SENA

CENTRO DE FORMACION COMERCIO Y SERVICIOS REGIONAL CAUCA

PORTAFOLIO SERVICIO AL CLIENTE

APRENDIZ:

ANDERSSON LEANDRO ZÚÑIGA MUÑOZ.

INSTRUCTORA:

SANDRA MILENA TEJADA.

GESTION TALENTO HUMANO

FICHA 2232623

JUEVES, 13 MAYO DE 2021

¿Quién soy yo como persona?

- Como persona soy humilde, sincera, una persona positiva ante cualquier circunstancia, me considero una persona muy respetuosa y empática, soy responsable, me gusta pensar en mi futuro, soy solidario, servicial, no me gusta tratar con personas que mientan con cosas importantes, pienso antes de hacer las cosas, soy agradecido y noble.

¿Quién soy yo como profesional o aprendiz?

- Como aprendiz soy una persona que se estresa mucho, soy una persona la cual trata de hacer los trabajos de la mejor manera, una persona que duda mucho al momento de hablar, soy alguien con una actitud positiva y una persona que se esfuerza por mejorar siempre.

¿Cuáles son mis prioridades?

- Mis prioridades son, seguir en pie con el tecnólogo de gestión de talento humano, hacer lo posible por ingresar a una universidad, buscar algún trabajo para ayudar a mi familia y luchar por salir a delante.

¿Cuáles son mis valores fundamentales?

- Mis valores fundamentales son, ser respetuoso, amable, honesto, responsable, empático y solidario.

MI MISION ES:

- Diseñar un plan de estudio que me permita alcanzar mis metas personales en la parte académica de forma que pueda crecer como persona y salir adelante junto a mi familia.

MI VISION ES:

- Para el año 2023 espero haber culminado mi tecnólogo en gestión de talento humano y empezar mi carrera de derecho además de haber iniciado a laborar en alguna empresa y vivir económicamente bien.

OBJETIVO GENERAL:

- Cumplir mis metas, ser un abogado y fortalecer los conocimientos obtenidos por medio de una especialización, poder ayudar a mi grupo familiar primario que son mi madre y hermana económicamente y darle la oportunidad de que se dedique a descansar.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Acercarme poco a poco a mis metas personales.
- Dar lo mejor de mí para salir adelante.
- Refrescar mis conocimientos mediante cursos.
- Ser un ejemplo como persona.
- Culminar mi tecnólogo actual.
- Aprender otro idioma (ingles) para tener más oportunidades laboralmente.

PLAN DE ACCION O ESTRATEGIA.

¿Te has parado a planificar tu vida personal?

- Si, tener en mente lo que quiero lograr es lo que siempre ha estado en mi cabeza y es por lo que luchare día a día para mejorar mi vida.

¿Qué vas hacer para alcanzar tu visión por medio de los objetivos que te has fijado?

- principalmente tener toda la actitud, mi mente enfocada hacia lo que quiero y luchar sin importar lo que pase en el camino.

¿Por dónde debes empezar?

- Empezaría por la motivación que es mi familia, por la actitud, las ganas de superarme y el haber empezado a estudiar.

¿Cuánto tiempo vas a necesitar para conseguirlo?

- Personalmente en 9 años me gustaría conseguir todo lo que me he propuesto.

Te Invito a que reflexiones sobre donde está hoy tu vida profesional

¿Estás en el lugar que quieres y mereces?

- Laboralmente no porque se han presentado varios obstáculos, pero a pesar de todo, poco a poco voy progresando y aprendiendo nuevas cosas.

¿Sientes que lo que haces es tu verdadera misión?

- Actualmente estoy enfocado en una misión familiar y creo que la estoy cumpliendo y pensando en estudio creería que voy por buen camino para poder cumplir la misión.

¿Cuáles son tus prioridades hoy y ahora?

- Mis únicas prioridades actuales son mi familia y el estudio.

MI EMPRESA.

Servientrega S.A.

ÁREA.

canales de entrega.

GIRO DE LA EMPRESA.

Transporte y entrega de mercancía.

MISION.

Satisfacer totalmente las necesidades de logística y comunicación integral de nuestros Clientes, a través de la excelencia en el servicio, el desarrollo integral de nuestros Líderes de Acción y el sentido de compromiso con nuestra familia y nuestro País.

VISION.

Queremos que Servientrega sea un modelo de empresa innovadora, líder en servicios de logística y comunicación, por seguridad, oportunidad y cubrimiento en América, con presencia competitiva a nivel mundial.

CLIENTE INTERNO.

El cliente interno en este caso son los operarios que recogen el paquete y los conductores que llevan el paquete, ellos son los encargados de que todos los paquetes lleguen en buen estado a su destino manteniendo la seguridad para poder ganar la confianza de los clientes.

CLIENTE EXTERNO.

Segmentación Geográfica

El servicio que ofrece Servientrega va enfocado a los hombres y mujeres mayores de 18 años de todo el territorio colombiano.

Segmentación Demográfica

Dividir el mercado en grupos a partir de la edad, sexo, ingresos económicos y clase social (baja, media, alta); por lo tanto, observaríamos que nuestro producto sobresalga en el mercado.

Segmentación Psicográfica

Hombres y mujeres que busca seguridad al realizar envíos de documentos, paquetes y objetos importantes por medio de un servicio certificado de encomiendas.

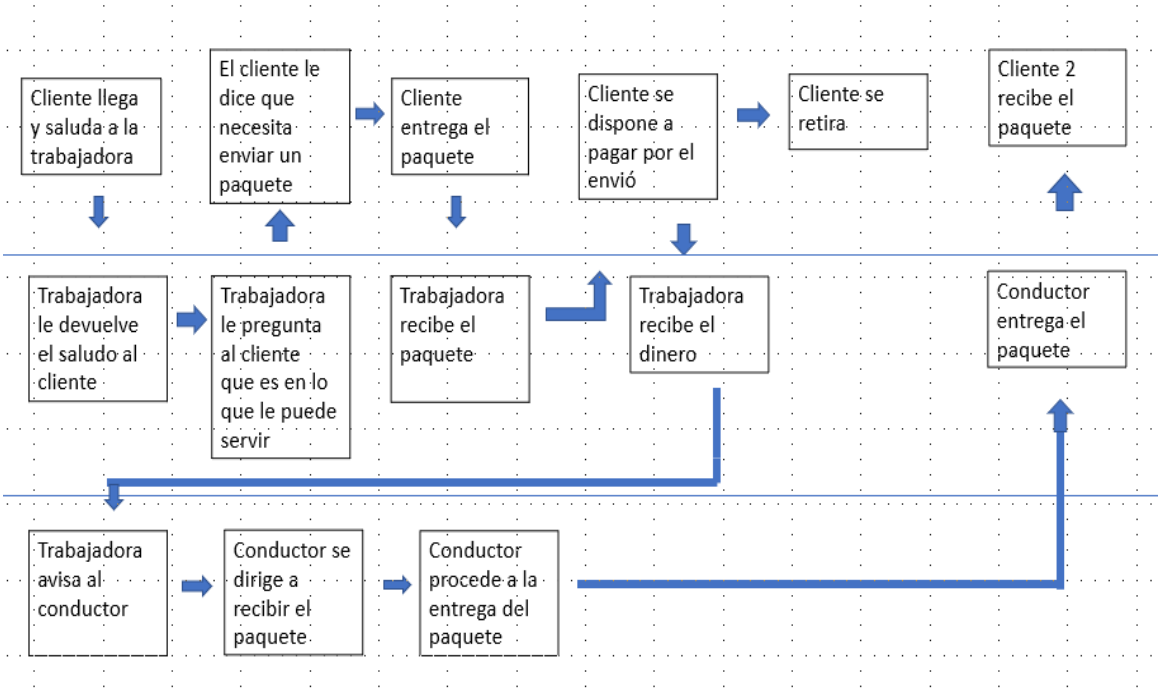
CICLO DEL SERVICIO.

- Cliente llega y saluda a la trabajadora.
- Trabajadora le devuelve el saludo al cliente.
- Trabajadora le pregunta al cliente que es en lo que le puede servir.
- El cliente le dice que necesita enviar un paquete.
- Cliente entrega el paquete.
- Trabajadora recibe el paquete.
- Cliente se dispone a pagar por el envió.
- Trabajadora recibe el dinero.
- Cliente se retira.
- Trabajadora avisa al conductor.
- Conductor se dirige a recibir el paquete.
- Conductor procede a la entrega del paquete.
- Conductor entrega el paquete.
- Cliente dos recibe el paquete.

ESTANDARIZACIÓN DE EL SALUDO

¿Hola buenas tardes, como esta? ¿Aquí vive el sr Andres? Le traigo este paquete. Estandarizo porque quiero que se realice el servicio de la mejor manera y con mucha educación de parte de los trabajadores de la empresa servientrega y para que los clientes se sientan bien atendidos y en confianza.

PLANO DE SERVICIO AL CLIENTE



MOMENTO DE ATENCION CARA A CARA.

Repartidor: ¿Hola buenas tardes, como esta? ¿Aquí vive el sr Andrés?
Cliente: Buenas tardes bien gracias, si señor aquí vive, ya se lo llamo.
Repartidor: Bueno muchas gracias.
Cliente: Buenas tardes soy Andrés.
Repartidor: Buenas le traigo este paquete son 10.500 pesos del envió y me regala su firma aquí.
Cliente: Muchas gracias muy amable.
Repartidor: Bueno con mucho gusto.

VALOR AGREGADO

El valor agregado que ofrece nuestra empresa servientrega es que despues de que tu paquete halla llegado a una de nuestras oficinas el domicilio hasta la puerta de tu casa sera gratuito.

PRESENTACION PERSONAL

Conductor Y Copiloto: Uniforme completo con reflectivos color verde, botas color negro, carnet de identificación de la empresa y gorra color verde.
Adicional guantes y cinturón de fuerza para objetos pesados.





ELEMENTOS DE COMUCACION

Los elementos de comunicación que se utilizan son:

- **Emisor:** es el que da el mensaje.
- **Receptor**: es aquel que recibe el mensaje.
- **Código**: es el idioma con el que se comunican.
- **Mensaje:** es el motivo del cual se está hablando.
- **Canal de comunicación**: seria los celulares de cada uno.
- **Retroalimentación**: son las diferentes preguntas y respuestas que se dan entre ellos.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.

Comunicación verbal es la principal para al momento de romper el hielo cuando estamos en un lugar de residencia, lo utilizamos de la mejor manera para que el cliente procure escogernos siempre como su empresa de envíos confiable.

En ocasiones utilizamos la técnica de comunicación telefónica para poder mantener al tanto a los clientes de dichos paquetes, poder dar información eficaz de cualquier percance que se pueda presentar en el momento de dirigirnos hacia nuestro destino definido.

Nos inclinamos también por tener empatía y mostrar apoyo para poder sentirse en confianza con nuestros clientes al momento de brindar nuestro servicio.

PORTAFOLIO DE ACTIVIDADES

GESTION DEL TALENTO HUMANO

FICHA 2232623

APRENDIZ:

ASTRID FERNANDA BOLAÑOS BRAVO

INSTRUCTORA:

SANDRA MILENA LOPEZ

SERIVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

(SENA)

MAYO DE 2021

Tabla de contenido

1. Mi proyecto de vida……3

2. Empresa……..7

3. Misión……8

4. Visión……8

5. Cliente interno……8

6. Cliente externo……9

7. Ciclo del servicio de la empresa……10

8. Estandarización del proceso……11

9. Plano del proceso……12

10. Momento de atención cara a cara……12

11. Valor agregado……13

12. Protocolo de presentación personal……13

13. Elementos y técnicas de comunicación……1

1. PROYECTO DE VIDA

1. **Quien soy yo como persona:**

yo soy como persona y mujer competitiva, creativa y empática, conmigo misma y hacia los demás, dispuesta siempre a afrontar nuevos retos y aprendizajes, y teniendo como base unos valores, caracteres positivos que me llevan a conseguir cada una de mis metas y proyectos a largo y mediano plazo.

2. **Quien soy yo como profesional o aprendiz:**

yo como profesional soy una Aux. de Enfermería con capacidades y comportamientos diversos, enfocados en mis capacidades por el servicio a la comunidad, que me permiten generar y entregar conocimientos de auxilio, A través del compromiso, la excelencia y coherencia.

3. **Cuáles son mis prioridades:**

Mis prioridades en este momento son:

La vida de mis padres y de mis hijas apoyar a mis hijas en sus metas propósitos y estudios, seguir el proceso y seguir preparándome para empezar mi proyecto profesional, y mi proyecto familiar.

4. **Cuáles son mis valores fundamentales:**

Mis valores fundamentales son la solidaridad, compromiso, disciplina, la honestidad y responsabilidad.

PLAN DE ACCION O ESTRATEGIA

¿Te has parado en planificar tu vida profesional?

Si claro, desde que tengo uso de razón siempre he soñado en alcanzar mis

metas, siempre quise terminar mis estudios de primaria, secundaria para poder

ingresar a la universidad o al Sena, la idea de esto es capacitarme para poder

encontrar un buen empleo y poder realízame como persona.

¿Qué vas a hacer para alcanzar tu visión por medio de los objetivos que te

has fijado?

Para poder alcanzar mi misión me esforzare al máximo por

Realizar mis metas.

¿Por dónde debes empezar?

Por ser una persona realizada, debo empezar de abajo ya que tengo la experiencia.

¿Cuánto tiempo vas a necesitar para conseguirlo?

Será durante dos años

¿Estás en el lugar que quieres y mereces?

Pienso que no estoy en el lugar que quiero, pero pronto lo estaré y poder realizar cada uno de mis sueños o metas.

¿Sientes que lo que haces es tu verdadera misión?

Por el momento por errores de la vida se me desviaron mis metas, pero siempre han estado a hi

¿Cuántos años más te ves en esta situación profesional?

Unos 6 años más por consecuencias personales.

¿Lo que haces está alineado con lo que valoras?

No está alineado por mis pequeños errores.

¿Cuáles son tus prioridades hoy y ahora?

➢ lograr lo soñado

➢ estudiar para ser un gran profesional y tener estabilidad.

➢ ser quien soy en realidad

➢ ayudar a las demás personas

➢ ayudar a mi familia y dar lo mejor de mí para ellos.

➢ ayudar a los demás con mi sabiduría.

2. **PRESENTACION DE LA EMPRESA Y ACTIVIDAD**

ACTIVIDAD

Somos un centro de belleza integral con una trayectoria de 5 años; y con la filosofía clara de brindar satisfacción a las necesidades de nuestros usuarios, con el fin de combatir el estrés, la depresión, mejorar la autoestima, el estado físico y rejuvenecer el rostro, basados en la higiene, una muy buena asesoría y excelente servicio hacemos que nuestros clientes se vean bien y se sientan mejor.

3. VISION:

Para este final de año es poder seguir en la universidad en mi carrera de derecho, y para el 2023 terminar mi tecnólogo en talento humano, quiero poder trabajar y reunir para crear una empresa y

ser independiente, también quiero poder comprar mi camión para trabajar y generar más ingresos y así poder reunir lo que necesito para poder realizar mi proyecto.

Para el 2026 seguiré capacitándome más y más enfocada en mi proyecto de vida.

4. MISION

Soy una persona responsable, comprometida y dedicada con cualidades y valores invaluables mi perspectiva es capacitarme y adquirir más conocimientos y así lograr cumplir cada una de mis metas. Quiero llegar hacer una gran abogada y así poder ayudar a muchas personas.

OBEJETIVO GENERAL

Mi objetivo general es lograr ser una gran profesional, sentirme realizado y

feliz por lo logrado, ejercer mi carrera con vocación y

responsabilidad. Apoyar r a mi familia a salir adelante.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

➢ Ser responsable en todos los aspectos de mi vida

➢ Lograr todo lo que me proponga con esfuerzo y dedicación

➢ Ser un ser humano esencial para con los demás.

➢ Dar lo mejor de mí y ser reconocido por la sociedad por mi personalidad y mi calidad de trabajo

➢ Ayudar a mi familia a llevar una mejor calidad de vida

➢ser profesional tener mi camión y viajar y conocer y seguir muchos sueños más.

5. CLIENTE INTERNO

El cliente interno de la empresa está compuesto por:

GERENTE: Administración de los recursos, realización de ventas y convenios de comercio, evaluación de las actividades en el centro de belleza

CONTADOR: Realización de las actividades contables y presentación con argumentos de evaluación de dichos datos.

JEFE DE PRODUCCIÓN: Observación de los procesos desarrollados en el centro de belleza, de producción semanal, vigilancia de los procesos.

OPERARIO Y VIGILANTE: estilistas, manicuristas, esteticistas y la responsabilidad de seguridad empresarial.

6. CLIENTE EXTERNO

El cliente externo del centro de belleza está dirigido a hombres, mujeres niñas (a), familias de estratos 3, 4, 5,

7. CICLO DEL SERVICIO

- Estándar: Atención y ofrecimiento de los servicios a los clientes que frecuentan el centro de belleza.

- **El Saludo**: Buenos días, buenas tardes, bienvenidos al centro de belleza,

- **La Actitud:** Carismático (a), Amable, empático (a), atento, disposición de escucha, tono de voz.

- **Presentación personal**: Uniforme traje de anti fluidos de color blanco y negro, para hombres y mujeres, con calzado de plástico (cross) y cerrados, corte de cabello bajo, Para mujeres Cabello recogido maquillaje suave, aretes pequeños, no extravagantes.

El Uniforme debe portarse todos los días a la semana, en los diferentes turnos.

- **Procesos de Atención:**

a. **Conocer la Necesidad del Cliente**: Escucha activa del estilista o manicurista hacia el cliente, contacto visual con el cliente todo el tiempo, brindar asesoría, mientras este decide el proceso que desea realizarse.

b. **Suplir la necesidad del cliente**: Preguntar al cliente si está satisfecho con el procedimiento realizado y si desea realizarse algún procedimiento más.

c. **Dar opción de respuesta en caso de no dar solución** inmediata: Al dar al cliente la entrega de la carta de los procesos y productos, y esperar el tiempo prudente, para que decida el procedimiento que desea realizar y los productos que desea que le administren, en caso de no tener lo deseado a ordenar a realizarse el cliente, ofrecerle otros productos y procedimientos, para que si el cliente quiere lo tome si así lo desea. En caso de no satisfacer esa necesidad, ofrecer al cliente otra variedad de productos y procedimientos que le puede ofrecer el centro de belleza y también recomendarle otros centros de belleza donde pueda encontrar lo que desea.

Objetivos

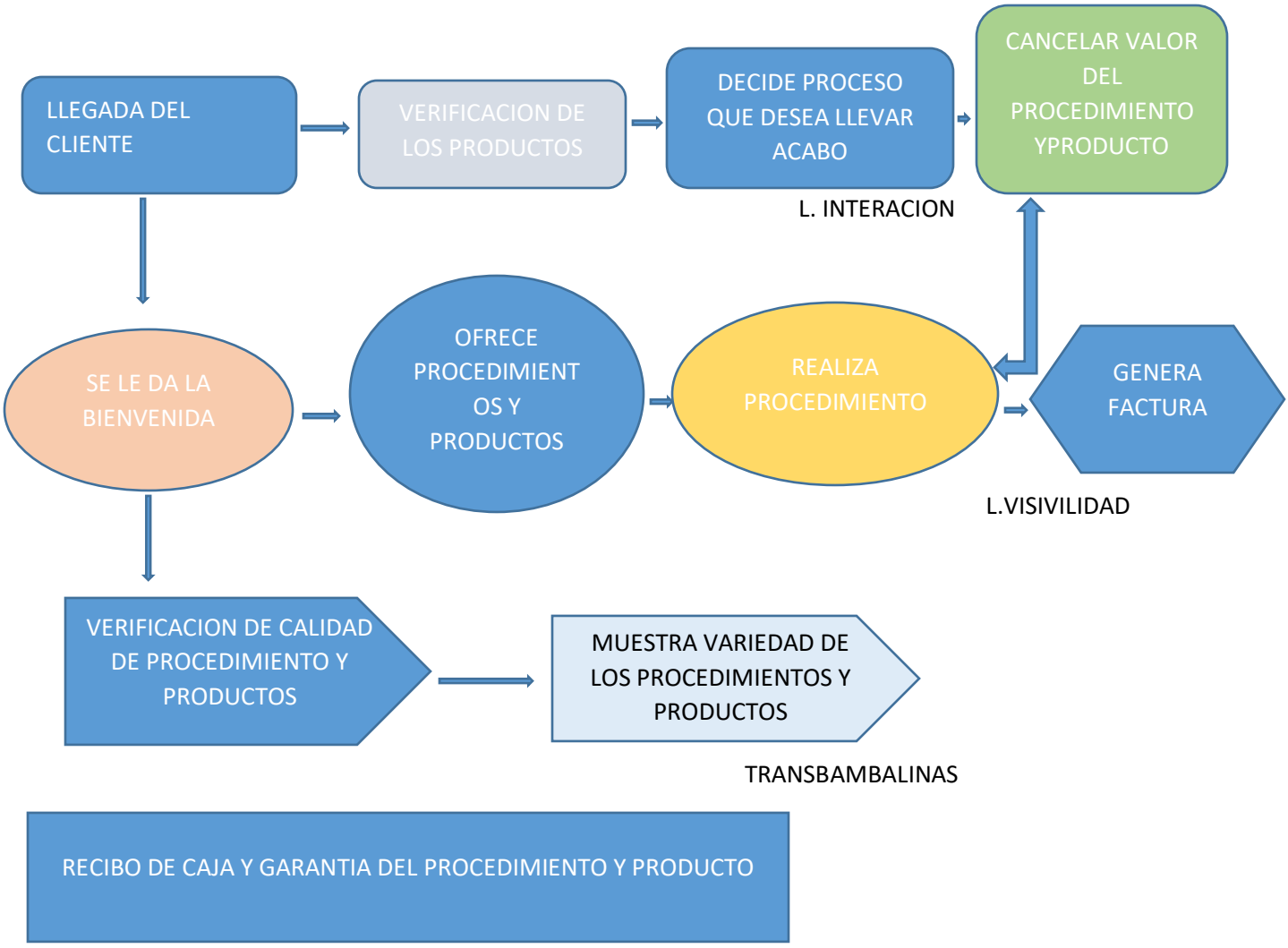
El objetivo de estandarizar el área de la calidad del servicio de atención al cliente, servicio de comodidad, Promover y mejorar la calidad de la cultura empresarial, que permita generar un proceso de atención asertiva y positiva a nuestros distinguidos usuarios y atraer mayor cantidad de interesados.

8. estandarización del servicio

La **presentación personal** para un trabajador en una empresa es relevante, ya que una imagen cuidada, aspecto saludable y profesional, nos asegura un mayor atractivo y productividad, generando oportunidades laborales. En este sentido una buena presentación forja confianza y carácter de asumir retos profesionales.

Uno de los beneficios de tener en cuenta la imagen propia es que se traduce directamente en la confianza en nosotros mismos. Si nos sentimos a gusto en nuestro estilo, nuestro cuerpo, nuestra apariencia, nos cuesta menos interactuar y mejorar. Este es el gran beneficio de cuidar de tu aspecto personal.

9.



ELEMENTOS TANGINBLES QUE INTERVIENEN EN EL SERVICIO

10. **MOMENTO DE ATENCION CARA A CARA**

El contacto cara a cara representa el primer aparejo del servicio al cliente en el centro de belleza

- ✓ El momento cara a cara es cuando el cliente llega al centro de belleza y le dan la bienvenida
- ✓ Cuando se le ofrecen los servicios y se decide a la realización del procedimiento.

11. **VALOR AGREGADO**

En el centro de belleza ofrecemos los mejores servicios, por eso en fechas memorables te damos las mejores ofertas, como por procedimientos capilares, cortes o tintes te obsequiamos la manicure.

¿POR QUE SE DA ESTE VALOR AGREGADO?

Este valor agregado se les otorga a nuestros clientes como incentivo con el fin de atraerlos al centro de belleza, de esta manera se obtienen ventajas competitivas, se fideliza y se crea una mayor aceptación por el cliente.

12. PRTOCOLO DE PRESENTACION PERSONAL



IMAGEN PERSONAL

Imagen Personal: De esta manera, podemos definir la imagen personal como la identidad que, a través de su indumentaria y cuidado de sus rasgos físicos, la persona construye de sí misma para presentarse en sociedad como prolongación de su papel en la sociedad, de su manera de ser, de comportarse, de vivir y de todos los rasgos, La imagen física, como código de comunicación no verbal, incluye no solamente las prendas de vestir, sino también el peinado, el maquillaje y los

accesorios. Así mismo la postura al pararse, sentarse y caminar, la sonrisa, los ademanes, el tono de voz, contacto visual y la conducta en general. La imagen es una tarjeta de presentación

GENERALIDADES

Generalidades Ser y sentirse agradable genera confianza en sí mismo y mejora el desempeño profesional y social. Si hablamos de una organización, la imagen de ésta depende en gran parte de la buena impresión que sus empleados causen. Lo mismo podemos referirnos en un hogar, es importante causar una buena impresión en todo momento, pero sin olvidarnos que ello no solo signifique una simple fachada, sino una convicción de ser un buen ser humano, culto y sensible con su entorno.

PROTOCOLO IMAGEN PERSONAL DEL CENTRO DE BELLEZA

VESTUARIO: se debe procurar.

➢ Combinar prendas y colores

➢ Presente su vestuario siempre impecable, planchado, y en orden

➢ Asegúrese que la talla sea a su medida que no sea ni muy grande ni muy ajustada.

➢ Use siempre ropa interior de acuerdo con el color de la ropa exterior

➢ Los zapatos deben ser cómodos, talla adecuada y siempre limpios y conservados y cerrados

ACCESORIOS

➢ Use con discreción los accesorios

➢ Lucir aretes y collares adecuados

➢ Sea moderada con el uso del perfume.

MAQUILLAJE

➢ Debe de ser discreto y de acuerdo al vestuario, de tal manera que permita una apariencia fresca y natural

➢ Retoque de maquillaje en momentos de descanso

CABELLO

➢ Su apariencia limpia

➢ Debe ir organizado y peinado

➢ Si lo tintura, procure hacerlo con frecuencia para evitar el efecto raíz

DEBE EVITARSE

➢ recogerse el cabello de manera desorganizada

➢ retocar el maquillaje en frente de un cliente o en el puesto de trabajo

PROTOCOLO IMAGEN PERSONAL MASCULINO DEL CENTRO DE BELLEZA

Se recomienda observar reglas inflexibles de limpieza y cuidado de la ropa así:

➢ los zapatos cerrados e impecables

➢Pijama debidamente limpia

CABELLO Y MANOS

➢ el cabello debe estar limpio y corto

➢ la barba debe ser afeitada diariamente

➢ mantenga sus manos aseadas

➢ sus uñas procure tenerlas bien cortas y limpias

QUE DEBE EVITARSE

➢ El uso de gorras

PARA TODOS LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE BELLEZA En horario laboral de lunes a viernes por favor se prohíbe usar:

➢ Jean

➢ Licras

➢ Descaderados

➢ Blusas de tiras

➢ Escotes

➢ Trasparencias

➢ Blusas cortas

➢ Bermudas sudaderas

➢ Chanclas camisetas gorras Recuerde: es obligatorio portar el carnet de la empresa para poder identificarse

12. **ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN Y TECNICAS DE COMUNICACIÓN EN EL AREA DE VENTAS DEL CENTRO DE BELLEZA**

EN EL CENTRO DE BELLEZA SE UTILIZAN LOS SIGUIENTES ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

➢ Emisor: asesor comercial encargado del área de ventas

➢ Receptor: el cliente

➢ Código: Orales: la lengua o idioma expresado de forma oral. Escritos: conformados por sistemas de signos que requieren habilidades de lectoescritura.

➢ Canal: El aire es el medio físico más común de comunicación, (es esencial para generar los sonidos del lenguaje verbal oral) pero también lo son el teléfono, el celular, el correo electrónico, la voz, entre otros.

➢ Mensaje: la información o contenido que se le brinda al cliente al momento de ingresar a la empresa.

➢ Ruido: se entiende por ruido a cualquier señal que interfiere con la transmisión regular de un mensaje entre emisor y receptor

TECNICAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS EN EL CENTRO DE BELLEZA

➢ comunicación interpersonal

➢ comunicación presencial y no presencial

➢ comunicación con una o varias personas

➢ expresión verbal

➢ expresión oral

➢ comunicación no verbal

➢ comunicación corporal

➢ comunicación no presencial

➢ comunicación verbal y no verbal atreves del teléfono20

➢ comunicación escrita

➢ comunicación en las rede.

GESTION DE TALENTO HUMANO

TRABAJO

PORTAFOLIO SERVICIO AL CLIENTE

INSTRUTORA

SANDRA MILENA TEJADA

APRENDIZ

DANA VALENTINA MUÑOZ ASTAIZA

FICHA

2232623

CONTENIDO **Pag**

1. Mi proyecto de vida…… **3**

2. Empresa: presente la empresa y su actividad…… **8**

3. Misión…… **9**

4. Visión…… **9**

5. Cliente interno…… **9**

6. Cliente externo: a quien está dirigido la actividad de la empresa (segmento de clientes y/o dicho de mercado) …… **10**

7. Escribe el ciclo del servicio de tu servicio…… **11**

8. Estandariza un solo proceso, del servicio enfocado en la atención al cliente y especifica porque lo estandarizaron…… **12**

9. Realiza el plano del proceso que se elaboró el ciclo del servicio…… **13**

10. Cual sería un momento de atención cara a cara, y agrega a esa atención un valor agregado…… **15**

11. Elabora en una hoja el manual de presentación del personal, (vestido, cabello, asesorías, uñas, etc.) …… **18**

12. Que elementos de comunicación y técnicas de comunicación se utilizan en el servicio de la empresa. …… **20**

PROYECTO PROFESIONAL

¿Como soy yo como persona?

Es una pregunta muy difícil de contestar, yo soy una persona recta y derecha, con defectos y cualidades, con metas a cumplir y sueños a realizar, soy una persona capaz de sonreírle a la vida, de solucionar mis problemas con sentimientos claros y actos para la situación y tener una actitud positiva y confianza

OBJETIVOS ESPECIFICOS

. Estudiar una carrera ejercerla una profesión, y tener una vida mejor y siempre sentirme orgullosa de mi

. Ser mejor persona cada día ser feliz, tener una influencia positiva en las personas que me rodean, encontrar una actividad académica que me llene por completo y ejercerla

OBJETIVOS GENERALES

Fijarse en el éxito, la evaluación de los beneficios, el aprendizaje y la evaluación del cambio y preparación

¿Quién soy como profesional y aprendiz?

Soy una persona responsable, que no me gusta fallar en cualquier cosa que realice y mejorar de manera posible y deseo triunfar.

Mi campo laboral: Administradora de empresas

Mis competencias: Optimista, responsable, interés por la carrea profesional, y perseverante

¿Cuáles son mis prioridades?

Responsabilidad
Mi familia
Salud
Mi formación profesional
Ser disciplinado y cumplido
Empatía
Solidaridad
Deseo de aprender y utilizar mis conocimientos

VISION

Mi visión personal, en un plazo de 5 años, ser una profesional destacada y reconocida, en Administradora de empresas y acompañando proceso de transformación personal y organizacional y manteniendo los valores de servicio que me caracterizan y ser una meta superadora y alcanzable en el tiempo y viajar a Alemania y otros países.

MISION

La idea es prepararme y adquirir conocimientos para lo que quiero ser y lograr, ser una mejor persona dedicada en todos los aspectos de mi vida, comprometida a logar lo mejor de mis estudios, y aprovechando cada momento y compartiendo y ayudando a las personas que me rodean, a su vez aprendiendo de cada uno de ellos.

¿Cuáles son mis valores profesionales?

Bondad
Tolerancia
Empatía
Solidaridad
Amor
Amistad
Paciencia
Equidad
Humildad
Sinceridad
Perdón

¿A dónde te gustaría llegar?

Quiero ser prospero de mi vida, tener éxito y ser una profesional reconocida, de mis sueños y metas, objetivos que me fijo para ser excelente persona en la dimensión, laboral, profesional y emocional, conseguir mi meta y llegar a la excelencia

¿Qué quiere conseguir como profesional?

Tener un balance profesional, y personal, y tener comunicación efectiva con el equipo de trabajo, tener paciencia, y la capacidad de evolución y tener disciplina y la planeación y luego el paso fundamental comenzar a realizar mis proyectos

¿Qué te gustaría hacer si tuvieras todas las facilidades a tu alcance?

Ser una profesional de éxito, capaz de aportar a mi familia, y a los que necesiten y poniendo en práctica todos mis valores, crecer y aprender de la vida, día a día, para ser un ejemplo de generaciones futuras

¿Qué trabajo te gustaría tener?

Administrador financiero y tener un ambienté de trabajo positivo se caracteriza por tener trato honesto y sincero entre compañeros de trabajo

¿Qué tipo de empresa te gustaría trabajar?

Tener mi propia empresa, gerente

¿Cuál sería tu desarrollo profesional?

Expandir siempre mis conocimientos, establecer mis metas fijas y realistas, mantener una actitud positiva, ser una gran empresaria, y organización de Aprendizaje y crecimiento, ser generosa, vivir en una casa impecable, ser un líder empresarial, emprender un negocio, y adquirir nuevos conocimientos y logar objetivos profesionales con los de mi empresa

¿Cuál es tu papel como profesional?

La responsabilidad de dedicar los conocimientos y técnicas, de forma objetiva y disciplinada

¿Qué contribución haces como profesional?

Contribuir al reconocimiento y desarrollo de las capacidades, y les ayuda a dar nuestro paso, y así, actuar el roll profesional y construir un sentido de pertenecía y en su profesión

¿Cómo quieres que te recuerden?

Como una buena persona, decente de principios y generosa y que aporto un poquito de luz a su vida,

¿Qué logros profesionales te hubiera gustado alcanzar dentro de 10 a 20 años?

Potenciar mi propia marca personal, desempeño para adecuar la fuerza laboral y mejoras de los resultados y ser una gran empresaria

2. EMPRESA JUMBO

AREA DE TECNOLOGIA



Jumbo es una cadena de supermercados chilena, con presencia también en Argentina y Colombia, perteneciente al consorcio empresarial Cencosud, que también es dueño de los supermercados Santa Isabel, Disco, Super Vea y Metro, así como a las tiendas Easy, Johnson y Paris.

