

INFORME DE PRACTICA III
PROYECTO DE INTERVENCION SOCIAL



Materia
Practica III

Asesor académico
Diana Elena Bedoya Bustamante
Asesor institucional
Claudia Cristina Escudero

Realizado por
Sandra Milena Pérez Acosta

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
DEPARTAMENTO DE TRABAJO SOCIAL
FEBRERO 2018

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	3
Análisis de Contexto	4
Justificación	6
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
Marco Teórico y Conceptual	9
Marcos de actuación	10
Liderazgo	10
Comunicación.....	18
Actitud de Servicio	21
Metodología.....	23
Ubicación Territorial	24
Beneficiarios.....	25
Cronograma y Presupuesto	29
Anexos.....	33
Bibliografía.....	81

Introducción

El proceso de inserción a la práctica considerado como ese primer momento metodológico que articulado a una actitud investigativa, posibilita desarrollar un diagnóstico que explique el campo problemático, es un proceso de construcción en el cual entran a conversar los conceptos teóricos con la realidad.¹ Es decir que el proceso de inserción es ese primer momento de acercamiento profesional a la realidad social, a la relación entre los sujetos y la satisfacción de sus necesidades básicas, este momento metodológico tiene como objetivo el conocimiento del contexto particular a fin de que el profesional se ubique en él y construya una postura estratégica frente a la realidad que se va a intervenir.

Al ubicarse en la realidad social conseguimos conocer las necesidades de los sujetos, las situaciones específicas que dan origen a estas necesidades, comprender el significado racional que le dan los sujetos a esas necesidades; obteniendo herramientas para formular estrategias que permitan desarrollar procesos de intervención contextualizados y coherentes.

El proceso de inserción abarca el acercamiento a la institución y los actores, lo que se hace posible al tener una actitud investigativa que de origen a interrogantes frente a los sujetos y sus necesidades particulares. Y es en este contexto donde nace la necesidad de construir un estudio socioeconómico ya que la empresa Alimentos DG SAS no tenía información detallada de su grupo de ventas en la ciudad de Medellín.



Es así como se nombra el proyecto de intervención social, el cual tiene sus orígenes a partir de las reflexiones realizadas desde los hallazgos obtenidos en el estudio socioeconómico, con el cual se identificó la necesidad de diseñar un Modelo de gestión Comercial donde el equipo de trabajo pueda desarrollar habilidades de servicio desde el **SER, HACER Y SABER**, con el siguiente conjunto de valores: Orgullo, Compromiso, Unión, Pasión, Alegría, Tenacidad y Entrega.

¹ ROSAS PAGAZA. Margarita. Una perspectiva teórica- metodológica de la intervención. Espacio editorial, buenos Aires, 1998. P 76

Análisis de Contexto

Las organizaciones entendidas como sistemas sociales, están compuestas por sujetos que interactúan entre sí, en correspondencia a una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, administrativos y financieros, regulados por derechos, deberes y estrategias para el alcance de resultados; se constituyen en unidades cambiantes y en construcción, es decir que su accionar es constante, dinámico y de desarrollo permanente

Hoy en día podemos afirmar que la gestión del recurso humano ha evolucionado desde un concepto administrativo hasta considerar al personal como un recurso de vital importancia; que se le involucra desde su participación, su creatividad, sus talentos y potencialidades en cada una de las actividades de la organización y se ha llegado a definir como elemento clave en el buen funcionamiento de esta.

Colombia no está ajena a los cambios y tendencias modernas y cada vez se hace más necesario reconocer la gran diversidad organizacional en la cual estamos inscritos, ante este escenario la intervención de Trabajo Social deben apuntar a la búsqueda de un trabajo digno que contribuya al empoderamiento y el mejoramiento de la calidad de vida de cada una de las personas que integran la organización.

¿Qué puede hacer Trabajo Social para potencializar la fuerza de ventas en la empresa Alimentos DG S.A.S? Y es con este interrogante y el acompañamiento de la asesora de práctica Diana Elena Bedoya Bustamante, que se logra identificar la importancia de implementar un modelo de Gestión Comercial, entendido como una referencia a seguir, una representación compilada y relacionada de las actividades a desarrollar cíclicamente en un periodo de tiempo, sostenido u anclado en un sistema de valores.

Los modelos de gestión comercial pueden surgir a partir de la creación de un nuevo equipo, de una nueva estructura comercial, de la necesidad de integrar redes comerciales, de algún cambio en las políticas comerciales o de una decisión para potencializar el equipo de ventas.

Para que el modelo resulte exitoso es necesario que sea apoyado e impulsado por todas las estructuras de la organización, aunque Trabajo Social en este caso es el único responsable de su ejecución.

Overlap, consultora de Marketing y formación, afirma que para construir un Modelo de Gestión Comercial se debe tener en cuenta los siguientes elementos:

Identificar los procesos, diseñar las herramientas, establecer indicadores relacionados a estos procesos y definir estándares.

