	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
	Dependencia	Aprobado	Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA		SUBDIRECTOR ACADEMICO	i(66)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	KAROLL YIBETH BALLESTEROS PICON		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	TECNOLOGIA EN GESTION COMERCIAL Y FINANCIERA		
DIRECTOR	JAVIER NUMA NUMA		
TÍTULO DE LA TESIS	APOYO A LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA RYO COMUNICACIONES S.A.S, DE RIO DE ORO, CESAR COMO MODALIDAD DE PASANTIAS		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>LA ACTUAL PASANTIA, APOYO A LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA RYO COMUNICACIONES S.A.S, RIO DE ORO, CESAR. PUNTUALIZA Y EXPLICA LA FUNCION DESEMPEÑADA EN EL AREA ADMINISTRATIVA Y TECNICA DE LA EMPRESA RYO COMUNICACIONES S.A.S, MEDIANTE EL ACOMPAÑAMIENTO DEL DIRECTOR Y REPRESENTANTE LEGAL DE LA MISMA. LA METODOLOGIA APLICADA EN EL TRABAJO ES LA TECNICA DESCRIPTIVA, QUE PERMITIO PRECISAR LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZARON DURANTE EL PROCESO DE PASANTIA.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PAGINAS: 66	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



Vía Aclosure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

APOYO A LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA RYO
COMUNICACIONES S.A.S, DE RÍO DE ORO, CESAR COMO MODALIDAD DE
PASANTIAS

Autor

KAROLL YIBETH BALLESTEROS PICÓN

Trabajo de Grado presentado como requisito para obtener el título de Tecnología en Gestión
Comercial y Financiera Modalidad Pasantía

Director

Msc. Javier Numa Numa

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

TECNOLOGIA EN GESTION COMERCIAL Y FINANCIERA

Ocaña, Colombia

Septiembre de 2020

Índice

Capítulo 1. Apoyo a las actividades administrativas de la empresa Ryo Comunicaciones, de Río De Oro, Cesar Como Modalidad De Pasantías	1
1.1 Descripción de la empresa	1
1.1.1 Misión de la empresa.....	2
1.1.2 Visión de la empresa	2
1.1.3 Descripción de la estructura organizacional.....	3
1.1.4 Descripción de la dependencia asignada	6
1.2 Diagnóstico inicial de la empresa RYO Comunicaciones S.A.S.....	6
1.2.1 Planteamiento del problema.	9
1.3 Objetivos de la pasantía	10
1.3.1 Objetivo general	10
1.3.2 Objetivos específicos.....	10
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar	10
Capítulo 2. Enfoques Referenciales.....	12
2.1 Enfoque Conceptual	12
2.2 Enfoque legal	13
2.2.1 El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.	13
2.2.2 Ley 1341 Min Tic.....	13
2.2.3 Ley de Godwing	19
2.2.4 Ley de Poe.	19
2.2.5 Ley de Skitt.	19
2.2.6 Ley de Scopie	20
2.2.7 Ley de Danth	20
2.2.8 Ley de Pommer.	20
2.2.9 Segunda Ley de DeMyer (Ken DeMeyer).	20
2.2.10 Ley de Cohen.	20
2.2.11 Ley de la exclamación.....	21

2.2.12	CRC (Comisión De Regulación De Comunicaciones).....	21
2.2.13	Decreto 464 DE 2020 Min Tic.....	21
2.2.14	Decreto número 46.....	22
Capítulo 3. Informe de cumplimiento del trabajo.....		24
3.1	Presentación de resultados.....	24
3.1.1	Atender a los usuarios y público en general con el propósito de brindar un mejor servicio ante las necesidades de los mismos.....	24
3.1.1.1	Atender clientes en oficina.....	24
3.1.1.2	Atender los usuarios vía telefónica.....	24
3.1.1.3	Recibir quejas y reclamos para darle tramite a su solución.....	24
3.1.2	Atender todo lo relacionado con la cartera de cliente.....	25
3.1.2.1	Diligenciar los recibos.....	25
3.1.2.2	Recibir pago de recibos.....	25
3.1.2.3	Realizar llamada de cobro a clientes.....	25
3.1.3	Realizar labores en el área administrativa que permitan dar un buen desarrollo para contribuir al buen desempeño-encuesta.....	26
3.1.3.1	Supervisar a los técnicos.....	26
3.1.3.2	Velar porque las instalaciones estén en óptimas condiciones.....	26
3.1.3.3	Publicidad, cada vez que se ofrezca un nuevo servicio.....	26
3.1.4	Resultados de la encuesta.....	27
Capítulo 4. Diagnostico final.....		31
Capítulo 5. Conclusiones.....		33
Capítulo 6. Recomendaciones.....		35
Referencias.....		36
Apéndice.....		38

Lista de Tablas

Tabla 1. DOFA del área administrativa y técnica	8
Tabla 2. Descripción de las actividades a desarrollar	11
Tabla 3. Tiempo de uso del servicio.....	27
Tabla 4. Disponibilidad económica.....	28
Tabla 5. Calidad de los servicios.....	29
Tabla 6. Grado de satisfacción	30
Tabla 7. Probabilidad de recomendación	31
Tabla 8. Grado de satisfacción de estrategias ante la pandemia	32
Tabla 9. Diagnostico antes/después de RYO COMUNICACIONES	32

Lista de figuras

Figura 1. Estructura organizacional RYO Comunicaciones S.A.S.	5
Figura 2. Tiempo de uso del servicio..	27
Figura 3. Disponibilidad económica.	28
Figura 4. Calidad de los servicios.	29
Figura 5. Grado de satisfacción.....	30
Figura 6. Probabilidad de recomendación.....	31
Figura 7. Grado de satisfacción de estrategias ante la pandemia.....	32

Lista de apéndices

Apéndice A. Evidencia fotográfica de la atención al cliente	39
Apéndice B. Recibo de factura.....	40
Apéndice C. Evidencia de la Implementación de las medidas contra el Covid-19 para la realización de las actividades de facturación	41
Apéndice D. Carta de medida de prevención contra la pandemia.....	42
Apéndice E. Implementación de medidas contra el Covid-19 en la realización de las actividades de revisión de cartera.....	43
Apéndice F. Encuesta dirigida a Clientes de RYO comunicaciones, con el objetivo de recolectar información para mejorar el nivel de satisfacción y ventas.	44
Apéndice G. Tabla de cartera de mora cuando se ingresó a la empresa a realizar las pasantías, donde se encuentran 151 usuarios en estado cancelado por cartera de mora.....	45
Apéndice H. Tabla de cartera de mora cuando se finalizó las pasantías.....	49

Resumen

La actual pasantía **Apoyo a las actividades administrativas de la empresa RYO COMUNICACIONES S.A.S, Rio de Oro, Cesar.** Puntualiza y explica la función desempeñada en el área administrativa y técnica de la empresa RYO comunicaciones S.A.S, mediante el acompañamiento del director y representante legal de la misma, la metodología en el trabajo es técnica y descriptiva que tiene como fin enumerar y precisar las actividades que se realizaron durante el periodo de la pasantía, logrando así el cumplimiento de sus objetivos tales como: Atender a los usuarios y público en general con el propósito de brindar un mejor servicio ante las necesidades de los mismos, también atender lo relacionado con la cartera de clientes, y realizar labores en el área administrativa que permitan dar un buen desarrollo para contribuir al buen desempeño (supervisar a los técnicos, velar porque las instalaciones estén en óptimas condiciones, publicidad).

Los resultados obtenidos, permiten conocer los pasos y métodos utilizados en cada actividad realizada en el área técnica y administrativa en RYO Comunicaciones.

Introducción

Esta pasantía se realizó con la finalidad de ser un apoyo para el director y representante legal en las actividades del área administrativa en la empresa RYO Comunicaciones S.A.S, Rio De Oro, Cesar. Con un tiempo limitado del 13 de Febrero 2020 hasta el 06 de Junio DE 2020, Con el propósito de conseguir el título en Tecnología en Gestión Comercial y Financiera.

Este análisis contiene la mayor parte de la información relacionada con la empresa tales como: Descripción, Misión, Visión, objetivos y demás.

Esta pasantía buscó cooperar y ayudar al refuerzo y fortalecimiento en el área técnica y administrativo, por último, se adjuntan, todas las actividades durante el periodo de la pasantía, incluyendo conclusiones y recomendaciones.

Capítulo 1. Apoyo a las actividades administrativas de la empresa RYO Comunicaciones, de Río De Oro, Cesar Como Modalidad De Pasantías

1.1 Descripción de la empresa

RYO COMUNICACIONES S.A.S fue creada el 19 de diciembre de 2012, cuenta con 13 empleados, Director General, 2 secretarios, 1 ingeniero de sistemas, 1 contador y 8 empleados de soporte técnico, con más de 5 años de experiencia, dedicada a brindar soluciones integrales en Redes y Comunicaciones, integrando las mejores y adecuadas soluciones tecnológicas que satisfagan las necesidades y expectativas de sus clientes.

La experiencia de esta empresa, permite acompañar los procesos de crecimiento y adaptación tecnológica de los clientes contribuyendo así en su éxito y desarrollo donde operan proporcionándoles servicios basados en la tecnología y espíritu de desarrollo.

Cuentan con profesionales, identificados con los requerimientos de los clientes y altamente especializados en equipos y sistemas de telecomunicaciones, habiendo participado en instalaciones de sistemas de: Transmisión de Datos, Celular, Transmisiones, conmutación, Satelitales y Enlaces Inalámbricos; cuentan con suministros y equipamientos especializado que le permite mantener un alto grado de competitividad y ser reconocida en el medio de las Telecomunicaciones.

Para la prestación excelente del servicio, la empresa diseña e implemente redes de cableado estructurado, redes de fluido óptico, implementación de infraestructura para telecomunicaciones.

