementar los índices de rentabilidad de las compañías basado una política de excelencia en proceso y servicio al cliente ofreciendo los siguientes productos en esta línea:

CRM: “Plataforma tecnológica que apoya un modelo de negocio enfocado en gestionar las experiencia o interacciones de su compañía, con una orientación de excelencia en el servicio con el único fin de impulsar el cumplimiento de los objetivos estratégicos” (Infodec S.A.S)

CMS: “Es la solución que le permite definir, moldear, calcular y analizar las estrategias de compensación de su compañía de manera amigable, flexible y escalable” (Infodec S.A.S)

GTS: “Plataforma de hardware y software integrada con tecnología inteligente y predictiva para la administración y gestión de atención al público. Otorga poderosas herramientas para la gestión comercial y toma de decisiones de negocios; haciendo uso de tecnologías relacionadas para innovar ofreciendo publicidad inteligente y seguimiento de esta para la generación de oportunidades de negocio” (Infodec S.A.S)

DFH: “Sistema de administración para definir, planear, registrar y desarrollar los planes de formación y desarrollo del factor humano productivo de su empresa. Definido según las características requeridas en los diferentes cargos haciendo énfasis en los puntos específicos y necesarios para que usted pueda desempeñarse eficazmente en su puesto” (Infodec S.A.S)

MV: “Software que permite gestionar, supervisar y transformar el trabajo de la fuerza de ventas mejorando así su desempeño a través de dispositivos móviles que le permiten eliminar operaciones manuales para agilizar y optimizar procesos como: toma de pedidos en campo, programación de visitas, ejecución de encuestas, labores de soporte en campo, registro de entregas, investigación de precios, espacios y distribución de sus productos” (Infodec S.A.S)

Por otro lado, se cuentan con la línea de Banca Móvil, aquella plataforma de dinero móvil la cual activa un nuevo canal de experiencias entre el banco y sectores poblacionales que no hacen parte de la banca actual, de tal forma, que permite la aplicación del mercado financiero a través de una red.

En tercer lugar, está la línea de innovación empresarial que es una solución tecnológica para la gestión del poder creativo e innovador de las organizaciones. Esto facilita la generación y evolución de grandes ideas orientadas a encontrar soluciones innovadoras a desafíos empresariales.

Por último, cuenta con la línea de negocio inteligente la cual consiste en un conocimiento estratégico a partir del análisis de información relevante. Las soluciones en inteligencia de negocio permiten a los detallistas realizar diferentes tipos de estudios como: la rentabilidad del cliente, el canal a usar y la rentabilidad de este, la preferencia del producto y su rentabilidad, la lealtad del comprador, el pronóstico de demanda, el análisis del mercado meta, la segmentación

del mercado, el análisis de eventos especiales, la optimización de marketing, el análisis de preferencias del comprador y la planeación de demanda.

8.2 Declaraciones misionales.

8.2.1 Misión.

GENERAL:

“Ser aliados de nuestros clientes en la construcción de experiencias satisfactorias que generen bienestar y valor para sus propios clientes y colaboradores desarrollando todo su potencial”

DE CALIDAD:

“Generar desarrollos de alto nivel con oportunidad, calidad y ética, así como difundir nuestros conocimientos de servicios a nuestros aliados, con el fin de contribuir a mejorar sus procesos de atención al público y efectividad comercial como gestión interna, mediante el uso de tecnologías de la información y comunicaciones directas

8.2.2 Visión.

GENERAL:

“En el año 2020 seremos una empresa reconocida en Colombia por brindar a sus clientes soluciones tecnológicas que excedan sus expectativas y tendremos presencia en por lo menos 3 países de América Latina con negocios consolidados”

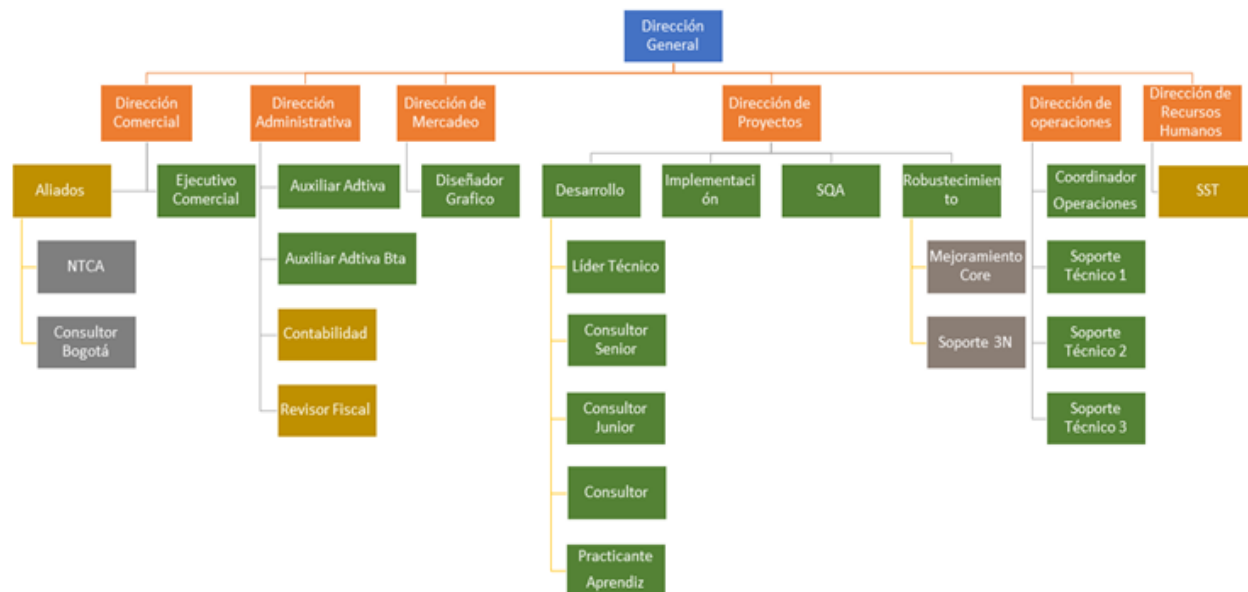
DE CALIDAD:

“Ser un referente en el mercado nacional e internacional para el año 2020 generando oportunidades de negocio por toda la zona Sur de América Latina mejorando los servicios y diversificando en soluciones tecnológicas que compitan en el mercado.