En junio de 2011, en Buenos Aires se inaugura un nuevo local denominado "Jumbo Madero Harbour", que se constituye como el primer «supermercado premium» de la cadena. estando abocada a la venta de productos de las secciones de frescos y congelados, pescadería, almacén, rotisería, perfumería y limpieza, bodega y productos importados y de área tecnológica.

La empresa que presento a continuación, está caracterizada en la tecnología por brindar a sus clientes una gran variedad de productos para toda clase de negocios o usos personales manejando a la población nuestro servicio de orientación por medio de nuestros asesores, sobre nuestros servicios y productos para que tengan una excelente calidad de información y lleven los mejores precios de lo que ofrecemos a la población en general.

Horario de atención:

Lunes: 07:00 a.m -20:00 p.m

Martes: 07:00 a.m - 20:00 p.m

Miércoles: 07:00 a.m - 20:00 p.m

Jueves: 07:00 a.m - 20:00 p.m

Viernes: 07:00 a.m - 20:00 p.m

Sábado: 07:00 a.m - 20:00 p.m

Domingo: 07:00 a.m - 20:00 p.m

3. MISION

Ser reconocidos como una empresa con servicios de calidad, excelencia e integralidad. Ser percibidos como un aliado estratégico, a través de la generación de valor y con un alto nivel de satisfacción de sus clientes, empleados y socios.

La misión empresarial para tener objetivos generales y principios de trabajos para avanzar en nuestra organización, donde se expresa por medio de una declaración de la misión, y con el objetivo de comunicar la misión a todos los miembros de la organización.

Ser una empresa innovadora y con gran sentido de responsabilidad social que busca el máximo beneficio de nuestros clientes.

4. VISION

El objetivo de la tecnología no sólo es facilitar nuestro trabajo, sino identificar nuestras necesidades y encontrar soluciones a éstas.

Ser un aliado estratégico para nuestros clientes basados en soluciones y servicios innovadores sobre la base de nuestra responsabilidad, calidad, productividad y compromiso.

5. CLIENTE INTERNO

Nos referimos cuando estamos hablando de nuestro equipo (empleados), nuestros colaboradores distribuidores y proveedores. Hablamos de todos aquellos que intervienen e influyen en cómo se desarrolla nuestro producto o servicio y en cómo éste llega al cliente. Pensar también en ellos como clientes nos ayuda a reflexionar en sus necesidades, en cómo podemos ayudarles para mejorar su trabajo, en cómo podemos fidelizarle a nuestra empresa, para que nos entiendan y conozcan mejor.

6.

SEGMENTACION AL CLIENTE EXTERNO

PRODUCTO TECNOLOGICO	MAYORES DE EDAD
GEOGRAFICAS	
departamento	**cauca**
ciudad	**Popayán - Timbío**
DEMOGRAFICAS	
edad	**18 años -45 años**
genero	**estratos 1, 2, 3, 4, 5**
PSICOGRAFICAS	
nivel cultural	**estratos 1, 2, 3, 4, 5**
religión	**es indiferente**

CONDUCTUALES	
	Personas que les gusta la tecnología, la comodidad, la hora de realizar su servicio y de buena calidad y precio

Mi segmento de clientes es para mayores de edad, en la ciudad de Popayán y Municipio de Timbío con los estratos 1,2,3,4 y 5 comprendido en las edades de 18 a 45 años, que sean modernas y que les guste estar informadas y les guste las nuevas tendencias.

7. CICLO DE SERVICIO

Cliente:

Llega el cliente a jumbo en el área de tecnología

Asesora:

Le damos la bienvenida

Asesora:

Lo recibe la asesora en el área de tecnología,

Escuchamos al cliente, en las necesidades que manifiesta y que preferencia de marca

Asesora:

Se le enseña el producto tecnológico y se le ofrece al servicio al cliente brindando asesoría

Profesional y el cliente queda a gusto con el producto tecnológico

Asesora:

Se les explica sobre la garantía del producto y Las condiciones

Cliente:

El cliente queda a gusto con el producto

Asesora:

Se realiza el proceso de facturación y empacamos el producto

E, recibimos el medio de pago del cliente

Cliente:

Entregamos el cambio al cliente y recibe su producto

Asesora:

Le entregamos su factura, y la asesora se despide muy cordial

Cliente: El cliente queda satisfecho y con una gran sonrisa

8. ESTANDAR DE LA EMPRESA

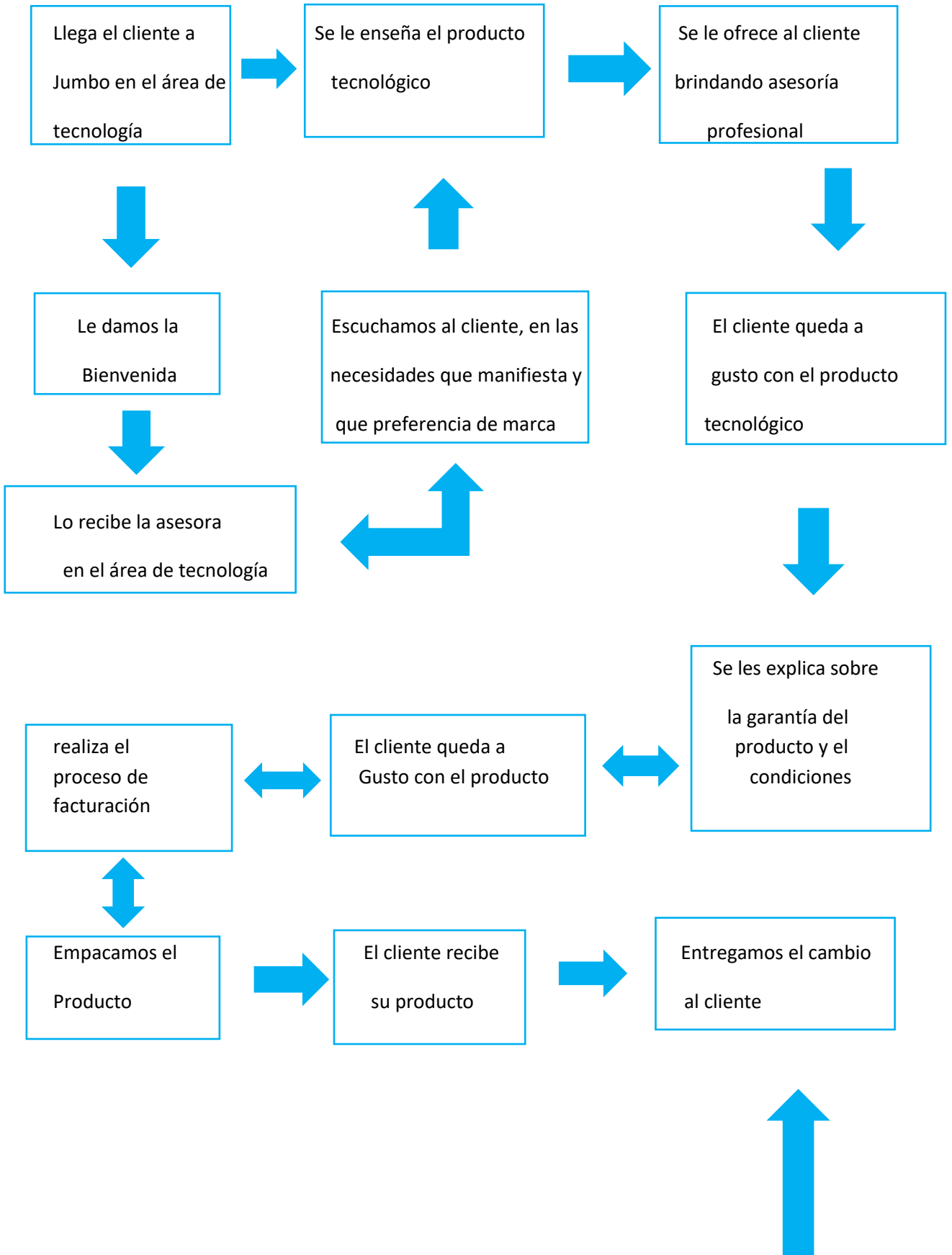
Giro de la empresa:

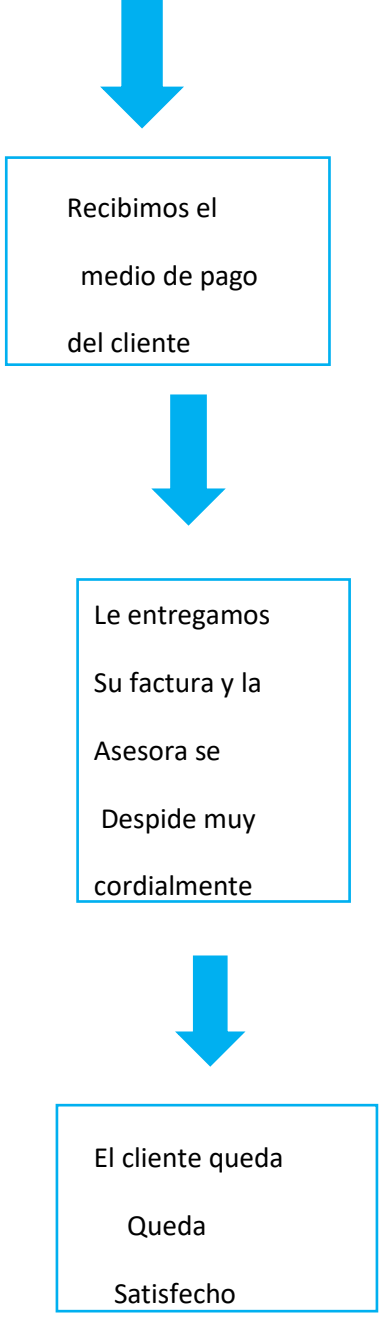
Se dedica al procedimiento que implica la producción en tecnología, y el intercambio de bienes y servicios con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor.

Se dirige a los colaboradores, en el área de tecnología, con el tema del proceso de atención, conocer la necesidad del cliente, y dar una buena atención al cliente, saber escuchar, dejarlo hablar, y dar opciones de respuesta en caso de no dar solución inmediata Sería la forma de diferenciarse y sobre todo sacar ventaja frente a los competidores, dar un buen servicio al cliente, es la atención o disposición, o comunicarse con sus clientes de cara a solventar cualquier problema o cuestión que puedan tener respeto a sus procesos de compra o experiencia posventa y durante una empresa son conseguir clientes durante la venta y sobre todo fildearlos después de que esta se concluya, por ello es fundamental entender que es lo que pasa por la cabeza del consumidor, y especialmente asegurar una buena experiencia de compra durante todo el proceso.

La estandarización de los procesos en mi empresa permite asegurar la calidad en el servicio ofrecido a mis clientes, en todos los niveles y se sabe que nuestra empresa sé cumplen las promesas de una marca que generan una gran confianza en nuestros clientes, quienes naturalmente, se convierten en promotores de ella.

9. PLANO CICLO DEL SERVICIO





10. **ATENCION CARA A CARA**

RESPETO A LAS PERSONAS

Cliente:

Buenos días, Señorita

Asistente:

Buen día, Bienvenida, ¿dime en que te puedo colaborar?

Cliente:

¿Gracias, Seria tan amable en asesorarme en el área de tecnología?

Asistente:

Si, Señora con mucho gusto, le brindare asesoría

Cliente:

Muchas gracias

Asistente:

Si señora, con gusto, siga.

Cliente:

Gracias muy amable

Asistente:

si señora, le brindare una información, sobre la promoción en que tenemos el día de hoy

Cliente:

Claro, me interesa señorita

Asistente:

En el día de hoy, por ser nuestros clientes fieles, en la empresa jumbo, tiene un sorteo sobre una Tablet de marca Samsung 11” pulgadas S7, por la compra de un celular de nuestras marcas

Cliente:

Muchas gracias señorita me gusto la información, iré a comprar mi celular, quiero ganarme el sorteo, me gustaría

Asistente:

Si señora, y a nuestros clientes fieles, se les realizara una verificación de datos para comunicar con el ganador del sorteo

Cliente:

Si, iré a realizar mis datos, gracias señorita

Asistente:

sí señora con gusto

Cliente:

Ya realicé y coloque mis datos, estoy emociona quiero ganarme el sorteo, muy amable

Señorita, hasta luego y muchas gracias

Asistente:

Si señora, hasta luego, le deseo una feliz tarde y le deseo buena suerte

Valor Agregado: En la empresa jumbo, en el área de tecnología el valor agregado a los

clientes externos, por la compra de un Celular de marca Samsung A21S, se realizará un sorteo de una Tablet de marca Samsung 11” pulgadas S7, a nuestros clientes fieles, y se realiza verificación de datos para comunicar con el ganador del sorteo.

11.

PRESENTACION PERSONAL DE LA EMPRESA JUMBO **AREA DE TECNOLOGIA**	
IMAGEN FEMENINA	**IMAGEN MASCULINA**
Lo mas importante es la sobriedad y proyectar seguridad ante las personas que nos presentamos, y es recomendable utilizar uniforme todos los días, sin escotes y utilizar el uniforme completo, camiseta verde por dentro, dril beis, zapatos color negro y con el logo de la empresa.	Lo más importante es la sobriedad y proyectar seguridad ante las personas que nos presentamos, y es recomendable utilizar uniforme todos los días, motilados y utilizar el uniforme completo, camiseta verde por dentro, dril beis, zapatos color negro y con el logo de la empresa.
Mantener la ropa bien limpia	Mantener la ropa bien limpia
Mantener la ropa bien aplanchada	Mantener la ropa bien aplanchada
No se deben utilizar gorros o accesorios en el cabello exagerados	No se deben utilizar gorras, capuchas, sombreros, etc.

Si se van a utilizar fragancias, que no sean muy fuertes	Si se van a utilizar fragancias, que no sean muy fuertes
Con los accesorios no debemos excedernos en su tamaño o cantidad	Con los accesorios no debemos excedernos en su tamaño o cantidad

Las uñas deben mantenerlas limpias y bien maquilladas con todos suaves	Las manos limpias y uñas limpias
El maquillaje es muy importante, pero con una aplicación suave y sobria	Afeitarse todos los días, o si tiene barba, mantenerla arreglada
El cabello es fundamental mantenerlo limpio, seco y bien peinado	Mantener un cabello limpio
Llevar siempre el carnet	Llevar siempre el carnet
EVENTOS ESPECIALES	
Cuando tenemos eventos especiales es fundamenta darles la importancia que merecen desde nuestra presentación personal, un evento especial es aquel en el cual tendremos en contacto con clientes, proveedores, público y que estamos haciendo una representación de la empresa, en este tipo de eventos tendremos: almuerzos y reuniones, y todas aquellas actividades donde estemos haciendo una presentación de la empresa ante un público especifico y se utiliza el uniforme de “lunes a Domingo”	



12. ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

La comunicación a través del cual nos transmiten nuestra información. Partiendo de esta definición la comunicación a nivel general para poder ser trasmitida de forma eficaz y eficiente necesita ser clara y concisa, ser transmitida de forma objetiva e imparcial.

LAS TECNICAS DE COMUNICACIÓN

son la presencial y no presencial por los diferentes medios de comunicación existentes; igualmente, la comunicación verbal y no verbal son importantes.

- Realizar reuniones regularmente. Esto mantendrá a todo el equipo al tanto de lo

que sucede en la empresa.

- Comunica lo más importante al principio. Así no se perderá nada esencial en el proceso. Asimismo, procura que la comunicación sea clara, concisa y precisa.

- Simplificar el lenguaje que utilicemos, no usar palabras muy técnicas o complicadas al referirte a todo el equipo.

- Utiliza herramientas de comunicación interna. Esto hará que todos los miembros del equipo se puedan comunicar con los demás. Comunicarse entre sí mejorará la confianza en el equipo.

- Conocer a mi equipo de trabajo. Conocer qué herramientas utilizan, qué cultura tienen, cómo prefieren trabajar hará que comunicarse con ellos sea más fácil y que la comunicación, adaptada a ellos, sea más eficiente.

- Resuelve los conflictos con diplomacia. No te dejes llevar por tus emociones a la hora de manejar los conflictos que surjan en el trabajo.

- Hacer preguntas adecuadas al comunicarte con mis compañeros. Esto hará que noten mi interés por mejorar la comunicación en el ámbito laboral.

Portafolio

Instructora:

Sandra Milena Tejada

Aprendiz:

Daniela Ñañez Cerón

Ficha:

2232623

Tecnólogo en Gestión Del Talento Humano

Aprendizaje SENA

Centro de Comercio y Servicio

Popayán

2021

Tabla de Contenido

Proyecto de vida..... 3

Empresa y actividades.....7

Misión.....9

Visión.....9

Cliente interno.....11

Cliente externo.....13

Ciclo de servicio 14

Estandarización un solo proceso 15

Plano y ciclo de servicio.....17

Momento cara cara.....18

Valor agregado 19

Presentación del personal.....20

Técnicas de comunicación 22

1-Proyecto de vida

Visión

Mi plan para unos años adelante es terminar con éxito mis estudios, ser una gran profesional, trabajar en un empresa que sea reconocida por su excelencia y sobre todo que sea una empresa transparente, también crecer como persona, tener una estabilidad económica la cual me permita ayudara mi familia y a los demás, tener mi propia casa, auto, crear una familia, conocer lugares y aprenderé de cada uno de ellos algo nuevo.

Misión

Ser una persona dedicada, responsable, comprometida, con valores, enriqueciendo mis conocimientos, creciendo como persona cada día más, así poder llegar a cumplir mis metas con excelencia y ser un excelente ser humano

Objetivo general

Mi objetivo general es crecer como persona, salir adelante, ser una gran profesional, ayudar a mi familia, dejar el miedo a intentar algo nuevo, ejercer mi vocación con mucho amor y dedicación.

Objetivos específicos

- Ayudar a mi familia en nuestra situación económica
- Crecer como persona y profesional
- Dejar una imagen buena en cada persona
- Ser responsable con mi trabajo o estudios
- Lograr cada meta propuesta
- Viajar y conocer nuevas culturas y aprender de ellas
- Ser feliz

Plan de Acción o Estrategia

¿Te has parado a planificar tu vida profesional?

Si, desde que tengo uso de razón me he proyectado en un futuro me he planteado cuales serán mis metas, que carrera quiero ejercer que quiero como profesional

¿Qué vas a hacer para alcanzar tu visión por medio de los objetivos que te has fijado?

Me voy a proponer y a cumplir cada uno de ellos, no dejar de luchar para conseguirlo, no me dejare derrotar por los problemas y seré responsable y dedicada me esforzare siempre

¿Por dónde debes empezar?

Debo empezar por proponerme a conseguir cada uno de ellos sin y nunca dejar de persistir, dando lo mejor de mí, proyectándome en un futuro siendo responsable y dedicada

¿Cuánto tiempo vas a necesitar para conseguirlo?

Espero y no sea mucho tiempo, lo que dure el tecnólogo y mi carrera que estoy estudiando.

¿Estás en el lugar que quieres y mereces?

Por el momento estoy en el mejor lugar que es cerca de mi familia de las personas que amo, espero que cuando mi situación cambie y comience a laborar este en un lugar donde me sienta como en casa

¿Sientes que lo que haces es tu verdadera misión?

Sí, estoy abriendo camino y conociendo nuevas cosas que me hacen crecer como persona y como profesional

¿Lo que haces está alineado con lo que valoras?

Sí, estoy enriqueciendo mis conocimientos y valoro mucho la oportunidad de estar estudiando, para así sobre salir y crecer

¿Cuáles son tus prioridades hoy y ahora?

Mi prioridad es tener salud y tener a mi familia apoyándome para así poder tener mayor motivación para lograr mis metas y objetivos, crecer como persona y profesional

2-Empresa

Coca-Cola



Coca-**Cola**, una de las marcas más valiosas y reconocidas del mundo, el portafolio de la Compañía incluye 20 marcas valuadas en más de mil millones de dólares.

Cuenta con 7 plantas embotelladoras, atención en más de 400.000 puntos de venta, 24 centros de distribución, 54 líneas de producción, cerca de 1.000 rutas de entrega y más de 10.000 empleados entre directos e indirectos y socios comerciales

Coca-Cola Femsa celebra 15 años de su llegada a Colombia

Coca-**Cola** Company es una corporación multinacional dedicada a la elaboración de alimentos y bebidas. Su principal producto es la llamada **Coca**-**Cola**, el refresco más consumido del mundo. Es una de las mayores corporaciones de Estados Unidos La compañía es dueña de numerosas marcas.

Su misión define su objetivo a largo plazo como empresa, y es el criterio de peso de las actuaciones y decisiones que se toman para lograr 3 metas fundamentales: o REFRESCAR al mundo. o INSPIRAR momentos de optimismo y felicidad. o CREAR valor y marcar la diferencia.

La **Coca Cola** es una compañía dedicada a la comercialización y distribución de bebidas no alcohólicas(**Coca**-**Cola**, Diet Coke, Fanta y Sprite.), empleando una red de socios embotelladores para elaborar más de 400 marcas de bebidas. Ofrece una gran variedad de bebidas, con amplio espectro de sabores y ocasiones.

Sus horarios de atención sábados de 8:00a m a 12:00pm

De lunes a viernes de 8:00am a 4:30 pm

Actividades de Coca-Cola

- Técnica: Se encarga de la producción.
- Comercial: Se encarga de la compraventa.
- Financiera: Se encarga del uso del capital.
- Contable: Se encarga de inventarios, balances y costos.
- Seguridad: Se encarga de proteger los bienes de la empresa y del empleado.

Nuestros productos

- Bebidas Carbonatadas.
- Agua Gasificada.
- Agua de Sabores.
- Bebida a Base de Frutas.
- Bebidas Deportivas.
- Agua Purificada.
- Proteína Vegetal.
- Jugos y Néctares.

3- Misión

Satisfacer con excelencia a los consumidores de bebidas. Ser el mejor líder total de bebidas, que genere valor económico, social y ambiental sostenible, gestionando modelos de negocio innovadores y ganadores, con los mejores colaboradores en el mundo.

4-Visión

Refrescar al mundo. Inspirar momentos de optimismo y felicidad. Crear valor y hacer la diferencia.

5-Cliente interno:

Presidente: Es la persona que está a cargo de toda la organización, siendo la máxima autoridad debe responder por cada uno de los departamentos y debe velar por el correcto funcionamiento de toda su región.

Vicepresidente: Es la mano derecha del presidente ayuda en la gestión de toda la organización, puede llegar a relevar al presidente en el caso de que no se encuentre.

Jefe de producción: Encargado de velar por todo lo relacionado con la producción y sus sub-departamentos, como lo es el área de maquinaria, calidad e inventarios de mercancías en proceso y terminadas. Es la máxima autoridad en el ámbito de la producción de Coca Cola a nivel regional.

Gerente industrial: El gerente industrial junto con sus subordinados tienen la función de responder por el mantenimiento y correcto funcionamiento de la maquinaria ante su jefe de área.

Gerente de recursos: Esta área debe responder por el stock de inventarios, así como por las compras de insumos.

Gerente de calidad: Al ser una empresa tan prestigiosa, Coca Cola mantiene uno elevados estándares de calidad, esta área debe velar

porque en ningún momento la calidad de los procesos y productos se vean afectadas.

Jefe financiero: Encargado de toda la parte contable y financiera de la empresa, con el objetivo de medir el rendimiento económico de la misma, el jefe financiero debe presentar informes constantemente sobre la salud financiera de la organización.

Jefe de marketing: Coca Cola es una empresa que gasta una suma importante en publicidad, en el año 2018 la empresa gastó casi los 1000 millones de dólares en marketing, este equipo de velar porque cada moneda invertida valga la pena para la organización impactando al público.

Recursos humanos: Toda empresa grande o mediana debe contar con un departamento de recursos humanos y el Organigrama de Coca Cola no es la excepción, debido a sus altos estándares de calidad el personal de la organización que allí labora debe ser altamente competitivo.

6-Cliente externo

Son la sociedad en general, cada individuo y grupo que se encuentra en situación de ser consumidor. La sociedad en general que puede ser local, nacional o internacional dependiendo de la proyección de la empresa en este caso Coca-Cola

Coca-Cola

PRODUCTO	**SEGMENTO DE MERCADO**
Coca-Cola	Poblacion en general
GEOGRAFICAS	
Ciudad	Popayán
Barrio	Campanario
DEMOGRAFICAS	
Edad	En general
Genero	Universal
PSICOGRAFICAS	
Nivel Cultural	1, 2 , 3, 4, 5
Religión	Es Indiferente
CONDUCTUALES	
Ocasión	que le guste las bebidas gaseosas
Uso	La comodidad para refrescarce

Mi segmento de clientes es para la población en general de la ciudad de Popayán de los estratos 1 , 2 , 3, 4, 5 comprendiendo las edades en general, que sean modernas y les guste las bebidas gaseosas y estar a la moda

7-Ciclo de servicio

Camila sale de su casa en horas de la mañana, pues es un fecha especial para su hermana, está cumpliendo años y ella decide hacer una fiesta sorpresa para ella.

Después de Camila hacer todas las compras para la fiesta, se dirige a la tienda en busca de la bebida para compartir, ella pide al trabajador que le venda 3 Coca-Cola de 3 litros pues ella afirma que es la bebida favorita de su hermana y amigos.

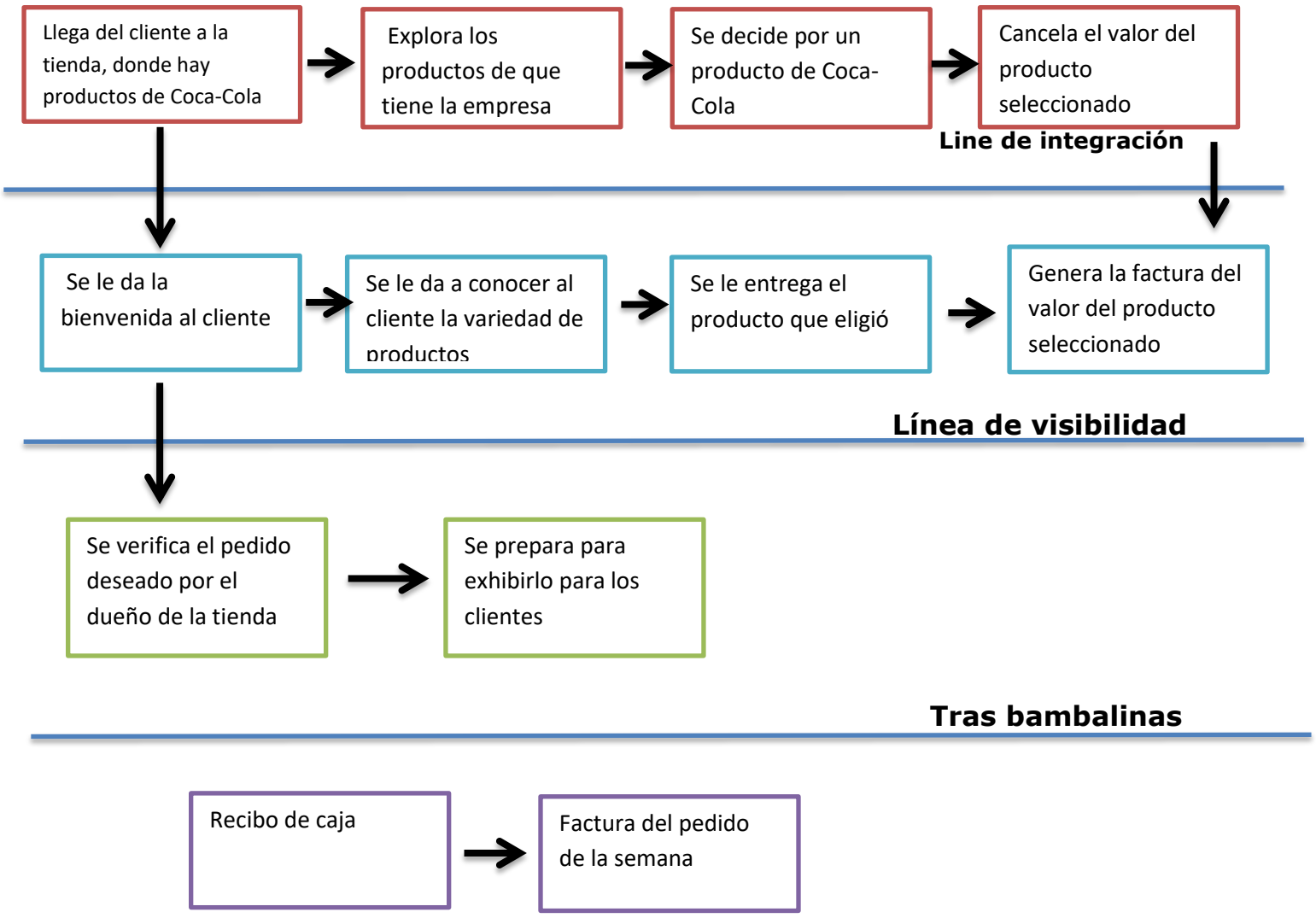
Ella procede a cancelar su pedido en la caja y contenta se dirige a su casa y celebrar el cumpleaños de su hermana

8-Estandarizar un solo procesó

Actitud: Demostrar empatía, cordialidad, y sobre todo el entusiasmo, honestidad

En mi caso estandarice la actitud ya que es un proceso muy importante, porque la actitud muestra la verdadera fortaleza de un ser humano que puede sobreponerse a través de su actitud ante una circunstancia presente, demostrar empatía al cliente es una herramienta poderosa para la organización o empresa. En el servicio al cliente, la empatía es la capacidad de interactuar con las personas, construir una relación, hacerlos sentir escuchados, respetados y comprendidos.

9- Plano de proceso_ciclo del servicio



Elementos tangibles que interviene en el servicio

10-¿Cuál sería un momento de atención cara a cara?

Un momento de atención cara a cara es el instante que el cliente externo en busca de nuestros producto Coca-Cola y es atendido por cualquiera de nuestros trabajadores el cual debe ser un guía de servicio al cliente, en los proceso de pre-selección y selección de productos, optimizando la calidad del producto

Ejemplo:

Cliente: buenas tardes vengo a solicitar una cotización sobre algunos productos que me interesan de la empresa, estoy interesada en gaseosas y jugos.

Asistente: buenas tardes bienvenida con gusto le puedo indicar y brindar información sobre los productos que manejamos y el costo que tiene cada uno y los precios para nuestros proveedores.

Tenemos

Coca-Cola 1.5 $ 3000_3500

Tenemos jugos de 700ml $ 1500_2000

Tenemos Coca-Cola personal $ 1600_2000

Decisión del Cliente:

Llevare: 7 pacas de Coca-Cola 1.5 $ 3000_3500

4 pacas de jugos de 700ml $ 1500_2000

5 pacas de Coca-Cola personal $ 1600_2000

Asistente: su factura tiene un costo total de 95.000 pesos, es tan amable de cancelar en caja, nuestros servicios se encargaran de hacerle llegar su pedido a su instalación

Cliente: muchas gracias por su amable atención Asistente: con mucho gusto y siempre estaremos a su disposición

¡Vuelva pronto!

11-Valor Agregado

Nuestra empresa por la compra de un pedido grande te obsequiaremos un quit que estará conformado por: lápiz, taja lápiz, borrador, lapiceros, colores, ega, y además una lonchera con nuestros productos.

Valor agregado se da ya que es muy importante en marketing y administración de empresas, ya que actúa como un incentivo para que los clientes compren un producto o se suscriban a un servicio. Es un medio para conseguir y atraer clientes

12-Manual de Presentación

La presentación personal se compone de tres aspectos como la imagen, la presencia y la estética. Es decir, la forma en que se muestra una persona ante la sociedad. La presentación personal juega con elementos como la vestimenta, aseo, peinado, accesorios, comportamiento, formas de hablar y hasta la forma de moverse

Hombres

- Usar ropa de la talla adecuada
- Tener un corte de cabello adecuado
- Portar decentemente el uniforme
- Tener las unas cortas y limpias
- No usar perfumes fuertes
- Llevar siempre su carnet de identificación en una parte visible

Uniforme

Camiseta roja con logo tipo de Coca-Cola



Pantalón gris con reflectores



Correa negra



Botas con platino adelante



Gorra roja, logo de Coca-Cola



Mujeres

- Tener el cabello recogido
- Usar ropa a su medida
- Llevar las uñas cortas y limpias
- Portar el uniforme correctamente ç
- No abusar de accesorios
- No usar perfumes fuertes



13-Elementos de comunicación y técnicas que se utilizan

En Coca-Cola la Comunicación Interna es parte de los procesos funcionales clave de la Compañía, porque se integra a las estrategias centrales del negocio, a su filosofía y a sus valores. Coca-Cola busca la inclusión de su gente, el despertarles pasión, inspirarlos e involucrarlos activamente en el compromiso cotidiano a través de las acciones que emprende.

Coca-Cola Enterprises ha revolucionado su estrategia de comunicación interna gracias a las soluciones en la nube de Microsoft, una plataforma de colaboración que les ha permitido mejorar la capacidad de comunicar las estrategias y los cambios a los empleados para hacerles partícipes de ellos, y que ha permitido a Coca-Cola aumentar su valor empresarial. Otro de los cambios introducidos por Coca-Cola ha sido la implantación de una intranet a escala mundial. Con ella, se proporciona a los trabajadores una plataforma donde interactuar y comunicarse. Una intranet, blogs y sitios donde comunicarse, interactuar y aprender.

Las empresas deben comunicar todo tanto a nivel interno como externo, dando una buena imagen de la empresa y también una imagen transparente. La comunicación externa se convierte en una herramienta muy importante de la empresa de cara al exterior, no sólo en casos de que la empresa tenga algo que comunicar sino en cualquier situación.

COMUNICACIÓN EXTERNA DE UNA EMPRESA.
Hacer una comunicación externa efectiva y eficiente con el objetivo no sólo de mejorar la imagen de la empresa sino también de conservarla, además de dar confiabilidad a los clientes.
Comunicación externa estratégica

• Consiste en conocer los datos de la competencia, las variables económicas y su evolución así como los cambios en legislación laboral y muchos más, con el fin de alcanzar una posición competitiva en el mercado.

Comunicación externa operativa

• Se utiliza para el desarrollo diario de la actividad de la empresa, y es la más importante a nivel de conocer ya que es la que lleva todas las comunicaciones públicas externas de la empresa, tanto con proveedores, clientes, competidores, administraciones, etc.