Principales servicios:

- Implementación y servicio de proyectos.
- Instalación, configuración de Routers y Switches.
- Implementación de Redes EFM.
- Implementación de Redes Backhaul 3G.
- Implementación de Redes ADSL (Ethernet, ATM)
- Implementación de Redes de Transporte (SDH, ATM, PDH, Ethernet)
- Diseño e Implementación de Redes de Cableado Estructurado (CAT, 5E, 6, 6A)
- Diseño e Implementación de Redes de Fibra Óptica
- Diseño e Implementación de Infraestructuras para Telecomunicación
- Diseño e Implementación de Pozo a Tierra
- Diseño e Implementación de Sistemas de Seguridad
- Diseños e Implementación de Radios Microondas

1.1.1 Misión de la empresa. Ser suministradores competentes de soluciones y servicios de excelencia a nuestros clientes, identificando sus necesidades y requerimientos a fin de brindarles resultados integrales que les permitan un crecimiento y adecuación tecnológica contribuyendo a su éxito, implantando las mejores soluciones de conectividad para sistemas de comunicación, empleando la tecnología adecuada y el mejor recurso humano.

1.1.2 Visión de la empresa. Consolidar nuestra presencia en el mercado nacional e internacional de telecomunicaciones. Ser líderes absolutos en brindar soluciones integrales en

servicios para empresas, utilizando la mejor tecnología y recursos humanos al servicio de nuestros clientes.

1.1.3 Descripción de la estructura organizacional. La empresa RYO Comunicaciones de Rio de Oro Cesar, Cuenta con una estructura organizacional determinado de la siguiente manera: Gerencia General encabezando como autoridad máxima, de ella se despliega coordinación general donde se encuentran los grupos de soporte técnico, finanzas, seguridad informática, y atención al cliente a todo esto se le adiciona seguridad laboral y asesoría legal para ir acorde con toda la normatividad vigente.

Gerencia General. Hace indicación uno de los más altos rangos en la estructura organizacional, es el responsable legal y quien por lo mismo debe cuidar por el cumplimiento de todos los requisitos legales, es quien vela por lograr el cumplimiento de todos los objetivos de manera estratégica, para así obtener resultados eficientes y eficaces. (Taylor , 1910)

Seguridad Laboral. La seguridad en el trabajo es la disciplina encuadrada en la prevención de riesgos laborales cuyo objetivo es la aplicación de medidas y el desarrollo de las actividades necesarias para la prevención de riesgos derivados del trabajo. Se trata de un conjunto de técnicas y procedimientos que tienen como resultado eliminar o disminuir el riesgo de que se produzcan accidentes.

La empresa es un lugar de trabajo que debe guardar unas normas y tener unas condiciones óptimas para que los empleados puedan desarrollar su actividad laboral de la mejor forma posible y con la mayor seguridad. (Prevenidos, 2017)

Asesoría Legal. Un asesor legal es una persona encargada de estudiar, analizar, comprender y proponer soluciones a problemas jurídicos dentro de una empresa o institución. Este perfil suele tener relación directa con el dueño o gerente de la empresa, ya que estos temas deben pasar directamente por él.

Coordinación General. En la empresa se cuenta con el coordinador que es el encargado de supervisar que las áreas de trabajo estén funcionando bien y estén en buen estado, también otras de sus funciones es velar por el desempeño de los trabajadores.

Soporte Técnico. Es una ayuda la cual se busca con la finalidad de dar un buen desempeño y capacidad de respuesta por parte del recurso humano con respecto a las inquietudes que requiera la comunidad en caminado al servicio que se ofrece.

Finanzas. Departamento que cuenta con gran importancia dentro de la actividad de la empresa, ya que es aquella que suministra, registra y da información acerca del ejercicio que ha ejecutado en un determinado periodo de tiempo y muestra la situación financiera actual de la misma.

Seguridad Informática. La seguridad informática es el área de la informática enfocada en la protección de la infraestructura computacional y todo lo relacionado con esta, incluyendo la información contenida. Para ello existen una serie de estándares, protocolos, métodos, reglas, herramientas y leyes concebidas para minimizar los posibles riesgos a la infraestructura o a la información. (Dell, 2020)

Atención Al Cliente. Se refiere aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos. En caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores, los clientes de una empresa deberán comunicarse con este servicio. (Flores, 2009)

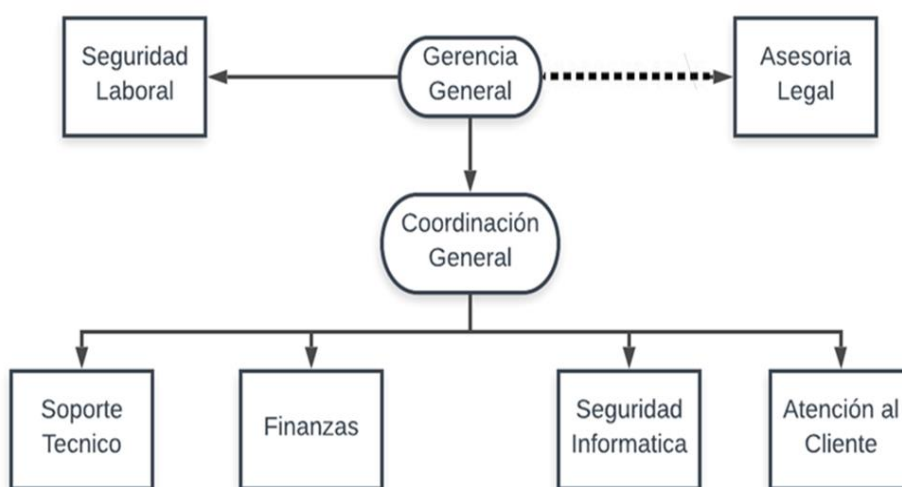


Figura 1. Estructura organizacional RYO Comunicaciones S.A.S. Fuente: Información brindada por la empresa.

1.1.4 Descripción de la dependencia asignada. En la empresa RYO Comunicaciones se ofrecen dos servicios a la sociedad como Parabólica E Internet. En la parte administrativa del internet se realizan funciones:

- Nuevas órdenes de instalación.
- Ordenes de cambio de domicilios.
- Ticket para internet intermitente, cambio de equipos, falla del servicio.
- Orden para aumento de servicio (4M, 6M, 8M, plan empresarial)
- Recaudo mensual.
- Solicitud de retiro de servicio.
- Realización de facturas.
- Pago de facturas.
- Actualización de información de datos mensual.

1.2 Diagnóstico inicial de la empresa RYO Comunicaciones S.A.S

RYO Comunicaciones S.A.S es una empresa que se caracteriza por la calidad de los servicios que ofrece y sus precios asequibles, teniendo en cuenta que es una de las organizaciones que brinda facilidad de pago para aquellos usuarios que no cuenten con recurso suficiente para la obtención de sus servicios, es decir, se maneja el método de cuotas, para que pueda ser adquirido de una manera más fácil.

De igual forma se destaca de otras compañías puesto que cuenta con un excelente personal capacitado, mediante del cual se contempla en una excelente estructura organizacional, lo que se convierte en una gran ventaja para la misma.

Por otro lado, presenta debilidades con relación a la ubicación de su oficina, y el manejo de respuesta a inquietudes de sus usuarios, así mismo no contaban con una plantilla que manejara la información de cartera, ni manejo de organización de la base de instalación.

Por último, esta organización cuenta con más de cinco años de experiencia lo cual genera confianza a las personas que quieran vincularse a la misma.

Tabla 1

DOFA del área administrativa y técnica

	Fortalezas	Debilidades
Aplicación DOFA Área administrativa y técnica RYO comunicaciones S.A.S	<p>F1. Gestión directiva: Llevar a cabo las actividades</p> <p>F2. Protección al medio ambiente: Se implementa el manejo de factura electrónica</p> <p>F3. Buen clima organizacional: El gerente mantiene una buena comunicación y buen trato con los colaboradores.</p> <p>F4. Personal capacitado: Cuenta con ingenieros, técnicos y buenas profesionales.</p>	<p>D1. Déficit para dar respuesta a inquietudes: Cuando se está atendiendo una solicitud vía telefónica entran más solicitudes y no se pueden atender a tiempo.</p> <p>D2. Mala ubicación: La oficina no se encuentra ubicado en el centro del municipio</p>
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>O1. Ampliación del mercado: Se puede lograr brindar el servicio a nueva población (Principalmente veredas de Rio de Oro)</p> <p>O2. Nuevas sucursales: Implementa nuevas oficinas, en la cual se pueda brindar atención al cliente.</p> <p>O3. Auge de manejo de plataformas virtuales.</p> <p>O4. Rentabilidad.</p>	<p>F4-O1. Aprovechar que se cuenta con buenos profesionales, para así poder ampliar el mercado teniendo en cuenta que se podría suministrar el servicio a todos los usuarios.</p> <p>F3-O2. Lograr una inversión para así implementar nuevas sucursales, donde sea constante, el buen trato a los trabajadores, para así ofrecer un excelente servicio al cliente.</p> <p>F2-O3. Implementar nuevos manejos de factura, por medio electrónico, para así ayudar el medio ambiente</p> <p>F1-O4. Manejar de manera óptima los recursos económicos, humanos y de la manera eficaz.</p>	<p>O1-O2-O3-O4-D1-D2. Establecer, diseñar programas y establecer una nueva oficina para mejorar el canal de atención al usuario e implementar nuevas sucursales.</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>A1. Nueva competencia: Formación de nuevas empresas, que brinden el mismo servicio.</p> <p>A2. Mejor oferta por parte de la competencia: Mejores precios del servicio brindado.</p>	<p>F1-F4-A2. Aprovechar que se cuenta con excelentes profesionales para así hacer crecer de manera fructífera la empresa, logrando mantener estable los precios de los servicios brindados.</p> <p>F2-F3-A1. Generar nuevas relaciones con empresas y así generar una mejor utilidad y servicios.</p>	<p>D1-D2-A1- A2. Generar mejores canales de atención para mantener una buena calidad de servicios.</p>

Nota: La tabla muestra la matriz DOFA realizada a la empresa. Fuente: Pasante

1.2.1 Planteamiento del problema. Toda empresa necesita un eficiente manejo administrativo para sobrevivir en el mercado, sin importar su tamaño y el número de empleados, lo importante es que la administración la oriente al cumplimiento de sus objetivos institucionales y de la misión, para que se pueda lograr la visión.