8.3 Organigrama.

Infodec S.A.S proporcionó un organigrama informativo donde se observan siete áreas las cuales son: Dirección Comercial, Dirección Administrativa, Dirección Mercadeo, Dirección de Proyectos, Dirección de Operaciones y Dirección de Recursos Humanos.

Gráfica 1 Organigrama de la empresa.



Fuente: Elaborado por la compañía.

8.4 Marco legal.

Existen aspectos legales que deben tomarse en cuenta para no infringir las leyes nacionales e internacionales. El trabajo de investigación está enmarcado dentro del ámbito de desarrollo de software, actividades de consultoría e instalación informáticas, aquí se ven involucrados tres conceptos que riñen dentro de un marco legal del sector de teleinformática, software y TI en Colombia. Infodec S.A.S es una sociedad organizada bajo la forma de sociedad por acciones simplificada por lo que se encuentra regida con lo establecido en la Ley 1258 del 2008. Así mismo, como empresa el cual tiene el manejo de datos personales, en su calidad responsable del tratamiento de dichos datos se rige con el cumplimiento de la Ley 1581 de 2012.

9 CAPITULO III: Diseño Metodológico.

El desarrollo de este trabajo plantea realizar una implementación de control interno que permita guiar las acciones generadas por los empleados del área de soporte técnico e infraestructura.

Para lograr este objetivo, se realizó una encuesta con el personal y se generó un diagnóstico de la situación encontrada respecto de la atención oportuna al cliente, el resultado mostró un ambiente de control organizacional adecuado sin embargo unas funciones que requieren ser definidas.

Se ha realizado un trabajo de campo, haciendo pruebas lado a lado con los colaboradores que permita recolectar información y presentar de manera ordenada y gráfica el manual de funciones, estructurar los controles necesarios teniendo en cuenta el punto exacto de la falencia y determinar el proceso a corregir e implementar cambios en corto tiempo.

9.1 Tipo De Estudio.

Este trabajo es descriptivo; con el fin de llevar a cabo el proyecto de implementación del sistema de control interno en las áreas de soporte técnico e infraestructura Infodec S.A.S, se describen los hechos que realizan los empleados en la atención al cliente, para analizarlos y poder saber cuáles son las falencias que se evidencian y así proponer cambios que logren el objetivo planteado.

Población: personal perteneciente al área de soporte técnico e infraestructura.

9.2 Materiales Y Método

Para garantizar la eficiencia y eficacia del Control Interno son necesarios varios métodos y materiales que lo permitan, un aspecto principal es el seguimiento, el cual se da mediante la supervisión y monitoreo de las personas en los diferentes cargos a analizar de cada área. El

monitorear a cada empleado, de cierta manera, “supervisar”, permite observar si este lleva a cabo sus funciones con el fin de prevenir actos que puedan generar pérdidas o incidentes costosos a la empresa.

9.3 Fuentes y técnicas de recolección de información.

La información planteada se obtuvo por contacto directo con los sujetos de estudio por medio de la observación participante y estructurada realizando indicadores a supervisar y monitorear, así como la elaboración de encuestas, entrevista y lista de chequeo para la validación de cumplimiento de las funciones de los empleados. Además, la información también fue obtenida del libro “Control Interno- Informe COSO” de estadísticas y datos de la página web principal del “Ministerio de las TIC” “Dane” “Fedesoft” e “International Data Corporation” y bases de datos de la biblioteca de la Universidad Icesi.

9.4 Formatos utilizados.

A continuación, se muestra la encuesta de clima organizacional realizada a los empleados y la lista de chequeo utilizada en las áreas para la recolección de la información.

UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Encuesta de Control Interno a la empresa Infodec S.A.S
Encuesta No 1

Fecha: febrero - 03 - 2020

Cargo: _____

1. ¿Cuánto tiempo lleva siendo parte de la organización Infodec S.A.S?

a) De 0 a 1 año
b) De 1 a 3 años
c) De 3 a 5 años
d) Más de 5 años

2. ¿Cuántos días a la semana tiene de descanso?

a) 1
b) 2
c) Ninguno

3. ¿Qué entiende por control interno?

4. ¿Cómo considera el ambiente de trabajo?

5. ¿Qué aspecto(s) de la empresa le gustaría que mejoraran?

6. ¿Cuenta con la colaboración de las personas de otro departamento?

- a. Sí
- b. No

7. ¿Cuenta usted con los recursos necesarios para desarrollar sus funciones?

- a. Sí.
- b. No

8. ¿Conoce el orden jerárquico o el organigrama de la empresa?

- a) Si
- b) No

- a) Sí
- b) No

10. ¿Hay buena comunicación entre su jefe directo y usted?

- a) Sí
- b) No

11. ¿Existe algún formato con el cual se evalué su desempeño?

- a) Si
- b) No

12. ¿Ha recibido retroalimentaciones de su trabajo?

- a) Sí.
- b) No.

Si su respuesta anterior fue sí

13. ¿Cuándo fue la última vez que recibió la retroalimentación?