Comunicación externa de notoriedad

• Quiere dar a conocer a la empresa, tanto en mejorar la imagen como dar a conocer los productos. Es la que se encarga de la promoción, marketing, publicidad, patrocinios y otras actividades que hacen conocida la empresa de cara al exterior

PROMOCIONES

PATROCINIOS

PUBLICIDAD

El primer anuncio de Coca-Cola apareció tres semanas después de su salida al mercado, el 8 de mayo de 1886. Fue en la sección de anuncios por palabras del periódico Atlanta Journal-Constitution y decía lo siguiente: "Coca-Cola... ¡Deliciosa! ¡Refrescante! ¡Estimulante! ¡Vigorizante!"

En 1907 Coca-Cola empezó a introducir nuevos conceptos publicitarios que asociaran la marca con el béisbol y otros deportes.

• En 1919 surgió una estrategia publicitaria definida que consistía en convertir el producto en parte inherente de los hábitos y la vida de la gente.
• En 1927 Coca-Cola empezó a utilizar la radio comercial con fines publicitarios cuando este medio tenía cinco años de existencia. La compañía se convirtió también en una de las primeras en patrocinar programas de radio.

Hoy en día lo más común para dar a conocer un producto o una empresa en mediante las redes sociales, como también mediante propagandas en la televisión, anuncio en la radio, también una forma muy común que utiliza esta marca es atreves de panfletos y carteles que son publicados en la calle, tiendas

MI PROYECTO DE VIDA

INSTRUCTORA

MILENA LOPEZ

APRENDIZ:

DEISY RUBIELA MOSQUERA LEITON

GESTION DE TALENTO HUMANO

CENTRO DE COMERCIOS Y SERVICIOS

SENA

POPAYAN-CAUCA

2021

Tabla de contenido

1. Mi Proyecto De Vida 3
2. Empresa Y Actividad 7
3. Misión 7
4. Visión 7
5. Cliente Interno 8
6. Cliente Externo 8
7. Ciclo Del Servicio 9
8. Estándar Del Servicio Enfocado Hacia La Atención En El Cliente 10
9. Plano De Proceso De La Empresa Pio Pio 14
10. Atención Cara A Cara Y Valor Agregado Restaurante Pio Pio 15
11. Manual De Presentación Del Personal, (Vestido, Cabello, Accesorios, Uñas, Etc.) 16
    11.1 Presentación personal hombres y mujeres 16
12. Elementos De Comunicación Y Técnicas De Comunicación 19

PROYECTO DE VIDA

1. Mi Proyecto **De** Vida

1. Quien soy yo como persona

Rta: yo soy como persona una mujer competitiva, creativa y empática, conmigo misma y hacia los demás, que busca entender y comprender el mundo que le rodea de diversas formas, dispuesta siempre a afrontar nuevos retos y aprendizajes, y teniendo como base valores, cualidades positivas que me llevan cada día a conseguir mis metas y proyectos a largo y mediano plazo.

2. Quien soy yo como profesional o aprendiz

Rta: yo como profesional soy una psicóloga con capacidades y comportamientos diversos, enfocados hacia la vocación por el servicio a la comunidad, que me permiten generar y entregar conocimientos de ayuda, crecimiento personal, formación de personalidades, y actitudes. A través del compromiso, la excelencia y coherencia.

3. Cuáles son mis prioridades

Rta: Mis prioridades en este momento son: La vida y crianza de mi hijo apoyando sus metas propósitos y estudios, seguir en proceso y preparándome para empezar mi proyecto profesional, mi núcleo familiar.

4. Cuáles son mis valores fundamentales.

Rta: Mis valores fundamentales son la solidaridad, compromiso, disciplina, la honestidad.

MI MISION

Mi misión es:

Mi fin primordial es seguirme preparando a nivel personal y profesional, para ayudar a través de mis conocimientos, compromiso y disciplina a la sociedad, familia y demás.

Cuál es la visión que tienes de ti dentro de 5 años?

MI VISION

Mi visión es:

Al 2026 seré una persona preparada profesionalmente tras haber culminado mi maestría y doctorado, y ejerciendo mi labor como psicóloga y profesional en talento humano, en una de las mejores empresas de del pais.

OBJETIVOS

Objetivo General

Seguir en la preparación profesional y personal activamente.

Objetivos específicos

*servir a la sociedad desde mi carrera profesional.

*Aportar en el cuidado y desarrollo personal, económico y social de los integrantes de mi núcleo familiar.

- ¿a dónde te gustaría llegar?

Me gustaría llegar a formar mi propia Fundación para la ayuda de personas con problemas de adicción y farmacodependencia, viajar alrededor del mundo.

- ¿qué quieres conseguir como profesional?

Me gustaría conseguir como profesional, ser una persona reconocida por mi talento y trabajo.

- ¿qué te gustaría hacer si tuvieras todas las facilidades a tu alcance?,

Me gustaría viajar a muchas partes con mi familia, conocer culturas diferentes, países diferentes, y manejar mis propias fundaciones, dando oportunidad de empleo a muchas personas y ayudando a la sociedad.

- ¿qué trabajo te gustaría tener?

Me gustaría tener el trabajo de docente-orientadora.

- ¿en qué tipo de empresa te gustaría trabajar?

Me gustaría trabajar para el gobierno, el estado.

- ¿Cuál sería tu desarrollo profesional (metas)?….

Mi desarrollo profesional va enfocado en la preparación, esmero y la disciplina con la que siga para seguir logrando mi proyecto de vida.

Metas a corto plazo

Continuar con mis estudios

Seguir ejerciendo mi profesión

Seguir en la vida y crianza de mi hijo.

Metas a mediano plazo

Graduarme de los estudios profesionales que estoy estudiando actualmente.

Seguir poniendo al servicio de la comunidad mis servicios y conocimientos.

Seguir en la vida y crianza de mi hijo ayudándole a cumplir sus sueños

Metas a largo plazo

Poder tener mis propias cosas, mi casa propia, mi carro propio y una calidad de vida saludable, estable y positiva.

- ¿Cuál es tu papel como profesional?

Mi papel es servir a la comunidad con excelencia, compromiso y honestidad.

- ¿Qué contribución haces como profesional?

Como profesional contribuyo al desarrollo de una sociedad más empática, activa, solidaria y educada.

- ¿Cómo quieres que te recuerden?

Como una persona activa, disciplinada, con vocación de servicio, ayuda y entrega a los demás.

- ¿Qué logros profesionales te hubiera gustado alcanzar dentro de 10 o 20 años?

Alcanzar mi maestría

Alcanzar mi doctorado

Tener mis propias fundaciones.

Mi propia casa

Mi propio negocio

- ¿Te has parado en planificar tu vida profesional?

Si totalmente me he preparado para mi vida profesional con esmero, entrega, disciplina y compromiso.

- ¿Qué vas a hacer para alcanzar tu visión por medio de los objetivos que te has fijado?

Seguir en con la disciplina y el compromiso en mis estudios preparándome activamente.

- ¿Por dónde debes empezar?

Se empieza desde cero, no olvidar las raíces, la familia y nuestros apoyos económicos, afectivos.

- ¿Cuánto tiempo vas a necesitar para conseguirlo?

Se necesita un tiempo de 5 años para conseguir todo ello.

Te invito a que reflexiones sobre dónde está hoy tu vida profesional.

- ¿Estás en el lugar que quieres y mereces?

  Rta: actualmente, estoy luchando por estar donde quiero estar y a donde debo ir y empezar una nueva etapa de mi vida.

- ¿Sientes que lo que haces es tu verdadera misión?

  Rta: si, actualmente ya me siento encaminada en mi verdadera misión de vida.

- ¿Cuántos años más te ves en esta situación profesional?

  Rta: no podría decir con exactitud cuántos años me vería en esta profesión porque ella me acompañara toda mi vida.

- ¿Lo que haces está alineado con lo que valoras?,

  Rta: si, lo que hago actualmente me da esa satisfaccion de que hago lo correcto para seguir cultivando mi futuro.

- ¿Cuáles son tus prioridades hoy y ahora?.

  Rta: mi hijo, mi familia y mi proyecto de vida personal y profesional.

2. Empresa Y Actividad

a. Nombre de la Empresa: Grupo Pio Pio.

b. Actividad de la Empresa: Expendio a la mesa de comidas preparadas.

Historia

En 1971 los hermanos Antonio y Leonardo Fernández, resolvieron abrir un restaurante y vender de forma directa la producción de pollo de una finca avícola de su familia, situada al oriente de Popayán, en cercanías al Molino de Mosco pan, en Fucha.

Los nuevos socios establecieron su negocio en un pequeño local, ubicado en la calle 6 # 8-11, al lado del afamado Sorateño, en el que instalaron cuatro mesas y 16 sillas. Su formato inicial era nocturno y de fines de semana. Pronto el Asadero PIO PIO se hizo conocer. Era usual que quienes salían de discotecas pasaran a PIO PIO a tomar consomé, comer pollo y seguir su camino a casa, 30 años después se consolidaría como Grupo Empresarial Piopio S.A.S. un éxito empresarial fundado por Antonio Fernández y su familia.

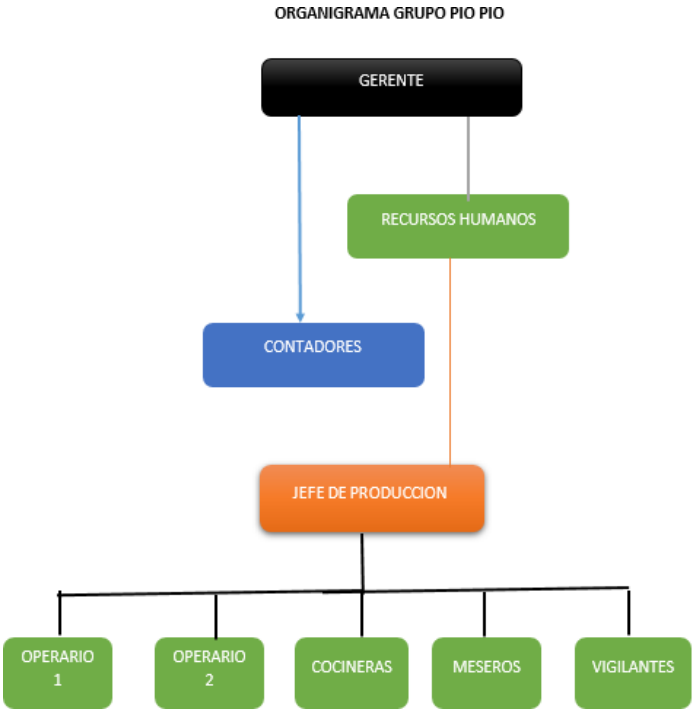
3. Misión

Proporcionar alimentos de excelente calidad, con los más altos estándares de producción, conservación saludables, sin compuestos químicos, prácticas amigables con el medio ambiente, y un precio cómodo a las familias.

4. Visión

Con visión empresarial, al 2030, Mantener y Responder a la confianza que nos han proporcionado nuestros clientes en estos largos años, será una empresa reconocida como nueva alternativa para una nutrición equilibrada y saludable, llegando a todas partes del pais.

ORGANIGRAMA GRUPO PIOPIO



5. Cliente Interno

Los clientes internos de la empresa está compuesto por:

GERENTE: Administración de los recursos, realización de ventas y convenios de comercio, evaluación de las actividades de la empresa.

CONTADOR: Realización de las actividades contables y presentación con argumentos de evaluación de dichos datos.

JEFE DE PRODUCCIÓN: Observación de los procesos desarrollados en la planta, de producción semanal, vigilancia de los procesos.

OPERARIO Y VIGILANTE: cocineras, meseras, meseros y la responsabilidad de seguridad empresarial.

6. Cliente Externo

El restaurante está dirigido a hombres, mujeres niños (a), familias de estratos 2, 3,4.

7. Ciclo Del Servicio

Este ciclo empieza cuando el cliente solicita el servicio o producto que la empresa ofrece y finaliza cuando el cliente logra lo que buscaba y se siente satisfecho por el trato recibido. En nuestra empresa el ciclo empieza en el momento desde que llega el cliente y será atendido por los meseros, se le tomara la orden y este procederá a llevar la orden a la cocina para que las señoras de las cocinas realicen la comida solicitada por los clientes. Y luego la orden será llevada a los clientes. Para ser consumido los alimentos.

El cliente llega al restaurante

El cliente es recibido por el vigilante del restaurante,

El vigilante le da un saludo de bienvenida al cliente y le aplica el gel antibacterial de manos, para siguiendo con el protocolo de bioseguridad, por la emergencia sanitaria.

El cliente procede a escoger una mesa, lugar y sitio en el restaurante para sentarse y esperar a ser atendido.

El cliente es atendido por el empleado del restaurante.

El empleado de la empresa, saluda al cliente y hace entrega de la carta de menú, para que el cliente observe la comida disponible.

El mesero se retira por tres minutos de la mesa mientras el cliente observa el menú y escoge lo que desea.

Pasado el tiempo el mesero vuelve a la mesa con el cliente externo para tomar el pedido del cliente.

El mesero se dirige a la zona de preparación de alimentos (cocinas) con la orden del cliente externo para solicitar el pedido.

El mesero entrega la orden del cliente a las empleadas de la cocina, quienes proceden a servir los alimentos y a fritar, calentar o a hacer los jugos naturales si es de pedido del cliente.

Pasado el tiempo estipulado, las cocineras informan al mesero que ya está lista la comida por partes, primero llevar los consomés, luego las bandejas. Y jugos.

El mesero lleva los alimentos al cliente a la mesa, por partes, hasta completar todo el pedido en su totalidad.

Después de ello, el mesero pregunta al cliente si desea algo más, deja la factura en la mesa y de acuerdo a la respuesta del cliente, este procederá retirarse de la mesa, si no hay alguna otra orden.

Los clientes han finalizado de consumir los alimentos en el restaurante, el mesero les retira los platos y despide a los clientes.

Los clientes se dirigen a caja a cancelar lo consumido.

Se deben utilizar los diálogos adecuados, de información, positivos y asertivos con los clientes.

8. Estándar Del Servicio Enfocado Hacia La Atención En El Cliente

Estándar: Atención y ofrecimiento del menú a los clientes que llegan al restaurante.

- El Saludo: Buenos días, sean ustedes bienvenidos al restaurante Pio Pio, que desean ordenar.

- La Actitud: Carismático (a), Amable, empático (a), atento, disposición de escucha, tono de voz.

- Presentación personal: Uniforme traje formal, en color negro y blanco, para hombres, pantalón de sastre negro y camisa blanca manga larga, con corbatín, zapatos negros cerrados, corte de cabello bajo, sin aretes.

  Para mujeres pantalón negro sastre, camisa blanca manga larga. Cabello recogido con moña de banda, sin maquillaje, aretes pequeños, no extravagantes, zapatos negros cerrados, sin tacón. El Uniforme debe portarse todos los días a la semana, en los diferentes turnos.

- Procesos de Atención:

  a. Conocer la Necesidad del Cliente: Escucha activa del mesero hacia el cliente, contacto visual con el cliente todo el tiempo mientras este ordena la comida que desea, mencionar al cliente en qué punto desea algún plato especial, y desea algún adicional, mencionar los tipos de bebidas, entre otro. (Jugos y gaseosas fríos o a temperatura ambiente).

b. Suplir la necesidad del cliente: Preguntar al cliente si está satisfecho con el menú ordenado, si necesitan, si se les puede servir en algo más o si por el contrario no necesita nada más.

c. Dar opción de respuesta en caso de no dar solución inmediata: Al dar al cliente la entrega de los menús, y esperar el tiempo prudente, para que ordenen sus comidas, en caso de no tener lo deseado a ordenar con el cliente, ofrecerle otro menú, para que si el cliente quiere lo tome si así lo desea. En caso de no satisfacer esa necesidad, ofrecer al cliente otra variedad de restaurantes donde pueda encontrar lo que desea.

Objetivos

El objetivo de estandarizar el área de la calidad del servicio de atención al cliente, servicio a la mesa, es Promover y mejorar la calidad de la cultura empresarial, que permita generar un proceso de atención asertiva y positiva a nuestra distinguida clientela y atraer mayores clientes.

Actividades (como lo vamos a hacer)

1. Concientización: lideres, jefes y colaboradores (objetivo, estándares) reseña rápida de la empresa y su cultura.

   Charla de inicio de reunión, sobre la historia y creación de la empresa Pio Pio, como empezó y se fue formando.

   Tiempo: 20 minutos.

   Historia

   En 1971 los hermanos Antonio y Leonardo Fernández, resolvieron abrir un restaurante y vender de forma directa la producción de pollo de una finca avícola de su familia, situada al oriente de Popayán, en cercanías al Molino de Mosco pan, en Fucha.

   Los nuevos socios establecieron su negocio en un pequeño local, ubicado en la calle 6 # 8-11, al lado del afamado Sorateño, en el que instalaron cuatro mesas y 16 sillas. Su formato inicial era nocturno y de fines de semana. Pronto el Asadero PIO PIO se hizo conocer. Era usual que quienes salían de discotecas pasaran a PIO PIO a tomar consomé, comer pollo y seguir su camino a casa, 30 años después se consolidaría

como Grupo Empresarial Piopio S.A.S. un éxito empresarial fundado por Antonio Fernández y su familia.

2. Conferencia, taller, almuerzo y plan de comunicación interna: intervención de jefes y colaboradores y porque se va hacer. (saludo, actitudes, presentación personal y quien, lo va a realizar, el tiempo para cada actividad.

   Actividad: Almuerzo de integración y capacitación para mejorar la cultura empresarial de la empresa, dirigido al personal del área servicio al cliente, atención a mesa.

   Hora: 1:00 pm

   Lugar: Salón de eventos Caballo de copas. Dirección kra 23 norte n 34-32.

   Fecha: 18 abril 2021

   Orden del día,

Tema 1, el Saludo, como hacerlo de manera correcta y dirigida al cliente. Dirigido por La psicóloga del área de talento humano, tiempo 15 minutos. Personal interno de la empresa.

Tema 2, La Actitud: tipos de actitudes asertivas frente al cliente, dirigido por la psicóloga del área de talento humano, tiempo 30 minutos. Se presentara un video concerniente a este tema, a través del video been. Personal interno de la empresa.

Tema 3, Presentación Personal: Capacitar al personal sobre el uso adecuado de los uniformes, como portarlos correctamente, llevar los uniformes para mostrar a los empleados, verificar el color, las telas. Mostrar a través de una dramatización, escogiendo un grupo de 4 personas del público asistente el porte adecuado de los uniformes, incluye para hombres y mujeres, peinado, maquillaje, accesorios. Guiado por la psicóloga de la empresa. Tiempo 30 minutos.

Tema 4 Procesos de Atención:

1.1. Tema 4.1 Conocer la Necesidad del Cliente: Capacitación de como los meseros deben tener una Escucha activa del mesero hacia el cliente, contacto visual con el cliente todo el tiempo mientras este ordena la comida que desea, mencionar al cliente en qué punto desea algún plato especial, y desea algún adicional, mencionar los tipos de bebidas, entre otro. (Jugos y gaseosas fríos o a temperatura ambiente). Será realizada por la psicóloga de la empresa, tiempo 30 minutos.
1.2. Tema 4.2 Suplir la necesidad del cliente: capacitación en cómo se debe Preguntar al cliente si está satisfecho con el menú ordenado, si necesitan, si se les puede servir en algo más o si por el contrario no necesita nada más. Será realizada por la psicóloga de la empresa, tiempo 30 minutos.

Tema 4.3 Dar opción de respuesta en caso de no dar solución inmediata

1.1. Evaluación del proceso y de la conferencia: Capacitación sobre cómo dar al cliente la entrega de los menús, y esperar el tiempo prudente, para que ordenen sus comidas, en caso de no tener lo deseado a ordenar con el cliente, ofrecerle otro menú, para que si el cliente quiere lo tome si así lo desea. En caso de no satisfacer esa necesidad, ofrecer al cliente otra variedad de restaurantes donde pueda encontrar lo que desea.

Nota: Se realizara una actividad de dramatización escogiendo 3 personas del público asistente de la empresa, para que representen una dramatización de cada uno de estos pasos en la atención del cliente. Será realizada por la psicóloga de la empresa, tiempo 30 minutos.

1. seguimiento

Para realizar y dar seguimiento a las actividades propuestas y dar cumplimiento al mismo, se pasara revista en todas las sedes de los restaurantes por parte de los jefes inmediatos en cada sede. Esta información se dará de manera clara y puntual a todos los asistentes del grupo. El horario de realización de estos seguimientos se realizara en la tercera semana del mes de abril cliente interno y cuarta semana del mes de abril cliente externo. Para ver el cumplimiento de la misma. El seguimiento se realizara una semana por mes. A partir del mes de abril.

Cronograma cliente externo e interno.

CRONOGRAMA MES DE ABRIL- Cliente Interno

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10 Revista Jefe supervisor	11 Revista Jefe supervisor	12 Revista Jefe supervisor	13 Revista Jefe supervisor	14 Revista Jefe supervisor	15 Revista Jefe supervisor	16} Revista Jefe supervisor

17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

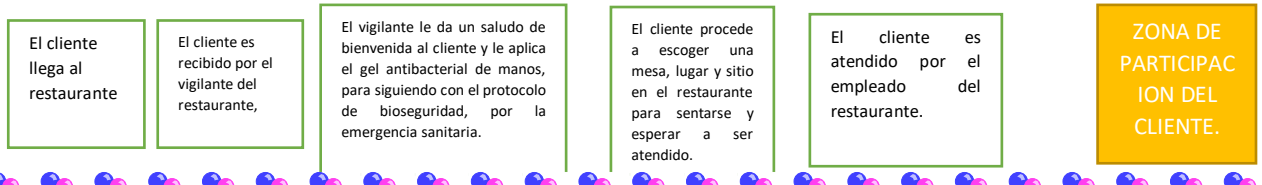
CRONOGRAMA MES DE ABRIL- Cliente Externo

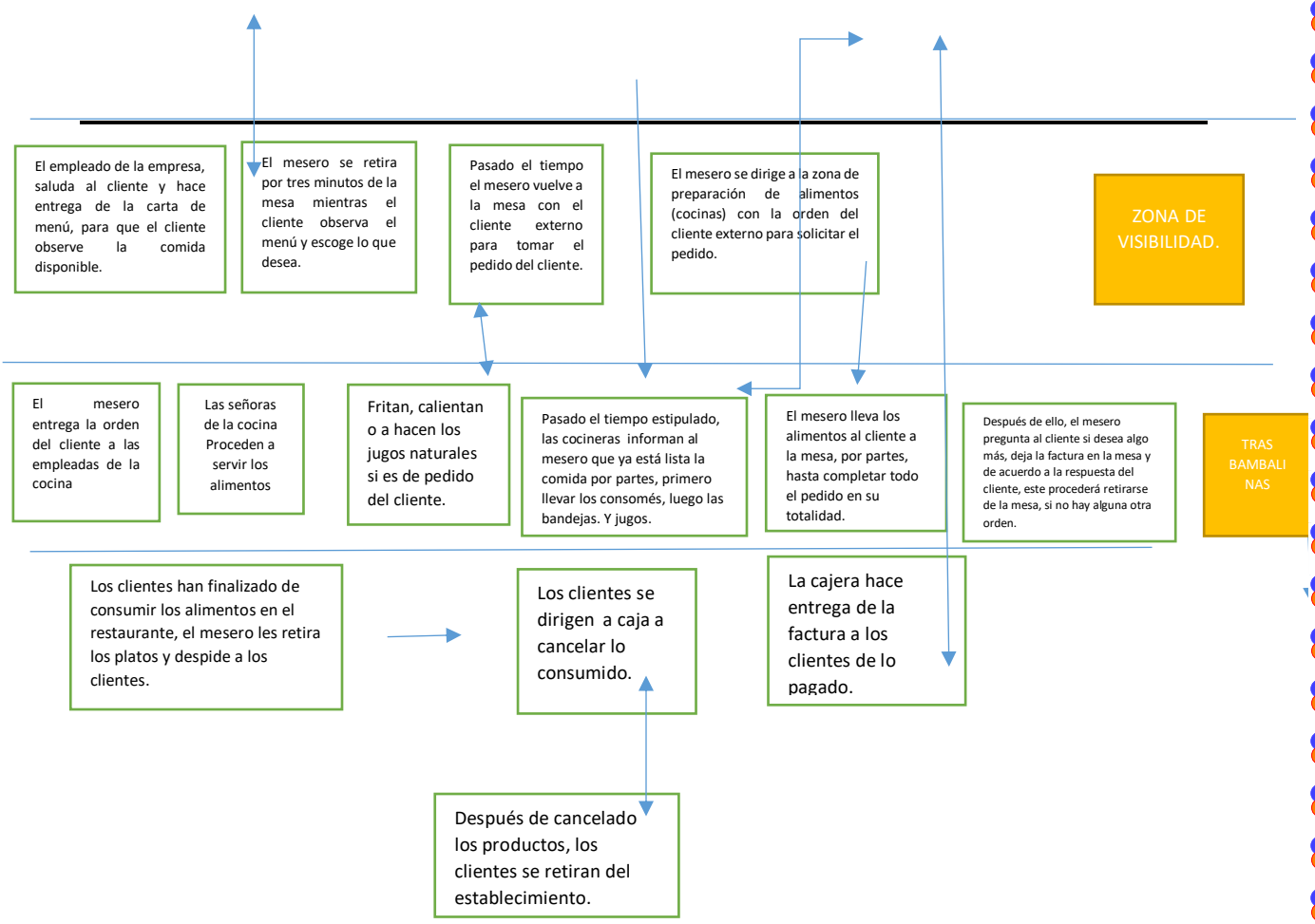
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16}
17 Revista Jefe supervisor	18 Revista Jefe supervisor	19 Revista Jefe supervisor	20 Revista Jefe supervisor	21 Revista Jefe supervisor	22 Revista Jefe supervisor	23 Revista Jefe supervisor
24	25	26	27	28	29	30

Este servicio se estandarizo para mejorar y potencializar la atención de los meseros hacia los clientes que llegan al restaurante, de forma más positiva y asertiva.

9. Plano De Proceso De La Empresa Pio Pio

Después de cancelado los productos, los clientes se retiran del establecimiento.





10. Atención Cara A Cara Y Valor Agregado Restaurante Pio Pio

Un momento de atención cara con los clientes es cuando llegan los clientes externos (familias, hombres, mujeres, niños y niñas al restaurante) y deben ser atendidos por nuestros meseros.

El cliente llega al restaurante

El cliente es recibido por el vigilante del restaurante,

El vigilante le da un saludo de bienvenida al cliente y le aplica el gel antibacterial de manos, para siguiendo con el protocolo de bioseguridad, por la emergencia sanitaria.

El cliente procede a escoger una mesa, lugar y sitio en el restaurante para sentarse y esperar a ser atendido.

El cliente es atendido por el empleado del restaurante.

El empleado de la empresa, saluda al cliente y hace entrega de la carta de menú, para que el cliente observe la comida disponible.

El mesero se retira por tres minutos de la mesa mientras el cliente observa el menú y escoge lo que desea.

Pasado el tiempo el mesero vuelve a la mesa con el cliente externo para tomar el pedido del cliente.

El mesero se dirige a la zona de preparación de alimentos (cocinas) con la orden del cliente externo para solicitar el pedido.

El mesero entrega la orden del cliente a las empleadas de la cocina, quienes proceden a servir los alimentos y a fritar, calentar o a hacer los jugos naturales si es de pedido del cliente.

Pasado el tiempo estipulado, las cocineras informan al mesero que ya está lista la comida por partes, primero llevar los consomés, luego las bandejas. Y jugos.

El mesero lleva los alimentos al cliente a la mesa, por partes, hasta completar todo el pedido en su totalidad.

Después de ello, el mesero pregunta al cliente si desea algo más, deja la factura en la mesa y de acuerdo a la respuesta del cliente, este procederá retirarse de la mesa, si no hay alguna otra orden.

Los clientes han finalizado de consumir los alimentos en el restaurante, el mesero les retira los platos y despide a los clientes.

VALOR AGREGADO

Por la compra de una cajita feliz infantil o menú infantil, reciba para su niño(a) un juguete, más chocolatina jet personal.

11. Manual **De Presentación Del Personal, (Vestido, Cabello, Accesorios, Uñas, Etc.)**

11.1 Presentación personal hombres y mujeres

Uniforme traje formal, en color negro y blanco, para hombres y mujeres. Pantalón de sastre negro y camisa blanca manga larga, con corbatín (hombre), zapatos negros cerrados, corte de cabello bajo (hombres), sin aretes (hombres). Mujeres sin corbatín, con aretes pequeños, cabello recogido, con moña de banda.

UNIFORMES PARA HOMBRE

Uniforme traje formal, en color negro y blanco, para hombres, pantalón de sastre negro y camisa blanca manga larga, con corbatín, zapatos negros cerrados, corte de cabello bajo, sin aretes. El uniforme debe portarse todos los días de lunes a domingo.













UNIFORMES PARA MUJER

Para mujeres pantalón negro sastre, camisa blanca manga larga. Cabello recogido con moña de banda, sin maquillaje, aretes pequeños, no extravagantes, zapatos negros cerrados, sin tacón. El Uniforme debe portarse todos los días a la semana, en los diferentes turnos.















12. Elementos De Comunicación Y Técnicas De Comunicación

Diariamente nos comunicamos: de manera ordenada, con intención, involuntariamente, con gestos o palabras. Nos comunicamos en distintos ámbitos y de distintas maneras, expresando sentimientos, deseos, opiniones, etc. La comunicación es uno de los procesos más importantes y complejos que lleva a cabo el ser humano. Por ello es importante tomar conciencia y asumir el control de lo que comunicamos para ser eficientes y obtener el máximo de las personas y las situaciones.

Los tipos de comunicación son:

- Verbal,
- no verbal
- gráfica.

La Comunicación Verbal:

Se refiere a la comunicación que se vale de la palabra para dar el mensaje, es la principal forma de comunicación que se utiliza. Puede ser oral o escrita. Por ejemplo: Conversaciones, juntas, entrevistas, memorandos, cartas, tablero de avisos, correo electrónico, páginas de internet etc-

Comunicación No Verbal

Podemos comunicar sin pronunciar palabras, sin escribir cosa alguna. Las acciones son actividades de comunicación no verbal que tienen igual importancia que la palabra y las ilustraciones. Puede ser por medio del movimiento corporal (postura, gestos, ademanes) (uso físico de los espacios), etc.

La comunicación no verbal incluye expresiones faciales, tono de voz, patrones de contacto, movimientos, diferencias culturales, etc. En la comunicación no verbal se incluyen tanto las acciones que se realizan como las que dejan de realizarse. Así, un apretón de manos fuerte, o llegar tarde todos los días al trabajo son también comunicación. En las organizaciones, la comunicación no verbal se da por las asignaciones de espacios físicos, la manera en que se sienta la gente en las juntas, la forma como se visten, etc.

Existen cuatro tipos de comunicación efectiva en las empresas:

Ademas también encontramos:

- **Comunicación Formal:** Trata únicamente temas de trabajo. Se basa en ciertas reglas organizacionales regidas por la posición del colaborador dentro de la empresa.
- **Comunicación Informal:** Se genera de manera natural para resolver algún problema comunicativo que surja de manera instantánea en el trabajo. El colaborador no necesita seguir ningún protocolo formal.
- **Comunicación Vertical**: Son mensajes transmitidos por los colaboradores hacia los directivos de la organización. Pueden ser sugerencias o inconformidades.
- **Comunicación Horizontal:** Se desarrolla por parte de los directivos de la organización hacia los colaboradores. Pueden ser entrevistas o conferencias.

PORTAFOLIO DE ACTIVIDADES

SERVICIO AL CLIENTE

APRENDIZ

EDINSON EDUARDO LÓPEZ HURTADO

SERIVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE (SENA)

GESTION DEL TALENTO HUMANO

FICHA 2232623

INSTRUCTORA

SANDRA MILENA LOPEZ

MAYO DE 2021

Tabla de contenido

1. Mi proyecto de vida…….…..……3
2. Empresa……...…..7
3. Misión…….…..8
4. Visión…….……...8
5. Cliente interno…….……..…8
6. Cliente externo…….……..…9
7. Ciclo del servicio de la empresa……..……10
8. Estandarización del proceso……..…….….11
9. Plano del proceso……..…….….12
10. Momento de atención cara a cara……12
11. Valor agregado……....13
12. Protocolo de presentación personal…….13
13. Elementos y técnicas de comunicación…….……..18

VISION Y MISION PERSONAL

1. PROYECTO DE VIDA

VISION

Para el año 2023 mi visión personal es terminar mis estudios y ser un gran profesional en talento humano, laborando en una empresa reconocida y aplicando todos mis conocimientos y valores aprendidos en mi formación, seré independiente y muy responsable, tendré una estabilidad económica, ahorrare y comprare mi apartamento y un carro.

Para el año 2026 seguiré capacitándome para poder ascender profesionalmente y lograre aumentar mis ingresos económicos y así viajar a Italia y otros países.

MISION

Soy una persona responsable, comprometida y dedicada con cualidades y valores invaluables mi perspectiva es capacitarme y adquirir muchos conocimientos y así lograr cumplir mis metas. Quiero llegar hacer un gran ser humano que tenga los medios económicos para ayudar a quien lo necesite.

OBEJETIVO GENERAL

Mi objetivo general es lograr ser un gran profesional, sentirme realizado y feliz por las metas logradas, ejercer mi carrera con vocación y responsabilidad. Apoyar a mi familia a salir adelante

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Siempre ser responsable en todos los aspectos de mi vida
- Lograr todo lo que me proponga con esfuerzo y dedicación
- Crecer como persona en el ámbito personal y profesional
- Dar lo mejor de mí y ser reconocido por la sociedad por mi carisma y servicio
- Ayudar a mi familia a llevar una mejor calidad de vida
- Buscar un trabajo que me ayude a crecer laboralmente y como persona
- Realizar mi trabajo con vocación y profesionalismo
- Viajar, conocer y disfrutar de todos los frutos que haya dado mi trabajo.

PLAN DE ACCION O ESTRATEGIA

¿Te has parado en planificar tu vida profesional?

Si claro, desde que tengo uso de razón siempre he soñado en alcanzar mis metas, siempre quise terminar mis estudios de primaria, secundaria para poder ingresar a la universidad o al Sena la idea de esto es capacitarme para poder encontrar un buen empleo y poder realízame como persona.

¿Qué vas a hacer para alcanzar tu visión por medio de los objetivos que te has fijado?

Para poder alcanzar mi misión seré responsable y me esforzare al máximo por terminar mi tecnólogo porque esa es la meta que me he trazado.

¿Por dónde debes empezar?