RYO COMUNICACIONES S.A.S es una empresa pequeña, cuenta con 13 colaboradores, incluyendo su gerente, pero cuenta con 6.800 clientes, por lo que tiene una gran responsabilidad social, al ofrecer los servicios de parabólica e internet a los municipios de Ábrego, Norte de Santander y Río de Oro, César.

El gerente es ingeniero ambiental y no cuenta con conocimientos en el área administrativa, razón por la cual requiere apoyo, que le permita reorganizar los procesos y tener mayor control sobre la empresa.

Razón a lo anterior, se inició, en el primer semestre 2020, el apoyo administrativo, bajo la responsabilidad de la estudiante de Tecnología en Gestión Comercial y Financiera de la Universidad Francisco de Paula Santander, de la estudiante Karoll Yibeth Ballesteros Picón, bajo la supervisión de la coordinación de Pasantías del alma Mater, para lo cual se estableció un plan de trabajo, el cual fue aprobado por el Comité Curricular del programa.

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 Objetivo general. Brindar apoyo a las actividades administrativas de la empresa RYO Comunicaciones S.A.S, Rio de Oro, Cesar.

1.3.2 Objetivos específicos. Atender a los usuarios y público en general con el propósito de brindar un mejor servicio ante las necesidades de los mismos.

Atender lo relacionado con la cartera de clientes.

Realizar labores en el área administrativa que permitan dar un buen desarrollo para contribuir al buen desempeño de la misma.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar

- Atender clientes en oficina.
- Atender los usuarios vía telefónica.
- Recibir quejas y reclamos y darle el trámite para la solución.
- Diligenciar los recibos e imprimirlos.
- Recibir pago de recibos.
- Realizar llamadas de cobro a clientes morosos.
- Supervisar a los técnicos.
- Velar porque las instalaciones estén en óptimas condiciones.
- Publicidad, cada vez que se ofrezca un nuevo servicio.

Lo anterior presentado como modalidad de apoyo al área administrativa de la empresa RYO Comunicaciones.

Tabla 2

Descripción de las actividades a desarrollar

Objetivo general	Objetivos específicos	Actividades
Apoyo a las actividades administrativas de la empresa RYO Comunicaciones, de Río de Oro, Cesar	Atender a los usuarios y público en general con el propósito de brindar un mejor servicio ante las necesidades de los mismos.	<ul style="list-style-type: none"> • Atender clientes en oficina. • Atender los usuarios vía telefónica. • Recibir quejas y reclamos y darle el trámite para su solución
	Atender todo lo relacionado con la cartera de clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Diligenciar recibos e imprimirlos • Recibir pago de recibos. • Realizar llamadas de cobro a clientes morosos
	Realizar labores en el área administrativa que permitan dar un buen desarrollo para contribuir al buen desempeño de la misma.	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar a los técnicos. • Velar porque las instalaciones estén en óptimas condiciones • Publicidad, cada vez que se ofrezca un nuevo servicio.

Nota: En la tabla se describen las actividades a desarrollar durante la pasantía. Fuente: Pasante

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque conceptual

Con la finalidad de tener un concepto más claro acerca de los términos que se emplearon frecuentemente durante el periodo de la pasantía:

Ticket. Plantilla cuya finalidad es llevar un orden por método de solicitud para así poder llevar un mejor control y registro acerca de las peticiones de los usuarios.

Instalación. Orden solicitada por un nuevo usuario, cuya finalidad es la de solicitar el o los servicios brindados.

PQRS. Peticiones, quejas, reclamos y soluciones: que pretenden pedir, brindar y exigir a la empresa sus usuarios. (Tic, 2005)

TIC. Conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones que se utilizan para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos. (UNAM, 2020)

Routers. Dispositivo el cual administra el tráfico de datos que circula en una red, gestiona el flujo de datos de una red local o de internet, decidiendo a qué dirección IP va a enviar el paquete de datos, lo cual contribuye a que todas las computadoras que forman parte de la red compartan la misma señal de internet (Significado, 2013)

Clima organizacional. O también conocido como ambiente organizacional son todas aquellas relaciones laborales y personales que se desarrollan en todo lugar de trabajo (Significados, 2013)

2.2 Enfoque legal

2.2.1 El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Según la Ley 1341 o Ley de TIC, es la entidad que se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Dentro de sus funciones está incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y a sus beneficios. (Colnodo, 2020)

2.2.2 Ley 1341 Min Tic. El Congreso De Colombia Decreta En El Título I Las Disposiciones Generales:

Artículo 1.- Objeto. La presente Ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia

del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información. (Ministerio de las Tic's, 2020)

Artículo 2.- Principios orientadores. La investigación, el fomento, la promoción y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, para contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los derechos humanos inherentes y la inclusión social. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deben servir al interés general y es deber del Estado promover su acceso eficiente y en igualdad de oportunidades, a todos los habitantes del territorio nacional. Son principios orientadores de la presente Ley:

1. Prioridad al acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Estado y en general todos los agentes del sector de / las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberán colaborar, dentro del marco de sus obligaciones, para priorizar el acceso y uso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la producción de bienes y servicios, en condiciones no discriminatorias en la conectividad, la educación los contenidos y la competitividad. (Ministerio de las Tic's, 2020)

2. Libre competencia. El Estado propiciará escenarios de libre y leal competencia que incentiven la inversión actual y futura en el sector de las TIC y que permitan la concurrencia al

mercado, con observancia del régimen de competencia, bajo precios de mercado y en condiciones de igualdad. Sin perjuicio de lo anterior.

3. Uso eficiente de la infraestructura y de los recursos escasos. El Estado fomentará el despliegue y uso eficiente de la infraestructura para la provisión de redes de telecomunicaciones y los servicios que sobre ellas se puedan prestar, y promoverá el óptimo aprovechamiento de los recursos escasos con el ánimo de generar competencia, calidad y eficiencia, en beneficio de los usuarios, siempre y cuando se remunere dicha infraestructura a costos de oportunidad, sea técnicamente factible, no degrade la calidad de servicio que el propietario de la red viene prestando a sus usuarios y a los terceros, no afecte la prestación de sus propios servicios y se cuente con suficiente infraestructura, teniendo en cuenta la factibilidad técnica y la remuneración a costos eficientes del acceso a dicha infraestructura.

4. Protección de los derechos de los usuarios. El Estado velará por la adecuada protección de los derechos de los usuarios de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, así como por el cumplimiento de los derechos y deberes derivados del Habeas Data, asociados a la prestación del servicio. Para tal efecto, los proveedores y/u operadores directos deberán prestar sus servicios a precios de mercado y utilidad razonable, en los niveles de calidad establecidos en los títulos habilitantes o, en su defecto, dentro de los rangos que certifiquen las entidades competentes e idóneas en la materia y con información clara, transparente, necesaria, veraz y anterior, simultánea y de todas maneras oportuna para que los usuarios tomen sus decisiones.

5. Promoción de la Inversión. Todos los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones tendrán igualdad de oportunidades para acceder al uso del espectro y contribuirán al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

6. Neutralidad Tecnológica. El Estado garantizará la libre adopción de tecnologías, teniendo en cuenta recomendaciones, conceptos y normativas de los organismos internacionales competentes e idóneos en la materia, que permitan fomentar la eficiente prestación de servicios, contenidos y aplicaciones que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y garantizar la libre y leal competencia, y que su adopción sea armónica con el desarrollo ambiental sostenible. 1. El Derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC: En desarrollo de los artículos 20 y 67 de la Constitución Nacional el Estado propiciará a todo colombiano el derecho al acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones básicas, que permitan el ejercicio pleno de los siguientes derechos: La libertad de expresión y de difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, la educación y el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. Adicionalmente el Estado establecerá programas para que la población de los estratos desarrollará programas para que la población de los estratos menos favorecidos y la población rural tengan acceso y uso a las plataformas de comunicación, en especial de Internet y contenidos informáticos y de educación integral. B.

Artículo 3.- Sociedad de la información y del conocimiento. El Estado reconoce que el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el despliegue y uso eficiente de la infraestructura, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección a

los usuarios, la formación de talento humano en estas tecnologías y su carácter transversal, son pilares para la consolidación de las sociedades de la información y del conocimiento. (Min Tic, 2020)

Artículo 4.- Intervención del estado en el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones. En desarrollo de los principios de intervención contenidos en la Constitución Política, el Estado intervendrá en el sector las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para lograr los siguientes fines:

1. Proteger los derechos de los usuarios, velando por la calidad, eficiencia y adecuada provisión de los servicios.

2. Promover el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, teniendo como fin último el servicio universal.

3. Promover el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la prestación de servicios que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la masificación del gobierno en línea.

4. Promover la oferta de mayores capacidades en la conexión, transporte y condiciones de seguridad del servicio al usuario final, incentivando acciones de prevención de fraudes en la red.

5. Promover y garantizar la libre y leal competencia y evitar el abuso de la posición dominante y las prácticas restrictivas de la competencia.

6. Garantizar el despliegue y el uso eficiente de la infraestructura y la igualdad de oportunidades en el acceso a los recursos escasos, se buscará la expansión, y cobertura para zonas de difícil acceso, en especial beneficiando a poblaciones vulnerables; y demás.