- a) 1 mes
- b) 2 meses
- c) 3 meses
- d) 4 o más meses

14. ¿Las funciones de su cargo están documentadas?

- a) Sí.
- b) No.

Si su respuesta anterior fue si

15. ¿Le han hecho cambios?

- a) Sí
-

16. ¿Recibió inducción cuando tomó su cargo?

- a) Si
- b) No

17. Cuando se va de vacaciones.

- a) Hago un acta dejando claridad de mi trabajo
- b) Solo me voy

Universidad Icesi

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Economía y Negocios Internacionales

Lista de Chequeo

Pregunta	SI	No	Observaciones
El personal tiene conocimiento adecuado de sus funciones			
El personal atiende de manera rápida y eficaz.			
El personal tiene conocimiento adecuado sobre los servicios que se ofrecen.			
El personal reconoce la necesidad del cliente.			
El personal tiene en cuenta la opinión del cliente.			
¿Cuentan con un programa de gestión documental para dejar constancia de las quejas del cliente?			
Utilizan software para la atención al cliente			
El personal describe de manera clara el servicio que el cliente necesita			
¿Hay personal a cargo de la verificación del estado de la solicitud del cliente?			
¿Todo el personal está autorizado a manipular los documentos proporcionados por el cliente?			
Ofrecen capacitaciones a los empleados sobre la atención al cliente			

10 CAPITULO IV: Marco teórico de referencia.

10.1 Marco de referencia contextual.

Con el fin de tener una idea clara del espacio en que se desenvuelve el presente informe, es importante conocer el mercado y el sector en el que se desarrolla la organización, así mismo la evolución que ha tenido Infodec S.A.S. a través del tiempo y cómo ha logrado posicionarse como una de las empresas líderes en la ciudad de Cali en los segmentos de mercado a los que se dedica tales como la educación (Pontificia Universidad Javeriana Cali), servicios (Directv), banca (Pago Simple), farmacéutica (Tecnoquimicas) y consumo masivo (Carvajal) .

Según la IDC³ el ritmo de crecimiento del mercado de las T.I (tecnologías de información) en Latinoamérica para el 2019 fue del 1.3% y para el 2020 se acelerará a 4.8%. Los servicios de las T.I son consultoría en sistemas, integración de sistemas, desarrollo de software a la medida, outsourcing de sistema, servicio de procesamiento, educación y capacitación, mantenimiento y soporte de equipo mantenimiento y soporte de software, consultoría e integración de redes y por ultimo administración de redes.⁴ El sector de las TI ha permitido nuevos tipos y formas de trabajo, especialmente el software proporciona las herramientas necesarias para iniciar diferentes mejoras de rendimiento y de eficacia, además de reorganizar los procedimientos comerciales ya existentes o definir unos nuevos, así mismo ayuda al progreso en un mercado global cada vez más competitivo.⁵ Además, según el DANE, los principales sectores que demandan servicios TI en Colombia han tenido un crecimiento a un ritmo mayor que el del PIB, que para el 2018 fue de 2,8%, explicando por qué las ventas

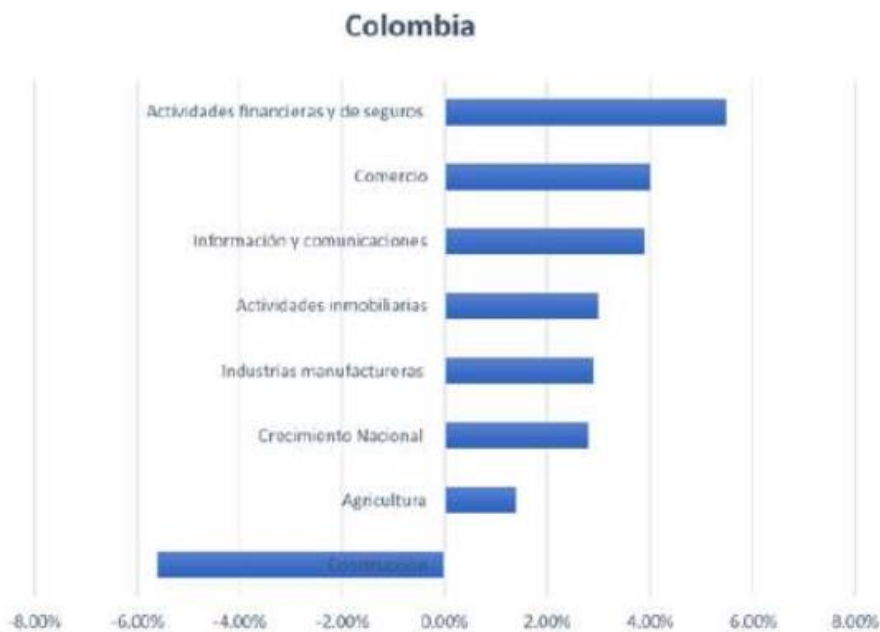
³ Líder mundial en proveer información del mercado de las T.I Internacional Data Corporation

⁴ Fedesoft- Federación Colombiana de la Industria de Software

⁵ Estudio BSA – Bussiness Software Alliance

tuvieron un comportamiento mejor que el producto interno bruto del país como se muestra a continuación.

Gráfica 2: Crecimiento de los principales sectores demandantes de TI (2018-2019)



Fuente: Dane (2019)

Colombia cuenta con más de 8000 compañías del sector TI, algunas de ellas ya están posicionadas en el mercado internacional como prestadoras de servicios y desarrolladores de software a la medida, tanto para multinacionales como para medianas y pequeñas empresas.⁶ Cifras obtenidas por el observatorio de competitividad de Fedesoft (2019) para el año 2018, muestran un aumento en las ventas de las empresas como se aprecia en el gráfico. La industria del software requiere de conocimiento, así mismo de un alto nivel de investigación, desarrollo tecnológico y personas capaces de producir saberes y soluciones acordes con las necesidades de la actualidad, por consiguiente, es la inversión más importante que requiere el sector.