Debo empezar dando lo mejor de mí, seré perseverante y me proyectare a futuro consiente de que todo se consigue con esfuerzo y siempre de la mano de DIOS

¿Cuánto tiempo vas a necesitar para conseguirlo?

El tiempo que dure mi tecnólogo y mis prácticas y todo dependerá de mi para que no sea a tan largo plazo

¿Estás en el lugar que quieres y mereces?

Pienso que estoy en el lugar que quiero, porque tengo a las personas que amo cerca de mí, tengo mi profesión y he construido propio negocio y todo lo he conseguido con esfuerzo y sacrificio, si lo merezco porque amo y disfruto hacer lo que hago y estar siempre unidos como familia.

¿Sientes que lo que haces es tu verdadera misión?

Pienso que lo que actualmente hago fue la misión que me propuse tiempo atrás y siento que la he cumplido, y como persona no debo estancarme en un solo sitio cada dia hay que atreverse a soñar y a volar más alto.

¿Cuántos años más te ves en esta situación profesional?

Mi profesión es un arte que siempre llevare adonde quiera que vaya, me ha dado muchas cosas y que me ha ayudado a crecer como persona y profesional así que siempre la tendré presente así crezcan mis conocimientos y ejerza otra carrera.

¿Lo que haces está alineado con lo que valoras?

¿Cuáles son tus prioridades hoy y ahora?

- Mis prioridades como persona son cuidarme en todos los aspectos para tener una buena salud y así poder disfrutar mi vida en plenitud.
- estudiar para ser un gran profesional y tener estabilidad.
- Tener amigos, ser feliz, reír, divertirme
- ayudar a las demas personas

- formar una familia
- cuidar y ayudar a mi familia

2. EMPRESA



PRIMOCELL TECNOLOGY

ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA:

Primocell tecnology es una empresa líder en la ciudad de Popayán en la venta y reparación de equipos celulares nuevos y usados, así como todo tipo de accesorios y aparatos electrónicos de última tecnología.

Primocell tecnology Está ubicado en la Kra 5 # 8-03 barrio el empedrado Popayán-cauca

Horarios de Atención al cliente

Horarios: lunes a viernes de 8:00 am a 7:00 pm jornada continua, domingos y festivos de 9:00 am a 4:00 pm

3. MISION PRIMOCELL TECNOLOGY

En primocell tecnology Trabajamos todos los días para ofrecer a nuestros usuarios lo mejor en tecnología, brindando una amplia gama de equipos celulares, accesorios y productos cobertura, planes, promociones y servicios enfocados siempre en suplir las necesidades de comunicación de nuestros usuarios prestándoles un excelente servicio al cliente. Agregando un servicio post-venta. Con procesos eficientes, con una marca sólida y posicionada y mediante un grupo humano identificado con la cultura de servicio al cliente, calificado y satisfecho. Logrando la rentabilidad que nos permita sostenernos en el tiempo y asumiendo un compromiso total con nuestros clientes, empleados y la sociedad.

4. VISION PRIMOCELL TECNOLOGY

Ser reconocido por los clientes, proveedores, empleados, competidores y público en general

Queremos estar comprometidos con nuestros clientes de forma transparente y eficaz para convertirnos en su socio de confianza. En nuestra visión queremos ser una empresa de referencia, que camina con el cambio de la tecnología y la sociedad, dando a conocer las posibilidades de los estándares y tecnologías libres. Luchamos día a día para brindarle el mejor servicio posible para que sea el cliente el que nos ayude a seguir expandiendo nuestra empresa. Esta labor se debe desempeñar de forma ética y satisfactoria para, nuestros clientes y el resto de la sociedad. Nuestro compromiso es la excelencia.

5. CLIENTE INTERNO

AREA: ventas

Primocell tecnology cuenta con 6 empleados en el área de atención al cliente (vendedor de vitrina) altamente calificados, con conocimientos previos en equipos celulares y tecnología

A continuación presentamos a nuestros empleados encargados del área de ventas

María Camila paredes: asesora comercial encargada de la venta de planes pospago en la empresa primocell tecnology

Raúl cerón contreras: vendedor de vitrina, con conocimientos en equipos celulares de todas las gamas.

Sandra milena tobar: asesora comercial, encargada del área de todo tipo de accesorios

Yesid Obando cruz: asesor comercial, encargado de la venta de equipos de 2da verificando, precio y garantías.

Melvi Nieto: asesora comercial, encargada de la venta de equipos tecnológicos, controles, cabinas de sonido, etc.

6. CLIENTE EXTERNO:

SEGMENTO DE MERCADO

EL segmento de mercado va dirigido a hombres, mujeres y jóvenes adolescentes, amantes de la tecnología y teléfonos celulares nuevos y usados, así como todo tipo de accesorios y aparatos electrónicos de última generación.

CELULARES Y ACCESORIOS	**HOMBRES,MUJERES Y ADOLESCENTES**
GEOGRAFICAS	
Ciudad	Popayán-cauca
Barrio	centro
DEMOGRAFICAS	
Edad	15 a 50 años
genero	Masculino femenino
PSICOGRAFICAS	
Nivel cultural	Estratos 1,2,3,4,5
religión	indiferente
CONDUCTUALES	
	Hombres ,mujeres, adolescentes que buscan comprar equipos celulares, accesorios de última tecnología

7. CICLO DEL SERVICIO

- El cliente llega e ingresa a primocell tecnology
- Inmediatamente la asesora le da la bienvenida y ofrece los equipos celulares disponibles y le brinda asesoría para que el cliente encuentre lo que realmente busca
- El cliente se decide por el equipo celular que va a comprar.

- La asesora le indica que cancele el equipo en caja e inmediatamente regrese a la vitrina con la factura.
- El cliente cancela el equipo celular y regresa donde se encuentra la asesora
- La asesora hace entrega del equipo celular, lo destapa al frente del cliente para que el se cerciore de que viene completamente sellado, lo ensaya y le da una pequeña inducción con recomendaciones ,y le hace entrega de la factura y garantía
- El cliente recibe su equipo celular muy satisfecho ,da las gracias a la asesora por su excelente atención
- La asesora despide al cliente con una sonrisa invitándolo a que regrese pronto.
- El cliente sale del establecimiento muy satisfecho porque logro comprar lo que sedeaba y tuvo una excelente atención.

8. ESTANDARIZACION SERVICIO AL CLIENTE PRIMOCELL TECNOLOGY

Como lo estandarizo?

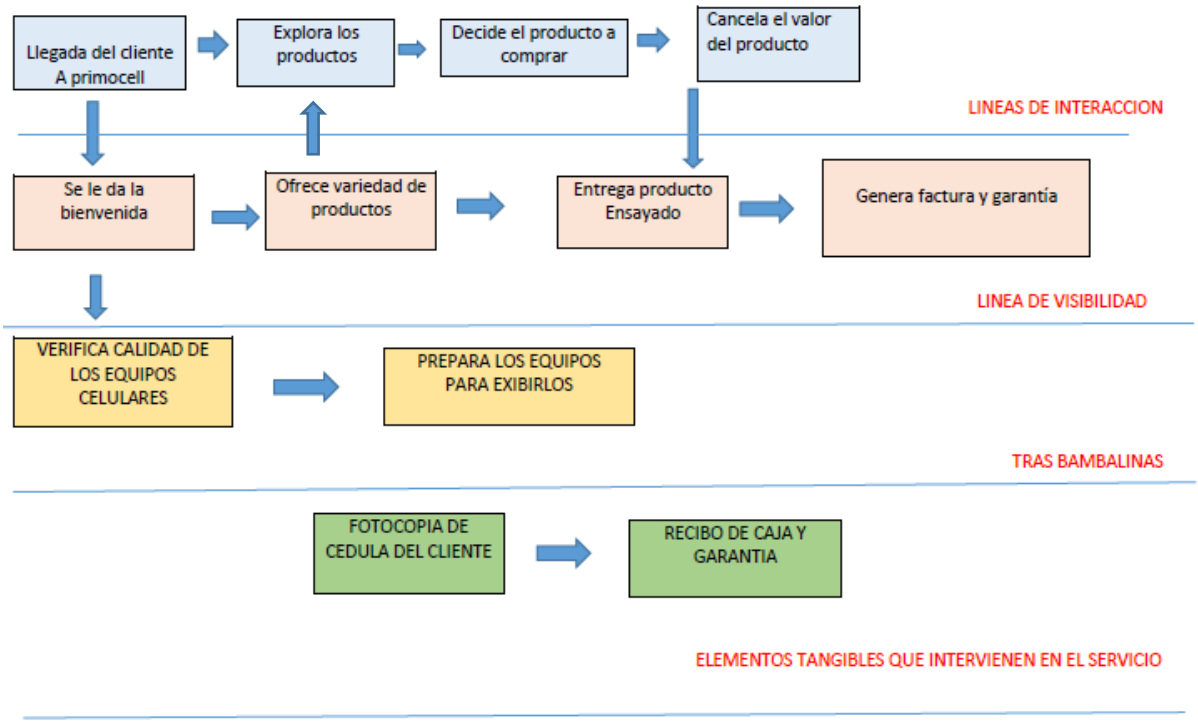
SALUDO: buen día, bienvenidos a primocell en que le puedo colaborar?

Por qué lo estandarizo?

Estandarice **el saludo** Porque pienso que es uno de los procesos más importantes al momento de atender al cliente, es un gesto formal, una forma de respeto hacia los demás, por esta razón se debe saludar de manera correcta y amable así se lograra empatía y agrado y habrá más oportunidad de crear vinculos.

9.

PLANO DEL SERVICIO PRIMOCELL TECNOLOGY



MOMENTO DE ATENCION CARA A CARA PRIMOCEL TECNOLOGY

El contacto cara a cara representa la primera herramienta del servicio al cliente y su estrategia.

- Un momento de atención cara a cara se da cuando el cliente llega a primocell tecnology y le dan el saludo de bienvenida.
- Cuando decide comprar el producto, cuando cancela y le hacen entrega del mismo.

10. VALOR AGREGADO

En primocell tecnology ofrecemos el mejor servicio a nuestro clientes por eso para las fechas especiales tenemos una excelente promoción, por la compra de un teléfono celular de gama media o alta te obsequiamos el estuche personalizado y un paquete de datos de 500 megabytes

POR QUE SE DA ESTE VALOR AGREGADO?

Este valor agregado se les ofrece a nuestros clientes como un incentivo, y es una forma de atraerlos a la empresa, de esta manera se obtiene una ventaja competitiva, se fideliza y se crea una mayor aceptación por parte del cliente.

11. PROTOCOLO DE PRESENTACION DEL PERSONAL DE PRIMOCELL TECNOLOGY



IMAGEN PERSONAL

Imagen Personal La imagen es el conjunto de rasgos que caracterizan ante la sociedad a una persona o entidad. La imagen física, como código de comunicación no verbal, incluye no solamente las prendas de vestir, sino también el peinado, el maquillaje y los accesorios. Así

mismo la postura al pararse, sentarse y caminar, la sonrisa, los ademanes, el tono de voz, contacto visual y la conducta en general. La imagen es una tarjeta de presentación

GENERALIDADES

Generalidades Ser y sentirse agradable genera confianza en sí mismo y mejora el desempeño profesional y social. Si hablamos de una organización, la imagen de ésta depende en gran parte de la buena impresión que sus empleados causen. Lo mismo podemos referirnos en un hogar, es importante causar una buena impresión en todo momento, pero sin olvidarnos que ello no solo signifique una simple fachada, sino una convicción de ser un buen ser humano, culto y sensible con su entorno.

PROTOCOLO IMAGEN PERSONAL FEMENINO PRIMOCELL TECNOLOGY

VESTUARIO: sin perder el estilo y siempre evitando ser unos esclavos de la moda se debe procurar.

- Combinar prendas y colores
- Presente su vestuario siempre impecable ,planchado, y en orden
- Asegúrese que la talla sea a su medida que no sea ni muy grande ni muy ajustada.
- Las faldas deben tener una altura apropiada para el trabajo, cuatro dedos arriba de la Rodilla
- Para el caso de los pantalones se utilizaran telas acordes y adecuadas
- Use siempre ropa interior de acuerdo con el color de la ropa exterior
- Los zapatos deben ser cómodos, talla adecuada y siempre limpios y conservados
- use el polo de su uniforme correctamente

- use el polo impecable y debidamente planchado

ACCESORIOS

- Use con discreción los accesorios
- Lucir aretes y collares discretos en cuanto a su tamaño y color
- Sea moderada con el uso del perfume**.**

MAQUILLAJE

- Debe de ser discreto y de acuerdo al vestuario, de tal manera que permita una apariencia fresca y natural
- Retoque de maquillaje en momentos de descanso

CABELLO

- El cabello debe de ser de color moderado
- Su apariencia limpia
- Debe ir organizado y peinado
- Si lo tintura ,procure hacerlo con frecuencia para evitar el efecto raíz

DEBE EVITARSE

- recogerse el cabello de manera desorganizada
- retocar el maquillaje en frente de un cliente o en el puesto de trabajo

- blusas con descotes profundos
- llevar zapatos de plataformas y colores exagerados

PROTOCOLO IMAGEN PERSONAL MASCULINO PRIMOCELL TECNOLOGY

EL VESTUARIO

Se recomienda observar reglas inflexibles de limpieza y cuidado de la ropa así:

- mantenga siempre la camisa por dentro del pantalón
- los zapatos cerrados e impecables
- use el polo de su uniforme correctamente
- use el polo impecable y debidamente planchado

CABELLO Y MANOS

- el cabello debe estar limpio y corto
- la barba debe ser afeitada diariamente
- mantenga sus manos aseadas
- sus uñas procure tenerlas bien cortas y limpias

QUE DEBE EVITARSE

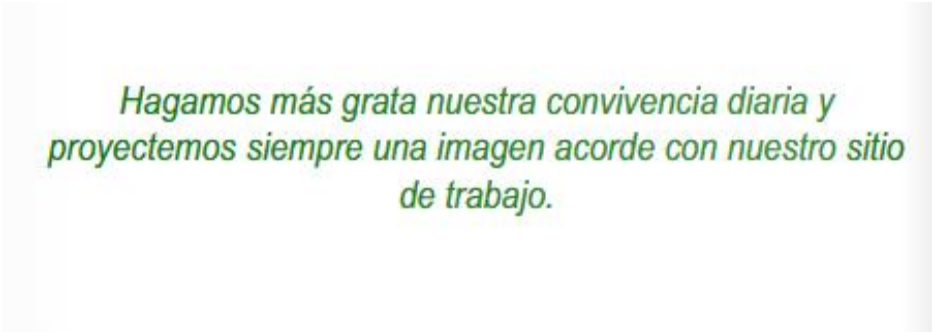
- Camisetas sin mangas
- El uso de gorras
- Camisetas de algún equipo de futbol

PARA TODOS LOS COLABORADORES DE PRIMOCELL TECNOLOGY

En horario laboral de lunes a viernes por favor se prohíbe usar:

- Jeans
- Licras
- Descaderados
- Blusas de tiras
- Escotes
- Trasparencias
- Blusas cortas
- Bermudas sudaderas
- Chanclas camisetas gorra**s**

Recuerde: es obligatorio portar el carnet de la empresa para poder identificarse



12. ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN Y TECNICAS DE COMUNICACIÓN EN EL AREA DE VENTAS DE PRIMOCELL TECNOLOGY

EN LA EMPRESA PRIMOCELL TECNOLOGY SE UTILIZAN LOS SIGUIENTES ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

- **Emisor:** asesor comercial encargado del área de ventas
- **Receptor**: el cliente
- **Código:** Orales: la lengua o idioma expresado de forma oral.

  Escritos**:** conformados por sistemas de signos que requieren habilidades de lecto-escritura.
- **Canal:** El aire es el medio físico más común de comunicación, (es esencial para generar los sonidos del lenguaje verbal oral) pero también lo son el teléfono, el celular, el correo electrónico, la voz, entre otros.
- **Mensaje:** la información o contenido que se le brinda al cliente al momento de ingresar a la empresa.
- **Ruido:** se entiende por ruido a cualquier señal que interfiere con la transmisión regular de un mensaje entre emisor y receptor

TECNICAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS EN PRIMOCELL TECNOLOGY

- comunicación interpersonal
- comunicación presencial y no presencial
- comunicación con una o varias personas
- expresión verbal
- expresión oral
- comunicación no verbal
- comunicación corporal
- comunicación no presencial
- comunicación verbal y no verbal atreves del teléfono

- comunicación escrita
- comunicación en las redes

PORTAFOLIO SERVICIO AL CLIENTE

APRENDIZ

INGRI KATHERINE HUETI QUILINDO

INSTRUCTORA

SANDRA MILENA TEJADA LOPEZ

TECNOLOGO EN GESTION DEL TALENTO HUMANO
2232623

SENA CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS REGIONAL CAUCA

2021

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

1.INTRODUCCIÓN ---------- 3

2.OBJETIVOS ----------4

2.1OBJETIVOS GENERAL----------4

2.2OBJETIVOS ESPECÍFICOS----------4

3.PROYECTO DE VIDA PROFESIONAL----------5

4.EMPRESA----------9

4.1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA----------9

4.2 ACTIVIDAD DE LA EMPRESA ----------9

5.MISION ----------10

6.VISION----------10

7.CLIENTE INTERNO----------11

8.CLIENTE EXTERNO ----------12

8.1.A QUIEN ESTA DIRIGIDO LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA ----------12

8.2. SEGMENTO DE CLIENTES Y/O NICHO DE MERCADO----------12

9.CICLO DEL SERVICIO DE MI SERVICIO----------13

10.ESTANDARIZA UN SOLO PROCESO DEL SERVICIO ENFOCADO
EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE----------14

10.1 ESPECIFICACIÓN PORQUE LO ESTANDARIZAMOS----------14

11.REALIZA EL PLANO DEL PROCESO QUE SE ELABORÓ EL CICLO DEL SERVICIO---15

12.CUAL SERIA UN MOMENTO DE ATENCIÓN CARA A CARA ----------16

12.1. AGREGA A ESA ATENCIÓN EL VALOR AGREGADO---- ----------16

13.MANUEL DE PRESENTACIÓN DEL PERSONAL----------17

14.ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SE UTILIZAN
EN EL SERVICIO DE LA EMPRESA ----------20

15.CONCLUSION----------21

1.INTRODUCCIÓN

El servicio al cliente es importante en cualquier empresa sea pequeña, mediana o grande por eso es importante un excelente servicio al cliente ya que es la principal función de toda empresa sin importar que tipo de producto o servicio sea el que se está ofreciendo a una determinada población y debe ser el motivo que impulsa a todo el personal a realizar cada actividad pensando en el cliente; por y para el cliente.

En este trabajo veremos ciertos temas de manejo con el cliente y un buen servicio tales como la segmentación del mercado, estándares de servicio, veremos cómo es el proceso de atención en una empresa, la atención cara a cara y la pasión y espíritu hacia una actividad con los clientes además como es la comunicación y diferentes técnicas en un servicio.

Cabe resaltar que el tema al servicio al cliente no es un tema que solamente les pertenece a las empresas, el servicio es un tema de la vida; está presente en todos los momentos en los que interactuamos con otras personas en busca de una solución a nuestras necesidades.

El cliente es la razón de ser de una empresa, ya que esta mejora ayuda y hace crecer una empresa, ayuda atraer más dinero para la empresa y hacer saber el producto por diferentes partes del mundo, el cliente es un activo muy importante porque de los ingresos provenientes de los clientes las empresas viven y así mismo pagan el salario de todos los empleados que la conforman.

En este trabajo se colocarán en práctica todos los temas de manejo con el servicio al cliente por medio de la empresa Honda supermotos del cauca.

2.OBJETIVOS

2.1OBJETIVOS GENERAL

Conocer y aprender los pasos a seguir para mejorar la atención al público por parte de todas las personas que tengan en su actividad cotidiana que relacionarse con el cliente en cualquier de los procesos de la empresa.

Conocer los temas para así brindar y facilitar el servicio a los clientes.

2.1OBJETIVO ESPECÍFICOS

-Transmitir los conocimientos necesarios para lograr una mayor satisfacción del cliente a través de una buena gestión de la relación con él en los momentos de la verdad de cada empresa.

-Conocer al cliente interno y externo para brindar un servicio de atención eficaz.

- Comprender las necesidades básicas que motivan el comportamiento de los clientes.

3.PROYECTO DE VIDA PROFESIONAL.

VISIÓN

- ¿Cuál es la visión que tienes de ti dentro de 5 años?

Yo en cuatro (4) años quiero ser una mujer muy trabajadora, emprendedora y luchadora. También quiero ser una mujer muy perseverante y constaste en todas las cosas que haga. Quiero ver todas mis metas y sueños realizados, me gustaría tener una familia, estar casada y tener una linda casa, la casa de mis sueños y tener los lujos que más anhelo.

- ¿A dónde te gustaría llegar?

A lo más alto tanto a nivel personal como profesional y laboral, tener mucho éxito, pero sin pasar por encima de nadie.

- ¿qué quieres conseguir como profesional?

Tener buena estabilidad, hacer muy feliz a mi familia que se sienten más orgullosas de mí, sacar a mi familia adelante, poder fundar mi propia empresa y así generar muchos empleos, y seguir preparándome tanto a nivel profesional como personal.

- ¿qué te gustaría hacer si tuvieras todas las facilidades a tu alcance?

Estudiar, prepararme mucho, ayudar a mi familia y a las personas que realmente lo necesiten.

- ¿qué trabajo te gustaría tener?

Ser mi propia jefa de una empresa o una clínica de fisioterapia.

- ¿En qué tipo de empresa te gustaría trabajar?

En una empresa de modas textil de alta categoría o una empresa de negociaciones.

¿Cuál sería tu desarrollo profesional (metas)?

-Graduarme de mi tecnólogo en gestión del talento humano.
-Entrar a estudiar en la universidad.
-Tener una tesis y un doctorado.

MISIÓN

- ¿Quién soy yo como persona?

Soy una persona con metas y sueños a largo y a corto plazo responsable, respetuosa, una persona que actúa de acorde a mis valores personales, me gusta ayudar a las personas cuando están en dificultades, soy una persona honesta y sincera. Busco mi crecimiento personal, preparándome día a día, queriendo no solo alcanzar la excelencia en el ámbito educativo sino también en mi vida personal.

- ¿Quién soy yo como profesional o aprendiz?

Soy una persona que desea culminar mi tecnólogo en gestión del talento humano de la mejor manera, siendo responsable y disciplinada también aprender muchas cosas para mi vida personal como laboral y ayudar a las personas que necesiten algún apoyo.

- ¿Cuáles son mis prioridades?

Dios ya que siempre lo pongo en sus manos, Ser muy feliz, vivir intensamente el presente, aprovechar el tiempo haciendo lo que me gusta, mi familia es mi prioridad más grande y mi mayor motivación, terminar mis estudios, estudiar una carrera universitaria, compartir con las personas que más amo y quiero.

- ¿Cuáles son mis valores fundamentales?

El respeto, las responsabilidades, la humildad, la lealtad, disciplina, actitud positiva y empatía.

MISION PROFESIONAL

- ¿Cuál es tu papel como profesional?

Ser la jefe de una empresa

- ¿Qué contribución haces como profesional?

Ayudar a las personas, generar muchos empleos y ser la motivación para que las personas luches por sus sueños cada día.

- ¿Cómo quieres que te recuerden?

Como un ejemplo a seguir, que cada tenemos que luchar por perseverar nuestras metas y sueños y que a pesar de todos los obstáculos que se nos presenta en salir adelante y como una persona que puso un granito de arena.

- ¿Qué logros profesionales te hubiera gustado alcanzar dentro de 10 o 20 años?

Tener una especialización

Tener una tesis.

Un doctorado.

Mi propia empresa

ESTABLECER OBJETIVOS

-Objetivos específicos

-Formar parte de un equipo de trabajo y consolidarme profesionalmente en una empresa donde los logros personales y el desempeño sean reconocidos, además de permitir oportunidades de desarrollo personal y profesional.
-Formar parte de una empresa en la que pueda poner en práctica todos mis conocimientos, que me brinde la oportunidad de alcanzar todas mis metas trazadas, y que me ofrezca la oportunidad de crecer en el área laboral, personal e intelectual.

-Objetivos General
-Luchar día a día por cumplir cada uno de mis sueños y metas, alcanzar todo lo que me proponga y ayudar a mi familia, especialmente mis padres que me han apoyado siempre.

PLAN DE ACCIÓN O ESTRATEGIA

- ¿Te has parado a planificar tu vida profesional?

Si, trabajar para así pagar mis estudios y no seguir dependiendo del dinero de mis padres, es algo que voy a estar agradecida toda mi vida con ellos y así mismo voy a recompensar todo lo que han hecho por mí.
- ¿Qué vas a hacer para alcanzar tu visión por medio de los objetivos que te has fijado?

Luchar cada día a día, prepararme, seguir estudiando y trabajar ya sea desde un puesto más bajo para seguir avanzando y llegar a lograr lo que me propongo, ser la jefe de mi propia empresa y generar muchos empleos.

- ¿Por dónde debes empezar?

Trabajando para pagar mis estudios, aunque ahora cuento con la ayuda de mis padres, empezar a buscar trabajo, seguir estudiando, haciendo cursos técnicos y tecnológicos.

- ¿Cuánto tiempo vas a necesitar para conseguirlo?

Desde ahora seguir preparándome y ya tener en un lapso de 3 años cumplido gran parte de mi visión o el tiempo que sea necesario porque nunca es tarde para cumplir lo que uno se proponga, pero si se puede desde ahora se hace.

-Te invito a que reflexiones sobre dónde está hoy tu vida profesional.

- ¿Estás en el lugar que quieres y mereces?

Si, ahora estoy estudiando y preparándome y eso es lo más importante, ir avanzando poco a poco.

- ¿Sientes que lo que haces es tu verdadera misión?

Si, estoy completamente segura y yo sé que con la ayuda de Dios lo lograré.

- ¿Cuántos años más te ves en esta situación profesional?

5 años año.

- ¿Lo que haces está alineado con lo que valoras?

sí, porque he aprendido cosas nuevas tanto a nivel profesional como personas.

- ¿Cuáles son tus prioridades hoy y ahora?

Dios, mi familia y Salir adelante, graduarme de mi tecnología gestión del talento humano y vivir intensamente el presente y aprovechar el tiempo.

4.EMPRESA



https://grupofenixconsultores.com/

Nombre de la Empresa: Honda supermotos del cauca

Actividad de la empresa: Se dedica al comercio de motocicletas y de sus partes piezas y accesorios

Dirección: se encuentra situada en el departamento del cauca en la localidad de Popayán y su dirección postal es carrera 9 8 N 32, Popayán-cauca.

Forma jurídica: Sociedad por acciones simplificadas.

Teléfono de contacto: Tel: (57) (2) 8237296 Tel: (57) (2) 3136619503|Tel: (57) (2) 8233770

NIT:8170005535

La última actualización de los datos de la empresa Honda supermotos del cauca ha sido actualizada el 01 de mayo del 2021.

Servicios: Repuestos Para Motocicletas Financiación hasta 48 Meses, sin Cuota Inicial-Repuestos Originales-Ropa y Accesorios Honda-Servicio de Mantenimiento Especializado-Recibimos su MOTOCICLETA USADA en Parte de Pago. Nuestras Motocicletas tienen Certificación Ambiental.

Horarios de atención.

sábado	**08:00 a 14:00**
domingo	Cerrado
lunes	08:00 a18:00
martes	08:00 a18:00
miércoles	08:00 a18:00
jueves	08:00a18:00
viernes	08:00a18:00

5.MISIÓN

Ser la empresa líder en la distribución y ventas de motocicletas, repuestos y servicio técnico a nivel regional, creando redes de alianza estratégicas que nos permitan cumplir con nuestra misión. Ofreciendo una gran variedad de productos para los apasionados y consumidores en cada una de las modalidades y/o experiencias.

6.VISION

Somos una empresa confiable que ofrece motocicletas de calidad mundial brindando a nuestros clientes una atención personalizada, cumpliendo con los máximos estándares entregados por Honda, promoviendo el desarrollo sostenible, económico y social de la región.

7.CLIENTE INTERNO

El área de ventas: Asesor comercial

Entre las funciones del asesor comercial se encuentran el desarrollo y manipulación de un producto este consiste en perfeccionar los productos ya existentes, introducir nuevos productos, darles otro uso, modificaciones de sus estilos por ejemplos los colores, los modelos y los productos que ya han pasado de modas.

Otra de sus funciones es la distribución física entes el asesor comercial interactúa con el gerente de ventas en este ellos hablan acerca de los costos y los métodos de transporte la localización del almacén, inventarios y las reclamaciones también de la mano las estrategias de ventas donde aquí se hacen prácticas que tienen que ver con las condiciones de ventas, los costos de manejo, las reclamaciones y los ajustes, la calidad, el servicio mecánico y la entrega de los pedidos.

Los costos y presupuesto de ventas y las promociones de venta y publicidad.

.

8.CLIENTE EXTERNO

MOTOCICLETAS	HOMBRES Y MUJERES
GEOGRAFICAS	
Ciudad	Popayan-cauca
Barrio	Popayan-cauca
DEMOGRAFICAS	
Edad	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad
Genero	Masculino y femenino
PSICOGRAFICAS	
Nivel de cultura	Estratos 1,2,3,4,5
Religion	Es diferente
CONDUCTUALES	
	Motocicletas de calidad,comodidad,y modeludas,nuevas tendencias y accesorios que marquen su personalidad,atención personalizada y en paginas web.

Mi segmento de clientes hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad de la ciudad de Popayán y toda la región de estratos sociales 1.2.3.4 y 5 motocicletas de calidad, comodidad y modeludas, nuevas tendencias y accesorios que marquen la personalidad, y atención personalizada ofrecemos la compra de motocicletas por páginas web.

9.CICLO DE SERVICIO

El cliente sale de su casa, con toda la emoción y actitud positiva que por fin va a sacar su primera motocicleta, el cliente llega a la empresa Honda supermotos del cauca , lo recibe el asesor comercial, lo saluda cordialmente y le da la bienvenida, el cliente le dice al asesor comercial la moto que está buscando CB 160 F, el asesor le da brinda toda la información, cilindraje, garantiza, torque 14,7 Nm a 6500 rpm, potencia 15,0 HP a 8500 rpm, peso 128 kg y la capacidad 12l ,se toma la necesidad del cliente y se hace la recepción de la moto de la empresa, se genera orden y se asigna técnico luego se hace la facturación, la revisión técnico mecánica, el modo de pago a cuotas, le solicitan un fiador, las cuotas vendrían siendo de 28,990 cada mes durante 2 años

El cliente se dirige a la oficina de la empresa Honda para hacer la compra, el asesor comercial le solicita un El Asesor comercial hace entrega de un formato de solicitud para llenarlo debidamente diligenciado y por último el cliente le hace la entrega de la documentación para hacer la compra exitosamente.

10.ESTANDARIZA UN SOLO PROCESO DEL SERVICIO ENFOCADO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

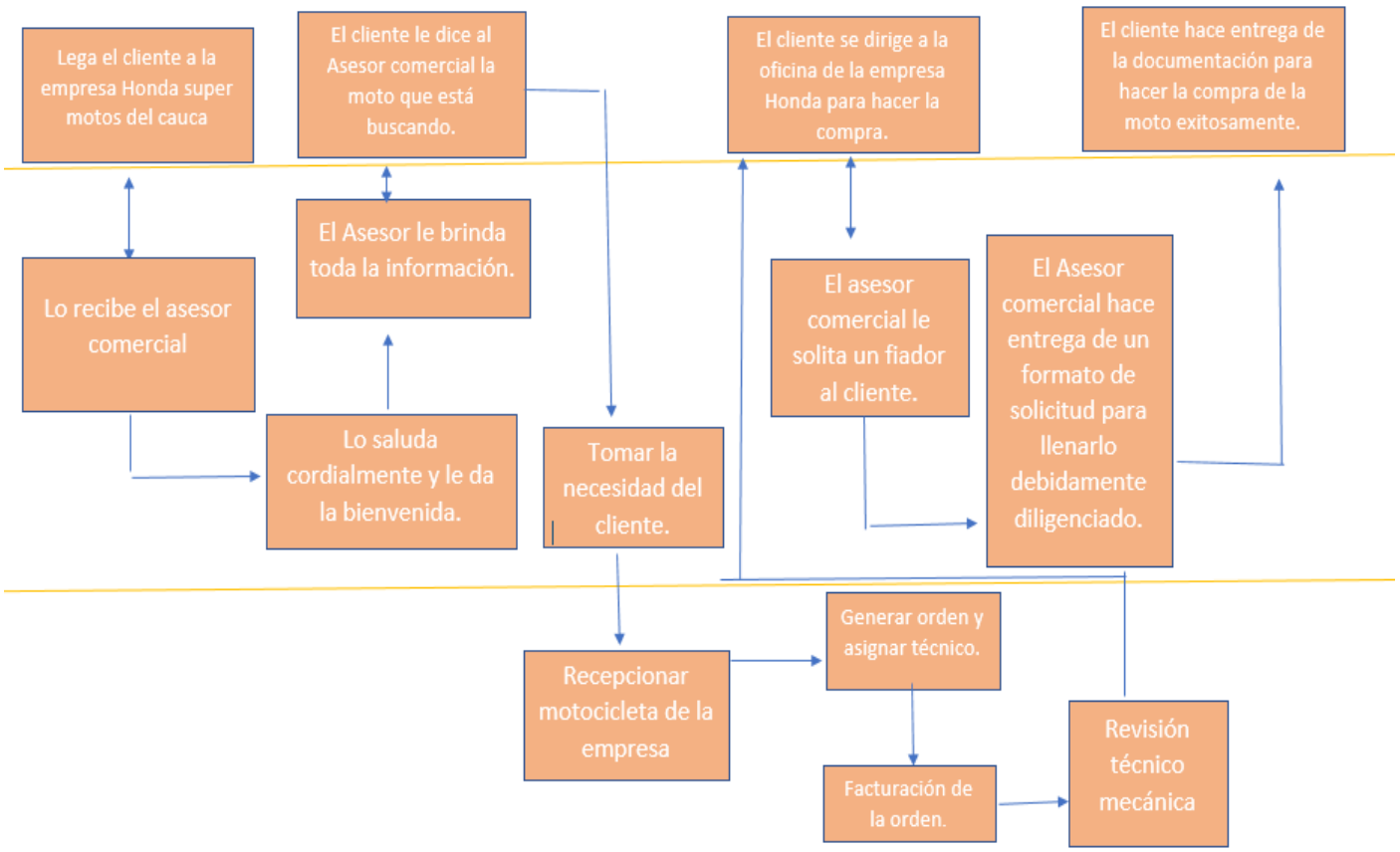
Proceso de atención al cliente de mi empresa

Conocer la necesidad del cliente: mostrarle los modelos de las motocicletas, los nuevos estilos, hablarle acerca de las promociones, de la calidad del producto y sobre el servicio mecánico.
Suprimir la necesidad del cliente: La entrega del producto en muy buen estado y de la mejor calidad.