Artículo 5.- Las entidades del orden nacional y territorial y las tecnologías de la información y las comunicaciones, TIC: Las entidades de orden nacional y territorial promoverán, coordinarán y ejecutarán planes, programas y proyectos tendientes a garantizar el acceso y uso de la población, las empresas y las entidades públicas a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Para tal efecto, dichas autoridades incentivarán el desarrollo de infraestructura, contenidos y aplicaciones, así como la ubicación estratégica de terminales y equipos que permitan realmente a los ciudadanos acceder a las aplicaciones tecnológicas que beneficien a los ciudadanos, en especial a los vulnerables y de zonas marginadas del país. Parágrafo 1°. Las entidades de orden nacional y territorial incrementarán los servicios prestados a los ciudadanos a través del uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Gobierno reglamentará las condiciones en que se garantizará el acceso a la información en línea, de manera abierta, ininterrumpida y actualizada, para adelantar trámites frente a entidades públicas, inclusive en el desarrollo de procesos de contratación y el ejercicio del derecho al voto.

Artículo 6.- Definición de TIC: Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (en adelante TIC), son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, vídeo e

imágenes. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones junto con la CRC, deberán expedir el glosario de definiciones acordes con los postulados de la UIT y otros organismos internacionales con los cuales sea Colombia firmante de protocolos referidos a estas materias. (República, 2009)

2.2.3 Ley de Godwing. “A medida que una discusión en Internet se alarga, la probabilidad de que aparezca una comparación en la que se mencione a Hitler o a los Nazis tiende a uno.” (Mike Godwing, 1990)

Está relacionada con la falacia “reductio ad Hitlerum“, con su correspondiente entrada en Wikipedia.

2.2.4 Ley de Poe. “Si no se utiliza un emoticono de sonrisa, o alguna otra demostración obvia de la intención humorística del texto, es imposible crear una parodia del fundamentalismo que alguien no confunda con fundamentalismo de verdad.” (Nathan Poe 2005)

La ley se estableció durante una discusión sobre la evolución con fundamentalistas cristianos.

2.2.5 Ley de Skitt. “Todo mensaje que corrija el mensaje de otro usuario contendrá a su vez al menos un error.” (G Bryan Lord, 1998)

2.2.6 Ley de Scopie. “En cualquier discusión sobre ciencia o medicina, citar a Whale.to como fuente fiable equivaldrá a perder la discusión automáticamente, y a ser expulsado con sorna por el resto de usuarios” (Rich Scopie, 1998)

2.2.7 Ley de Danth. “Si en una discusión de Internet tienes que insistir en que ganaste, es probable que hayas perdido de forma escandalosa.” (También conocida como la ley de Parker)

Esta ley toma su nombre de un usuario de los foros de RPG.net. (FOXIZE, 2020)

2.2.8 Ley de Pommer. Rob Pommer, (2007) “La opinión de una persona puede cambiar tras leer información al respecto en Internet. La naturaleza del cambio es tal que se pasa de no tener opinión a tener una opinión equivocada.” (FOXIZE, 2020)

2.2.9 Segunda Ley de DeMyer (Ken DeMeyer). “Cualquier persona cuyo argumento consista principalmente en citas enormes puede ser ignorado sin miedo, y se considera que perdió la discusión antes de haber empezado.”

En total son cuatro las leyes de DeMyer, pero las otras no se pueden aplicar a este contexto. (FOXIZE, 2020)

2.2.10 Ley de Cohen. Brian Cohen, (2007) considera que “Cualquiera que recurra al argumento de que “cualquiera que recurra al argumento de que... pierde el debate automáticamente”, pierde el debate automáticamente.” (FOXIZE, 2020)

2.2.11 Ley de la exclamación. Cuantos más signos de exclamación contenga un correo electrónico (o cualquier otro mensaje en Internet), más posibilidades hay de que sea todo mentira. Esto también se aplica para el exceso de letras mayúsculas. (Lori, 2008)

2.2.12 CRC (Comisión De Regulación De Comunicaciones). La Comisión de Regulación de Telecomunicaciones (CRT), de que trata la Ley 142 de 1994, se denominará Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Unidad Administrativa Especial, con independencia administrativa, técnica y patrimonial, sin personería jurídica adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

La Comisión de Regulación de Comunicaciones es el órgano encargado de promover la competencia, evitar el abuso de posición dominante y regular los mercados de las redes y los servicios de comunicaciones; con el fin que la prestación de los servicios sea económicamente eficiente, y refleje altos niveles de calidad.

Para estos efectos la Comisión de Regulación de Comunicaciones adoptará una regulación que incentive la construcción de un mercado competitivo que desarrolle los principios orientadores de la presente ley. (Comosion de regulacion de comunicaciones, 2009)

2.2.13 Decreto 464 DE 2020 Min Tic. Considerando Que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud -OMS- declaró el actual brote de enfermedad por coronavirus -COVID-19- como una pandemia¹. Que mediante el Decreto 417 del 17 de marzo de 2020, el Gobierno nacional declaró el Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica, con ocasión

a la pandemia originada por el COVID-19, en todo el territorio nacional, por el término de treinta (30) días calendario contados a partir de la vigencia de ese mismo Decreto, de acuerdo con las razones expuestas en su parte motiva.

Pandemia: Una epidemia que se ha extendido a varios países o continentes, que generalmente afecta a un gran número de personas. OMS DECRETO NÚMERO 464 de 2020 Hoja N°. 2 Por el cual se disponen medidas con el fin atender la situación y ecológica la trata el Decreto 417 Que la Corte Constitucional, en C-691 2008, estableció el criterio determinar si un servicio público es esencial, "(...) Cuando "las actividades que lo conforman de modo directo y concreto a la protección bienes o a la de o a la realización de valores, ligados con el respeto, vigencia, ejercicio y efectividad los y libertades fundamentales" La Circular 21 2020 del Ministerio del Trabajo, condición fundamental para la contención y mitigación de la pandemia del COVID-19.

2.2.14 Decreto número 46. Por el cual se medidas con el fin de la situación emergencia económica, social y ecológica de la que trata el 417 de Artículo 2. Del servicio durante el estado de emergencia económica, social y ecológica. Periodo vigencia de la económica, y los proveedores del servicio público telecomunicaciones (PRST) (Ministerio de las TIC's, 2020)

Artículo 3. Comercio electrónico. Durante el estado emergencia económica, y ecológica, empresas que prestan servicios comercio electrónico, envíos y los operadores logísticos dar prioridad al de productos y solicitados en línea que sean de alimentación, de bebidas, productos y de primera necesidad (Ministerio de las Tic's, 2020)

Artículo 5. Pago de contraprestaciones por concepto de concesiones, licencias, permisos, autorizaciones y habilitaciones para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones y postales. (Ministerio de las Tic's, 2020)

Artículo 6. Suspensión de las obligaciones relacionadas con la prestación del servicio. Durante el estado de emergencia económica, social y ecológica flexibilizarán las normas relacionadas con el cumplimiento del régimen de calidad y otras obligaciones de los prestadores de redes y servicios de telecomunicaciones y de los servicios postales. (Ministerio de tecnologías de la información y la comunicación, 2020)

Capítulo 3. Informe de cumplimiento del trabajo

3.1 Presentación de resultados

A continuación se muestra el cumplimiento de la pasantía, mediante los objetivos planteados con el propósito de brindar un apoyo a la organización velando por la eficacia y eficiencia con la cual se destaca; de igual manera mediante el apoyo que se brindó buscando la calidad de los servicios en pro de saciar las necesidades y dar cumplimiento a las expectativas de los clientes.

3.1.1 Atender a los usuarios y público en general con el propósito de brindar un mejor servicio ante las necesidades de los mismos.

3.1.1.1 Atender clientes en oficina. Se brindó asesoría y de igual manera información con respecto a los planes y servicios que ofrece la empresa, ya bien sea parabólica o internet a todos los usuarios que lo requerían con la finalidad de resolver inquietudes... entre otras, teniendo en cuenta las siempre las indicaciones del gerente.

3.1.1.2 Atender los usuarios vía telefónica. Mecanismo que se empleó para estar pendiente de los usuarios que no puede acercarse directamente a la oficina.

3.1.1.3 Recibir quejas y reclamos para darle tramite a su solución. Se procedió al apoyo de herramientas electrónicas, las cuales permitían estar en contacto de manera directa con los

usuarios de la organización; así mismo se dio la implementación del uso del sistema PQRS. Con el cual se logró dar respuesta de manera eficaz a los interrogantes de los clientes y estar atento a los problemas presentados.

3.1.2 Atender todo lo relacionado con la cartera de cliente. Se implementaron estrategias en la cartera de mora, se tomaron medidas para poder comunicarse con cada uno de los clientes que ya tenían más de 4 meses sin cancelar su deuda, a los usuarios a los cuales no se nos podía lograr comunicarnos vía telefónica se le hacía llegar una carta vía físico (Vía electrónica) recordándole la deuda en la empresa.

3.1.2.1 Diligenciar los recibos. Se hizo uso de ese método para cada cliente con respecto al servicio que estaba consumiendo en el cual se le especifica el tipo de servicio y el costo que tendría de este, no obstante se hizo necesario para los clientes que estaban en la lista de clientes moroso y con ello, se le establecía que si deseaban seguir con el servicio tendrían que pagar los costos de la reconexión y demás.

3.1.2.2 Recibir pago de recibos. Se implementó el uso de un punto de recaudo en la oficina principal con el fin de recibir pagos en los días 1 y 10 de cada mes para que los usuarios les quede más fácil el pago de estos, teniendo una oficina la cual esté al alcance de los clientes.

3.1.2.3 Realizar llamada de cobro a clientes. Se logró la implementación de un sistema compuesta por una plantilla destinada para la cartera de mora, con el propósito de tener registro

controlado, y permitirle a la empresa comunicarse con cada uno de ellos mediante vía telefónica y también acompañado de una carta en físico a cada uno de los usuarios hasta su punto de encuentro.

3.1.3 Realizar labores en el área administrativa que permitan dar un buen desarrollo para contribuir al buen desempeño-encuesta.