⁶ Fedesoft- Federación Colombiana de la Industria del Software



Fuente: Observatorio de Competitividad Fedesoft

En los últimos años la industria del software ha experimentado un crecimiento notable, el mercado de desarrollo de software colombiano es el cuarto más grande en Latinoamérica el cual ha crecido un 19,1% y así mismo aportando un crecimiento a los servicios de TI. Según IDC, Colombia presenta una fuerte y creciente demanda interna, siendo el sector industrial, el gobierno, el sector financiero y agrícola con mayor gasto en TI. En Cali se desarrolla principalmente software para la industria agroempresarial contando con la colaboración de 11 centros de investigación desarrollo e innovación.

A continuación, se muestra la participación del valor agregado de las actividades económicas características del sector TIC para el año 2019, los servicios TI registran gran participación ocupando el segundo lugar.

Gráfica 4: Participación del valor agregado de actividades características del sector TIC

Actividad Característica TIC	2017	2018 ^P	2019 ^{PF}
Telecomunicaciones	48,3	47,4	46,5
Servicios TI	32,0	33,8	34,8
Contenido y Media	8,6	7,9	7,7
Comercio	10,2	10,0	10,1
Infraestructura	0,4	0,4	0,4
Manufactura	0,5	0,5	0,5
Total Sector TIC	100	100	100

Fuente: Dane- Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

11. CAPITULO V: Análisis.

11.1 Matriz DOFA ampliada.

Dado que la matriz DOFA es una herramienta que nos ayuda a realizar un diagnóstico real de la empresa, es decir, nos dice cómo estamos y cómo vamos, lo que brinda elementos valiosos para la toma de decisiones. Se realiza un análisis externo, teniendo en cuenta las oportunidades y amenazas, así como un análisis interno, teniendo en cuenta fortalezas y debilidades. Además, se proponen estrategias, teniendo así una matriz DOFA ampliada.

- Las *estrategias DO* son las que responden a la pregunta ¿cómo reduzco mis habilidades en función de las oportunidades que existen?
- Las *estrategias FA* son en las que responden a la pregunta ¿cómo aprovecho mis fortalezas para evitar o reducir las amenazas?
- Las *estrategias FO* son las que responden a la pregunta ¿cómo aprovecho mis fortalezas en función de las oportunidades que existen?
- Las *estrategias DA* son las que responden a la pregunta ¿qué requiero para reducir las amenazas que inciden en mis debilidades.

	Fortalezas	Debilidades
	*Cuentan con un nicho de mercado definido y bien establecido. *Sus productos responde a necesidades muy específicas del cliente *Cuentan con un ambiente laboral propicio para buenas relaciones. *Los directivos son especializadas y con experiencia en el mercado. *Mercado con gran rentabilidad a comparación de otros mercados. (Según estudio hecho a la empresa, genera una rentabilidad del *Producto estrella, CRM.	*Tiempo de respuesta a las necesidades muy alto, a pesar de tener normas al respecto. *Dificultad en comunicación y desglose de información a los clientes. *Poca cantidad de personal para la amplia gama de retos en la empresa. *El recurso humano no está altamente capacitado y/o comprometido. *Dependencia de clientes muy grandes.
Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO
*Nuevas leyes que pueda emitir el gobierno respecto a informáticas, o normas dentro de empresas que incluyan softwares. *Aumento del consumo de las empresas (preocupación por sus clientes, así como implementación de softwares para sistematizar procesos) *Poca competencia, por tratarse de softwares especializados y adaptados al cliente.	Teniendo en cuenta factores fundamentales como tener un producto que responde a necesidades muy específicas del cliente, se puede llegar a más zonas del país en las que hay muchos clientes potenciales esperando por un servicio especializado.	Se puede aprovechar el desarrollo tecnológico que han tenido diferentes sectores para tener mayor número de clientes y así no depender de unos pocos que representan mucho.
Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
*Crisis económica mundial. *Al ser software, el crecimiento de la competencia se está evidenciando. (1)	Cuentan con un nicho de mercado definido y bien establecido. Tienen que aprovechar el conocimiento y especialización de las directivas para que a través del servicio al cliente se ofrezca un mejor producto, llegando a sistematizar varios procesos. Además de aplicarse a la especialización de otros productos diferentes a CRMs, dada la crisis mundial actual. Saber aprovechar el recurso humano es un factor fundamental sin necesidad de más inversión, esto es, establecer funciones y procedimientos claros a cada cargo.	Aprovechar q la crisis para dedicarse a la especialización del servicio con los clientes que ya tienen y ofrecer un mejor producto. Dado que en el mercado hay aun baja competencia, pero con crecimiento acelerado, seguir profundizando en nichos de mercado a los que se quiere atender y resolver sus necesidades específicas.

11.2 Matriz de riesgo⁷

Para la realización de la matriz de riesgo se tomó el área de soporte técnico como referencia, pues es uno de los departamentos que guarda relación directa con el cliente, por lo que se siguieron estos pasos:

1. Identificación de falencia y posibles riesgos.
2. Evaluación de probabilidad e impacto.
3. Elaboración de la matriz de riesgos.

11.2.1 Identificación de los riesgos

- Falta de servicio post- venta -> Pérdida de clientes.
- No resolución pronta de los reclamos -> Mala reputación.
- Confusión en la asignación de tareas -> No resolución de alguna queja o soporte.
- Sobrecarga de trabajo a dos empleados. -> Renuncia por parte de alguno de ellos.
- Falta de área de servicio al cliente. -> Pérdida de clientes.
- Alta rotación del recurso humano. -> Toma de mucho tiempo y aumento de costos.