Actividades para el proceso de atención: En esta actividad participará el cliente interno y externo, realizaron actividades de charla, talleres, se experimentará, se hablará del buen uso del casco.
Se ofrecerán garantías, aquí ambos van a interactuar, proponiendo propuestas para el mejoramiento de la gestión comercial de motocicletas y la gestión de servicio técnico.
Se contará con todos los materiales requeridos para que el cliente quede satisfecho y así puedan suplir su necesidad. Se hará por medios de carteles, con explicaciones gráficas y en texto, se harán sesiones donde los participantes compartan lo que están haciendo en sus trabajos sesiones de varios tipos estas sesiones duran de 15 a 30 minutos, se realizan estas actividades cada mes los días viernes mediante charlas se dará información correspondiente de los productos y servicios que ofrece para su moto, de alto y bajo cilindraje y los accesorios disponibles para cada marca y obviamente información específica de la empresa.
Estas actividades se realizarán en la escuela automotriz del cauca.

10.1Explicación porque lo estandarizamos Es importante estandarizar los procesos de atención en nuestra empresa, para obtener resultados confiables sobre la satisfacción de los clientes. Así cada vez que se acerquen a un punto de venta sabrán de antemano la buena calidad del servicio que les espera.

11.REALIZA EL PLANO DEL PROCESO QUE SE ELABORÓ EL CICLO DEL SERVICIO.



12.CUAL SERIA UN MOMENTO DE ATENCIÓN CARA A CARA

-Respeto a la persona

-Cliente: Buenas tardes chica

-Asistente: Buenas tardes, bienvenida a nuestra empresa Honda supermotos del cauca ¿cómo te puedo ayudar?

-Cliente: Chica lo que pasa es que deseo comprar una moto de preferencia modeluda.

-Asistente: Claro con gusto, mira en estos momentos contamos con la nueva integrante de la familia honda la nueva CB 160 F y viene en dos colores roja y blanca.

-Cliente: ¿Tú qué me aconsejarías?

-Asistente: ¿disculpa, tú nombre?

-Cliente: Marián Cristina.

-Asistente: Bueno doña Marian, yo te aconsejaría la blanca, ya que tiene un toque más femenino.

-Cliente: Si, estoy de acuerdo contigo, muchas gracias eres muy amable.

-Asistente: Lo hago con todo el gusto, cualquier cosa que necesites aquí las puertas van a estar abiertas, y muy buena elección.

-Cliente: Muchas gracias.

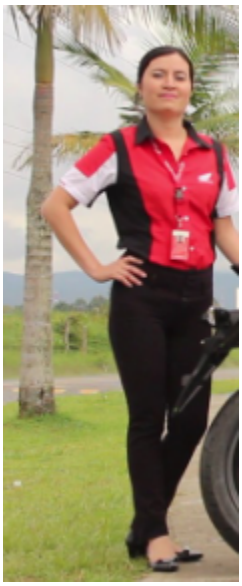
12.1. AGREGA A ESA ATENCIÓN EL VALOR AGREGADO

El valor agregado de mi empresa es que por la compra de la nueva moto CB 160 F le obsequiamos un casco integral con diseños bastante aerodinámicos por lo general, pueden estar hechos de policarbonato, fibra de carbono, de vidrio o kevlar. Aptos para circular por cualquier tipo de carretera ya que son los más completos y seguros, Son cascos de una pieza que están cerrados por completo, aportando la mayor protección posible. Además, se le obsequia un chaleco reflectivo en Lona.

13.MANUEL DE PRESENTACIÓN DEL PERSONAL

Imagen femenina

camisetas con el logo de la empresa el primer uniforme que debe portar una camiseta roja y jeans negro y zapatos negros, este uniforme los portarían para los días lunes, martes, miércoles y jueves.



El segundo uniforme es una camiseta negra y jeans color hueso y este uniforme es portado para los días viernes, sábados y siempre portar su carnet que lo va a identificar con la empresa.





Elegir la talla de blusas, pantalón, teniendo en cuenta que se va a usar un uniforme. Utilizar las blusas por dentro del pantalón, debidamente planchadas y limpias.

Los zapatos adecuados son unas baletas color negras.



las mujeres maquillaje no tan extravagante un maquillaje suave, labial tono suave y sobrio, aretes cortos, uñas arregladas y limpias y ojalá maquilladas. El cabello es fundamental mantenerlo seco, limpio y bien peinado. Usar accesorios con prudencia puesto que pulseras, collares, anillos, aretes y colgantes de gran tamaño, pueden poner en riesgo la seguridad durante las actividades diarias de la empresa y fragancias suaves.

Imagen masculina.

camisetas con el logo de la empresa el primer uniforme que debe portar una camiseta roja y jeans negro y zapatos negros, este uniforme los portarían para los días lunes, martes, miércoles y jueves.



El segundo uniforme es una camiseta negra y jeans color hueso y este uniforme es portado para los días viernes, sábados y siempre portar su carnet que lo va a identificar con la empresa.





Utilizar la camisa por dentro del pantalón, Mantener en perfecto estado el uniforme, Elegir las tallas adecuadas de acuerdo con su estructura corporal, Utilizar calzado color negro, afeitarse todos los días y si se tiene barba mantenerla arreglada, fragancias suaves las manos y uñas limpias, corte de cabellos serios nada de aretes en las orejas o en la nariz.

Servicio técnico mecánico o mantenimiento.

Son los encargados los hombres la ropa adecuada que utilizamos en nuestra empresa es un jean blanco una camiseta blanca con el logo de la empresa, botas negras, guantes negros, usar protector de oídos y gafas industriales. No se utiliza nada de accesorios como cadenas, relojes.





14.ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SE UTILIZAN EN EL SERVICIO DE LA EMPRESA

-ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

-Emisor: asesor comercial
-Receptor: los consumidores
-Código: el lenguaje verbal, el lenguaje no verbal.
-Canal: se utiliza el medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (teléfono, televisión, computadora, etc.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).
-Mensaje: La información que el asesor comercial le transmite de manera eficaz y eficiente clara y concisa.

TECNICAS DE COMUNICACION

-comunicación presencia: se utiliza en la empresa Honda supermotos del cauca, ya sea por medio del diálogo cuando los clientes le preguntan al asesor comercial por la motocicleta que están necesitando, aquí hay contacto físico y visual.

-comunicación y no presencial: es otra de las técnicas que utilizamos en nuestra empresa, ya sea por páginas web donde sacamos la publicidad de nuestras motocicletas en esto se necesita la internet o por medio del teléfono cuando solicitan algún pedido de nuestros accesorios o partes pieza o el mantenimiento de la motocicleta, se puede hacer por medio de nuestros números telefónicos

-expresión verbal: es otra técnica que se utiliza ya sea el asesor comercial cuando interactúa con el cliente externo en una conversación esto es algo muy importante ya que se utiliza en la vida cotidiana y sirve para motivar el mejor rendimiento en el trabajo mostrando empatía con nuestros clientes, ser concretos, y escuchar con atención.

-expresión oral es muy importante ya que siempre vamos a estar interactuando con nuestros clientes a la hora de vender una motocicleta o sea satisfaciendo esa necesidad, la expresión oral es algo que se utiliza día a día en nuestra empresa ya sea por medio de una llamada telefónica o cuando hacemos una descripción de las motos que tenemos y el diálogo ya que estamos en constante participación con nuestros clientes desde que llega hasta que se va de nuestra empresa.

15.CONCLUSIÓN

Con este trabajo realizado podemos concluir que se aprendió sobre el excelente servicio al cliente ya que es de vital importancia para toda empresa contar con un buen servicio al cliente que le permita garantizar que sus servicios están siendo brindados de manera efectiva basados en las necesidades de los clientes. Podemos concluir que sin clientes una empresa no funciona, es decir son la razón de ser de una empresa.

Este trabajo se aprendió conceptos para efectuarlos en la práctica tanto a nivel personal como laboral.

PORTAFOLIO

JULIA CAROLINA RIVERA CAMPO

PRESENTADO A:

SANDRA MILENA TEJADA

COMPETENCIA:

FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES EXTERNOS E INTERNOS

FICHA:

2232623

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

TECNOLOGO EN GESTION DEL TALENTO HUMANO

POPAYAN MAYO DE 2021

INDICE

1 MI PROYECTO PROFESIONAL 1

1.1 PROYECTO DE VIDA 2

2 EMPRESA: PRESENTE LA EMPRESA Y SU ACTIVIDAD 2

3. MISION 3

4. VISION: 3

5. **CLIENTE INTERNO** 3

6. CLIENTE EXTERNO (a quien esta dirigido la actividad de la empresa (segmento de clientes y/o nicho de mercado) presente un solo proceso de atención donde como aprendiz enfocara todo el proceso de atención del servicio al cliente) 3

7. ESCRIBE EL CICLO DEL SERVICIO DE TU SERVICIO 4

8. ESTANDARIZA UN SOLO PROCESO, DEL SERVICIO ENFOCADO EN LA ATENCION AL CLIENTE Y ESPECIFICA PORQUE LO ESTANDARIZARON 4

- **TELEFONICO:** 4

9. REALIZA EL PLANO DEL PROCESO QUE SE ELABORO EL CICLO DEL SERVICIO 5

10. CUAL SERIA UN MOMENTO DE ATENCION CARA A CARA, Y AGREGA A ESA ATENCION UN VALOR AGREGADO 6

11. ELABORA EN UNA HOJA EL MANUAL DE PRESENTACION DEL PERSONAL, (VESTIDO, CABELLO, ACCESORIOS, UÑAS, ETC) 6

12. QUE ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN Y TECNICAS DE COMUNICACIÓN SE UTILIZAN EN EL SERVICIO DE LA EMPRESA 8

MI PROYECTO PROFESIONAL

1 MI PROYECTO PROFESIONAL

- **¿QUIÉN SOY YO COMO PERSONA?**

Soy una persona con defectos y cualidades, con metas y sueños por cumplir, soy una persona resilente siempre sonriendo a los obstáculos de la vida solucionándolos; porque sé que cada proceso tiene un aprendizaje positivo o negativo de acuerdo a las situaciones que el entorno me presente.

- **¿QUIEN SOY YO COMO PROFESIONAL?**

Como profesional soy una persona responsable, resilente, empática, comprometida en el trabajo en equipo con una actitud positiva en acción de crear e innovar en el mejoramiento de la empresa y sus diferentes áreas o dependencias en que mis funciones lo requieran.

- **¿CUALES SON MIS PRIORIDADES?**

Mis prioridades son darle una mejor calidad de vida a mi familia, obtener más ingresos, para poder terminar mi carrera profesional y terminar de construir mi casa.

- **¿CUALES SON MIS VALORES FUNDAMENTALES?**

Me defino en valores como una persona responsable, la amabilidad, me gusta el trabajo en equipo, la perseverancia, fe en Dios, en la lealtad, el respeto.

- **¿CUAL ES LA VISION QUE TIENES DENTRO DE TIENE 5 AÑOS?**

Haber culminado satisfactoriamente mis estudios actuales, llegando a ser una mujer emprendedora y exitosa, conservando los valores inculcados por mis padres y familia.

- **¿A DONDE TE GUSTARIA LLEGAR?**

Poder viajar a otro país y poder compartir mis conocimientos

- **¿QUE QUIERES CONSEGUIR COMO PROFESIONAL?**

Estabilidad laboral y poder crear mi propia empresa.

- **¿QUE TE GUSTRAIA HACER SI TUVIERAS TODAS LAS FACILIDADES A TU ALCANCE?**

Crear mi empresa, viajar y traer conocimientos de otros referentes a mi actividad comercial.

- **¿QUE TRABAJO TE GUSTARIA TENER?**

Poder gerenciar alguna empresa y así darme la oportunidad de crecer personalmente y profesionalmente.

- **¿EN QUE TIPO DE EMPRESA TE GUSTARIA TRABAJAR?**

Me gustaría laborar en una multinacional, poder viajar y llenar de experiencias mi vida para difundirlas a las personas de mi entorno.

- **¿CUAL SERIA TU DESARROLLO PROFESIONAL(METAS)?**

Como desarrollo en mi vida profesional crear mi propia empresa y poder brindar empleo.

1.1 PROYECTO DE VIDA

- **MI MISION PERSONAL**

Alcanzar autonomía y poder desarrollar estrategias de mercado acorde al conocimiento obtenido para la creación de mi empresa.

- **MI VISIÓN PERSONAL**

Llegar a ser un referente de otras organizaciones en la creación de estrategias en los lineamientos de las empresas

- **OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar, ofrecer y desempeñarme en todas mis capacidades consiguiendo un excelente resultado personal y profesional a través de la confianza, responsabilidad y dedicación para el logro final de mis metas.

- **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Culminar satisfactoriamente mi estudio de tecnología en gestión del talento humano.
- Culminar mi carrera profesional en contaduría.
- Apoyar a mi familia, hijo en pro de una mejor calidad de vida y bienestar.

- **ESTRATEGIAS PARA LA OBTENCION DE ESTOS OBJETIVOS**

- Terminar mis estudios actuales
- Entrar a laboraren una empresa y ofrecer mis conocimientos y así crecer en este ámbito.
- Ir conociendo personas que me refieran como posibles clientes en mi creación de empresa.

2 EMPRESA: PRESENTE LA EMPRESA Y SU ACTIVIDAD

Empresa: **COMFACAUCA.**

Los años de compromiso y trabajo, hacen de COMFACAUCA una Caja de Compensación Familiar con la experiencia necesaria para ofrecer los servicios que necesitan las empresas, y los trabajadores caucanos. Somos una entidad privada, sin ánimo de lucro, que pertenece al sistema colombiano de subsidio familiar. Administramos

los aportes patronales, es decir, el 4% de la nómina de las empresas afiliadas, para revertirlos a la sociedad en subsidios, programas y una gran variedad de servicios en recreación, deporte, cultura y educación.

Es así como hemos sido aliados de los empresarios del Departamento del Cauca, para llevar desarrollo integral al trabajador y su familia, nuestra motivación principal.

Contamos con una cobertura departamental, y atención en nuestras sedes ubicadas en los municipios de Popayán, Santander de Quilichao, Puerto Tejada, Miranda, El Bordo y Guapi. En COMFACAUCA, trabajamos día a día de corazón y con responsabilidad, porque creemos que el progreso y el desarrollo comienzan en casa.

Descúbranos, tenemos las puertas siempre abiertas para usted.

3. **MISION:** Liderar programas de intervención social que generen acceso, inclusión y bienestar a afiliados y comunidad en general.

4. **VISION:** Comfacauca será la corporación líder en intervención social en la región suroccidental de Colombia.

5. **CLIENTE INTERNO:** para la empresa es fundamental la atención en las diferentes dependencias en este caso hablaremos del area del gimnasio en la cual laboran 10 personas de las cuales tenemos las siguientes funciones:
   - **Coordinadora:** encargada que todo el proceso del area funcione bien en el area de servicio e instalaciones
   - **Recepcionista:** encargada de recibir a los afiliados y usuarios prestando la debida información del servicio que se ofrece
   - **6 entrenadores físicos:** que igual tienen la función de atender a las personas para su acondicionamiento físico y son los que más se encuentran en contacto con ellos.
   - La persona encargada del **mantenimiento de las maquinas del gimnasio** y demás elementos de trabajo que se encuentren en esta area.
   - La persona encargada de realizar **el aseo** de las instalaciones y que todo luzca muy bien y en perfecto estado para realizar cualquier actividad.

6. **CLIENTE EXTERNO (a quien esta dirigido la actividad de la empresa (segmento de clientes y/o nicho de mercado) presente un solo proceso de atención donde como aprendiz enfocara todo el proceso de atención del servicio al cliente)**

La actividad de la empresa va dirigida a todos los trabajadores afiliados a la caja de compensación familiar del departamento del cauca y de Colombia con quien la caja tenga convenios de ingreso, en este caso hablare del servicio del gimnasio ubicado en la villa de comfacauca en el barrio campamento, cerca al centro comercial campanario en la ciudad de Popayán.

7. ESCRIBE EL CICLO DEL SERVICIO DE TU SERVICIO

Ciclo Del Servicio Gimnasio Comfacauca

- **Recepcionista:** ¿Buen día, bienvenido al gimnasio de comfacauca en que le puedo ayudar?
- **Usuario:** ¿Buen día, señorita es usted tan amable de indicarme los servicios del gimnasio, costo, horarios?
- **Recepcionista:** claro con mucho gusto; ¿el señor es afiliado a la caja de compensación?
- **Cliente:** sí, soy categoría A
- **Recepcionista:** Bueno para Los usuarios categoría A el costo de la mensualidad es de 20.000 pesos, el horario de lunes a viernes de 5:00 am a 9:00pm y los fines de semana de 6:30 am a 4:00pm, Debe ingresar con ropa adecuada para realizar deporte, zapatillas traer su toallita personal, entre los servicios del gimnasio están las clases grupales, baile deportivo y adicional el servicio de sauna y turco en su respectivo horario.
  Le brindare un folleto con la información brindada y le quede un poco más claro nuestros servicios.
- **Usuario:** Muy amable señorita, me gusto la información y que tengan en cuenta al trabajador en estos espacios de entretenimiento.
- **Recepcionista:** ¿Gracias a usted, le podría colaborar en algo más?
- **Usuario:** No señorita es usted muy amable, ¿mañana se encuentra usted? Para venir listo, cancelar y quedarme en el gimnasio.
- **Recepcionista:** Si señor con mucho gusto, lo estaré esperando.
- **Cliente:** Gracias, feliz día.
- **Recepcionista:** Igualmente, feliz día.

8. ESTANDARIZA UN SOLO PROCESO, DEL SERVICIO ENFOCADO EN LA ATENCION AL CLIENTE Y ESPECIFICA PORQUE LO ESTANDARIZARON

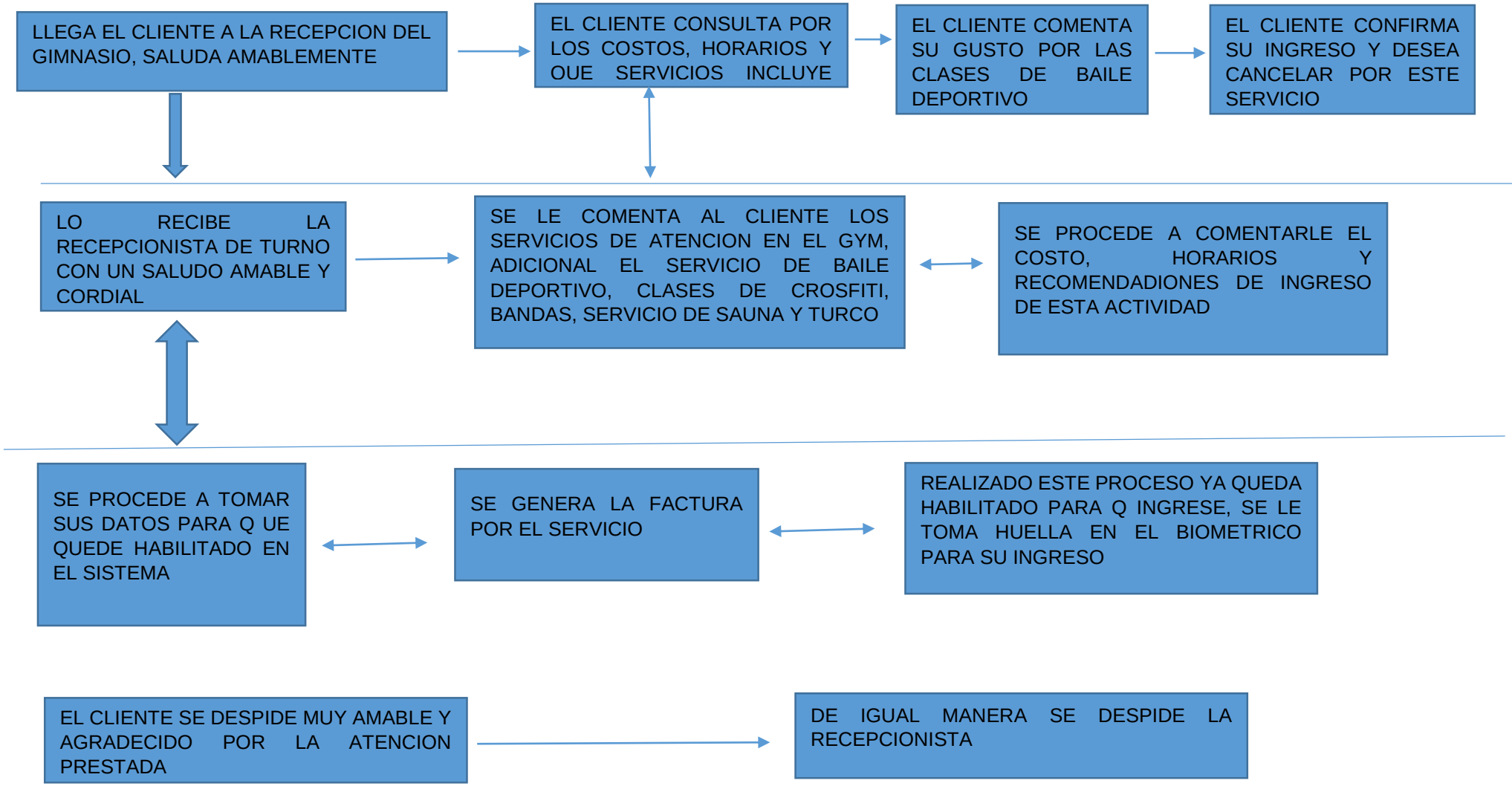
El proceso a estandarizar será el saludo, de aquí parte todo el proceso de atención servicio al cliente, brindando una buena comunicación y de escucha a las necesidades que el usuario o cliente requiere bajo el buen uso de la buena actitud, postura corporal, la sonrisa al recibir el usuario o cliente de esta "antesala" se define el proceso final de la compra del bien o servicio.

SALUDO:

- **TELEFONICO:** "Gimnasio comfacauca buen día, habla Carolina Rivera, en que le puedo ayudar".
- **PRESENCIAL**: "Buen día, bienvenido al gimnasio comfacauca en que le puedo ayudar".

9. REALIZA EL PLANO DEL PROCESO QUE SE ELABORO EL CICLO DEL SERVICIO

PLANOS DEL SERVICIO GIMNASIO



10. CUAL SERIA UN MOMENTO DE ATENCION CARA A CARA, Y AGREGA A ESA ATENCION UN VALOR AGREGADO

En este proceso la cara a cara se presenta desde el momento que el cliente saluda a la recepcionista buscando una orientación en su necesidad o inquietud, desde el primer momento hay esa empatía y actitud positiva de las dos partes; ejemplo

- **Recepcionista:** ¿Buen día, bienvenido al gimnasio de comfacauca en que le puedo ayudar?
- **Usuario:** ¿Buen día, señorita es usted tan amable de indicarme los servicios del gimnasio, costo, horarios?
- **Recepcionista:** claro con mucho gusto; ¿el señor es afiliado a la caja de compensación?
- **Cliente:** sí, soy categoría A
- **Recepcionista:** Bueno para Los usuarios categoría A el costo de la mensualidad es de 20.000 pesos, el horario de lunes a viernes de 5:00 am a 9:00pm y los fines de semana de 6:30 am a 4:00pm, Debe ingresar con ropa adecuada para realizar deporte, zapatillas traer su toallita personal, entre los servicios del gimnasio están las clases grupales, baile deportivo y adicional el servicio de sauna y turco en su respectivo horario.
  Le brindare un folleto con la información brindada y le quede un poco más claro nuestros servicios.
- **Usuario:** Muy amable señorita, me gusto la información y que tengan en cuenta al trabajador en estos espacios de entretenimiento.
- **Recepcionista:** ¿Gracias a usted, le podría colaborar en algo más?
- **Usuario:** No señorita es usted muy amable, ¿mañana se encuentra usted? Para venir listo, cancelar y quedarme en el gimnasio.
- **Recepcionista:** Si señor con mucho gusto, lo estaré esperando.
- **Cliente:** Gracias, feliz día.
- **Recepcionista:** Igualmente, feliz día.

Valor agregado: El valor agregado es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor comercial dentro de la percepción del consumidor. Éste término puede ser el factor determinante entre el éxito o el fracaso que una empresa tenga, debido a que se encarga, también, de diferenciarla de la competencia

- Sauna y turco
- Participar en una actividad masiva realizada por el gimnasio, se les entregara un bono por 30 días para el ingreso del gimnasio.

11. ELABORA EN UNA HOJA EL MANUAL DE PRESENTACION DEL PERSONAL, (VESTIDO, CABELLO, ACCESORIOS, UÑAS, ETC)

OBJETIVO:

Estandarizar la presentación del personal durante la jornada laboral, con el fin de contribuir a la buena imagen de la empresa ya que una buena imagen es la tarjeta de presentación que va acorde a nuestros principios y valores.

ALCANCE:

Todos los empleados de comfacauca

RESPONSABILIDADES:

Cada colaborador

Jefe y Asistente de Recursos Humanos

POLITICA DE PRESENTACION PERSONAL:

Todo colaborador que labora en comfacauca, deberá presentarse a trabajar de acuerdo con los lineamientos de presentación personal definidos en esta política incluyendo las normas básicas de higiene.

- Todo colaborador deberá portar el uniforme de la empresa presentable e impecable.
- El atuendo debe estar acorde a nuestra labor dentro de la empresa.
- Tanto en los hombres como en las mujeres siempre se debe velar por un aspecto personal limpio, aseado y saludable.
- En el caso de los caballeros debe estar bien rasurado, cabello corto y bien peinado.
- No está autorizado el uso de pulseras de tela, plásticos o lazos.
- Las uñas es un punto de referencia del aspecto personal tanto en mujeres como en hombres y más cuando se está prestando y ofreciendo un servicio, por eso es muy importante tenerlas siempre limpias y todas del mismo largo.
- El personal que utilice zapatos deberá tenerlos siempre lustrados.
- El personal que utilice botas industriales deberá lavarlas diariamente.
- En las mujeres maquillaje suave
- En mujeres cabello recogido
- El personal debe asistir con zapatos cerrados color negro.

Dotación comfacauca horario de porte uniforme hombres y mujeres

LUNES: Conjunto azul turquí- camisa rayas azules

MARTES: Conjunto gris- camisa rosada

MIERCOLES: conjunto azul turquí- camisa blanca

JUEVES: conjunto gris- camisa lila

VIERNES: conjunto azul turquí- camisa azul clara

SABADO: conjunto gris- camisa rosada

DOMINGO: conjunto azul turquí- camisa azul clara

SEGUIMIENTO:

Se llevará a cabo una supervisión mensual con el fin de cumplir con lo establecido en esta política.

Fecha de elaboración diciembre, 2020.

12. QUE ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN Y TECNICAS DE COMUNICACIÓN SE UTILIZAN EN EL SERVICIO DE LA EMPRESA

LOS ELEMENTOS que se utilizan en la empresa son el emisor, receptor, mensaje, código, y los diferentes canales de expresión el mensaje.

De igual manera se define como apoyo los canales de comunicación el teléfono, fax, correos electrónicos, internet, redes sociales, publicidad en físico(folletos) que puedan orientar a los usuarios en los beneficios que obtienen por estar afiliados a la caja de compensación en las diferentes áreas de servicio prestadas.

LAS TECNICAS DE COMUNICACIÓN son la presencial y no presencial por los diferentes medios de comunicación existentes; igualmente la comunicación verbal y no verbal son importantes definiendo una buena dicción en el lenguaje que sea claro, conciso, el parafraseo, la escucha activa, solución a las PQR que en el momento se difieren al area.

En el lenguaje no verbal tener en cuenta la presentación personal, la postura corporal, la expresión facial, contacto visual son mecanismos que interfieren en un buen mensaje en la comunicación.

Todos estos factores de manera positiva influyen en el progreso y productividad de la empresa, un "**buen talento humano genera reciprocidad en el entorno laboral**"

Portafolio

Karen Vanesa Piamba Urbano

Presentado a:

Sandra Milena Tejada

Competencia:

Facilitar el Servicio a los Clientes Externos e Internos

Ficha:

2232623

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro De Comercio y Servicios

Tecnólogo en Gestión Del Talento Humano

Popayán mayo de 2021

Tabla de contenido

Mi Proyecto profesional **4**
¿Quién soy yo como persona? 4
¿Cuáles son mis prioridades? 4
¿Cuáles son mis valores fundamentales? 4
Misión y visión personal **4**
Misión 5
Visión 5
Objetivos 5
Objetivo general 5
Objetivos específicos 5
¿A dónde te gustaría llegar? 5
¿Qué quieres conseguir como profesional? 5
¿Qué te gustaría hacer si tuvieras todas las facilidades a tu alcance? 6
¿Qué trabajo te gustaría tener? 6
¿En qué tipo de empresa te gustaría trabajar? 6
¿Qué trabajo te gustaría tener? 6
¿En qué tipo de empresa te gustaría trabajar? 6
¿Cuál sería tu desarrollo profesional (metas)? 6
¿Cuál es tu papel como profesional? 6
¿Qué contribución haces como profesional? 6
¿Cómo quieres que te recuerden? 6
¿Qué logros profesionales te hubiera gustado alcanzar dentro de 10 o 20 años? 6
¿Por dónde debes empezar? 7
¿Cuánto tiempo vas a necesitar para conseguirlo? 7
Reflexión sobre dónde está mi vida profesional 8
¿Estás en el lugar que quieres y mereces? 8
¿Sientes que lo que haces es tu verdadera misión? 8
¿Cuántos años más te ves en esta situación profesional? 8
¿Lo que haces está alineado con lo que valoras? 8
¿Cuáles son tus prioridades hoy y ahora? 9
Empresa: Cámara de Comercio del Cauca 9

Misión 10
Visión 11
Cliente Interno 11
Cliente Externo 11
Ciclo del Servicio 12
Estandarización del servicio 12
Plano del Ciclo del Servicio 13
Momento de Atención Cara a Cara, Valor Agregado 14
Manual de presentación del personal, (vestido, cabello, accesorios, uñas, etc.) 16-17-18
Técnicas de comunicación de la empresa 19
Webgrafía 20

Proyecto de vida profesional

¿Quién soy yo como persona?

Soy una persona espontánea, que le gusta ayudar a la gente, que le molesta las injusticias, que lucha día a día por alcanzar sus objetivos y que afronta la vida con resiliencia y que busca siempre su bienestar, que es una persona competitiva, que llora pero que sigue con su vida.

¿Quién soy yo como profesional o aprendiz?

Soy una persona comprometida con su labor integral, apasionada con lo que hace y que brinda su apoyo y bienestar a los demás.

¿Cuáles son mis prioridades?

Primero Dios porque es quien conduce mi vida, mi familia porque son parte fundamental en mí y son mi apoyo y mi estudio ya que con el encuentro una motivación para seguir ayudando a las personas.

¿Cuáles son mis valores fundamentales?

Mis valores son la responsabilidad, el respeto, la honestidad.

Misión y visión personal

Misión

Como persona con capacidades y habilidades quiero lograr mis objetivos de ser una profesional reconocida para poder ayudar a las personas que busquen de mi ayuda, además formarme como la mejor gerente en Talento humano.

Visión

En el 2025 seré una de las mejores gerentes en Talento Humano en una empresa reconocida o porque no en mi propia empresa, brindando asesorías para que las personas puedan crecer en sus empresas, siempre teniendo la calidad humana que me caracteriza.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar estrategias que me permitan ser una gerente exitosa para crear mi propia empresa y generar empleos.

Objetivos específicos

- ✓ Terminar mis estudios en Gestión del Talento Humano
- ✓ Realizar especialización en Alta Gerencia del Talento Humano
- ✓ Realizar una maestría en Desarrollo Humano Organizacional

¿A dónde te gustaría llegar?

Me gustaría llegar a ser una de las psicólogas más reconocidas a nivel internacional, para así formar empresa y aliarme con grandes marcas.

¿Qué quieres conseguir como profesional?

Conseguir mi propia empresa que genere empleo y pueda ser reconocida por grandes empresas.

¿Qué te gustaría hacer si tuvieras todas las facilidades a tu alcance?

Formar mi empresa y generar ingresos que me permitan disfrutar con mi familia y crear el colegio enfocado hacia los niños que presentan discapacidad y así administrar mi empresa y mi colegio.

¿Qué trabajo te gustaría tener?

Coordinadora de Gestión Humana o Gerente de Gestión Humana.

¿En qué tipo de empresa te gustaría trabajar?

En mi propia empresa, pero como es algo que se demora en una empresa que me brinden la oportunidad de crecer profesionalmente.

¿Cuál sería tu desarrollo profesional (metas)?

Mi desarrollo profesional va dirigido hacia el esfuerzo, sacrificio y oportunidades que tenga en la vida para poder fortalecer mi parte profesional y tener mi propia empresa.

Metas a corto plazo

- ✓ Graduarme como gestora de Talento Humano
- ✓ Realizar mi especialización en altar gerencia del Talento Humano
- ✓ Una vida saludable

Metas a mediano plazo

- ✓ Ejercer mi profesión
- ✓ Tener mi casa propia

Metas a largo plazo

- ✓ Tener mi propia empresa
- ✓ Realizar mi maestría y doctorado en Talento Humano.

¿Cuál es tu papel como profesional?

Mi papel es servir a las personas que lo necesitan con humildad y buen trato, siempre resaltando la parte humana que me caracteriza.

¿Qué contribución haces como profesional?

Contribuyo en orientar a las personas que sigan su camino con el fin de cumplir sus metas siendo empáticos y resaltado lo bueno que tiene cada uno.

¿Cómo quieres que te recuerden?

Como una persona disciplinada, con carisma que siempre estuvo atenta ante las necesidades existentes y sobre todo como una persona que tiene vocación hacia el servicio.

¿Qué logros profesionales te hubiera gustado alcanzar dentro de 10 o 20 años?

1. Realizar mi maestría
2. Realizar mi doctorado
3. Tener mi casa propia
4. Tener mi propia empresa y colegio
5. Ser maestra en la palabra de Dios.

¿Te has parado en planificar tu vida profesional?