3.1.3.1 Supervisar a los técnicos. Luego de haber estudiado los procesos de la manipulación de herramientas de los técnicos, como también el manejo a la hora de ir a implementar un nuevo servicio, se procedió a realizar un análisis detallado acerca de esta información concluyendo que hacían caso omiso, es decir, que no usaban la dotación requerida a los protocolos que debían seguir, establecido en la seguridad en el trabajo.

3.1.3.2 Velar porque las instalaciones estén en óptimas condiciones. Velar porque las instalaciones se encuentren en óptimas condiciones: Se tomaron estrategias de llevar un control de los contratos de instalación, antes de ingresar a la empresa a realizar mis pasantías se encontraban todos los contratos juntos sin estar separados, en el momento de ingresar una de las actividades fue ordenar los contratos de instalación por sectores (Abrego Norte de Santander, Ocaña Norte de Santander, Teorama Norte de Santander, Convención Norte de Santander, Gonzales Cesar, Rio de Oro Cesar) para poder tener un mejor manejo en el orden de los contratos llevados.

3.1.3.3 Publicidad, cada vez que se ofrezca un nuevo servicio. Se inició un plan de días de campo con las labores que realizan los técnicos para iniciar procesos de evaluación de los

servicios (encuesta de satisfacción), para la obtención de resultados.

Debido a la situación que hoy día cursa el país, la organización se enfoca en la implementación de una nueva opción de respaldo como una nueva estrategia la cual va en busca de ayudar a la familiar en este periodo de aislamiento de la pandemia Covid 19, a lo cual se denomina “plan hogar”; destinado a las veredas donde el acceso al servicio tiene mayor grado de dificultad.

3.1.4 Resultados de la encuesta.

1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los servicios de la empresa RYO comunicaciones?

Tabla 3

Tiempo de uso del servicio

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un mes	69	25%
De uno a tres meses	97	35%
De tres a seis meses	42	15%
Un año	70	25%
Nunca lo he utilizado	0	0%
TOTAL	278	100%

Nota: La tabla relaciona la información obtenida de la aplicación de la encuesta. Fuente: pasante.

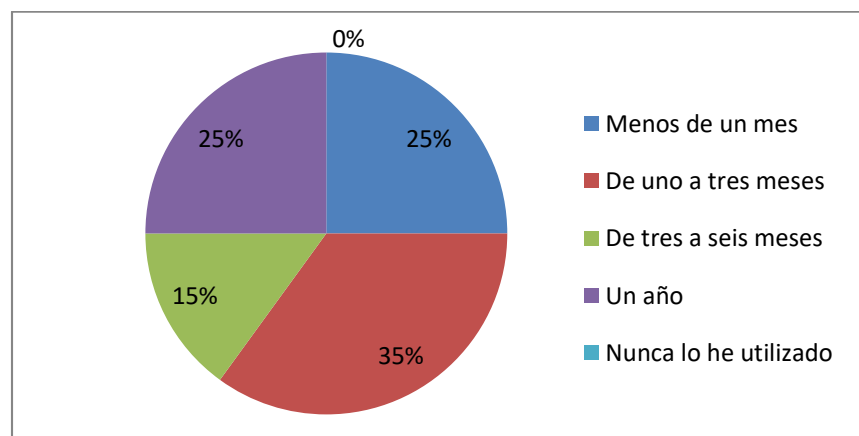


Figura 2. Tiempo de uso del servicio. Fuente: Pasante.

Análisis:

Como se puede apreciar, los clientes tienen aproximadamente un periodo de entre uno a tres meses de uso del servicio, lo que quiere decir que ingresaron a la empresa, durante el periodo de la pandemia (Covid 19).

2. ¿Qué disponibilidad económica tiene Ud. para adquirir el servicio?

Tabla 4

Disponibilidad económica

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Mucha	14	5%
Media	125	45%
Poca	139	50%
Ninguna	0	0%
TOTAL	278	100%

Nota: La tabla relaciona la información obtenida de la aplicación de la encuesta. Fuente: Pasante.

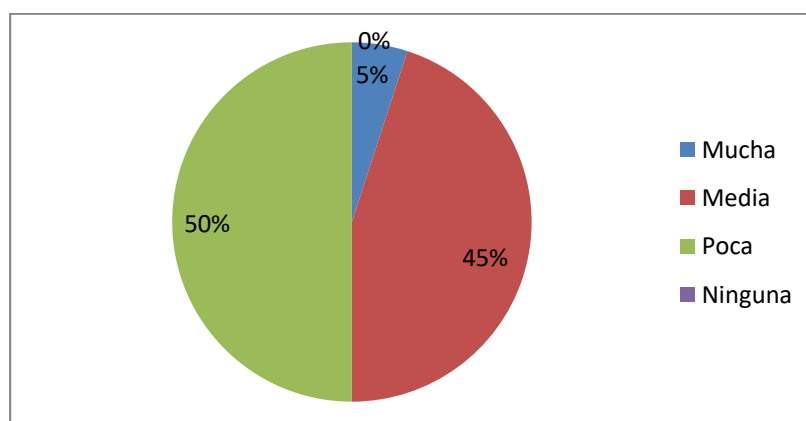


Figura 3. Disponibilidad económica. Fuente: Pasante.

Análisis:

Según la población, la disponibilidad económica es poca con un porcentaje del 50%.

3. ¿Cuál es la calidad de los servicios ofrecidos a la población?

Tabla 5

Calidad de los servicios ofrecidos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Alta	83	30%
Buena	111	40%
Media	70	25%
Baja	14	5%
TOTAL	278	100%

Nota: La tabla relaciona la información obtenida de la aplicación de la encuesta. Fuente: Pasante

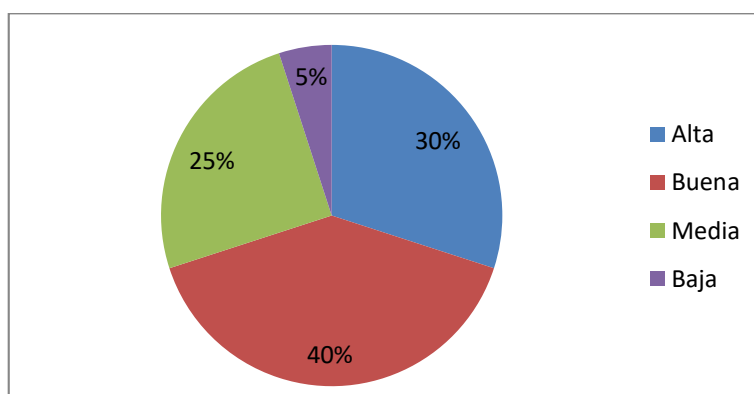


Figura 4. Calidad de los servicios. Fuente: Pasante

Análisis:

La calidad del servicio ofrecido a los clientes ha sido de buena calidad, denotado por el 40%, lo que quiere decir que la empresa debe trabajar un poco más para conseguir una satisfacción plena de sus usuarios.

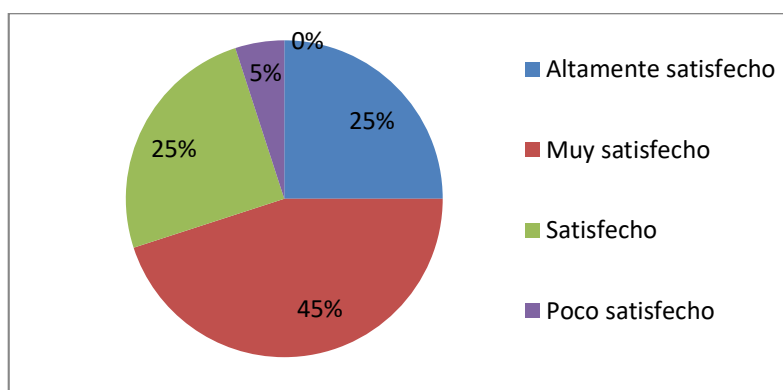
4. En general, ¿qué tan satisfecho está con esta empresa?

Tabla 6

Grado de satisfacción

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Altamente satisfecho	70	25%
Muy satisfecho	125	45%
Satisfecho	69	25%
Poco satisfecho	14	5%
Completamente insatisfecho	0	0%
TOTAL	278	100%

Nota: La tabla relaciona la información obtenida de la aplicación de la encuesta. Fuente: Pasante



*Figura 5.*Grado de satisfacción. Fuente: Pasante

Análisis:

Gracias a la calidad de los servicios ofrecidos por la empresa se ha demostrado que los usuarios se encuentran muy satisfechos con los servicios brindados.

5. ¿Cuál es la probabilidad de que nos recomiende con sus conocidos?

Tabla 7

Probabilidad de recomendación

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Ya los recomiendo	125	45%
Es muy probable	56	20%
Es probable	97	35%
Es poco probable	0	0%
TOTAL	278	100%

Nota: La tabla relaciona la información obtenida de la aplicación de la encuesta. Fuente: Pasante

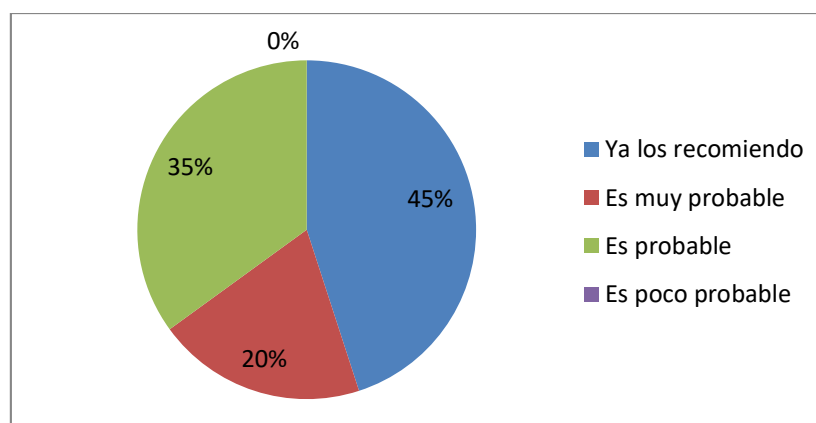


Figura 6. Probabilidad de recomendación. Fuente: Pasante

Análisis:

Los clientes de la empresa han dicho que si recomendarían los servicios que han sido ofrecidos por la empresa, ya que se encuentran satisfechos con la calidad de los mismos.