11.2.2 Evaluación de probabilidad e impacto.

Para realizar esta evaluación se asignarán valores numéricos a la probabilidad de que ocurra cada riesgo, y se asignarán letras al impacto que cada uno podría tener o acarrear al problema planteado al inicio del trabajo.

La probabilidad, ¿qué tan probable es que alguno de estos riesgos suceda?, y será evaluada como: **1** es improbable, **2** es posible, **3** ocasional, **4** probable y **5** frecuente.

⁷ Buenas prácticas de auditoría y control interno en las organizaciones. Portafolio, blogs.

Tabla 1: Evaluación de probabilidad

PROBABILIDAD	
1	Improbable. Nunca puede ocurrir.
2	Posible. Puede ocurrir en algún momento.
3	Ocasional. Probable que se produzca a veces.
4	Probable. Es probable que se produzca.
5	Frecuente. Casi certeza que se produzca.

El impacto, ¿que tanto nos impactaría en caso de suceder?, y será evaluado con: **A** insignificante, **B** menor, **C** moderado, **D** peligroso y **E** catastrófico.

Tabla 2: Evaluación de Impacto

IMPACTO		
1	E	Catastrófico, si sucede podría afectar gravemente a la empresa hasta el punto de poder acabarla.
2	D	Peligroso, errores significativos continuos.
3	C	Moderado, errores ocasionales.
4	B	Menor. Reparables pero necesitan tiempo.
5	A	Insignificante. Son reparables inmediatamente.

Tabla 3: Riesgos

RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTO
1. Falta de servicio post-venta -> Pérdida de clientes.	4	1
2. No resolución pronta de los reclamos -> Mala reputación.	5	2
3. Confusión en la asignación de tareas -> No resolución de alguna queja o soporte.	3	3
4. Sobrecarga de trabajo a dos empleados. -> Renuncia por parte de alguno de ellos.	2	4
5. Falta de área de servicio al cliente. -> Pérdida de clientes.	2	1
6. Alta rotación del recurso humano. -> Toma de mucho tiempo y aumento de costos.	2	5

Tabla 4: Matriz de Riesgo Simple.

		IMPACTO				
		A	B	C	D	E
PROBABILIDAD	5				2	
	4					1
	3			3		
	2	6	4			5
	1					

A continuación, se describe a detalle los cuatro principales riesgos que cuentan con mayor probabilidad de ocurrencia y su impacto en la pérdida de clientes, estos riesgos son los que en el cuadro se encuentran en la zona roja, rosa y amarilla, (1,2,5,3) El riesgo cinco se une al riesgo uno, puesto que están estrechamente relacionados.

Con esta matriz podemos concluir que es de suma importancia analizar y dar tratamiento a los riesgos uno, dos y cinco, los cuales son: Falta de servicio postventa, no resolución pronta de los reclamos y falta de un área de servicio al cliente. Además de considerar el riesgo tres, la confusión en la distribución de las tareas.

Tabla 5:Matriz de Riesgo Ampliada

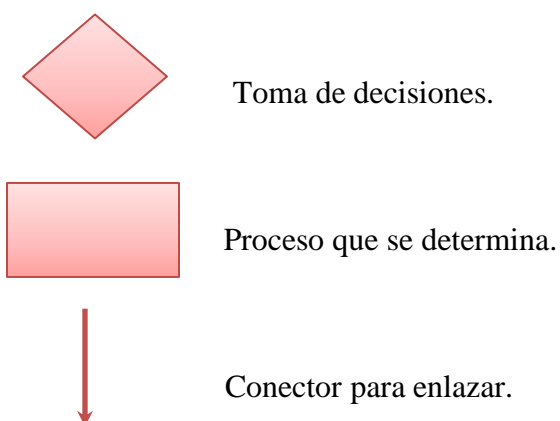
RIESGO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	CONTROL EXISTENTE	DESCRIPCIÓN DEL CONTROL	ACCIONES	CONSECUENCIAS	RESPONSABLE
Operativo	Pérdida de clientes debido a falta de servicio post venta	Encuestas y entrevistas preguntando al cliente sobre quejas o reclamos por hacer. Búsqueda de nuevos clientes.	Analizar el comportamiento de cada cliente en el transcurso del tiempo, para así ofrecer un servicio post venta por medio electrónico o llamadas.	Contar con un calendario donde se especifique la fecha de instalación del producto requerido por cada cliente, fijando una fecha futura para realizar llamada al cliente a preguntar sobre quejas, o inconvenientes tenidos con el software, así como también poder brindar otros servicios como mantenimiento.	Reducción progresiva del uso de los softwares, por poco o nulo conocimiento de uso, llevando a desarticulación del cliente de la empresa.	Servicio al cliente: Debido a que no se cuenta con esta área, no es posible definir exactamente quién se debería encargar de esta función, no hay alguien ni en soporte técnico, ni en mercadeo que lo realice.
Operativo	Pérdida de clientes debido a no resolver prontamente reclamos de clientes. (Estando enterada el área, y/o algún empleado siendo consciente)	Toma los casos más críticos la persona que cuenta con mayor experiencia en el área y procura dar respuesta pronta y confiable.	Organización de los soportes con mayores divisiones dependiendo del grado de dificultad que este requiera.	Establecer hora límite de entrega de la solución y el jefe del área estará a cargo de la revisión periódica de cada empleado o plataforma de reportes para que efectivamente se esté cumpliendo con lo establecido. Además de semanalmente exigir a los empleados un reporte de clientes atendidos y dudas resueltas para a futuro poder sistematizar las preguntas frecuentes.	Mala reputación, la cual es transmitida de empresa en empresa o se merman las posibilidades de que la empresa sea recomendada a clientes importantes o grandes.	Área de soporte técnico.
Operativo	Pérdida de clientes debido a la confusión en la asignación de tareas (Inconscientemente se dejan pasar quejas)	Se comunica quién recibe una queja o qué queja queda pendiente, esto se postea en un grupo de skype, donde constantemente deben estar revisando los del área de soporte técnico, tanto al llegar al turno como para actualizar su trabajo.	Crear un orden dentro del área que permita la resolución efectiva y eficiente de cada soporte, queja o sugerencia.	Utilización de otra plataforma donde se permita la comunicación efectiva y organizada de la labor a realizar por cada empleado así como el seguimiento oportuno de las tareas completadas, se sugiere micros of teams. Además de seccionar los cargo para hacer más específicas las funciones de cada empleado y un proceso adecuado el cual seguir para la resolución exitosa de quejas o soporte.	Mala reputación, pérdida de confiabilidad por parte de los clientes, o saturación al empleado con mayor experiencia en el área.	Área de soporte técnico.

