

TELECOMUNICACIONES S.A.

Ma. Clara Correal Pachón

1. INTRODUCCIÓN

Telecomunicaciones S.A. es una empresa nacional de telecomunicaciones cuya visión es ofrecer servicios de calidad, en forma permanente, buscando su actualización en este campo con el fin de hacer cobertura a una amplia población colombiana.

Por tanto plantea en su misión, poder entregar a sus clientes soluciones integrales e innovadoras de comunicaciones; para tal fin se anticipa y supera las necesidades de sus clientes, mediante el apoyo de un recurso humano con talento, comprometido y con dominio de la tecnología de punta para generar una gestión eficiente y con compromiso social.

Los campos organizacionales para el logro de sus objetivos los caracterizan como:

- **Gerencia de suministros y adquisiciones**

Es el área encargada de realizar el proceso de adquisición de bienes y /o servicios para gerenciar las labores de planificar compras.

En este proceso se realiza la identificación de necesidades de bienes y servicios asociadas a los planes de cada área de la empresa; la construcción del plan detallado de compras por área, la consolidación y obtención del plan detallado de compras de la empresa; igualmente la definición de estrategias de compra diferenciada de acuerdo a las características de los bienes y servicios requeridos, el seguimiento y control a la ejecución del plan de compras.

• Ejecución plan de compras

Es el conjunto de procedimientos que permite realizar de manera efectiva la adquisición de bienes y servicios requeridos por la organización.

El proceso de aceptación / adopción de proveedores permite realizar la selección y registro de los proveedores en la base de datos, utilizando para esto criterios de revisión y evaluación de los aspectos jurídicos, financieros, logísticos, entre otros.

En el proceso de solicitud / compra se establecen los términos técnicos, jurídicos y financieros de los procesos de compra de acuerdo a las necesidades de bienes y servicios de la empresa.

El proceso de contratación involucra entre otras actividades la invitación a los proveedores a cotizar, la recepción y aclaración de ofertas, evaluación técnica, jurídica y financiera, selección y negociación de ofertas, adjudicación, elaboración y firma de contrato.

La evaluación de proveedores busca identificar las debilidades y falencias de los proveedores con el fin de realizar actividades de mejoramiento continuo, así como resaltar las fortalezas y oportunidades de los proveedores en búsqueda del beneficio mutuo.

• Contratación

Como empresa prestadora de servicios públicos domiciliarios de telecomunicaciones, Telecomunicaciones S.A. se rige por la Ley 142/94 y el régimen aplicable a los contratos que celebre, en su formación, contenido, ejecución y liquidación, son las normas del Código de Comercio y del Código Civil. Además, las Licitaciones Públicas saldrán publicadas en cualquiera de los periódicos nacionales.

• Tienda virtual

Por otro lado, la empresa amplió a grandes dimensiones su servicio virtual como se referencia a continuación, a través de la Tienda Virtual.

Internet Prepago Meses

Tarjeta Prepago ETB

Banda Ancha Regiones

Solicitud Línea Telefónica

Tarjeta Internacional

Banda Ancha Bogotá

Planes Línea Telefónica

Telefonía IP

2. EL PROBLEMA

Como una respuesta a los cambios llevados a cabo en la empresa y a la gran competitividad en este campo de las telecomunicaciones esta nueva oferta de la Tienda Virtual debía crear otras formas de organización diferentes a las actuales; de la misma manera que demandaba ampliar el personal operativo y administrativo, fortaleciendo los Departamentos ya existentes y creando algunos nuevos.

La empresa no presentaba incumplimiento en la prestación de servicios, pero al ampliar la cobertura de ellos requirió una nueva organización, lo que significó crear nuevos departamentos y, por ende, nuevas formas organizacionales. La problemática presentada con este enfoque o nueva visión se debió a que el tiempo de preparación a sus empleados no fue suficiente y los distintos Departamentos no se conectaron entre sí para la nueva proyección de sus productos; los nuevos Departamentos no tuvieron una integración efectiva para actuar como sistema.

El cliente, por otro lado, se vio afectado y no se dio una atención eficiente, tanto en el servicio normal como en la atención a sus reclamos. La comunicación organizacional al interior de la empresa se deterioró en distintos aspectos, el más notorio fue el poco conocimiento de los nuevos productos, los cambios organizacionales que se incorporaron con las proyecciones actuales y las interacciones entre departamentos.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Es importante hacer una revisión de la relación entre la comunicación organizacional y la gestión del conocimiento. Se recomienda que para la comprensión profunda del caso se revisen los conceptos, tanto de comunicación organizacional como de gestión del conocimiento.

Se debe hacer búsqueda de documentos en las bases de datos Ebsco y Pro-Quest sobre gestión del conocimiento.

A continuación se referencia la bibliografía que permitirá resolver el caso y ante todo, de estas lecturas se espera afianzar una visión teórica y aplicada de la gestión del conocimiento en los procesos de comunicación organizacional.

Barreras para el aprendizaje organizacional: Estudio de casos. (Spanish) / Barriers to organizational learning: A case study. (English) By: Pérez Zapata, J. A. Cortés Ramírez, J. Pensamiento & Gestión, 2007 Issue 22, p256-282, 27p; Language: Spanish; (AN 26560535)

Desarrollando la gestión del conocimiento. un caso de estudio: centro meteorológico provincial de cienfuegos. (Spanish) By: De Armas, Marlet Pérez; Díaz, Dianelly Gómez; Acosta, Nilda Rajadel; Valladares, Isabel Curbelo. Ingeniería Industrial, 2007, Vol. 28 Issue 1, p13-24, 12p; Language: Spanish; (AN 25383274)

La reunión de conocimiento: un método para gestionar el conocimiento organizacional. (Spanish) By: González Suárez, C. E.; Avilés Merens, C. R.; Morales Morejón, C. M.. ACIMED, ene/feb2007, Vol. 15 Issue 1, p1, 20p; Language: Spanish; (AN 24120346)

4. PREGUNTAS ORIENTADORAS

Es importante realizar un trabajo previo que responda estas preguntas, para tener bases teóricas y conceptuales que le permita por un lado analizar la problemática y luego las acciones de solución.

¿Qué entiende por gestión del conocimiento y su relación con la comunicación organizacional?

¿Qué aspectos organizacionales se manejan a través de la comunicación de una empresa?

¿Por qué la comunicación organizacional se ve afectada si no hay una buena gestión del conocimiento en la empresa?

¿Cómo definiría una buena atención al cliente en este tipo de empresa?

¿Qué estrategias de gestión del conocimiento debe realizar la organización para que se mejore la comunicación organizacional al interior de la empresa y su proyección se vea reflejada en un nivel de atención más eficiente para el cliente ?