Si todos los días lo hago ya que mi profesión implica disciplina y actualización constantemente.

¿Qué vas a hacer para alcanzar tu visión por medio de los objetivos que te has fijado?

Seguirme preparando como profesional y siempre recordarme que todo lo que tengo en mi mente lo voy a lograr, además de seguir con la disciplina que tengo.

¿Por dónde debes empezar?

Desde abajo como empieza todo el mundo, adquiriendo conocimientos y experiencia para así cumplir mis metas.

¿Cuánto tiempo vas a necesitar para conseguirlo?

10 años para conseguir todos mi anhelos y metas.

Reflexión sobre dónde está mi vida profesional

¿Estás en el lugar que quieres y mereces?

Si, podría decir que estoy estudiando lo que me gusta y me apasiona.

¿Sientes que lo que haces es tu verdadera misión?

Totalmente me apasiona todo lo que tiene que ver en coordinación de personal, estrategias empresariales y sobre todo ser un guía para las personas.

¿Cuántos años más te ves en esta situación profesional?

La verdad no sabría porque es una profesión que escogí para mi vida, que me encamino en lo que soy yo, que me gusta y me apasiona, pero también hay otras profesiones que me gustan y uno se acomoda a lo que le gusta y la oferta que hayan.

¿Lo que haces está alineado con lo que valoras?

Sí, me gusta además que siento satisfacción con todas las acciones que realizo ya que me considero una persona líder que puede llegar hacer grandes cosas.

¿Cuáles son tus prioridades hoy y ahora?

Mis prioridades son Dios, quiero servir en la iglesia que pertenezco, mi familia, sobre todo mi hija ya que yo soy un referente importante para ella.

Cámara de Comercio del Cauca

La Cámara de Comercio del Cauca tiene su origen en la ciudad de Popayán, fundada por tres empresarios: Carlos Simmons, Manuel María Arboleda, Manuel Ordóñez y Rafael Concha, quienes se interesaron por darle progreso a la ciudad al poder contar con una empresa para registros mercantiles y que estos a su vez fueran legales y propios.

Es en 1931 se posesiona como Cámara de Comercio del Cauca. Esta empresa tiene como objetivo principal, brindar apoyo a todos los empresarios, para mejorar la productividad y que estos a su vez mantengan la competencia, fomentando el emprendimiento.

De acuerdo al informe de gestión 2017, en el cual se presenta la misión de la entidad, se indica que:

"La Cámara de Comercio del Cauca, es una entidad sin ánimo de lucro que trabaja por el desarrollo regional a partir de servicios que apoyan las capacidades empresariales, orienta los recursos y esfuerzos de todo su equipo de trabajo para el mejoramiento de la productividad, la competitividad, el emprendimiento y la articulación institucional de la región. (Informe de gestión, 2017, p.8)

De este modo, se puede ver como la Cámara de Comercio del Cauca ha ido innovando desde su fundación hasta la actualidad en procesos de cambio para atraer a más empresarios

que quieran formalizar sus establecimientos, brindándoles beneficios; es evidente que la Cámara de Comercio del Cauca se preocupa por el cliente externo, para ello se ha expandido a nivel del Cauca, en municipios tales como: Santander de Quilichao, Bordo – Patía, Guapi, Puerto Tejada; de igual modo, en la ciudad de Popayán se dio apertura a sedes alternas en el parque informático Carlos Albán, Centro Comercial Terra Plaza y su sede principal la Casona que es donde ha estado desde su fundación.

En la Cámara de Comercio del Cauca se encuentran diferentes áreas, donde están situados sus clientes internos, estas áreas están dividas de la siguiente manera: área administrativa con diecisiete (17) colaboradores, área de registro treinta (30) colaboradores, área financiera seis (6) colaboradores, área de desarrollo empresarial dieciséis (16) colaboradores y el área de tecnologías tres (3) colaboradores, aprendices Sena cuatro (4) colaboradores y pasantes tres (3) quienes se encargan de brindar a cada cliente externo lo mejor para formalizar cada proyecto que se tiene en mente y este sea legal.

Misión

La Cámara de Comercio del Cauca, es una entidad sin ánimo de lucro que trabaja por el desarrollo regional a partir de servicios que apoyan las capacidades empresariales, orienta los recursos y esfuerzos de todo su equipo de trabajo para el mejoramiento de la productividad, la competitividad, el emprendimiento y la articulación institucional de la región.

Visión

En el año 2024, en el centenario de su fundación, la Cámara de Comercio del Cauca será un referente en el suroccidente Colombiano como entidad clave de fomento del

desarrollo empresarial y social, con servicios innovadores y capacidad de respuesta en beneficio de los empresarios de la región.
Con un equipo humano competente y con vocación de servicio, entregamos valor a nuestros clientes, colaboradores, aliados y a la región, involucrados activamente con el crecimiento, internacionalización y desarrollo económico del Cauca.

Cliente interno

La Cámara de Comercio cuenta con diferentes áreas, pero nos centraremos en el área de registros públicos, esta área está dividida entre asesoría jurídica, asesoría Centro de Atención empresarial (cajeros), digitación, en esta área laboran 16 personas (en Popayán).

Asesoría jurídica: Son los abogados los encargados de brindarle a los empresarios la asesoría jurídica correspondiente para que sus establecimientos sean legales y propios y son los que realizan la matricula mercantil de los establecimientos, registro de proponentes para que los empresarios puedan contratar con el estado.

Asesoría Centro de Atención empresarial (cajeros): Se reciben documentos, orientan a los empresarios, revisan cobros, expiden recibos y certificados.

Digitación: Elaboran certificados y hacen control de calidad de la información.

Cliente externo

Los clientes externos de la organización son los empresarios del departamento del Cauca, de la sede principal de la ciudad de Popayán, quienes buscan formalizar sus establecimientos de comercio o emprendimientos.

Para brindarle una atención integral nos enfocaremos en el proceso de servicio de revisión de proponentes por parte de los asesores jurídicos, ya que este servicio es el más solicitado en la organización.

Ciclo Del Servicio

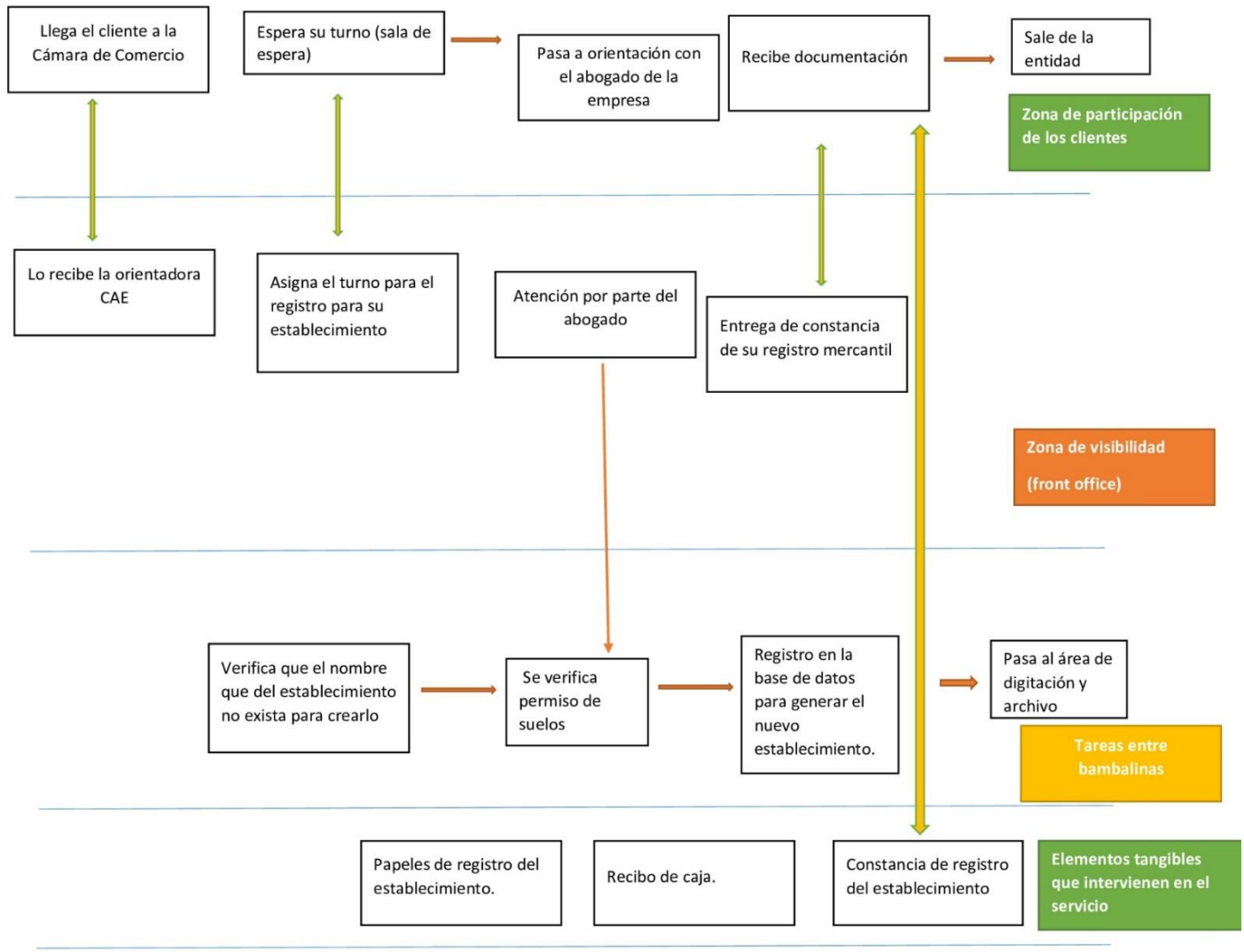
El cliente llega a la entidad en este caso la Cámara de Comercio Del Cauca, lo recibe la orientadora CAE, lo saluda; Buenos días o tardes, me mi nombre es (fulanita de tal) me permite su cedula y me indica que tramite va a realizar, se le asigna un turno, de los cuales se componen de la siguiente manera; para asesoría CAE (cajero) es verde B1, para asesoría jurídica es azul C2 y para orientadora CAE es amarillo, luego se le indica seguir y estar atento a las pantallas donde aparecerá su turno, luego pasa a los cubículos para recibir la asesoría solicitada, en este caso registro de su establecimiento, lo recibe el asesor jurídico en este caso un abogado, quien le indica que papeles debe tener para registrar su establecimiento, luego el abogado revisa los papeles, verifica el nombre que no sea existente, en el caso de que si, en ese momento se le informa al cliente externo que debe pensar en otro ya que con ese nombre aparece registrado otra establecimiento, se verifica el permiso de suelos, se le pide la cedula, nombres completos, socios (si los hay), se registra en el Rut (lo hace el abogado), luego pasa a caja a pagar el valor correspondiente del registro de su establecimiento y el cliente externo reclama su recibo y su registro de Cámara de Comercio, luego verifica que la información este completa y no falta ningún dato y procede a retirarse.

Estandariza un solo proceso, del servicio enfocado en la atención al cliente y especifica porque lo estandarizaron

Saludo

Buenos días/tardes bienvenido al CAE, mi nombre es Alejandro, ¿En qué puedo ayudarle?

Realiza el plano del proceso que se elaboró el ciclo del servicio



Cual sería un momento de atención cara a cara, y agrega a esa atención un valor agregado

Cliente: Buenas tardes, necesito que por favor me asesore en cómo puedo realizar un registro de proponentes.

Asesor jurídico: Buenas tardes, bienvenido, tome asiento, con mucho gusto

Asesor jurídico: Para el registro único de proponentes usted debe tener:

1. Los estados financieros con corte al 31 de diciembre 2020
2. Contar con contratos ejecutados a la fecha de realizar la inscripción
3. Debe buscar los códigos del tercer nivel para colocarlos en el RUP
4. Una vez usted tenga la información hace el trámite en la plataforma transaccional, imprime el formulario, adjunta los soportes que le acabo de mencionar y se dirige a la caja y hace el pago que son $ 587.000 mil pesos, la revisión de ese trámite es de 15 días hábiles y si hay observaciones se le devuelve a usted para que lo corrija o lo ajuste y si está bien se hace el respectivo registro y así tendrá usted su RUP.

Cliente: Entonces, todo eso lo realizo y pago, pero que pasa si se me devuelve el trámite por completo

Asesor jurídico: Debe realizar el trámite por completo, le sugiere que visite nuestra página, www.cccauca.org.co opción servicios virtuales ahí va a encontrar instructivos que son muy específicos y así puede realizar su trámite con éxito

Cliente: es usted muy amable, gracias

Asesor Jurídico: Con todo gusto, que tenga feliz tarde.

Valor agregado.

En la cámara de comercio el valor agregado es que a los clientes externos se le regala un kit que contiene; una agenda tipo cuaderno, agenda de mano, calendario y un lapicero por realizar los trámites de renovación en las fechas establecidas.

Manual de presentación del personal, (vestido, cabello, accesorios, uñas, etc.)

1. Presentación personal

Cajeros: pantalón de tela, camisa manga larga, cabello corto, uñas cortas

Cajeras: pantalón de tela, camisa manga larga, cabello recogido, uñas cortas colores neutros, zapatos altos, maquillaje suave.



Personal femenino

La presentación del personal femenino administrativo deberá ser de carácter profesional:

• Las colaboradoras deberán utilizar accesorios discretos y que guarden armonía con el color del uniforme.

• Las manos, y uñas, deben estar limpias; mientras que los esmaltes deben ser discretos.

• El maquillaje y peinado deben ser impecables, no exagerados y cuidando la pulcritud de los mismos.



Personal masculino

El Personal masculino deberá ser formal y su presentación bien cuidada.

• Las barbas, candados y bigotes, deben ser tratados y/o cuidados; mientras que los cortes de cabello y peladas deben ser formales.

• El uso de piercings u otro tipo de arete no está permitida por ir en contra de la imagen institucional, además de atentar contra la seguridad del mismo portador.



Abogados: pantalón de paño, corbata, zapatos de material, camisa manga larga y señorial, saco, cabello corto, uñas cortas.

Abogadas: vestido largo a la rodilla, falda a la rodilla, zapatos altos, cabello recogido, accesorios pequeños, uñas cortas, colores neutros, maquillaje suave.



Los días viernes; pueden vestirse con pantalón dril, no tenis, camisa polo, mujeres pantalón dril, blusas no descotadas.





Elementos de comunicación y técnicas de comunicación se utilizan en el servicio de la empresa

En la Cámara de Comercio del Cauca se utilizan elementos de comunicación como **la comunicación escrita** por medio de memorandos, cartas de despido, emails, fax, **comunicación no presencial** por medio de llamadas telefónicas, reuniones por meet o zoom, **comunicación no verbal**; a través de gestos y señales.

Referencias Bibliográficas

Cámara de Comercio del Cauca (2017) Informe de gestión. Recuperado de https://www.cccauca.org.co/sites/default/files/archivos/informe2.pdf

Portafolio De Actividades

INSTRUCTORA

Sandra Milena Tejada

APRENDIZ

Karen Yuliana Diaz

FICHA

2236623

Aprendizaje Sena

Centro De Comerio Y Servicio

Popayán

2021

INDICE

Mi Proyecto De Vida…….

Objetivos…….

Empresas Y Actividades……..

Misión……..

Visión……

Cliente Interno……

Cliente Externo……..

Ciclo Del Servicio……..

Estandariza Un Solo Proceso……

Plano Y Siclo De Servicio…….

Momento Cara A Cara……..

Presentación Personal…….

Técnicas De Comunicación……..

Valor
Agregado…….
….

MI PROYECTO DE VIDA

VISION

Mi visión hacia el futuro es crecer más como persona, mi meta es ejercer como profesional en ADMINISTRACION DE EMPRESAS terminar mi tecnólogo, y darle comienzo a mis estudios como profesional.

trabajar y convertirme en una persona ejemplar ayudando a mi madre. Darle ejemplo a mi hija para que crezca siendo una persona con principios y valores como me los han inculcado mi madre a mí, llevar a mi familia a un viaje que conozcan diversos países y creencias,

me gustaría llegar a ser una gran empresaria construir mi propia empresa para darle oportunidad de trabajo a muchas personas y que puedan ejercer.

Si tuviera todas las facilidades a mi alcance me gustaría empezar por ir creando mi empresa darle una mejor calidad de vida a mi familia le daría a mi madre lo que ella tanto te gustaría tener darle una oportunidad de trabajo a todos esos jóvenes, madres solteras que por una u otra razón han sido madres a temprana edad.

El trabajo que más me gustaría tener y sé que con la ayuda de Dios lo voy a lograr es ser dueña de mi propia empresa, por el momento me gustaría trabajar en la empresa de familia.

MISION

Mi misión es convertirme en una persona con principios y valores y contribuir a la sociedad económicamente y adquirir día a día mas conocimientos.

Mi misión en la vida como profesora y persona.

Mi misión en la vida como una persona profesional es otra persona con liderazgo e inculcar valores y ayudar a personas que al igual que yo quieren superarse ser una gran empresaria reconocida por mi honestidad por ser una persona respetuosa y llena de valores y así también en lo personal ser como hasta ahora una madre y una hija ejemplar.

OBJETIVO

Mejorar día a día esforzarme para realizar mis estudios convertirme en una gran profesional y ayudar a mi familia y ser reconocida por mi historia y por mis buenas labores.

OBJETIVOS ESPESIFICOS

Mis objetivos principalmente son:

- Terminar el tecnólogo
- Realizar mi etapa practica
- Empezar mis estudios como profesional
- Desempeñarme de la mejor manera
- Terminar mi profesional
- Comenzar a ejercer como profesional
- Crear estrategias para crear mi propia empresa

- Darle oportunidad de trabajo a jóvenes que al igual que yo quieren superarse.
- Ser una persona reconocida no solo por lo alcanzado sino por las acciones

¿Estás en el lugar que quieres y mereces?

R// si creo que estoy en un muy buen lugar amo quien soy y amo las personas que me rodean lo que si considero es que merezco más y por eso es que me esfuerzo día a día para lograrlo.

¿Sientes que lo que haces es tu verdadera misión?

R// si creo que siempre he sido una persona enfocada en lo que quiere y con claridad hasta dónde quieres llegar

¿Cuál es la visión que tienes de ti dentro de 5 años?

R// yo en 5 años me gustaría ya haber terminado mis estudios como profesional en administración de empresas, verme como una persona profesional ejemplar y con ganas de salir adelante y de crecer como ser humano

¿A dónde te gustaría llegar?

Me gustaría llegar a ser reconocida por mis grandes labores y ser una persona de ejemplo con buenos principios y valores.

El trabajo que me gustaría tener es ser la presidenta de mi propia empresa

.

¿En qué tipo de empresa me gustaría trabaja?

R// como presidente de mi propia empresa

¿Desarrollo profesional?

R// mi desarrollo como profesional seria ser una de las más grandes empresas a nivel mundial tener mi propia empresa y darle oportunidades de trabajo a muchas personas para que mejoren la calidad de vida

¿Quién soy como persona y aprendiz?

Yo como aprendiz considero que soy una persona con ganas con crecer cada día convertirme en una persona ejemplar para mi sociedad.

EMPRESA

PANADERIA RICOS PAN



ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Esta es una micro empresa creada con el fin de obtener beneficios económicos, y suplir las necesidades de una familia en común de igual ayudar con la empleabilidad en Colombia.

UBICACIÓN:

. Se encuentra a 89 km de la capital departamental, Popayán. Es el último municipio creado en este departamento, en diciembre de 2006 carrera 5 N#6 en la vereda campo llanito

CONTACTANOS:

TEL: (57) 8236452

CEL: (57) 3184501267

WHP: (+57) 3203501207

SERVICIOS:

Realizamos pedidos por WhatsApp solo en el municipio de Guachené se hacen panes de 500 en adelante, tortas decoradas y en bandeja para eventos grandes se vende gaseosas, aguas, jugos etc.…manejamos servicio a domicilio SOLO GUACHENE

HORARIOS DE ATENCION.

LUNES	DE 05:30 AM A 08:00 PM
MARTES	DE 05:30 AM A 08:00 PM
MIERCOLES	DE 05:30 AM A 08:00 PM
JUEVES	DE 05:30 AM A 08:00 PM
VIERNES	DE 05:30 AM A 08:00 PM
SABADO	DE 05:30 AM A 05:00 PM
DOMINGO	DE 05:30 AM A 04:00 PM

MISIO DE LA EMPRESA

Crecer cada día mas que las personas se sientan satisfechas de producto que e vende en esta pasar de micro empresas a ser una gran empresa

reconocida por su diversidad de panes y llegar a ser reconocida nacional e internacional.

VISION DE LA EMPRESA

Esta se caracteriza principalmente por ser una empresa que genera empleo y comercio al municipio guáchense genera empleo y ayuda a la persona de la comunidad.

CLIENTE INTERNO

Este es el encargado de la atención y el encargado del buen funcionamiento de la empresa, este tiene la obligación de estar al pendiente de que todo salga bien en la empresa y que todo este funcionando debido a las reglas empleadas en la panadería.

También este encargado de tener presente la cantidad de panes que se debe hacer diario en la empresa cantidad de cada uno de los productos elaborados en la empresa.

CLIENTE EXTERNO

El segmento de servicio va dirigido a hombres y mujeres jóvenes adolescentes adultos mayores que les guste comer pan de buena calidad.

PANADERIA RICOS PAN	HOMBRES, MUJERES, ADOLECENTES, ADULTO MAYOR
GEOGRAFICAS	
Ciudad	Guachené-cauca
Barrio	Campo llanito
DEMOGRAFICAS	
Edad	10 a 50 Años
Genero	Ambos
PSICOGRAFICAS	
Nivel De Cultura	Extractos 1,2,3,4
Región	Indiferente
CONDUCTALES	
	Hombres, mujeres adolescentes adulto mayor que busquen pan de calidad y de muy buen sabor

CICLOS DE SERVICIO

SALUDO: muy buenos días, bienvenido en que le puedo colaborar

ACTITUD: Siempre mostrarse amable ante el cliente tratar con respeto y amabilidad.

PRESENTACION PERSONAL: Tener el uniforme bien limpio y adecuado siempre con el uso de guantes tapabocas y sombrero en el momento de atender

PROCESO DE ATENCION:

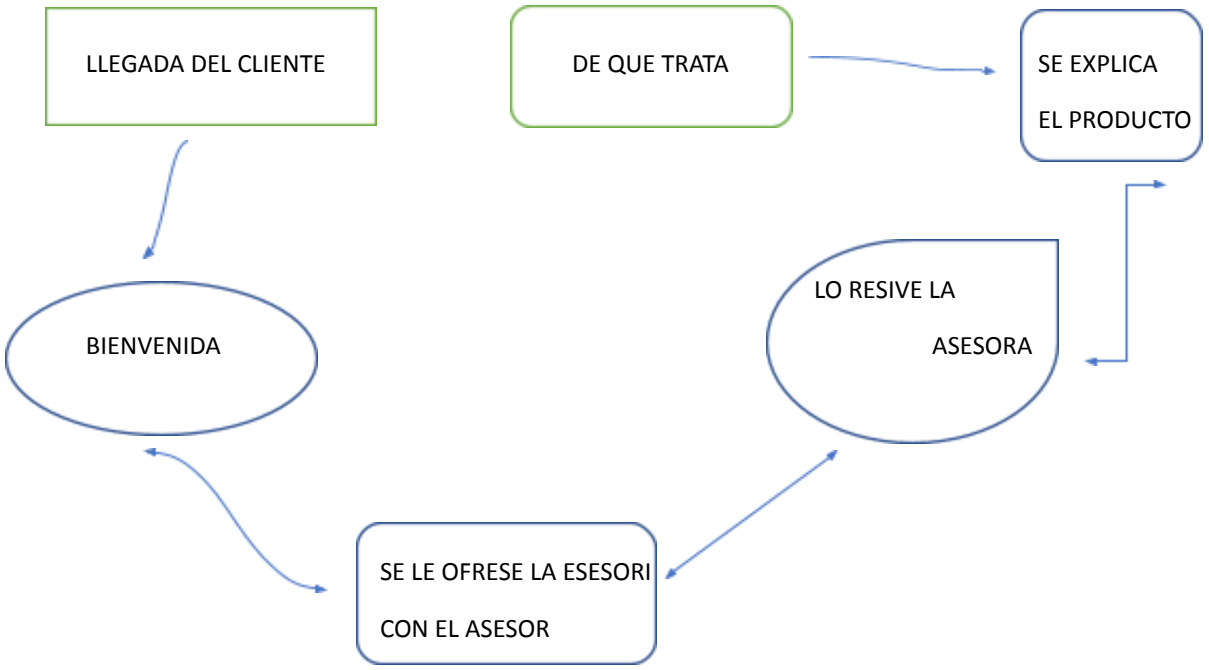
- Recibir al cliente con toda la amabilidad posible y conocer su necesidad escuchar activamente lo que desea el cliente y sobre todo mantener un uy buen contacto visual con este

- Suplir la necesidades del cliente y terminar agradeciéndole por su compra y sobre todo preguntar si esta satisfecho con la atención brindada.

ESTANDARIZAR EL PROCESO

ACTITUD: Decidí estandarizar la actitud porque pienso que para obtener tus objetivos debes de tener una actitud positiva ante el cliente siempre con ganas y con una sonrisa sin olvidar que siempre debemos mostrarnos amables pero considero que la actitud es base fundamental para atender un cliente.

PLANO DE PROCESO



MOMENTO CARA A CARA

CLIENTE: Buenos días Sr.

ASISTENTE: ¿muy días sr en que le puedo colaborar?

CLIENTE: ¿Me dices por favor de que precio tienes panes?

ASISTENTE: Si claro… Manejamos diversos precios de 500 en adelanta cual desea.

CLIENTE: Me regalas uno de 3000 y uno de 5000 por favor

ASISTENTE: Me reglas un momento por favor ya te los traigo

CLIENTE: Claro.

ASISTENTE: Mire sr aquí están sus panes uno de 3 y uno de 5

CLIENTE: Muchas gracias señorita

ASIATENTE: Con todo el gusto sr que tenga un feliz día

CLIENTE: Muchas gracias debería de haber más asistentes tan atentas como usted.

ASISTENTE: Muchas gracias me agrada que este satisfecho con mi atención.

PRESENTACION PERSONAL



UNIFORME:

GORRO



CAMISA DE TELA



PANTALON DE TELA



DELANTAL DE CADERAS HACIA ABAJO



- **ZAPATOS COMODOS**



- **GUANTES**



- **TAPABOCAS**



ACCESORIOS

NO SE DEBE USAR NINGUNA CLASE DE ASESORIO EN EL CASO DE LAS MUJERES SOLO SE LES PERMITE DE ACCESORIO UNOS ARETES PEQUEÑOS CABELLO RECOJIDO UÑAS DE LAS MANOS SIN ESMALTES Y SIN MAQULLAJE ESAJERADO MANTENER EL UNIFORME

LIMPIO Y SIN ROTOS NI MANCHAS CABE RECORDAR QUE LA PRESENTACION PERSONAL ES INDISPESABLE.

TECNICAS DE COMUNICACIÓN

En la empresa ricos pan se utiliza la comunicación presencial por medio del dialogo cuando el cliente le pegunta a su asesor por algún producto.

COUNICACION NO PRESENCIAL: Esta se utiliza en caso de que el cliente desee que el producto le llegue a su casa o ya sea por medio de WhatsApp ya que esta empresa tiene servicio de pedidos por esta red de comunicación

ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

- **EMISOR:** EL ASESOR
- **RESEPTOR:** CONSUMIDORES
- **CODIGO:** LENGUAGE VERBAL Y NO VERVAL

- **CANAL:** EL AIRE, EL OIDO,TELEFONO, VISTA, Y LA LUZ.

- **MENSAJE:** ES LA INFORMACION TRANSMITIDA POR EL ASESOR.

VALOR AGREGADO

POR LA COMPRA DE CADA 1000 EN PANES LLEVATE TOTAL MENTE GRATIS UNA GASEOSA DE TRES LITROS PARA COMPARTIR CON LOS TUYOS.

SERVICIO AL CLIENTE

PORTAFOLIO

PRESENTADO A:

Sandra Milena Tejada López

PRESENTADO POR:

Marian Cristina Peña Quiñonez

GESTION DEL TALENTO HUMANO

FICHA:

2232623

SENA

POPAYAN-CAUCA

2021

PORTAFOLIO SERVICIO AL CLIENTE

GESTION

Índice

1. Mi proyecto de vida
2. Empresa: presente la empresa y Actividad de la empresa
3. Misión
4. Visión
5. Cliente interno
6. Cliente externo
7. Segmento de clientes y/o nicho de mercado
8. Ciclo del servicio de tu servicio
9. Estandarización de un solo proceso
10. Plano del proceso que se elabore el ciclo del servicio
11. Momento de atención cara a cara y valor agregado
12. Manual de presentación del personal, (vestido, cabello, accesorios, uñas, etc.).
13. Elementos de comunicación y técnicas de comunicación

1. Mi proyecto de vida

-¿Quién soy yo como persona?

Soy hija, hermana con la aspiración de cada día ser mejor, trabajar en mis sentimientos, emociones y pensamientos también con grandes metas de poder salir de mi entorno social y aprender de otros, logrando mis objetivos de tener mejor estabilidad económica.

Una persona responsable, respetuosa, solidaria, a quien le gusta ayudar, una persona sensible, con miedos pero con ganas de cambiar lo malo a lo positivo.

-¿Quién soy yo como profesional o aprendiz?

Como aprendiz, soy responsable, con ganas de aprender

Terminar este tecnólogo y seguir preparándome

-¿Cuáles son mis prioridades?

Demostrarme que si soy capaz, buscar lo que me hace bien

Compartir al máximo con mis padres y familia

Terminar mis estudios, cada día estar dispuesta a aprender

-¿Cuáles son mis valores fundamentales?.

La responsabilidad, solidaridad, el respeto la empatía.

MI PROYECTO PROFESIONAL:

MI VISIÓN, MISIÓN OBJETIVO Y ESTRATEGIAS.

LA VISIÓN

Es el mapa de tu futuro. Es aquello que quieres conseguir o llegar a ser. Sería como soñar en grande, Pero con los pies en la tierra.

-¿Cuál es la visión que tienes de ti dentro de 5 años?

Yo en cinco años me veo, con mis reconocimientos de todo lo que he estudiado, tecnólogos, cursos ya culminado mi carrera, me veo en un puesto de trabajo agradable. También me veo aportando en los sueños de mis padres y familia al igual que siendo parte de una fundación, donde aporte tanto económicamente como intelectual compartiendo mis experiencia y escuchando las de las personas que hacen parte y están en la fundación.

También viviendo en la casa de mis sueños, Con una familia que me brinda mucho amor, ya con muchos lugares conocidos y con expectativas de viajar más para conocer.

-¿A dónde te gustaría llegar?

A lo más alto hasta donde Dios y mis esfuerzos me lo permitan, donde tenga muchos conocimientos y cosas buenas para aportar en mi sociedad, siendo exitosa tanto en lo laboral – económicamente y más la felicidad como persona.

-¿qué quieres conseguir como profesional?

Un alto puesto laboral, obtener un muy buen sueldo, elaborar un muy buen proyecto, trabajar en una empresa reconocida, vivir nuevas experiencias al lado de personas que estén en altos y bajos puestos de la empresa.

-¿qué te gustaría hacer si tuvieras todas las facilidades a tu alcance?

Prepararme, aprender de todo un poco, viajar con mi familia, tener las cosas materiales deseadas como casa, carro y más, tener mi propia fundación para las personas que necesitan más que algo material un espacio donde comprendan el significado del amor

-¿qué trabajo te gustaría tener?

Ser la jefe y dueña de una organización de recursos para fundaciones

-¿En qué tipo de empresa te gustaría trabajar?

En mi propia empresa una empresa sin fines de lucro

(ONG) ya que su fin es aportar para bienes comunitarios

¿Cuál sería tu desarrollo profesional (metas)?....

Aprovechar mi tiempo, evaluarme constantemente para conocerme más, para descubrir mis habilidades y trabajar en ellas para asi no cerrarme a nuevas oportunidades

Mis metas, terminar el tecnólogo en GESTION DEL TALENTO HUMANO

Continuar con una carrera universitaria y terminarla

Después de lograr ser profesional aportar mis saberes dentro de mi área laboral

MISION

-¿Cuál es tu papel como profesional?

La jefe de una empresa, crear estrategias donde le demos la importancia al personal y al cliente externo

-¿Qué contribución haces como profesional?

Crear estrategias donde les demos la importancia al personal y al cliente externo, tener una buena comunicación donde exista la amistad y no la competencia destructiva

-¿Cómo quieres que te recuerden?

Deseo que me recuerden como una persona que hizo su mayor esfuerzo para dar un buen ejemplo que con obstáculos, miedos y caídas no se quedó ahí, más se levantó de lo más bajo para buscar la salida, como una persona bondadosa, una persona que se pone en el papel de la otra para saber entenderla, donde todos sus recuerdos de mi sean positivos que impacten para sus vidas positivamente

“Haz todo el bien que puedas, por todos los medios que puedas, de todas las formas que puedas, en todos los lugares que puedas, en todo momento que puedas, durante todo el tiempo que puedas” Juan Wesley

-¿Qué logros profesionales te hubiera gustado alcanzar dentro de 10 o 20 años?

Ascender de lo más pequeño a lo más alto

Implementar recursos

Ayudar a más fundaciones

-Cuando descubres aquello que te gusta hacer, es decir, aquello que te apasiona y lo utilizas para hacer mejoras a tu alrededor, esto se puede convertir en tu misión.

Si se convierte en misión puesto que debemos aportar positivamente y para ello debemos plantearnos unos objetivos y así lograr las mejoras que deseamos.

-Todos tenemos un por qué hacemos las cosas. Todos realizamos acciones con un propósito.

ESTABLECER OBJETIVOS

-Objetivo general:

- Terminar mis estudios y crecer personal y profesionalmente

-Objetivos específicos:

- Saber afrontar los miedos
- Terminar la tecnología gestión del talento humano
- continuar con una carrera profesional
- Aportar mis saberes en la sociedad
- Ayudar a mis padres y familia

PLAN DE ACCIÓN O ESTRATEGIA

-¿Te has parado a planificar tu vida profesional?

Si aunque es muy complejo, ya que cada vez que lo hago salen más cosas por cambiar o aumentar, pero lo primordial es trabajar para ayudarme en mi crecimiento intelectual, estudiar y poco a poco ir alcanzando mis ideales hasta llegar al puesto que anhelo.