6. Como se siente usted con respecto al plan que la empresa ha creado en cuanto a la pandemia, ¿llamado Plan Hogar?

Tabla 8

Grado de satisfacción de estrategias ante la pandemia

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Altamente satisfecho	97	35%
Muy satisfecho	97	35%
Satisfecho	84	30%
Poco satisfecho	0	0%
Completamente insatisfecho	0	0%
TOTAL	278	100%

Nota: La tabla relaciona la información obtenida de la aplicación de la encuesta. Fuente: Pasante

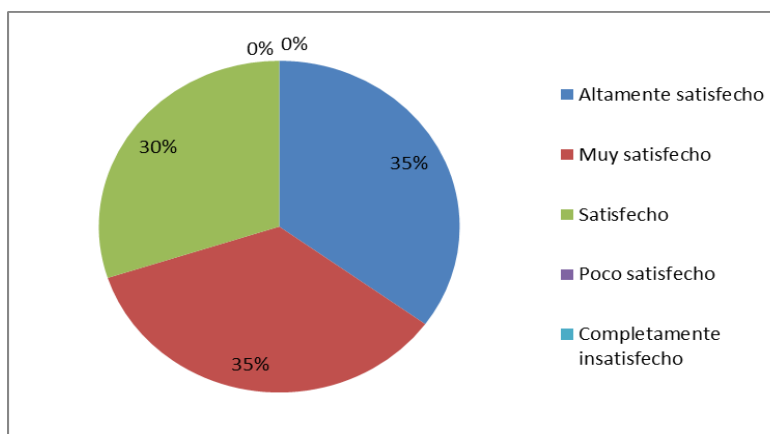


Figura 7. Grado de satisfacción de estrategias ante la pandemia. Fuente: Pasante

Análisis:

Los clientes han expuesto que se encuentran altamente satisfechos y muy satisfechos ya que se logró llevar el servicio a varias veredas facilitando la comunicación y la educación virtual.

Con respecto a los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento se puede evidenciar que los clientes de la organización están de acuerdo y con ello mismo satisfechos con los servicios y la calidad de los mismos, y para lo cual se demuestra en la tabulación de los resultados expresados, que están agradados con la calidad ofrecida, y la eficiencia en los procesos que competen a la organización.

Capítulo 4. Diagnostico final

Al terminar el periodo de pasantía en la empresa RYO COMUNICACIONES S.A.S, se pudo observar que esta empresa se encuentra bien acogida por parte de la población, ya que brinda servicios muy necesarios para la comunicación, logrando así estar bien posicionada ante el mercado.

Por lo sucedido de la pandemia (Covid 19) la empresa a brindado beneficios y soluciones, para las personas de escasos recursos ya que el servicio de internet es el método utilizado actualmente para todo tipo de comunicación (especialmente clases virtuales).

Se elaboraron estrategias para la implementación de nuevos planes, de acuerdo a las necesidades presentadas, permitiendo la entrada de nuevos usuarios, con su respectivo control y organización.

Logrando así, mayor direccionamiento hacia la finalidad de los objetivos, fortaleciendo el área administrativa, con la implementación del sistema PQRS, y el programa único y exclusivo para cartera en mora.

Tabla 9

Diagnóstico antes/después de RYO COMUNICACIONES

Diagnóstico inicial	Diagnostico final	Conclusión
<p>RYO COMUNICACIONES S.A.S es una empresa que se caracteriza por la calidad de los servicios que ofrece y sus precios asequibles, teniendo en cuenta que es una de las organizaciones que brinda facilidad de pago para aquellos usuarios que no cuenten con recurso suficiente para la obtención de sus servicios, es decir, se maneja el método de cuotas, para que pueda ser adquirido de una manera más fácil.</p>	<p>Al terminar el periodo de pasantía en la empresa RYO COMUNICACIONES S.A.S, se pudo observar que esta empresa se encuentra bien acogida por parte de la sociedad, ya que brinda servicios muy necesarios para la comunicación, logrando así estar bien posicionada ante el mercado.</p>	<p>En la actualidad la empresa sigue manejando el sistema de cuotas para las personas quienes presenten dificultades al momento de pago y con ello brindarles una manera más versátil para el uso de los servicios de la organización</p> <p>Como también sigue precedido de un excelente personal capacitado para la realización de las actividades.</p> <p>Cabe resaltar que en el área administrativa se logró la inclusión de una estrategia compuesta por una plantilla para la base de la cartera de mora; así mismo el manejo de un nuevo sistema para el orden y control de las órdenes de instalación de nuevos usuarios.</p> <p>Además se logró la instalación de una nueva oficina en el centro del municipio para brindar servicio al público en general.</p>

Nota: La tabla muestra el diagnóstico final de las actividades desarrolladas durante la pasantía. Fuente: Pasante

Capítulo 5. Conclusiones

Dado el cumplimiento de los objetivos se concluye que se logró organizar un horario de atención específico y determinado, buscando así denotar que tan complacido se encuentran los usuarios con el servicio brindado, para ello se utilizó el método del tickets, respaldado por un orden de solicitud, lo cual nos permitió brindar soluciones de una manera más rápida y eficiente, de este modo se da cumplimiento al primer objetivo de la pasantía. Para el segundo objetivo

Se puede apreciar que se enfocó en la cuenta morosa de clientes que tenían más de dos meses, es decir, atender todo lo relacionado con la cartera de clientes, se hizo la apertura a una nueva plantilla única y exclusivamente para los usuarios que no se encontraban a paz y salvo, fue agradable el resultado que se obtuvo ya que se recaudó más del 65% de lo que se encontraba en cartera en mora al inicio de la pasantía, donde hubo comunicación de distintas maneras con los usuarios (vía telefónica y e-mail) logrando así lo dicho anteriormente. El resultado dado fue muy favorable para la empresa ya que mediante de los mismo se logró recaudar más de lo esperado; así mismo el acercamiento al cliente de parte de la empresa y de los mismos permitió afianzar la fidelización y esto se vio reflejado en el aporte económico ya que ambas partes se lograron llevar bien.

Para concluir se estipuló con respecto a la parte administrativa y técnico de la organización y con ello a los procesos que se realizan con la finalidad de que estos procesos se rigen bajo la calidad que van en pro de la efectividad y eficiencia de cada proceso interno y externo de la empresa y con ello también señalando el talento humano.

Por último, se llevó a cabo la realización de actividades administrativas como: supervisar a los técnicos, organización de actividades para el cuerpo técnico durante su jornada laboral, vigilar que todas las actividades se hicieran con el cumplimiento de las reglas establecidas. Ryo Comunicaciones S.A.S es una empresa para Rio de Oro Cesar y sus alrededores, que brinda servicios muy importantes hoy día para toda la sociedad como lo es televisión por cable e internet, con la ventaja de brindar sus servicios con precios muy económicos y asequibles para todos sus usuarios.

Capítulo 6. Recomendaciones

Según la realización de las pasantías se puede recomendar lo siguiente: Para obtener mayores resultados al momento de atender a los usuarios y público en general de RYO comunicaciones S.A.S se debe mantener el uso del sistema PQRS (Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias) para así fortalecer sus servicios, y brindar soluciones más rápidas a los mismos, lo cual se verá reflejado en la relación con los clientes en el nivel de satisfacción y demás servicios ofrecidos a la comunidad consolidando la fidelidad para con la empresa debido a la buena gestión.

Así mismo el continuar con la actualización de la base de datos mensual, para tener mejor comunicación con los antiguos y nuevos clientes. Mantener de forma organizada y registrada por sectores la plantilla de instalaciones para así registrar de manera previa y anticipada cada una de ellas; una organización y buena gestión es la clave para que las empresas logren sus objetivos, siendo una empresa caracterizada por un alto nivel de calidad y compromiso social.

Por ultimo capacitar y motivar de forma constante al cuerpo técnico y administrativo, para así mantener un buen clima organizacional, logrando un desempeño de manera óptimo e inmejorable, ya que se ha demostrado que los equipos de trabajo motivados hacen la tarea, ejecución de las actividades y demás, con una mejor actitud logrando grandes resultados.

Referencias

Colnodo. (20 de 05 de 2020). *Colnodo*. Obtenido de Colnodo:

https://colnodo.apc.org/es/resultados-tags?id=561eca4d99e71ab6f10db894558f2f77&gclid=Cj0KCQjwoaz3BRDnARIsAF1RFLcrMswjXoJm7_iguV9kegElj4AE8B3LRxrtvbgkV9LvBEKaHO0YJbYaAtFuEALw_wcB

comunicacion, M. d. (s.f de s.f de 2020). *Ministerio de tecnologias de la informacion y la comunicacion* . Obtenido de Ministerio de tecnologias de la informacion y la comunicacion : https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-126323_decreto_464_23_marzo2020.pdf

comunicaciones, C. d. (s.f de s.f de 2009). *Comosion de regulacion de comunicaciones*. Obtenido de Comosion de regulacion de comunicaciones:

<https://www.crcom.gov.co/es/pagina/funciones-y-deberes-de-la-crc>

Dell. (20 de 05 de 2020). *DellTechnologies*. Obtenido de DellTechnologies:

https://www.delltechnologies.com/es-co/endpointsecurity/data-security.htm?gacd=9990597-14017-5761040-0-0&dgc=ST&&gclid=Cj0KCQjwoaz3BRDnARIsAF1RfLdO7v1I3grd0Dp3VycoNzThGnisEv0gmpB6ZamlVK5O-owq2sVA0N4aAlOyEALw_wcB&gclsrc=aw.ds

Florencia , U. (s.f de noviembre de 2009). *Economia*. Obtenido de Economia :

<https://www.definicionabc.com/economia/atencion-al-cliente.php>

FOXIZE. (2020 de 06 de 25). Obtenido de foxize.com/blog/las-10-leyes-indiscutibles-de-internet/

L. R. (s.f de s.f de 2008). *Foxize*. Obtenido de Foxize: <https://www.foxize.com/blog/las-10-leyes-indiscutibles-de-internet/>

Min Tic. (2020 de 06 de 25). Obtenido de

https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/ley_1341_2009.htm

Min Tic. (2020 de 06 de 25). Obtenido de

https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/resolucion_crc_4775_2015.htm

prevenidos. (4 de abril de 2017). *quironprevencion*. Obtenido de quironprevencion:

<https://www.quironprevencion.com/blogs/es/prevenidos/seguridad-trabajo>

republica, C. d. (30 de julio de 2009). *Congreso de la republica*. Obtenido de Congreso de la

republica : https://mintic.gov.co/portal/604/articles-8580_PDF_Ley_1341.pdf

taylor , F. (1910). *Principios de la adminisracion cientifica*. New York: Harper and Brother publishers.