12. CAPITULO VI: Flujo de Proceso

Un flujograma muestra mediante una representación gráfica actividades, procesos y situaciones de diferente carácter a través de símbolos en donde se observa la secuencia de las operaciones que las empresas realizan en cada uno de sus procedimientos.

Así mismo, los procesos son una herramienta fundamental para alcanzar los altos estándares de calidad y servicio que ofrece a su mercado, a través de los procesos la organización puede repetir cada tarea en forma eficaz, al crear hábito, la imagen de buena atención ante sus clientes será evidente. Por consiguiente, el diagrama de flujo permite conocer y comprender múltiples procesos con el fin de que estos puedan ser interpretados con mayor facilidad. Así mismo se puede identificar de forma más ágil los problemas y oportunidades para que la compañía pueda tomar las decisiones correctas.

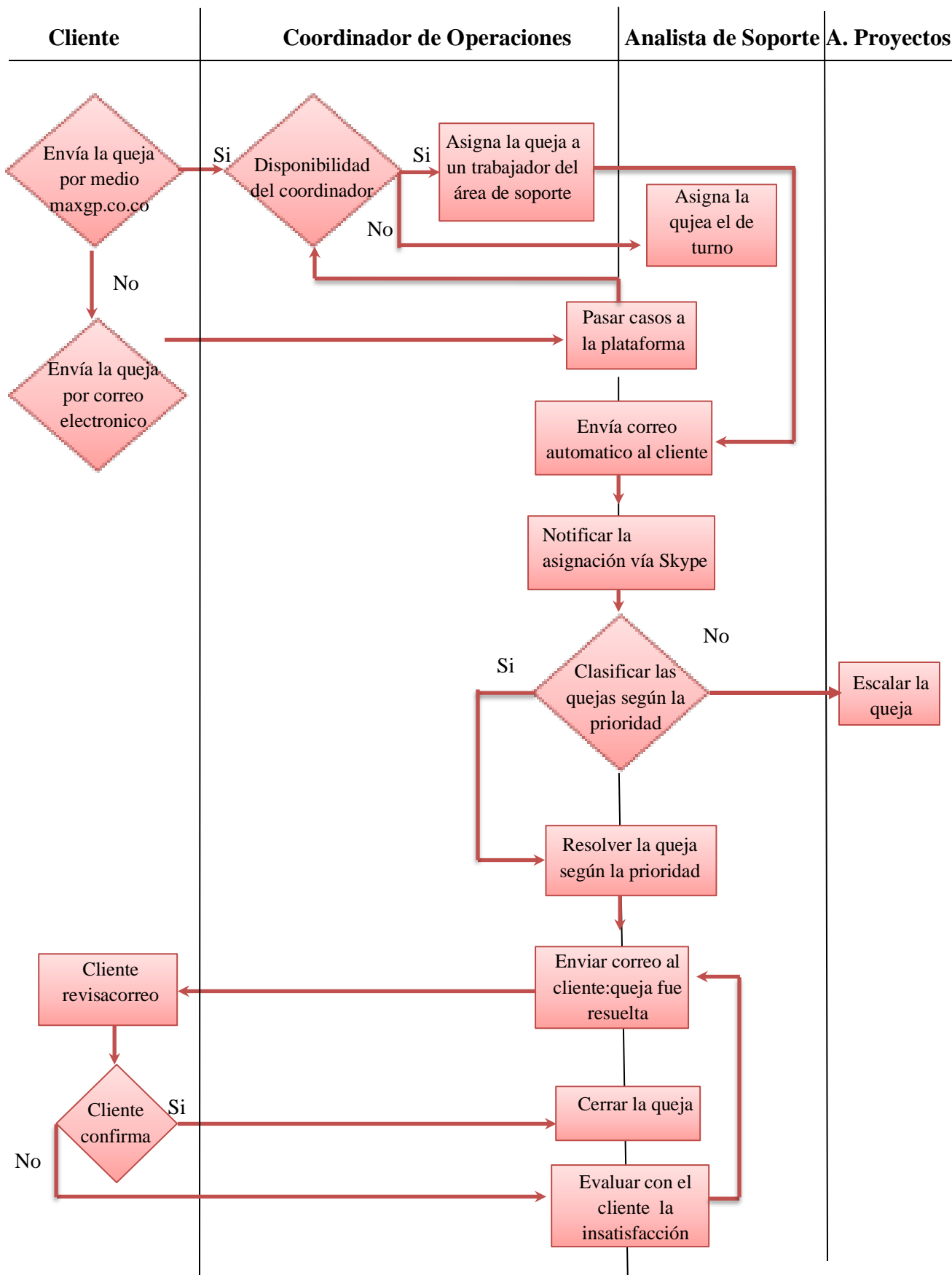
Los flujos a continuación han sido elaborados para representar los procesos que se realizan actualmente en Infodec S.A.S en el área de soporte técnico e infraestructura.