-¿Qué vas a hacer para alcanzar tu visión por medio de los objetivos que te has fijado?

Trabajar en mis miedos para convertirlos en fortalezas, conseguir un empleo para tener recursos cuando los necesite

-¿Por dónde debes empezar?

Buscar un poco de ayuda quien contribuya en mi mal manejo de tiempo, de desconfianza o miedos, ver expectativas de trabajo en él pueda entrar mirando horarios que no afecten para seguir preparándome.

-¿Cuánto tiempo vas a necesitar para conseguirlo?

Posiblemente 5 años para llegar al cargo que deseo, para abrir una fundación aunque no se con seguridad puesto que en el camino hay varios obstáculos que no se va a saber cuánto tiempo se necesite para derribarlos, pero si que todo sea con calma con pasos firmes

Te invito a que reflexiones sobre dónde está hoy tu vida profesional.

-¿Estás en el lugar que quieres y mereces?

Si, ya estoy estudiando es un muy buen comienzo

-¿Sientes que lo que haces es tu verdadera misión?

Completamente si, además de que gracias a los comentarios negativos ayudan con la misión primeramente a prepararse para tener de que hablar constructivamente y segundo para cambiar esos pensamientos aportándoles y que aporten lo bueno.

-¿Cuántos años más te ves en esta situación profesional?

En este momento se me hace difícil definirlo, pero s5 años para lograr mi profesionalidad

-¿Lo que haces está alineado con lo que valoras?

Claro que si, he aprendido y descubierto muchas cosas de las cuales no sabía, y me aportan como persona para aplicarlas en mi comunicación hacia los demás

-¿Cuáles son tus prioridades hoy y ahora?.

Trabajar en este mi proyecto de vida, como primer paso terminar el tecnólogo, seguir preparándome, tener un buen trabajo, y mientras todo esto llega vivir el hoy con las personas que tengo y amo

2. Empresa: presente la empresa y su actividad



Coltejer fue fundada el 22 de octubre de 1907 por el industrial Alejandro Echavarría y algunos miembros de su familia con un capital de mil pesos colombianos. Inicialmente contaba con diez telares y doce trabajadores, ampliando su capacidad a 100 máquinas y cerca de 150 obreros para el año 1910.[2] A comienzos de la década de 1930 fueron importados 200 telares automáticos desde el Reino Unido y la compañía produjo la primera tela estampada para el territorio colombiano. Para la década de 1940 la empresa ya contaba con más de 1300 trabajadores y había iniciado un proceso de modernización en la producción.

Expansión:

En la década de 1960 Coltejer se convirtió en la primera empresa textil en implementar los telares sin lanzadera en Suramérica. En 1968 inició la construcción del Centro Coltejer, el edificio de mayor altura en el país hasta ese momento,[45] y estrenó su primera Bienal de Arte, un evento artístico que albergó expositores nacionales e internacionales con nuevas versiones en 1970 y 1972.[67] En 1969 la empresa amplió su capacidad de producción al instalar una planta de 3 700 metros cuadrados para hilatura. Luego de superar la crisis mundial de los textiles, a finales de la década de 1970 Coltejer adquirió gran parte de las acciones de las empresas Procecolsa, Ciprés de Colombia, Forestales Doña María y Productora de Celulosa Colombiana. En 1978 el empresario Carlos Ardila Lülle asumió su control accionario.[1]

Para el año de 1987 Coltejer contaba con más de cinco mil telares automáticos y continuó su expansión durante la década de 1990, en la que procesaba anualmente 50 000 toneladas de fibra
(entre poliéster, algodón, nailon y lino) y producía cerca de 170 millones de metros cuadrados de tela.[1] A finales de los años 2000 se unió a la compañía textil mexicana Grupo Kaltex y algunos años después fundó la institución educativa Coltejerschool.

1907

- Con tan solo $1.000 de oro inglés de capital, 12 trabajadores y 4 telares. El 22 de octubre de 1907, fue constituida la Compañía Colombiana de Tejidos, Coltejer, con las firmas de Alejandro Echavarría e Hijo y R. Echavarría & Cia.

- Lanzamos el primer producto Coltejer, una camisa de franela, de la cual decían "tan fuerte y de boca tan grande como la ruana".

1909

- Solo hasta 1909 se hace la inauguración oficial de la empresa, cuando el presidente General Rafael Reyes oprimió un switch desde el Palacio de la Carrera en Bogotá que puso en movimiento las máquinas en Medellín.

1929 – 1939

- A pesar de la crisis que comienza en 1929, importamos más de 200 telares automáticos de Inglaterra y conservamos los 7.000 husos, 160 telares y nuestros 300 trabajadores.

- Produjimos la primera tela estampada en Colombia hecha de algodón, el Crespón Carmen.

1940 - 1949

- Iniciamos los procesos de mercerización y un ciclo acelerado de modernización y producción.

- La población laboral sube a 1.320 personas.

- En este periodo adquirimos: Rosellón y Manufacturas Sedeco, esta última productora de rayón y el inmueble de Itagüí, sobre la futura autopista.

- Participamos en la fundación de la Andi; del Banco Industrial Colombiano y nos asociamos con la Compañía Suramericana de Seguros, consolidando la industria radial, con la fundación de La Voz de Antioquia y Caracol.

1979 - 1989

- Para este entonces contamos con 5.000 telares automáticos.

En 1985

-Entró en producción la nueva planta de hilandería Open End en Rionegro, con capacidad de 20 toneladas de hilo por día. Posteriormente inauguramos, también en Rionegro, la planta de índigo en cuerda y para el final de esta década, creamos la Comercializadora Internacional de Coltejer. (C.I. Coltejer S.A.) que da comienzo a la exportación de prendas.

- Durante 1988 y 1989 modernizamos los procesos de tejeduría y acabados, sistematizando los procesos productivos, de ingeniería, planeación, control y despacho de productos.

- Ponemos en marcha el plan de administración, con el que se espera que la compañía se recupere de la crisis, con ganancias por más de $4.900 millones de pesos.

2000 - 2007

- El 20 de febrero de 2001, como consecuencia de la liberación de las importaciones, la revaluación de la moneda colombiana y el contrabando textil, nos acogemos a la ley 550/99 con el fin de renegociar las acreencias y así seguir siendo viables.

- En el año 2006, ponemos en funcionamiento, en la CI Coltejer, la nueva planta de producción de índigo, con capacidad para hacer un millón de metros mensuales.

2015

- Agregamos a la línea de hogar licencias de marcas mundialmente reconocidas para ropa de cama.

- Comienzan a ofrecerse acabados como “Soil Release o Scotch Gard”, repelente al agua, ignífugo, planchado permanente, microesmerilado y perchados.

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

Coltejer =compañía colombiana de tejidos

Giro de la empresa: Compañía textil, venta de telas no tejidas para confección

Área de ventas → cargo, asesor de ventas

Funciones, actividades y/o tareas

- -Atender de manera personalizada a los clientes
- -Detectar necesidades, asesoramiento y venta de productos y servicios a los clientes que acudan a la tienda.
- -Conocer y orientar la venta hacia los productos más rentables y exclusivos definidos por la compañía, sin olvidar nunca las necesidades del cliente.
- -Controlar y prevenir posibles robos o hurtos por parte de los clientes.

Retomando lo anterior coltejer es una sociedad mercantil anónima de nacionalidad Colombiana, que tiene su domicilio social en el municipio de Itagüí, departamento de Antioquia, república de Colombia.

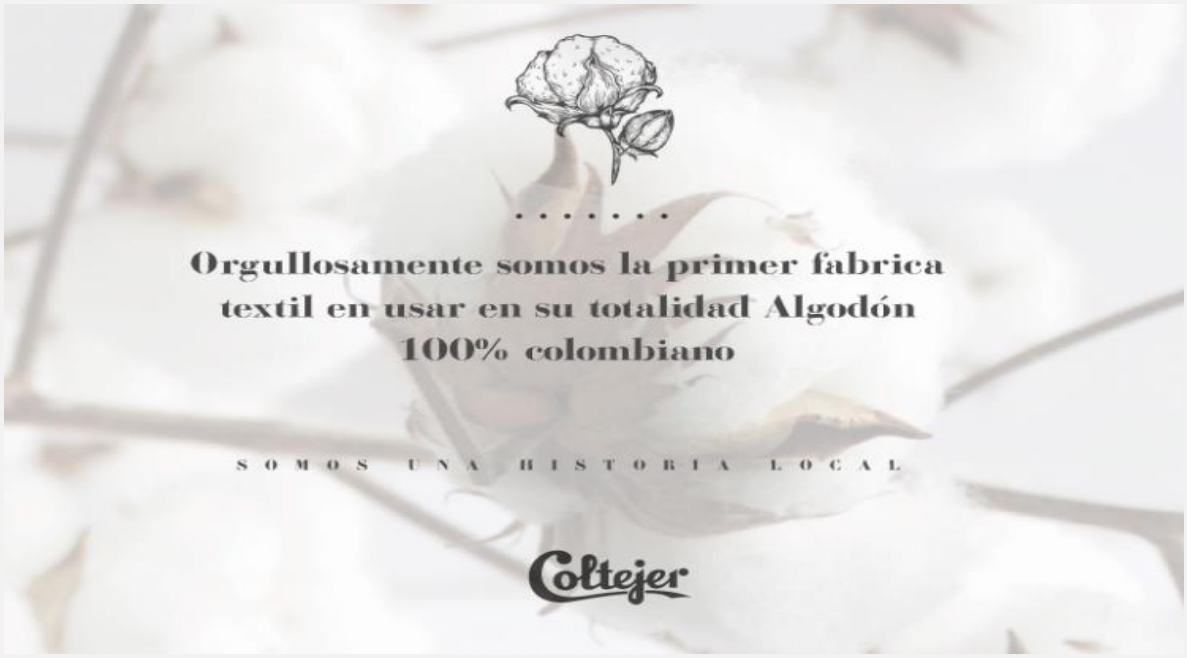
Este también fue el edificio más alto de Latinoamérica hasta que lo superaran el World Trade Center México (1972) y las torres de parque central (caracas).

Es una compañía fundada en 1907 y cuyo objeto es el montaje y explotación de fábricas de hilados y tejidos con todas sus dependencias anexas para cualquiera de los procesos textiles, bien sea para fibras naturales, artificiales, sintéticas, o para telas no tejidas, la confección y comercialización de prendas textiles para todo tipo de uso en forma directa o indirecta. Coltejer ha sido empresa líder del sector textil en Colombia y es considerada como una de las tres mayores textileras de América Latina, actualmente cuenta con aproximadamente 800 empleados y maneja cinco tipos de productos textiles como driles, índigos y no tejidos, impregnándole a cada una de las creaciones innovación, calidad y moda.

Los 5 tipos de productos actuales:

- *Telas de moda.*
- *Telas para dotación de uniformes.*
- *Telas no tejidas para confección, salud, aseo, industria, decoración, calzado y marroquinería.*
- *Una línea de hogar que ofrece ropa de cama.*

- *Tiendas de fábrica que ofrecen prendas de moda para dama y caballero, ropa de cama y toallas.*



Políticas

Todas nuestras acciones se fundamentarán en el mejoramiento continuo, cumpliendo con las normas de calidad, orientándolas a la prevención de errores, cumpliendo cabalmente con las responsabilidades desde la primera vez y canalizándolas a la ejecución efectiva. Nuestras metas serán compatibles con el desarrollo integral de la persona, los valores, la adecuación tecnológica sostenible, la protección del medio ambiente y la satisfacción de nuestros clientes. Nuestra estrategia tendrá como principio adaptar nuestras fortalezas a las condiciones del mercado y operar en los segmentos con mayor potencial y rentabilidad.

3. Misión

Misión

Fabricar y comercializar productos textiles y de confección de alta calidad para los mercados que atiende la empresa, a través de capital humano calificado, desarrollado y comprometido con los valores éticos, tecnologías y prácticas que generen: confianza de nuestros clientes, rentabilidad, sustentabilidad y desarrollo creciente de la empresa. Motivación y compromiso de nuestro recurso humano; respeto y cuidado del medio ambiente y del entorno relativo a la empresa, credibilidad y contribución efectiva del bienestar social.

4. Visión

Visión

Ser sinónimo de textiles de moda y vanguardia para los mercados de confección, lograr el reconocimiento nacional e internacional como la empresa textil colombiana por excelencia, ser una empresa que marque la tendencia de la moda en los mercados textiles que atiende, alcanzar los niveles de presencia, participación e imagen en el mercado, así como la productividad, eficiencia y calidad que posibiliten la sostenibilidad y crecimiento de la empresa en el tiempo, generando adecuada rentabilidad para sus accionistas.

5. Cliente interno

Como anteriormente lo evidenciamos. Coltejer S. A., es una sociedad anónima, establecida de acuerdo con las leyes colombianas el 22 de octubre de 1907.

Su domicilio principal se encuentra en el municipio de Itagüí - Antioquia.

El objeto social de la Compañía es el montaje y explotación de fábricas de hilado y tejidos con todas sus dependencias anexas para cualquiera de los procesos textiles.

.

La Matriz opera con 2 plantas productoras en el país (Colombia) ubicadas en el municipio de Itagüí - Antioquia y la otra en Rionegro – Antioquia, cuenta con 1,320 empleados, de los cuales 23 son practicantes o aprendices.



Beneficios empleo

- Planes de aportación definido

El plan de aportación definido es un beneficio post-empleo en el que la Compañía paga contribuciones fijas a un fondo de pensiones, y donde no tiene ninguna obligación legal de pagar montos adicionales. Las obligaciones por pago de contribuciones a planes de pensiones definidos se reconocen como un gasto por beneficios a empleados en resultados, en los períodos en los que los servicios son prestados por los empleados.

- Planes de beneficio definido

En el caso de los planes de beneficios definidos como es el caso de pensiones de jubilación y prima de jubilación, la obligación y el costo de tales beneficios es determinado utilizando el método de la unidad de crédito unitario proyectada, con valoraciones actuariales independientes con una periodicidad anual. Bajo este método la obligación por Beneficios Definidos (DBO) es el valor presente de los beneficios actuales por servicios pasados, pero calculando el beneficio del plan con base en el sueldo proyectado a la fecha a la que se asume que el participante reciba el beneficio.

Las obligaciones y gastos cambiarán en el futuro como resultado de cambios futuros en los métodos actuariales y supuestos, información de los participantes, provisiones del plan y leyes aplicables, o como resultado de futuras ganancias y pérdidas. Ninguno de estos cambios ha sido anticipado en este momento, pero serán reflejados en futuras valuaciones actuariales.

Las ganancias y pérdidas actuariales que surgen de los ajustes basados en la experiencia y cambios en los supuestos actuariales, se cargan o abonan a los otros resultados integrales en el periodo en el que surgen.

Beneficios por terminación

Corresponde a beneficios negociados, por una única vez, con empleados que se acogieron al beneficio de terminación anticipada del contrato laboral según acuerdo suscrito en 2008.

Se reconoce como obligación el valor presente de los montos que se espera pagar en los términos definidos en el acuerdo. El valor presente se determina descontando los flujos de salida de efectivo estimados, usando las tasas de interés calculadas a partir de la curva de rendimiento de los bonos del Gobierno Colombiano – Curva de TES B – que tienen términos que se aproximan a los términos de la obligación por beneficios por terminación hasta su vencimiento.

Los costos del servicio y las nuevas mediciones del pasivo son reconocidos en los resultados del periodo.

Beneficios corrientes

Las obligaciones por beneficios a los empleados a corto plazo son reconocidas como gastos a medida que el servicio relacionado se provee. Las obligaciones laborales se ajustan al final de cada ejercicio, con base en las disposiciones legales y los convenios laborales vigentes.

Se reconoce una obligación por el monto que se espera pagar dentro del año siguiente al corte, cuando se posee una obligación legal o constructiva actual de pagar este monto como resultado de un servicio entregado por el empleado en el pasado y la obligación puede ser estimada con fiabilidad.

6. Cliente externo

Coltejer es el proveedor de bienes de ventas nacionales y del exterior, inicio sus ventas con las compañías, de celulosa colombiana S.A, procecolsa y ciprés de Colombia. Coltejer está controlada por Grupo Kaltex S. A. de C.V. (México), a través de varias de sus subsidiarias, que agregadas poseen el 60.26% de las acciones de la Compañía.

Actualmente el objeto social de la Compañía es el comercio al por menor de productos textiles en establecimientos especializados. Como compañías nacionales y extranjeras en Colombia es proveedora de empresas en actividades relacionadas con el clúster textil/confección, diseño y moda. Donde están clasificadas por microempresas, pymes y grandes empresas

Coltejer reconoce los ingresos provenientes de contratos con clientes con base en lo establecido en la NIIF 15:

- Identificación de contratos con clientes:

Un contrato se define como un acuerdo entre dos o más partes, el cual crea derechos y obligaciones exigibles y establece criterios que se deben cumplir para cada contrato.

- Identificación de las obligaciones de desempeño en el contrato:

Una obligación de desempeño es una promesa en un contrato con un cliente para la transferencia de un bien o servicio.

- Determinación del precio de la transacción:

El precio de la transacción es el monto del pago al que la Compañía espera tener derecho a cambio de la transferencia de los bienes o servicios prometidos a un cliente, sin tener en cuenta los montos recibidos en representación de terceros.

- Distribuir el precio de la transacción entre las obligaciones de desempeño del contrato:

En un contrato que tiene más de una obligación de desempeño, Coltejer distribuye el precio de la transacción entre las obligaciones de desempeño en montos que representen el monto de la

consideración a la que la Compañía espera tener derecho a cambio de cumplir cada obligación de desempeño.

7. Segmento de clientes y/o nicho de mercado

Primeramente debemos tener en cuenta que colteger garantiza el escrito cumplimiento de los productos textiles, para su debida seguridad donde cumple con todas las condiciones necesarias para que se utilicen sus textiles con total tranquilidad y brinden a sus clientes un servicio integral y una buena imagen que transmite respeto y confianza.

Normas como American Society for Testing and Materials – ASTM, American Association of Textile Chemist and Colorists – AATC, International Organization for Standarization – ISO, Instituto Colombiano de Normas Técnicas – ICONTEC, son algunas de las normas que han establecido las diferentes pruebas a las que puede estar sometida una tela para determinar su grado de calidad y funcionalidad.

Como bien las normas permiten y comprometen a la organización hacer pruebas que garanticen la calidad textil.
Principalmente para determinar si una prenda cuenta con las características necesarias es de vital importancia exponerla a situaciones de riesgo. Las **pruebas de resistencia** permiten evaluar la duración y resistencia del textil para que brinden protección en los diferentes escenarios que nuestros clientes necesitan. Estas son básicamente el análisis de la recuperación de las propiedades elásticas, nivel de rompimiento, aguante al rasgado, deslizamiento de hilos para fijar cómo se comportan las costuras, entre otras.

Por otro lado, están las **pruebas de solidez del color** para saber el comportamiento de la tela frente a un estampado o una tintura de color. Así es posible saber cuánto dura, cómo envejecerá y la manera en cómo responde al lavado doméstico e industrial. Así mismo, hay otras que sirven para saber la reacción del textil a la irradiación, humedad o clima; algunas están enfocadas en saber si una tela es apta para estar expuesta a condiciones climáticas ambientales como altas temperaturas.

SEGMENTO DE MERCADO

Dirigido a los confeccionistas de diferentes productos

PRODUCTO	SEGMENTO DE MERCADO
Telas de moda	Prendas de lencería para la familia (niño, niña, dama y caballero)
Telas para dotación de uniformes	Uniformes para las labores del profesional
Telas para confección	Ropa y prendas de vestir(licras, tops, traje de baño)
Telas algodón y poliéster	Ropa de cama y toallas (hogar)
Telas índigo, denim con bordes asimétricos	Prendas de dama y caballero (todo lo relacionado al jean)

Producto	**Segmento de mercado**
Telas de moda	Prendas de lencería para la familia (infantil, dama y caballero)
GEOGRAFICAS	
Departamento	Bolívar
Ciudad	Cartagena
DEMOGRAFICAS	
Edad	10 a 30 años de edad
Genero	Masculino y femenino
PSICOGRAFICAS	
Nivel de cultura	Estratos 3,4y 5
Religión	Indiferente
CONDUCTUALES	
	Comodidad y moda en ropa interior, y ropa para dormir (pijamas)

- El segmento de mercado son confeccionistas creadores de prendas de lencería para la creación de ropa interior y ropa para dormir(pijamas) de la ciudad de Cartagena del departamento de Bolívar, quienes buscan telas flexibles que se ajusten a la comodidad y modas actuales para la familia de género masculino y femenino, desde las edades de 10 a 30 años de los estratos 3, 4 y 5

Producto	**Segmento de mercado**
Telas para dotación de uniformes	Uniformes para las labores del profesional
GEOGRAFICAS	
Departamento	Bogotá
Ciudad	Bogotá
DEMOGRAFICAS	
Edad	18 a 45 años de edad
Genero	Masculino y femenino
PSICOGRAFICAS	
Nivel de cultura	Estrato 4, 5 y 6
Religión	Indiferente
CONDUCTUALES	
	Uniformes especializados con calidad para el desarrollo de las buenas labores del profesional

- El segmento de mercado va dirigido a los confeccionistas del departamento de Bogotá, que buscan productos textiles de calidad para el cumplimiento de las condiciones en los diferentes escenarios que pueden desempeñar las labores como los hospitales, centros de salud, peluquerías o restaurantes brindándoles seguridad y calidad. Para las edades de 18 a 45 años, de género masculino y femenino para empresas de estratos 4, 5 y 6.

Producto	Segmento de mercado
Telas para confección	Variedad de telas para Ropa y prendas de vestir(licras, tops, traje de baño)
GEOGRAFICAS	
Departamento	Antioquia
Ciudad	Medellín
DEMOGRAFICAS	
Edad	Todas las edades
Genero	Femenino y masculino
PSICOGRAFICAS	
Nivel de cultura	Estrato 5 y 6
Religión	indiferente
CONDUCTUALES	
	Familias que les gusta la moda, que practican deportes, y están en constantes paseos y salidas

- El segmento de mercado va dirigido para empresas del departamento de Antioquia ciudad Medellín que requieren variedad en colores, diseños, tejidos, y tipos de telas para la confección de ropa y prendas de vestir como licras, tops, traje de baño, faldas, blusas, suéter, y más accesorios de prendas, utilizadas por las diferentes edades desde lo infantil hasta los gustos de adultos de los estratos 5 y 6 quienes están en constantes salidas, que les gusta el deporte y los paseos familiares.

Producto	Segmento de mercado
Telas algodón y poliéster	Ropa de cama y toallas (hogar)
Departamento	Antioquia
Ciudad	Envigado
DEMOGRAFICAS	
Edad	Todas las edades
Genero	Masculino y femenino
PSICOGRAFICAS	
Nivel de cultura	Estratos 3, 4, 5 y 6
Religión	Indiferente
CONDUCTUALES	
	Convertir el hogar en el lugar de confort, llenándolo de diseño y calidad.

- El segmento de mercado va dirigido a las compañías textiles que elaboran todo lo relacionado en la sección del hogar, ropa de cama (conforter, juegos de cama, sobrecamas, protectores de almohadas, colchones y almohadas), toallas, manteles, cortinas y más. Del departamento de Antioquia en la ciudad de envigado accesibles para los estratos 3, 4 y 5 de género masculino y femenino para cual quiera edad.

Producto	Segmento de mercado
Telas índigo, denim con bordes asimétricos	Prendas de dama y caballero (todo lo relacionado al jean)
GEOGRAFICAS	
Departamento	Antioquia
Ciudad	Itagüí
DEMOGRAFICAS	
Edad	10 a 40 años de edad
Genero	Masculino y femenino
PSICOGRAFICAS	
Nivel de cultura	Estratos 5 y 6
Religión	Indiferente
CONDUCTUALES	
	Optan por un vestuario moderno, confortable, de alta compra y durabilidad

- El segmento de mercado va dirigido a la compañía textil del departamento de Antioquia en la ciudad de Itagüí donde requieren telas fuertes y a la moda como el índigo y el denim con bordes asimétricos que confeccionan prendas para dama y caballeros para los estratos 5 y 6 dentro de los productos se encuentra pantalones, faldas, chaquetas, short, y demás prendas relacionadas con el jean para las edades de 10 a 40 años que optan por un vestuario moderno, confortable, de alta compra y durabilidad

8. Ciclo del servicio de tu servicio

El cliente, ha previsto la necesidad de comprar más material para seguir confeccionando sus productos, el sale de su empresa, toma su auto y se dirige a comprar el material para sus nuevos diseños.

Llega a la empresa textil de colteger, se encuentra con el guardia de vigilancia se da un saludo mutuo, entra en el área de ventas de la empresa y lo recibe uno de los asesores de ventas, el asesor le da la bienvenida de nuevo se da el saludo mutuo, y el cliente le da la información del tipo de material que requiere, el asesor le enseña los productos que el cliente necesita y también productos similares y da paso a la información sobre las cotizaciones, el cliente analiza la propuesta se pone de acuerdo con el asesor y se decide a realizar la compra, se dirige a caja para llenar los documentos de la compra y a dar su pago, el cliente queda satisfecho y sale de la empresa. Mientras el asesor se encarga de hacer el envió del producto comprado hacia el lugar donde el cliente espera.

9. Estandarización de un solo proceso

CONOCER LA NECESIDAD DEL CLIENTE

Estandarizar se refiere a un proceso igualitario para toda la empresa o para cierta área, los servicios estandarizados son los que ofrecen al público con una misma metodología, no existen diferencias en sus procedimientos, son especializados y dirigidos a un público especifico.

¿Cómo lo estandarizo?

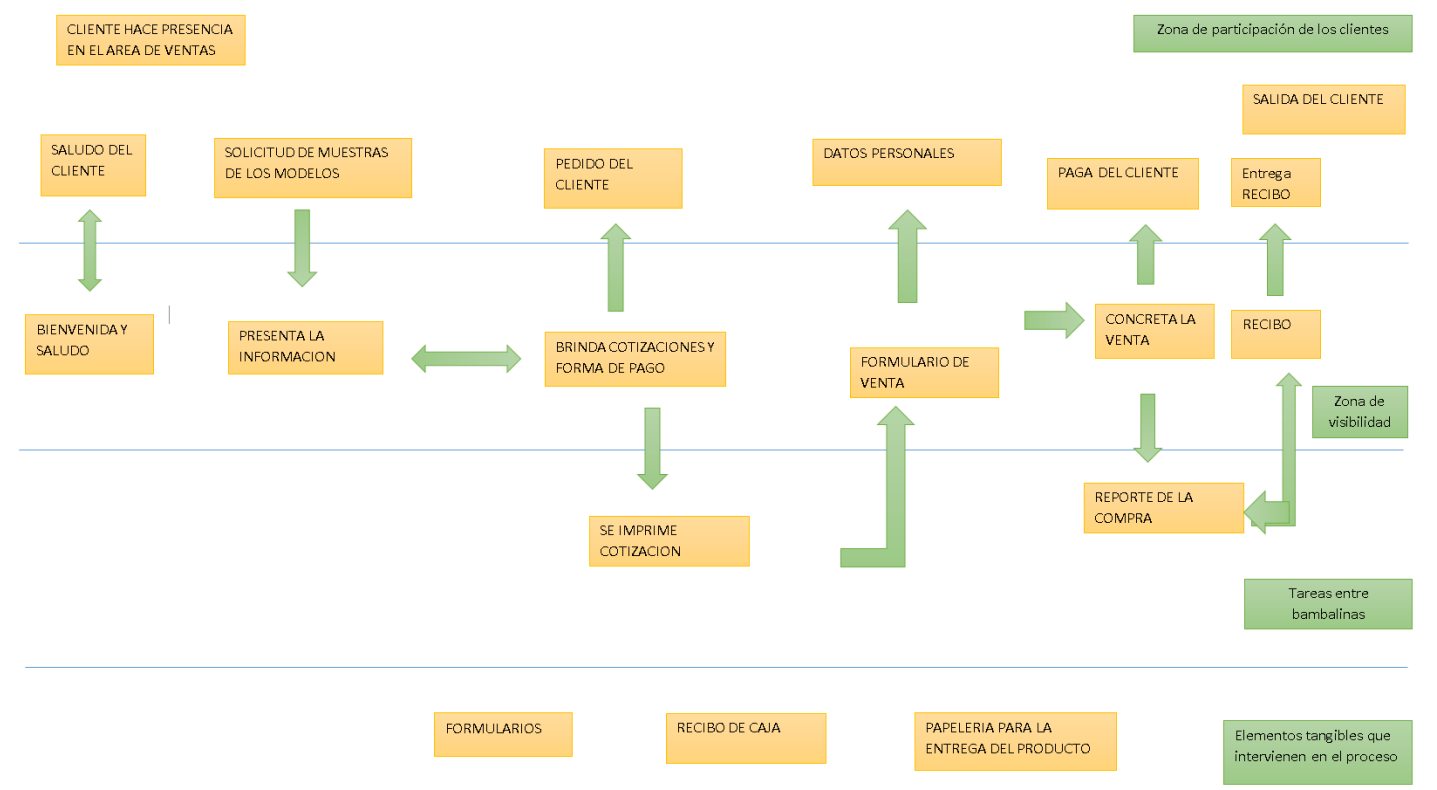
El proceso de conocer la necesidad del cliente, se ara por medio de una conferencia cuyo propósito es brindar una herramienta que facilite la calidad del servicio al cliente, aportándoles a los colaboradores seguridad y calidad de servicio para que sea transmitida en el campo laboral.

¿Por qué?

Se hace para entregar al cliente externo un servicio organizado, puesto que al estandarizar permitirá tener una guía de actuación y una pauta que facilita la gestión de las actividades de la empresa y otorga beneficios de prevenir los errores humanos por falta de información sobre los procesos.

CONOCER LA NECESIDAD DEL CLIENTE: es el proceso más importante para el vendedor, el conocer la necesidad del cliente emplea diversos factores, como clasificar y escuchar atentamente las especificaciones de los gustos y modelos para llegar a suplir cierta necesidad. El cliente como bien se sabe es el eje central de una organización por lo que se debe suplir si o si su necesidad, estando muy atentos a la identificación de preferencias, para poder adaptar estrategias que aumenten la satisfacción de la demanda del cliente, atrayendo mayor clientela y por lo tanto aumentar las ventas.

10.Plano del proceso que se elaboró el ciclo del servicio



11.Momento de atención cara a cara y valor agregado

El momento de atención que se da cara a cara cuando el asesor y el cliente tienen interacción mutua como cuando el asesor le da la información mostrando y explicando los productos que requiere para suplir sus necesidades.

OFRECER INFORMACION Y AYUDA

Empresa: COLTEGER

Cliente: señorita, buenas tardes

Asesor de ventas: buenas tardes, bienvenida ¿en qué le puedo ayudar? ¿Qué productos está buscando?

Cliente: necesito las nuevas telas para confección industrial

Asesor de ventas: si señorita déjeme le enseño nuestra línea institucional donde tenemos en cuenta el confort, la resistencia y la durabilidad que debe tener la tela, en el sector industrial el producto que usted necesita.

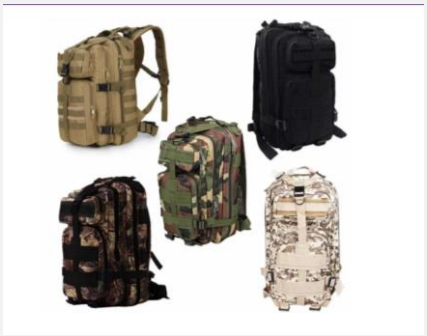
Cliente: has sido muy amable por enseñarme los productos, me han encantado

Asesor de ventas: con mucho gusto

El valor agregado dentro de la empresa tiene como objetivo aumentar las ventas haciendo que los clientes se sientan bien, y deseen seguir con el contrato de compra.

Se tiene como valor agregado 3 productos diferentes: productos confeccionas con estampados y telas de la empresa.

1. Un bolso en tela dril
2. Un morral tipo camuflado
3. Cartera para cosméticos.



Cual quiera de estos productos mencionados se dará no importando la cantidad de producto que compre, como forma de recuerdo y agradecimiento y también como ganancia para el comprador.

12. Manual de presentación del personal, (vestido, cabello, accesorios, uñas)



VESTIR BIEN NO DEPENDE DE LA MARCA, EL PRECIO, NI LA MODA SI NO DE LA CONCORDANCIA ENTRE EL LUGAR DONDE NOS ENCONTRAMOS Y NUESTRA APARIENCIA

GENERAL

La presentación personal habla mucho de nuestro aseo personal, por eso es recomendable:

1) Mantener la ropa bien Limpia

2) mantener la ropa bien planchada

3) si se va a utilizar fragancias, que no sean muy fuertes

4) no se debe utilizar, gorras, capuchas o sombreros

- **Cargo: Asesor de ventas**

Se tienen 3 uniformes elegantes (traje ejecutivo), con estampados del logo de la empresa

IMAGEN FEMENINA



Lunes a miércoles

- camisa de cuello color palo rosa,
- falda color abanó
- sandalias o baletas de color oscuro

Jueves y viernes

- camisa manga larga de cuello y botones, color azul fajada
- pantalón color negro
- baletas de color oscuro

Sábados

- camisa manga larga de cuello y botones de color negro
- falda color beige
- sandalias oscuras

IMAGEN MASCULINA



Siempre deberán portar la correa acorde a los colores de sus uniformes.