Tic, M. (2020 de 06 de 25). Obtenido de [https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Peticiones-](https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Peticiones-quejas-reclamos-sugerencias-y-denuncias-PQRSD/)

[quejas-reclamos-sugerencias-y-denuncias-PQRSD/](https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Peticiones-quejas-reclamos-sugerencias-y-denuncias-PQRSD/)

Apéndice

Apéndice A. Evidencia fotográfica de la atención al cliente



Apéndice B. Recibo de factura

		RYO COMUNICACIONES S.A.S NIT: 900578528-2 Cra 5 N 12-90 Abrego N.S 3105696215		RYO COMUNICACIONES S.A.S NIT: 900578528-2 Cra 5 N 12-90 Abrego N.S 3105696215	
INFORMACION DEL CLIENTE CLIENTE: KAROLL YIBETH BALLESTEROS PICON CEDULA: 1003174880 DIRECCION: RIO DE ORO - CLL2 SUR CLL8 P8-500			FACTURA DE VENTA Factura #: 13626 Fecha de Pago: 11/05/2020 Suspension: 10/05/2020		CLIENTE: KAROLL YIBETH BALLESTEROS PICON DIRECCION: RIO DE ORO-CLL2 SUR CLL8 P8-500 Factura #: 13626
DETALLE DE FACTURA				Precio	Total Cobrado \$ 70.000
Plan de Internet: 4M PLAN PLUS Local Periodo del 1/Abr./2020 al 30/Abr./2020				\$ 70.000	Plan de Internet: 4M PLAN PLUS Local Periodo del 1/Abr./2020 al 30/Abr./2020 \$ 70.000
Pto de Pago / Rio de Oro *Compartel *Sixo Net *Casa del Minutos *Punto Rio *Variedades Dikar...Ocaña: * Max Tintax...Gonzalez *Efecty...Convenciones *Foto Cuadros...Teorama: *Efecty		Area de Sello		TOTAL \$ 70.000	Area de Sello

Impreso con www.wisphub.net

Apéndice C. Evidencia de la Implementación de las medidas contra el Covid-19 para la realización de las actividades de facturación



Programar las actividades necesarias para la solución de dichas PQRS (Problema, quejas, reclamos y soluciones), teniendo en cuenta las restricciones del Covid 19, y también se hizo la validación y corrección de las acciones que se generaron para contrarrestar la pandemia del Covid 19 (Uso de tapabocas, anti fluidos, antibacterial, etc.). (Anexo evidencias).

Apéndice D. Carta de medida de prevención contra la pandemia



RYO COMUNICACIONES S.A.S
Nit: 900578528-2

EL SUSCRITO REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA

Rio de Oro 18 de marzo 2020.

RYO COMUNICACIONES S.A.S
KDX D10-160 los cristales
NIT: 900578528-2

Cordial saludo;

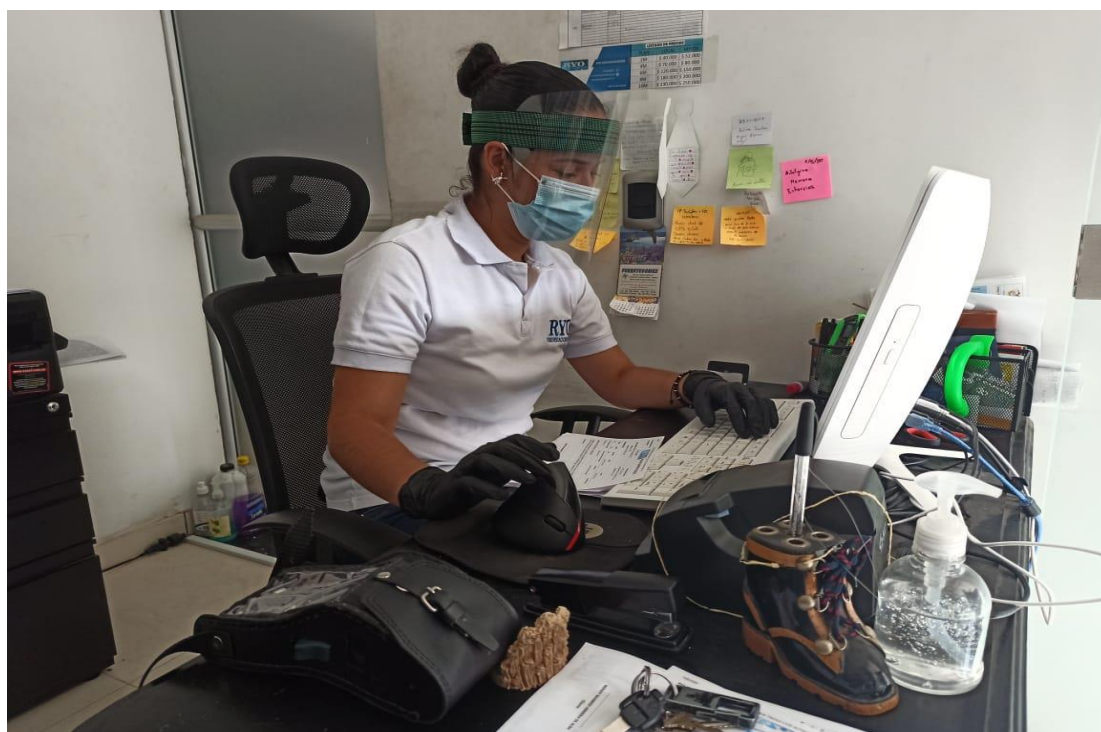
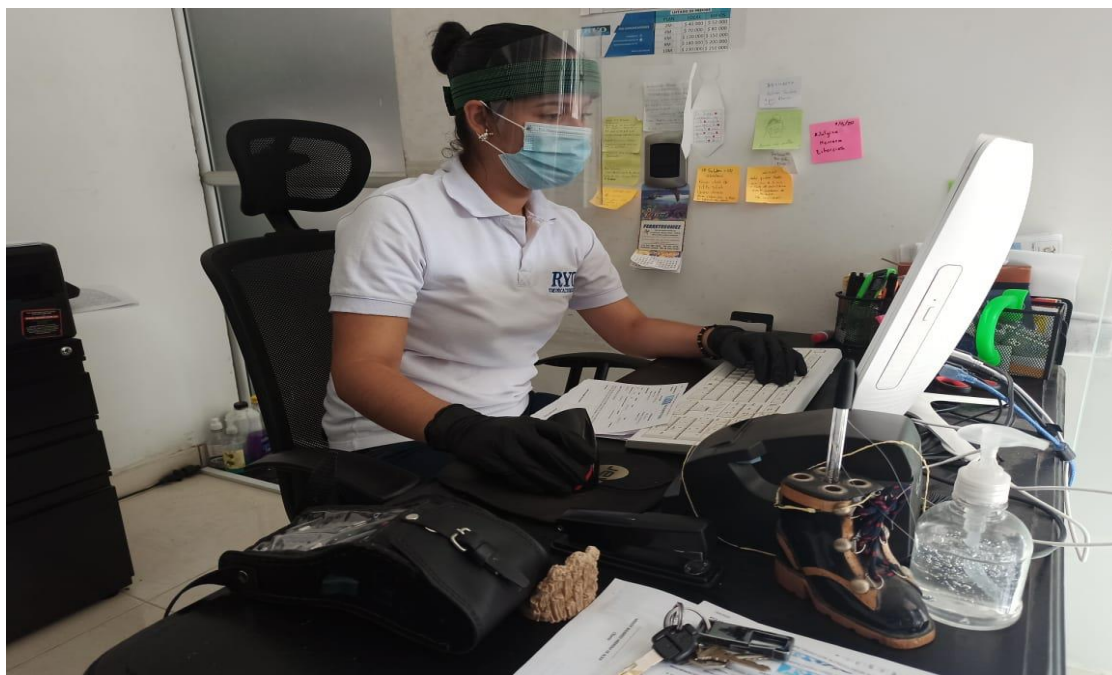
Por medio de la presente, me dirijo a usted con el fin de informar las medidas de precaución que se están tomando en la empresa para evitar la circulación del COVID-19:

- Aplicación de antibacterial cada vez que se reciba dinero y se tenga contacto con algún cliente.
- Uso de tapabocas en todo el horario laboral.
- Uso de agua y jabón cada vez que sea necesario.
- Tomar temperatura cada 3 horas.
- Constante hidratación.

CRISTIAN JOSUE ARIAS VANEGAS
REPRESENTANTE LEGAL.
ryocomunicaciones7@gmail.com
Tel:3159287422-3105696215

Abrego carrera 5 N° 11.90, Barrio el Centro, tel. 3203256881

Apéndice E. Implementación de medidas contra el Covid-19 en la realización de las actividades de revisión de cartera



Apéndice F. Encuesta dirigida a Clientes de RYO comunicaciones, con el objetivo de recolectar información para mejorar el nivel de satisfacción y ventas.