12.1 Flujo de proceso de recepción de una queja

- Se recibe la queja por medio de la plataforma maxgp.com.co, por correo electrónico o por teléfono. Cualquier empleado en turno la recibe.
- Las quejas que son recibidas por correo electrónico o por teléfono son pasadas a la plataforma por cualquiera de los trabajadores.
- El coordinador de operaciones asigna la queja a un analista de soporte.
- Si no se encuentra el coordinador de operaciones, asigna la queja la persona en turno de soporte. Cuando se hace la asignación, se envía automáticamente un correo electrónico al cliente informando que el caso está en trámite
- Cada trabajador notifica el recibimiento de la asignación de la queja vía Skype
- Cada trabajador clasifica la queja asignada según la prioridad (baja o crítica) por medio de la plataforma maxgp.com.co y entran en cuenta de tiempo.
- Las quejas no clasificadas se consideran como pendientes por lo que no entran en cuenta de tiempos ni en distribución. Cada uno revisa los pendientes por resolver.
- Las quejas que se dejan como tareas escalan al área de dirección de proyectos y es enviada por el encargado de cada caso.
- Se resuelven las quejas según la prioridad.
- Se envía automáticamente correo al cliente notificando que la queja fue resuelta.
- El cliente responde al correo por medio de la plataforma mxgp.com.co.
- Si su respuesta fue satisfactoria, el cliente envía un correo autorizando cerrar la queja, si no es satisfactoria se evalúa con el cliente la insatisfacción, o dado el caso se escala al área de desarrollo de proyectos para solucionar.

Gráfica 5: Flujo de proceso recepción de la queja.



13. CAPITULO VII: Manual de procedimientos y funciones.

La explicación de un proceso retirado no permite conocer la operación completa de un área, por lo tanto, surge la necesidad de que todos los procesos se agrupen de forma ordenada en un solo documento el cual se denomina “Manual de Procedimiento”. Se entenderá por manual, el documento el cual contiene de forma ordenada, detallada y sistemática la información y/o las instrucciones sobre las políticas y funciones que se consideran necesarias para una buena ejecución del trabajo. Por otro lado, se entenderá por procedimientos como un conjunto de actividades cronológicas y conectadas el cual precisan de manera ordenada la forma de realizar una función.

El “Manual de Procedimientos” es por tanto un instrumento de apoyo administrativo que agrupa proceso con un objetivo en común para la coordinación, evaluación, dirección y control administrativo, así mismo permite facilitar la adecuada relación entre las diferentes áreas de una empresa.

Por otra parte, el “Manual de funciones” es una herramienta que permite establecer funciones y competencias laborales de los empleados que conforman la planta de personal de una organización, así como los requerimientos de experiencia y conocimiento exigidos para el desempeño del puesto.

Los procesos son una herramienta fundamental para alcanzar los altos estándares de calidad y servicio que ofrece a su mercado, a través de los procesos la organización puede repetir cada tarea en forma eficaz, al crear hábito, la imagen de buena atención ante sus clientes será evidente.

A continuación, se muestran el Manual de Procedimientos y Funciones para cada cargo perteneciente al área de soporte técnico.

13.1 Manuales de procedimientos.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	1. Jefe de área.
Dependencia:	Área de Soporte Técnico e infraestructura.
Número de Cargos	Uno (1)
Reporta a:	Gerente general.

N°	PROCEDIMIENTOS.
1	Identificar clientes recurrentes, frecuencia de comunicación.
2	Estipular alerta en la plataforma para aquellos que mayor número de veces se comuniquen.
3	Verificar tiempos tomados con cada cliente para dar respuesta, rendimiento de cada empleado en aceptar asignación y solucionar.
4	Comunicarse formalmente con los clientes frecuentes para evaluar el porqué de sus quejas recurrentes.
5	Marcar cada cliente con quien se comunicó en una plantilla de sólo uso del jefe.
6	Marcar en la plantilla si se obtuvo respuesta o no del cliente.
7	Crear un reporte con la medición de tiempo y los clientes más recurrentes con explicación del porqué constantes quejas.
8	Crear reporte para tratarlo en próxima reunión.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	2. Coordinador de operaciones.
Dependencia:	Área de Soporte Técnico e infraestructura
Número de Cargos	Uno (1)
Reporta a (nombre del cargo):	Jefe de área.

N°	PROCEDIMIENTOS
1	Dividir la recepción de quejas entre: PQRs y tareas. La tarea hace referencia a quejas que sólo pueden responderse desde otras áreas.
2	Enviar desde la plataforma a otras áreas los casos que se asignan como tareas para dar respuesta al cliente.
3	Asignar quejas nuevas en la plataforma a los analistas de soporte.
4	Especificar al cliente la toma de su queja, tiempo promedio de demora y número de radicado de la queja.
5	Revisar quejas pendientes, la complejidad según lo estipulado por quien la revisó y así concluir si se estipula como tarea para el área de consultoría (desarrolladores de proyectos) o se asigna a otro analista.
6	Informar a clientes con quienes se haya vencido plazos sobre los inconvenientes y el avance en la resolución del problema.
7	Revisar quejas concluidas, enviar correo al cliente pidiendo se confirme la resolución.
8	Una vez recibida, se procede a cerrar el caso y confirmar al cliente de esto.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	3. Analistas de soporte.
Dependencia:	Área de Soporte Técnico e infraestructura.
Número de Cargos	Tres (3)
Reporta a:	Coordinador de soporte.