Lunes a miércoles

- camisa de cuello color palo rosa,
- pantalón de tela color abanó
- zapato serio color negro

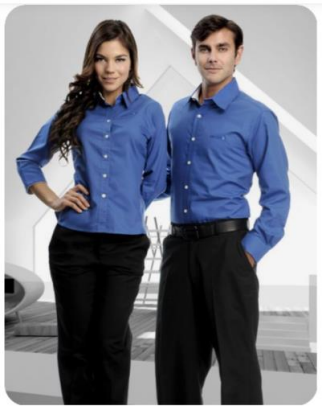
Jueves y viernes

- camisa manga larga de cuello y botones, color azul fajada
- pantalón de tela color negro
- zapato serio color negro

Sábados

- camisa manga larga de cuello y botones de color negro
- pantalón de tela color beige
- sandalias oscuras

DISEÑO DE UNIFORMES

Lunes a miércoles	*Jueves y viernes*	*Sábados*
		

13.Elementos de comunicación y técnicas de comunicación

Los elementos de comunicación que evidenciamos dentro del área de ventas:

- elementos de la comunicación

- **emisor:** asesor de ventas
- **receptor:** clientes
- **código:** lenguaje verbal y no verbal
- **mensaje:** información de ambas pates del cliente y del asesor
- **canal de comunicación:** el medio por el cual se transfiere el mensaje (teléfono, carta, computadoras o de manera verbal)
- **retroalimentación:** respuesta del receptor cuando ha recibido el mensaje

- técnicas de comunicación

- **comunicación oral:** es infaltable pues nos manifestamos a través de las palabras habladas donde se une la comunicación verbal que expresa por medio de la palabra los sentimientos y la comunicación no verbal la que a través de gestos y postura también nos comunica.
- **comunicación presencial:** la realizamos cuando tenemos cara a cara a nuestros clientes con quien hay una interacción, dentro de esta evidenciamos la asertividad y escucha activa la cual nos permite comprender las necesidades del cliente y así mismo poder suplirla
- **comunicación no presencial:** cuando nuestros clientes se manifiestas a través de las redes sociales, por una llamada o una carta escrita a mano

SENA

PORTAFOLIO

INSTRUCTORA

SANDRA MILENA TEJADA LÓPEZ

APRENDIZ:

ANA LUCIA CUELLAR MIRANDA

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

TECNOLOGO EN GESTION DEL TALENTO HUMANO

ETAPA LECTIVA 2021

FICHA N° 2232623

VIERNES,14 DE MAYO DEL 2021

PORTAFOLIO SERVICIO AL CLIENTE

GESTIÓN EMPRESARIAL

CONTENIDO

1. Proyecto de vida (misión, visión, objetivos) ---------- Pag 3.
2. Empresa: presente la empresa y su actividad---------- Pag 6.
3. Misión----------Pag 7.
4. Visión ---------- Pag 7.
5. Cliente interno ---------- Pag 8.
6. Cliente externo: a quien esta dirigido la actividad de la empresa (segmento de clientes y/o nicho de mercado) ---------- Pag 8.

Presente un solo proceso de atención donde como aprendiz enfocara todo el proceso de atención del servicio al cliente

7. Escribe el ciclo del servicio de tu servicio ---------- Pag 8.
8. Estandariza un solo proceso, del servicio enfocado en la atención al cliente y especifica porque lo estandarizaron ---------- Pag 9.
9. Realiza el plano del proceso que se elaboró el ciclo del servicio---------- Pag10.
10. Cual sería un momento de atención cara a cara, y agrega a esa atención un valor agregado ---------- Pag 11.
11. Elabora en una hoja el manual de presentación del personal, (vestido, cabello, accesorios, uñas, etc.). ---------- Pag 11.
12. Que elementos de comunicación y técnicas de comunicación se utilizan en el servicio de la empresa. ---------- Pag 14.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

1.R// PROYECTO DE VIDA ANA LUCIA CUELLAR:

MISION

Con mis capacidades y virtudes, ser una persona más humana, ayudando al medio ambiente, libre de prejuicios, para tener una vida más estable a nivel económico, junto a una paz espiritual y en el lado profesional ser una de las mejores abogadas de este país, con reconocimiento de casos ganados positivamente. Demostrando que todos podemos

VISION

En el 2026 estaré a mitad de mi carrera como abogada realizándola en la noche, ya que estaré ejerciendo mi propio negocio de outsourcing de prestaciones sociales, lo cual me ayudara a ser independiente y proactiva

En el 2031 estaré viajando a conocer nuevas culturas en los países europeos, viendo sus niveles de vida, para así implementar estrategias en mi negocio y en mi nivel de estudio.

OBJETIVO GENERAL

- Seguir capacitándome sea en cualquier modalidad (presencial, semipresencial) para tener el conocimiento y el aprendizaje de cómo realizar mi propio negocio y ejercerlo con la mejor calidad y aceptación

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar cuáles son mis mejores habilidades en un tema o área y ponerlas en el plano del hacer.
- Organizar mi tiempo, para que no me sobre cargue con las tareas del hogar y del estudio, para no llegar a un nivel de deserción de alguno de ellos dando como consecuencia depresión o estrés.
- Mejorar la calidad de vida de mi familia dando empleo en el negocio y así tener ingresos estables y con un común resultado.

SENA
SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE

▶ La visión es el mapa de tu futuro. Es aquello que quieres conseguir o llegar a ser. Sería como soñar en grande, pero con los pies en la tierra.

▶ Para ello tendrás que empezar cuestionándote ciertas cosas. Entre ellas:

▶ ¿Cuál es la visión que tienes de ti dentro de 5 años?

R// me veo a mitad de mi carrera universitaria en derecho

▶ ¿a dónde te gustaría llegar?

R//Ser una reconocida abogada a nivel internacional

▶ ¿qué quieres conseguir como profesional?

R// quiero obtener master en mi profesión de abogada y cada vez que hallan más conocimientos del tema ser la primera en actualizarme

- ¿qué te gustaría hacer si tuvieras todas las facilidades a tu alcance?

  R//tener un bufete de abogados, y poder resolver casos inéditos e imborrables

- ¿qué trabajo te gustaría tener?

  Ser la presidenta de mi bufete de abogados

- ¿en qué tipo de empresa te gustaría trabajar?

  Bufete de abogados

- ¿Cuál sería tu desarrollo profesional (metas)?

  Ser reconocida por mi trabajo positivo y limpio como profesional, ayudar a los primíparos en el tema judicial y brindar ayudas a los más necesitados que de verdad quieran estudiar.

- Pensar en nosotros y preguntarnos:
- ¿Quién soy yo como persona?

  R// soy una mujer con carácter fuerte, enfocada en el crecimiento a nivel profesional, libré de prejuicios y tabús, que lo que me he propuesto lo he conseguido. Y con cada caída me he levantado.

- ¿Quién soy yo como profesional o aprendiz?

  R//soy responsable con mis tareas, trabajo bien en equipo cuando se requiere, presto atención a cada enseñanza; así ya la sepa, y no me gusta aplazar tareas o labores para después.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

- ¿Cuáles son mis prioridades?

1. crecimiento profesional
2. Crecimiento económico
3. Crecimiento espiritual
4. Familia

- ¿Cuáles son mis valores fundamentales?

    1. Responsabilidad
    2. Puntualidad
    3. Autocontrol
    4. Esfuerzo

Hazte preguntas del tipo:

- ¿Cuál es tu papel como profesional?

  R//soy asistente administrativa por el momento y estudio recurso humano, y mi papel en este momento es llevar a cabo todo lo enseñado y poderlo proyectar y mejorar en una empresa, para que esa humanización sea dada por mí, y el mejoramiento de ella

- ¿Qué contribución haces como profesional?

  R//no soy más del montón en sentido negativo, ayudo a mejorar el país estudiando dejando la negligencia y la ignorancia y enfocándome en los conflictos del país y evitando ser algo negativo para él.

- ¿Cómo quieres que te recuerden?

  R//como una mujer con sueños y metas claras, que logro sus objetivos, tarde, pero lo hizo, sin tenerle pesar a nadie, pero teniendo un sentido óptimo de humanización, para ayudar a el que pida su ayuda con hechos y no palabras.

- ¿Qué logros profesionales te hubiera gustado alcanzar dentro de 10 o 20 años?

  R//ser una buena abogada, dándome a conocer por mis buenas habilidades, y poder tener mis demás estudios sin más contratiempos.

- Cuando descubres aquello que te gusta hacer, es decir, aquello que te apasiona y lo utilizas para hacer mejoras a tu alrededor, esto se puede convertir en tu misión.

  R//si porque, desde mi punto de vista, todos venimos a este mundo con un propósito, sea bueno o malo, y si algo te gusta con el alma, té genera paz, no debes de dejar de hacerlo, porque no venimos a complacer a nadie…venimos a dar un poco de esa luz que tenemos.

- Todos tenemos un por qué hacemos las cosas. Todos realizamos acciones con un propósito.

R//claro cada uno tiene y maneja sus prioridades, la mía es crecimiento profesional, porque para mí es lo fundamental, las tierras y riquezas se van. Pero lo que aprendemos no lo quita nadie

SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

2.R//Empresa: presente la empresa y su actividad

. Nombre de la empresa: COOPERATIVA TRANSTIMBIO LTDA.
Actividad económica: empresa de Transporte

UN POCO DE HISTORIA

Hablar de la Cooperativa Transportadora de Timbío es remontarse en el tiempo, trasladarnos décadas a tras cuando el 28 de enero de 1967 un grupo de 35 ilustres timbianos, a quienes hoy podemos tildar de idealistas y visionarios confiaron el poder sacar adelante un proyecto de transporte que beneficiara no solo a la comunidad del municipio de Timbío, sino a todo el departamento trayendo consigo un progreso social y financiero. Dicho proyecto ya cristalizado acabo de consolidarse con el reconocimiento que el 28 de junio de 1967 la Superintendencia Nacional de Cooperativas mediante resolución No. 00462 le hizo al otorgarle su personería jurídica. Se constituyó el 28 de enero de 1967 con 35 asociados fundadores, siendo su primer gerente el señor Luis Narváez.

Actualmente la Cooperativa posee más de 250 asociados y 264 vehículos en diferentes modalidades, microbuses, bus abierto, busetas, camperos y taxis; se posee un parque automotor en la modalidad de carga. Es importante resaltar que se presta el servicio de transporte en modernos vehículos hacia el sur del departamento del Cauca y también para los departamentos de Nariño, Huila y Valle del Cauca.

Nuestra Cooperativa:

Somos Transtimbio la cooperativa de transporte terrestre municipal e intermunicipal al sur del Cauca, con más de 17 años de experiencia en el sector y un servicio destacado por la excelencia, nuestro sentido de responsabilidad y valor humano.

Principales
Servicios

- Trasporte de pasajeros

Contamos con un parque automotor lo suficientemente amplio y variado para cubrir diferentes tipos de público

- Envío de encomiendas

Brindamos el servicio de encomiendas para hacer llegar cualquier objeto, dentro de nuestros destinos de ruta.

- Estaciones de servicio

Proveemos de combustible y servicios técnicos a vehículos particulares en nuestra estación de Timbío.

SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

Datos de la empresa
Dirección:
Cra. 17 #7a-2 La esmeralda, Popayán
Teléfonos:
Terminal de transportes: 032 8 339788

Sede administrativa esmeralda:8 339858
Operativo:3104366268
Correo electrónico:
cootranstimbio@hotmail.com



3.R//Misión

Brindar la mejor alternativa en transporte terrestre del sur occidente colombiano con vehículos en perfecto estado, talento humano e infraestructura adecuada, ofreciendo un servicio de calidad, oportuno y eficiente; En el que cada día las acciones que realicemos nos permitan mejorar nuestros procesos y ampliar la cobertura que nos hará los mejores en este medio y generar la confianza de nuestros clientes en la utilización de nuestros servicios.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

4.R//Visión

Ser una empresa del sector solidario adecuada al contexto económico y social líder en gestión del transporte, innovador mediante procesos tecnológicos que logrará altos niveles de aceptación en la venta del producto e impactar positivamente en el desarrollo social y humano de los asociados en nuestro departamento.

5R// Tiketeadoras – servicio al cliente

6.R// Segmentación:

SERVICIO DE TRANSPORTE	**CLIENTES**
GEOGRAFICA	
CIUDAD	Popayán
BARRIO	Terminal Popayán
DEMOGRAFICAS	
EDAD	Indiferente
GENERO	Unisex
PSICOGRAFICAS	
CLASE SOCIAL	Estrato 1,2, y 3
RELIGION	Indiferente
CONDUCTUALES	
	Movilizarse a otros municipios
	Constancia de transporte en menor tiempo
Mi segmento de clientes es, servicio de transporte para hombres, mujeres, niños de estrato 1,2 y 3 a diferentes municipios o veredas que deseen viajar con mayor constancia a el lugar que están disponible el servicio	

7.1R// atención al cliente en el momento de venta de pasajes para abordar el vehículo de la empresa de transporte

7.2.R//

- ✓ Cliente llega al terminal
- ✓ Se dirige al punto transtimbio (lado derecho, ultimo cubículo)
- ✓ El cliente se acerca a el vidrio
- ✓ La tiketeadora saluda y le pregunta como lo puede ayudar
- ✓ El cliente indica su destino
- ✓ La tiketeadora le confirma el destino y le pregunta cuantos puesto desea
- ✓ El cliente responde cuantos puestos desea
- ✓ La tiketeadora empieza a realizar el tikect en la computadora
- ✓ La tiketeadora le indica al cliente el valor a pagar
- ✓ La tiketeadora imprime el recibo
- ✓ El cliente le da el dinero a la tiketeadora

SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

- ✓ La tiketeadora confirma el numero de placa del vehículo y da devuelta de dinero (si es el caso)
- ✓ La tiketeadora se despide
- ✓ El cliente se retira y va a la zona de buses estacionados, revisa que el tikect concuerde con la placa de vehículo e ingresa a este

8.R//

- ✓ Saludo: Buen día (depende de la hora) mi nombre Ana Cuellar. bienvenido a la empresa de transporte Transtimbio; como le puedo ayudar

- ✓ Actitud: una sonrisa, tolerante, actitud positiva (cordialidad, tono de voz), empática.

Se estandariza por que son los mas influyentes con el cliente, puesto que el saludo es generarle confianza al cliente para que sea mas expresivo, y la actitud es prioritaria por que es la que se llevara el cliente de la empresa, porque es lo que ve y lo generalizara hacia la empresa.

Además, una actitud positiva ayudara a que el cliente se apacigüe o mejore su actitud al sentirse beneficiado por esa atención.

SENA
SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE

9.R//PLANO DE SERVICIO



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

10.R// información y ayuda

- ✓ Cuando se saluda al cliente y se le pregunta que desea
- ✓ Al entregarle el titkect y decirle su placa de vehículo

El valor agregado
seria decirle en ese momento ese valor agregado que la empresa está dando que es: Seria de que los usuarios se registrarán en la base de datos, luego de ello, después de cada 10 viajes ida o regreso; y cada vez que compren el tikect con el usuario ya registrado, obtendrán un pasaje ido y regreso a alguno de estos destinos:

Bordo-Popayán viceversa
Timbio-Popayan viceversa
c – Popayán viceversa

11.R//

PRESENTACION PRERSONAL	
CARNET: Visible en el pecho	
Hombres	Mujeres
Cabello: corto, sin aretes ni pircing. Barba o bigote: Corta Uñas: cortas (esmalte transparente)	Cabello: recogidos aretes pequeños, maquillaje tenue, sutil Uñas: medianas de largo. decorados sutiles (francés) colores cálidos o pastel.
	Opcional: tacón máximo 5 cm.
Uniforme: Ambos	
Pantalón serio azul oscuro	Lunes – miércoles – viernes -Domingo
Camisa manga larga blanca y saco azul oscuro	Lunes – miércoles – viernes -Domingo
Pantalón serio negro	Martes - jueves - sábado
Camisa manga larga blanca y chaleco negro	Martes - jueves - sábado
Zapato negro serio	Lunes a Domingo
Correa: negra	

SENA
SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE

IMÁGENES DE VESTIMENTA ADECUADA

MUJERES:













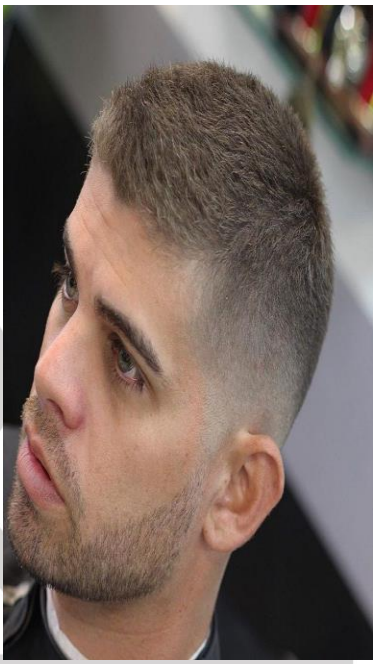




O NACIO
RENDIZAJ

HOMBRES:











12.R// Elementos de comunicación que se dan en la empresa:

- ✓ Comunicación interpersonal: hablar de manera asertiva, ayudar al cliente
- ✓ Comunicación presencial: brindarle servicio al cliente y solucionar su necesidad.
- ✓ Comunicación con una o varias personas: empatía, asertividad y escucha activa
- ✓ comunicación telefónica: reservas, pregunta por precios de destinos y horarios de atención
- ✓ comunicación escrita: carta, correo electrónico, fax
- ✓ mensajería instantánea: -Facebook- página web

SENA
SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE

SERVICIO AL CLIENTE PORTAFOLIO

YURANI FERNANDEZ OJEDA

PRESENTADO A: SANDRA MILENA TEJADA

COMPETENCIA:

FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES EXTERNOS E INTERNOS

FICHA:

2232623

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

TG GESTION DEL TALENTO

POPAYAN 2021

CONTENIDO

1. Mi proyecto de vida.
2. Empresa, presentar la empresa y la actividad.
3. Misión.
4. Visión.
5. Cliente interno.
6. Cliente externo.
7. Segmentos de clientes.
8. Ciclo de servicio.
9. Estandarización de un solo proceso.
10. Plano del proceso que se elaboró.
11. Momento de atención cara a cara y valor agregado.
12. Manual de presentación personal.
13. Elementos de comunicación y técnicas de comunicación.

¿Quién soy yo como persona?

Soy una persona alegre, soñadora, humilde, soy muy amigable me considero que me gusta ayudar a las personas que me rodean ya sea brindándoles una sonrisa o una palabra de aliento, una persona que a su corta edad le ha tocado luchar día a día para poder ser quien soy ahora, que hasta ahora sigo en la lucha de poder ser una profesionalen donde siempre voy persiguiendo mis sueños y mi bienestar.

¿Quién soy yo Como profesional o aprendiz?

Soy una persona muy dedicada en mi área como estudiante, me gusta mucho participar y preguntar para de ese modo seguir creciendo en conocimiento.

¿Cuáles son mis prioridades?

Mi familia porque son parte fundamental en mí y gracias a ellos soy el ser humano que soy y les agradezco por todo lo que me han enseñado, mis amigas que siempre están para darme una voz de aliento cuando ya no puedo más, con mi tecnólogo queme motiva siempre a querer dar más para así poder ayudar a mi familia.

¿Cuáles son mis valores fundamentales?

Mis valores son la humildad, la responsabilidad, el respeto, la honestidad y la alegría.

Misión Personal

Soy una persona con una capacidad de crecer como profesional y cuento con unas habilidades donde tengo claro cuáles son mis objetivos, y para donde quiero ir quiero que me consideren como una profesional con una visión de humanidad para poder ayudar a las personas que busquen de mí.

Visión Personal

En el 2023 seré una de las mejores profesionales en el área de Talento Humano enuna empresa o entidad del estado que sea reconocida para de esta manera poder brindando ayuda a las personas, siempre teniendo mi humildad que me caracteriza.

Objetivos

Objetivos generales

Tener unas estrategias que me permitan ser una profesional para de esta manera poder seguir creciendo personal, económicamente y así poder tener mi propia empresa para brindar trabajo a personas que lo requieran.

Objetivos específicos

- Terminar mi tecnólogo en Gestión del Talento Humano.
- Poder estudiar mi carrera de contaduría.
- Realizar una especialización en auditoria.

¿A dónde te gustaría llegar?

Me gustaría ser una de las profesionales más reconocidas en toda mi área de trabajo y fuera de ella, para así poder tener mi empresa y ser socia de marcas que son tendencia a nivel mundial.

¿Qué quieres conseguir como profesional?

Poder tener mi empresa, la cual genere empleo a madres cabeza de hogar y jóvenes que estén en proceso de formación académica.

¿Qué te gustaría hacer si tuvieras todas las facilidades a tu alcance?

Las aprovecharía al máximo, construiría mis propias empresas, estudiaría para generar conocimiento y aplicarlo a mis proyectos financiero; para así generar una estabilidad económica para mí y para los míos.

¿Qué trabajo te gustaría tener?

Jefe de talento humano, propietaria de una empresa generadora de empleo y estabilidad económica para mí y para los que trabajen en ella.

¿En qué tipo de empresa te gustaría trabajar?

Por el momento en una del estado donde puedan tener más conocimientos, estabilidad laboral y económica y posteriormente ir generando recursos para emprender mi propio proyecto de empresa y ser mi propio jefe.

¿Cuál sería tu desarrollo profesional (metas)?

Mi desarrollo profesional está dirigido a la lucha constante que he tenido y seguiréteniendo, ser profesional, especialista y generar mi propia empresa.

Metas a corto plazo

- Graduarme de tecnóloga de gestión de Talento Humano
- Tener un trabajo donde pueda crecer profesional
- Poder seguir con mis estudios
- Poder terminar de mejorar mi casa

Metas a mediano plazo

- Ejercer como toda una profesional
- Terminar de arreglar mi casa

Metas a largo plazo

- Ser una contadora exitosa.
- Tener una especialización.
- Tener mi propia empresa.

¿Cuál es tu papel como profesional?

Mi papel es desarrollar procesos administrativos y de gestión que respondan a losinterese de la comunidad en el marco de las competencias establecidas por la leydesempeñando mis acciones con responsabilidad, compromiso para lograr los resultados en términos de eficiencia eficacia y efectividad.

¿Qué contribución haces como profesional?

Servir y orientar a las personas para que sigan su camino con el fin de que puedan cumplir sus metas, para que puedan ser una persona de calidad y resaltando todo lo buenoque tenemos cada uno.

¿Cómo quieres que te recuerden?

Como una persona humilde, llena de alegría, pero con unas ganas inmensas de seguir adelante no importa la dificultad por la que estén pasando, pero siempre con una gran sonrisa, como la personas que siempre estuvo atenta ante las necesidades de las personas que están a mi alrededor y sobre todo como una persona con muchas ganasde seguir adelante.

¿Qué logros profesionales te hubiera gustado alcanzar dentro de 10 o 20 años?

- Tener mi especialización
- Tener mi propia empresa
- Realizar una maestría
- Tener mi propia casa
- Tener una fundación para servir a la comunidad

¿Te has parado en planificar tu vida profesional?

Si lo he hecho, tengo grandes aspiraciones de ser profesional, especialista y sobre todo tener mi propia empresa.

¿Qué vas a hacer para alcanzar tu visión por medio de los objetivos que te hasfijado?

Seguir preparando cada día como una excelente profesional y recordarme que todo loque me proponga lo voy a cumplir con la ayuda de Dios.

¿Por dónde debes empezar?

Estudiando, ahorrando y con la ayuda de todo los que están a mi lado apoyándome, también adquiriendo todos los conocimientos y cada experiencia que me den las personas con las que estoy tratando.

¿Cuánto tiempo vas a necesitar para conseguirlo?

10 años para conseguir todos mi sueños y metas.

REFLEXION SOBRE DONDE ESTA MI VIDA PROFESIONAL

¿Estás en el lugar que quieres y mereces?

Si, ya que estoy estudiando algo con lo que realmente me identifico y me gusta ya que he descubierto muchas cosas que ni siquiera teníamos en cuenta como trabajadores además, este tecnólogo me ha ayudado a tener una visión totalmente diferente a la que tenía antes y es algo que escogí por mi cuenta y no lo escogieron por mí.

¿Sientes que lo que haces es tu verdadera misión?

Si, ya que siento que esto es lo que realmente necesitaba en mi vida, me gusta mucho todo lo que tenga que ver con dirigir, coordinar y sobre todo poder guiar a laspersonas.

¿Cuántos años más te ves en esta situación profesional?

5 años toda vez que me gusta, dentro de mis prioridades también es ser contadora y creo que es un buen inicio para empezar a conformar mi proyecto de hacer empresa, de esta manera me permitirá también generar empleo a personas que lo necesiten como un día yo lo necesite.

¿Lo que haces está alineado con lo que valoras?

Sí, me gusta todo lo relacionado sobre el talento humano ya que se relaciona con la humanidad y humildad, además me veo comprometida con todo lo que nos enseñan siento que me identifico mucho con cada accione que realizo.

¿Cuáles son tus prioridades hoy y ahora?

Mis prioridades son estudiar salir adelante para así brindar estabilidad a mi familia y mis sobrinos y las personas que están a mi lado apoyándome siempre y corrigiéndome en cada decisión mala que tomo dándome una voz de ánimo para no desfallecer en el camino.

Reseña Histórica

Con base en las experiencias adquiridas en la vida profesional de los socios, se decidió iniciar actividades comerciales, creando una empresa con el nombre COMESTIBLES BEST S.A. cuyos establecimientos de comercio se llamarán CARAMELO Tortas y Postres. Esta empresa funciona desde el 1 de septiembre de 2003, iniciando operaciones con 7 empleados, los cuales realizan las diferentes funciones propias del negocio. En septiembre 17 del mismo año se monta el primer punto de venta en el sur de la ciudad de Cali, ubicando en las mismas instalaciones la planta de producción y atención al público. Gracias al éxito que tuvo la marca CARAMELO en el mercado de la ciudad, en octubre del mismo año la sociedad empieza su expansión, ubicando una segunda sede en Cali y para diciembre otra más en Buenaventura. La decisión de los socios de ser la empresa de pastelería y repostería fresca con mayor presencia en el departamento del Valle del Cauca, conllevo a que paulatinamente la organización fuera incursionando en ciudades como: Palmira, Tuluá, Roldanillo, Cartago, Yumbo y Jamundí. El rápido crecimiento de la empresa ha sido motivo de admiración dentro del sector, donde se reconoce a CARAMELO Tortas y Postres como una de las marcas líderes en el mercado de la pastelería fresca y dulce. Como es lógico para que las empresas crezcan y se desarrollen es necesario un talento humano que respalde a la organización en su propósito, es así como hoy en día forman parte de la firma una planta de 56 empleados directos, los cuales sin duda han aportado de manera muy significativa con el crecimiento de la misma. Actualmente la compañía cuenta con 16 sucursales, teniendo presencia en los mercados de: Cali, Yumbo, Jamundí, Santander de Quilichao, Palmira, Buenaventura, Tuluá, Roldanillo, Cartago, Pereira, Armenia y Villavicencio. Además, atiende a sus clientes en Santa Marta y Bucaramanga a través de la pastelería GLASSE una marca aliada para atender estos mercados.

MISIÓN

“Generar a través de nuestros productos una dulce alegría”.

VISIÓN

“Seremos la cadena de pastelería y repostería más reconocida del suroccidente colombiano y alcanzaremos un 10% de participación en el mercado nacional. Apoyados en la innovación y la tecnología, continuaremos con en el diseño y desarrollo de nuevos productos acordes a las tendencias del mercado”

VALORES

Calidad: de una manera sencilla, calidad es hacer las cosas bien, brindando un servicio y unos productos acordes con las expectativas de los clientes. Conscientes de que cada uno se convierte en un eslabón de la cadena productiva que hace control al proceso, se debe preservar y respetar los procedimientos establecidos para generar calidad a lo ofrecido al cliente. Orden y Aseo: al manipular alimentos tenemos la responsabilidad sobre la vida de quienes lo consumen, por esto las áreas de trabajo, implementos, equipos, uniformes, aseo personal, y el entorno en general deben permanecer organizados de manera armónica, limpios y desinfectados, dando garantía de salubridad a nuestros clientes. Lealtad: es el compromiso involucrado en la realización de las labores, hacia los compañeros, la empresa y los clientes. La lealtad se origina cuando algo merece respeto, estimación y cariño. Responsabilidad Social: la empresa, consciente de la importancia que representa el equipo de trabajo conformado por personas, asume la responsabilidad social como un valor, dando buen trato, ayudando a mejorar las condiciones de vida y bienestar en su familia. Solidaridad: representa la colaboración que brindemos a las personas que nos rodean. La solidaridad necesita actitudes como la cooperación, disponibilidad y apertura con respecto a las necesidades de quienes conviven con nosotros. El sentido de equipo y de compañerismo también forma parte de este valor, indispensable para relacionarnos positivamente con los compañeros.

CLIENTE INTERNO

Caramelo tortas y postres tiene áreas como ventas, distribución, empacado y decoración, pero escogimos el área de ventas.

CLIENTE EXTERNO

Los clientes externos de caramelo son los ciudadanos de la ciudad de Cali y los vecinos del sector quienes buscan en este establecimiento que les generen sus tortas de buena calidad y sus gustos acordes a cada uno de ellos.

CICLO DEL SERVICIO

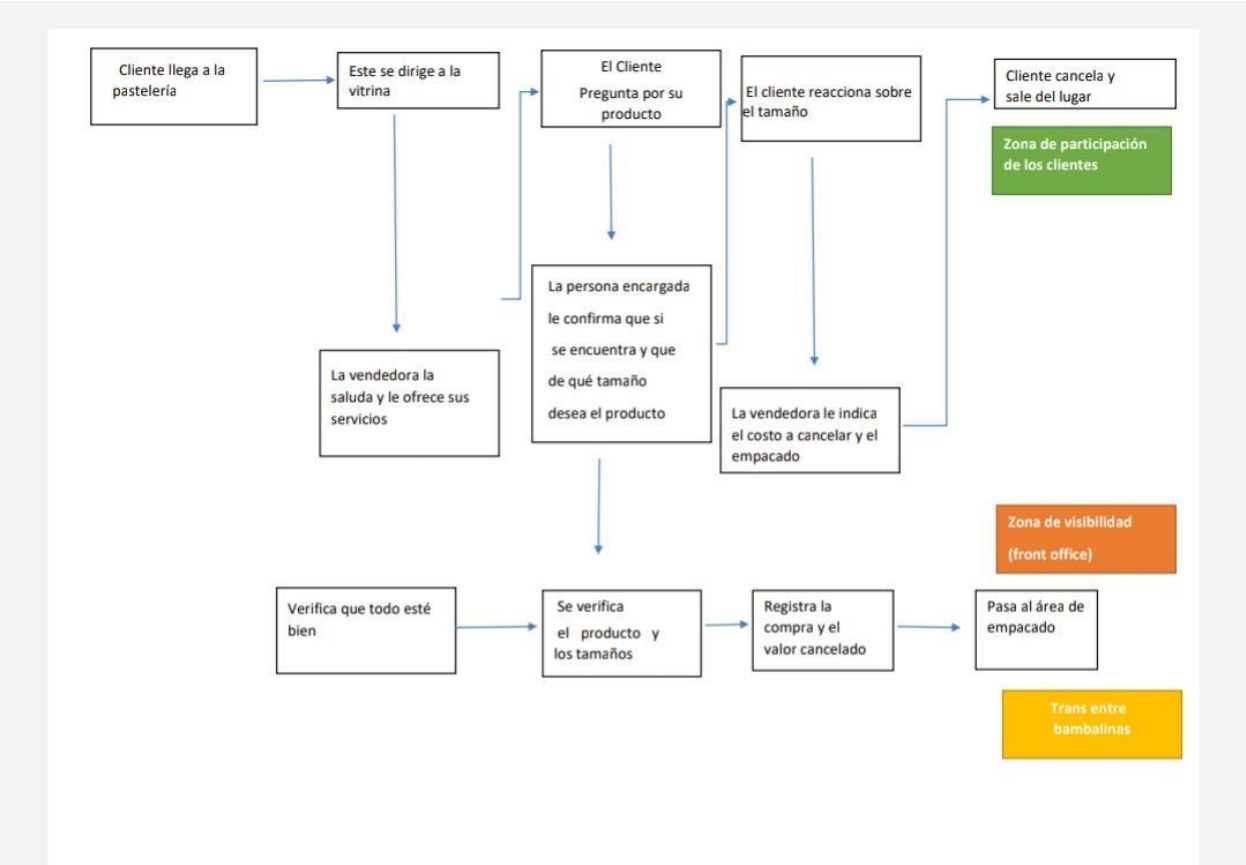
El cliente llega a Caramelo tortas y postres lo recibe la vendedora, lo saluda; bienvenido a caramelo tortas y postres en que le podemos ayudar, el cliente pasa y se dirige a las vitrinas mientras los vendedores estamos atentos al momento de que el cliente escoja o decida que va llevar, luego el vendedor revisa si la torta esta lista para ser empacada luego el cliente se dirige a la caja a pagar el valor correspondiente del producto, el cliente externo reclama su producto de Caramelo, verificamos que todo esté listo con sus facturas y producto y el cliente se despide muy cordialmente.

ESTANDARIZA UN SOLO PROCESO, DEL SERVICIO ENFOCADO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE YESPECIFICA PORQUE LO ESTANDARIZARON

SALUDO

Buenos días bienvenido a Caramelo Tortas y Postres mi nombre es Marian en que le puedo ayudar.

PLANO DEL PROCESO QUE SE ELABORÓ DEL CICLO DEL SERVICIO



MOMENTO DE ATENCIÓN CARA A CARA, Y VALOR AGREGADO

Asistente: Buenos días, lamento mucho su situación desde CARAMELO le pedimos disculpas por las molestias ocasionadas y estamos a completa disposición para solucionar lo antes posible.

Cliente: Mire, yo hace rato estoy con ese problema y lo único que quiero es que no me den más vueltas y me lo solucionen ya, para eso pago el servicio.

Asistente: comprendo su situación y le pido disculpas nuevamente, si está de acuerdo ahora mismo le enviamos su producto desde otro punto más cercano para así resolver su inconveniente, que tenga un excelente día.

VALOR AGREGADO.

En Caramelo tortas y Postres nuestro valor agregado es que todos los lunes tenemos un descuento especial del 10% para nuestros clientes.

MANUAL DE PRESENTACIÓN PERSONAL, (uniformes)

1. **Presentación personal**

Vendedoras

Día lunes: pantalón de tipo impermeable de color amarillo, camisa manga corta color blanco con bordes amarillos, cabello recogido, uñas limpias y con maquillaje suaves, zapatos blancos, gorra blanca.

Día martes: pantalón tipo impermeable rojo, camisa corta color blanca con bordes rojos, cabello recogido, uñas limpias, zapatos blancos y gorra blanca.

Día Miércoles: pantalón tipo impermeable color azul, camisa blanca con bordes azules, uñas limpias, zapatos blancos y gorra blanca.

Los días restantes incluyendo los fines de semana se combina el uniforme, pero de la manera más presencial y bien utilizado con todas las normas requeridas, esto va incluido para todo el personal tanto hombres como mujeres.

ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

En Caramelo Tortas Y Postres, utilizamos elementos de comunicación ya sea escrita, resencial y no presencial, la escrita hace referencia a cartas de recomendación, despidos, y correos, la no presencial hace énfasis a llamadas telefónicas, mensajes de texto o llamadas telefónicas, y la presencial mediante conversaciones de carácter urgente tipo circunstancias familiares, permiso o vacaciones.