**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Nivel de satisfacción de RYO COMUNICACIONES elegida para denotar que tan complacido se encuentra con el servicio prestado:

1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los servicios de la empresa RYO comunicaciones?

- | | | | |
|----|----------------------|----|------------------------|
| a) | Menos de un mes | d) | Un año |
| b) | De uno a tres meses | e) | Nunca los he utilizado |
| c) | De tres a seis meses | | |

2. ¿Qué disponibilidad económica tiene Ud. Para adquirir el servicio?

- | | | | |
|----|-------|----|---------|
| a) | Mucha | c) | Poca |
| b) | Media | d) | Ninguna |

3. ¿Cuál es la calidad de los servicios ofrecidos a la población?

- | | | | |
|----|--------|----|--------|
| a) | Alta. | c) | Media. |
| b) | Buena. | d) | Baja. |

4. En general, ¿qué tan satisfecho está con esta empresa?

- | | | | |
|----|----------------------|----|----------------------------|
| a) | Altamente satisfecho | | |
| b) | Muy satisfecho | d) | Poco satisfecho |
| c) | Satisfecho | e) | Completamente insatisfecho |

5. ¿Cuál es la probabilidad de que nos recomiende con sus conocidos?

- | | | | |
|----|--------------------|----|-------------------|
| a) | Ya los recomiendo. | c) | Es probable. |
| b) | Es muy probable. | d) | Es poco probable. |
| e) | | | |

6. Como se siente usted con respecto al plan que la empresa ha creado en cuanto a la pandemia, llamado Plan Hogar??

- | | | | |
|----|----------------------|----|-----------------|
| a) | Altamente satisfecho | c) | Satisfecho |
| b) | Muy satisfecho | d) | Poco satisfecho |

Apéndice G. Tabla de cartera de mora cuando se ingresó a la empresa a realizar las pasantías, donde se encuentran 150 usuarios en estado cancelado por cartera de mora.

Clientes	Deuda	Plan Internet
Ciente 1	\$ 116.000	4M PLAN PLUS Local
Ciente 2	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 3	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 4	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 5	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 6	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 7	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 8	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 9	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 10	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 11	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 12	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 13	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 14	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 15	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 16	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 17	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 18	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 19	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 20	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 21	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 22	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 23	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 24	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 25	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 26	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 27	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 28	\$ 116.000	20M PLAN FULL EMPRESARIAL
Ciente 29	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 30	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 31	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 32	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 33	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 34	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 35	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 36	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 37	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 38	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 39	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 40	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL

Ciente 41	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 42	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 43	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 44	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 45	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 46	\$ 116.000	6M PLAN EMPRESARIAL
Ciente 47	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 48	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 49	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 50	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 51	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 52	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 53	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 54	\$ 116.000	6M PLAN EMPRESARIAL
Ciente 55	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 56	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 57	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 58	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 59	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 60	\$ 116.000	6M PLAN EMPRESARIAL
Ciente 61	\$ 116.000	6M PLAN EMPRESARIAL
Ciente 62	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 63	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 64	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 65	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 66	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 67	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 68	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 69	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 70	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 71	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 72	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 73	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 74	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 75	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 76	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 77	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 78	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Ciente 79	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 80	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 81	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Ciente 82	\$ 116.000	4M PLAN PLUS

Cliente 83	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Cliente 84	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Cliente 85	\$ 116.000	6M PLAN EMPRESARIAL
Cliente 86	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Cliente 87	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Cliente 88	\$ 116.000	4M PLAN PLUS
Cliente 89	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Cliente 90	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 91	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 92	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 93	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 94	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 95	\$ 92.000	4M PLAN PLUS Local
Cliente 96	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 97	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 98	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 99	\$ 92.000	4M PLAN PLUS Local
Cliente 100	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 101	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 102	\$ 92.000	6M PLAN EMPRESARIAL Local
Cliente 103	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 104	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 105	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 106	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 107	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 108	\$ 92.000	8M PLAN FULL EMPRESARIAL Local
Cliente 109	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 110	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 111	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 112	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 113	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 114	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 115	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 116	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 117	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 118	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 119	\$ 92.000	4M PLAN PLUS Local
Cliente 120	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 121	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 122	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 123	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 124	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local

Cliente 125	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 126	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 127	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 128	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 129	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 130	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 131	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 132	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 133	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 134	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 135	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 136	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 137	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 138	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 139	\$ 92.000	6M PLAN EMPRESARIAL Local
Cliente 140	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 141	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 142	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 143	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 144	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 145	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 146	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 147	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 148	\$ 92.000	2M PLAN RESIDENCIAL Local
Cliente 149	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
Cliente 150	\$ 116.000	2M PLAN RESIDENCIAL
TOTAL	\$ 15.984.000	

Apéndice H. Tabla de cartera de mora cuando se finalizó las pasantías

Cientes	Deuda	DEUDA AL 06 DE JUNIO
Ciente 1	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 2	\$ 116.000	\$ 64.000
Ciente 3	\$ 116.000	\$ 64.000
Ciente 4	\$ 116.000	\$ 64.000
Ciente 5	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 6	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 7	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 8	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 9	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 10	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 11	\$ 116.000	\$ 64.000
Ciente 12	\$ 116.000	\$ 64.000
Ciente 13	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 14	\$ 116.000	\$ 64.000
Ciente 15	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 16	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 17	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 18	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 19	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 20	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 21	\$ 116.000	\$ 64.000
Ciente 22	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 23	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 24	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 25	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 26	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 27	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 28	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 29	\$ 116.000	\$ 64.000
Ciente 30	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 31	\$ 116.000	\$ 64.000
Ciente 32	\$ 116.000	\$ 64.000
Ciente 33	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 34	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 35	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 36	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 37	\$ 116.000	\$ 0
Ciente 38	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 39	\$ 116.000	\$ 116.000

Cliente 40	\$ 116.000	\$ 64.000
Cliente 41	\$ 116.000	\$ 64.000
Cliente 42	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 43	\$ 116.000	\$ 116.000
Cliente 44	\$ 116.000	\$ 64.000
Cliente 45	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 46	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 47	\$ 116.000	\$ 64.000
Cliente 48	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 49	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 50	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 51	\$ 116.000	\$ 116.000
Cliente 52	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 53	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 54	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 55	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 56	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 57	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 58	\$ 116.000	\$ 116.000
Cliente 59	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 60	\$ 116.000	\$ 64.000
Cliente 61	\$ 116.000	\$ 116.000
Cliente 62	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 63	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 64	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 65	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 66	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 67	\$ 116.000	\$ 116.000
Cliente 68	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 69	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 70	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 71	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 72	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 73	\$ 116.000	\$ 64.000
Cliente 74	\$ 116.000	\$ 116.000
Cliente 75	\$ 116.000	\$ 64.000
Cliente 76	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 77	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 78	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 79	\$ 116.000	\$ 0

Cliente 80	\$ 116.000	\$ 116.000
Cliente 81	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 82	\$ 116.000	\$ 64.000
Cliente 83	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 84	\$ 116.000	\$ 64.000
Cliente 85	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 86	\$ 116.000	\$ 0
Cliente 87	\$ 116.000	\$ 64.000
Cliente 88	\$ 116.000	\$ 64.000
Cliente 89	\$ 116.000	\$ 116.000
Cliente 90	\$ 92.000	\$ 92.000
Cliente 91	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 92	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 93	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 94	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 95	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 96	\$ 92.000	\$ 52.000
Cliente 97	\$ 92.000	\$ 92.000
Cliente 98	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 99	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 100	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 101	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 102	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 103	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 104	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 105	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 106	\$ 92.000	\$ 92.000
Cliente 107	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 108	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 109	\$ 92.000	\$ 92.000
Cliente 110	\$ 92.000	\$ 52.000
Cliente 111	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 112	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 113	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 114	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 115	\$ 92.000	\$ 52.000
Cliente 116	\$ 92.000	\$ 92.000
Cliente 117	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 118	\$ 92.000	\$ 0
Cliente 119	\$ 92.000	\$ 0

Ciente 120	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 121	\$ 92.000	\$ 92.000
Ciente 122	\$ 92.000	\$ 92.000
Ciente 123	\$ 92.000	\$ 52.000
Ciente 124	\$ 92.000	\$ 92.000
Ciente 125	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 126	\$ 92.000	\$ 92.000
Ciente 127	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 128	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 129	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 130	\$ 92.000	\$ 52.000
Ciente 131	\$ 92.000	\$ 92.000
Ciente 132	\$ 92.000	\$ 52.000
Ciente 133	\$ 92.000	\$ 52.000
Ciente 134	\$ 92.000	\$ 52.000
Ciente 135	\$ 92.000	\$ 92.000
Ciente 136	\$ 92.000	52.000
Ciente 137	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 138	\$ 92.000	\$ 92.000
Ciente 139	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 140	\$ 92.000	\$ 92.000
Ciente 141	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 142	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 143	\$ 92.000	\$ 92.000
Ciente 144	\$ 92.000	\$ 92.000
Ciente 145	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 146	\$ 92.000	\$ 52.000
Ciente 147	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 148	\$ 92.000	\$ 0
Ciente 149	\$ 116.000	\$ 116.000
Ciente 150	\$ 116.000	\$ 0
TOTAL	\$ 15.984.000	\$ 5.796.000

En las tablas anteriores se anexa información donde 83 usuarios para el día 6 de junio de 2020 quedaron a paz y salvo con la empresa. Donde lo total recaudado para el mismo día fue \$10.188.000, lo que quiere decir que en los cuatro meses que estuve en la empresa se hizo un recaudo mensual promedio de \$2.547.000, logrando así dejar la cartera con un nuevo saldo de \$5.796.000