N°	PROCEDIMIENTOS
1	Verificar en la plataforma MaxGp los casos de quejas asignados a su cargo.
2	Lectura detallada del problema.
3	Otorgar prioridad a la queja.
4	Dependiendo de la prioridad, dar una respuesta temporal en el tiempo estipulado.
5	Dar una respuesta definitiva en el tiempo estipulado.
6	Redactar en la plataforma el caso atendido, el problema a tratar y cómo se solucionó.
7	En caso de no poder encontrar solución en el periodo de tiempo dado, marcar como “pendiente” la queja y especificar el por qué.
8	Informar al cliente sobre la demora y explicar el por qué.

13.2 Manual de funciones.



MANUAL DE FUNCIONES

Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	1. Jefe de área.
Dependencia:	Área de Soporte Técnico e infraestructura
Número de Cargos	Uno (1)
Reporta a:	Gerente general.
Requisitos Mínimos	
Requisitos de formación.	Título de ingeniero de sistemas o áreas afines.
Requisitos de Experiencia.	Dos años de experiencia profesional relacionada.
Objetivo Principal	

Es la persona encargada de gestionar herramientas y soluciones para cumplir con los tiempos meta establecidos por la gerencia para la resolución de quejas de los clientes de la ciudad de Cali, a través de la eficiente administración del departamento, planificando, ejecutando y controlando estrategias de control y planes de fidelización de cliente y un servicio de venta y post venta de excelencia.

Funciones Esenciales.

- Se comunica con el cliente después de haberse radicado su queja.
- Ejecuta y controla los planes de mejor servicio en el área.
- Organiza sus empleados, formándolos y motivándoles.



MANUAL DE FUNCIONES

Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	2. Coordinador de operaciones.
Dependencia:	Área de Soporte Técnico e infraestructura
Número de Cargos	Uno (1)
Reporta a:	Jefe del área.

Requisitos Mínimos	
Requisitos de formación.	Tecnólogo en sistemas o áreas a fines.
Requisitos de Experiencia.	Dos años de experiencia profesional relacionada.

Objetivo Principal

Es la persona encargada de establecer una metodología que garantice un buen servicio al cliente, además de que las quejas se resuelvan de acuerdo a las condiciones dadas, con una resolución eficaz y eficiente.

Funciones Esenciales.
<ul style="list-style-type: none"> - Tomar las quejas de los clientes y clasificarlas según prioridad. - Asignar quién responde las quejas. - Elaborar cálculos sobre toma de tiempo de resolución de problemas. - Seguimiento continuo a las quejas.



MANUAL DE FUNCIONES

Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	3. Analista de soporte.
Dependencia:	Área de Soporte Técnico e infraestructura
Número de Cargos	Dos (3)
Reporta a:	Jefe de soporte.

Requisitos Mínimos	
Requisitos de formación.	Estudiante o Tecnólogo en análisis y desarrollo de sistemas de información
Requisitos de Experiencia.	No requiere experiencia.

Objetivo Principal

Brindar la solución a un problema manifestado por los clientes, de manera eficiente, para contribuir en el buen servicio al usuario y así poder asegurar una buena reputación y un cliente fiel a la compañía.

Funciones Esenciales.
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar asistencia a los clientes en materia tecnológica: <ul style="list-style-type: none"> - Responder a las solicitudes de los clientes - Comprender y detectar el problema y su causa - Solucionar el problema.

14. CAPITULO VIII: Conclusiones

Después de las visitas realizadas y de hacer el lado a lado con los empleados pertenecientes al área de soporte técnico vimos que los procesos y procedimientos que se desarrollan en dicha área, a pesar de que no cuentan con un sistema de control interno definido, lograba cumplir con los mínimos requisitos para sus clientes. Por lo anterior se considera que ahora la compañía contará con más herramientas de control interno para así lograr tener un máximo beneficio para ellos y sus clientes

Luego de las investigaciones encontramos que la empresa Infodec S.A.S, cuenta con debilidades de control interno en el departamento de soporte técnico claras las cuales no les han permitido funcionar de la manera correcta para el desarrollo de la compañía y de sus empleados. Entre estas debilidades encontramos que la pérdida de clientes se debe principalmente a la falta de un área de servicio al cliente, seguida por problemas en el departamento de soporte técnico pues el área no cuenta con un orden, unos procesos y unas funciones específicas; además los empleados no se encuentran totalmente capacitados para el cargo.

Con los manuales de funciones y procedimientos se logrará tener un mejor rendimiento laboral interno de la empresa Infodec S.A.S; así mismo esto permitirá una mayor facilidad en la toma de decisiones y en la ejecución de las mismas, como también proporcionara claridad y sencillez en la información necesaria en cada puesto de trabajo. Además, crea una adecuada disciplina en el ambiente de trabajo el cual puede ser fácil mantener con el cumplimiento del Manual de Funciones y Procedimientos.

15. CAPITULO IX: Referencias y Bibliografía

Samuel Alberto, M. *Control interno (Informe COSO)*: Eco Ediciones

Coopers y Lybrand e Instituto de Auditores In-ternos de España. (1997). *Los nuevos conceptos de Control Interno (Informe COSO)*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Sindicatura General de la Nación. *Normas Generales de Control Interno*: República Argentina.

Auditoría General de la Universidad de Buenos Aires. *Manual de Procedimientos de Auditoría Interna*. Argentina, Buenos Aires.

Sistema de Auditoría Gubernamental- Contraloría General de Cuentas Guatemala. *Marco Conceptual de las Normas de Control Interno*. Guatemala.