Determinar las capacidades (aptitudes, actitudes, conocimientos y habilidades) del equipo de venta.

Comunicar el Modelo de Gestión Comercial a toda la red así como diseñar y realizar las acciones de formación.

Diseñar un calendario de actividades para la implementación del Modelo de Gestión Comercial, definir a los responsables de las tutorías y seguimiento y acompañar en el terreno.

Realizar un seguimiento para la medición de indicadores así como definir los planes de comunicación y de mejora en función a la evolución de los indicadores.

En este sentido, Trabajo Social debe conocer la realidad del equipo de ventas, para definir el marco de capacitación y de actuación comercial de los vendedores a través del modelo de gestión comercial.

Justificación

La intervención profesional de trabajo social se concibe como una forma de acción intencionada y deliberada, en ella se integran distintas dimensiones del profesional como los son: ideologías, posturas ético – políticas, filosofías y además propuestas metodológicas. Es un proceso que inicia con la identificación y conocimiento de problemáticas, la interacción con actores y con circunstancias y situaciones y sus objetivos principales son promover su desarrollo humano, además de reconocer las distintas realidades, leídas desde la subjetividad de cada sujeto, lo que le da rasgos particulares a cada situación problemática. La intervención se basa en teorías sociales que sirven de guía y orientación para el conocimiento, para llevar procesos pertinentes y fundamentados y obtener los resultados esperados del proceso.

Las particularidades y la especificidad de la intervención se dan en un proceso que determina el objeto de la intervención y los objetivos de la intervención en los cuales se deben articular conocimiento, teoría, métodos, técnicas y realidad. Para la intervención es indispensable tener en cuenta las dimensiones ético – políticas y ético – técnicas y su incidencia no solo en el proceso de formación académica sino además en el ejercicio profesional. La intervención profesional implica asumir la interacción con el otro, asumir posturas críticas, propositivas y constructivas además de un compromiso con el desarrollo social y el respeto de los derechos humanos.

Como profesionales se tiene a la hora de intervenir, hacer lecturas complejas, transversales, interdisciplinarias, contextualizadas que atiendan a las particularidades de la lógica de lo social, que permitan atender la realidad de forma eficaz y eficiente y obtener resultados sostenibles a largo plazo.

Y los sujetos entendidos como los actores con los que el trabajador social interactúa en los procesos de intervención. La concepción que tenga de sujeto es la que direcciona el tipo de intervención que se va a desarrollar, es decir si se concibe al sujeto como carente o sujeto de necesidades los procesos de intervención tenderán a ser asistenciales mientras que si se tiene una concepción de sujeto como de derechos y capacidades, los procesos de intervención serán participativos serán una construcción entre los actores que viven la situación problema mientras el rol profesional no es de salvador sino de facilitador y su función de acompañamiento a los grupos sociales, comunidades o individuos con los que se da el ejercicio profesional.

Son los sujetos la parte dinámica de las empresas, los "... que tienen capacidad para obtener nuevos conocimientos, para desarrollar habilidades y modificar actitudes y comportamientos; es más el ser humano es el único elemento dentro de la organización, que está dotado de potencial para adquirir destrezas y cualidades esenciales, que contribuyen a llenar los vacíos que en un momento dado pueda presentar la organización"².

² <http://www.binasss.sa.cr/revistas/ts/v21n471996/art03.pdf>. Febrero 2017.

Chiavenato define la “capacitación como la educación tendiente a ampliar, desarrollar y perfeccionar al hombre para su crecimiento profesional en determinada carrera en la empresa, o para que se vuelva más eficiente y productivo en su cargo, busca proporcionar al hombre aquellos conocimientos que trasciende lo que se exige en el cargo actual, preparándolo para que asuma funciones más complejas y numerosas”³.

En esta intervención nos centraremos en un escenario donde hombres y mujeres responsables del servicio al cliente, puedan potenciarse, adueñarse y transformar sus realidades a través del desarrollo de habilidades de servicio desde el **SER, HACER Y SABER**, que les permita generar procesos de empoderamiento en sus entornos laborales y que esto contribuya significativamente en sus vidas. Y es a través de la creación e implementación del modelo de gestión comercial que veremos al otro como capaz de participar de su propio desarrollo, para proponer y aportar a su propio proceso de transformación.

³ CHIAVENATO. Idalberto. Gestión del Talento Humano. McGraw-Hill. Bogotá 2002. 475 p

Objetivo General

Desarrollar habilidades de servicio desde el SER, HACER Y SABER, con el grupo de ventas de la compañía Alimentos DG SAS en la ciudad de Medellín, que les permita generar procesos de empoderamiento en sus entornos laborales que impacten en su calidad de vida, a través de la implementación del modelo comercial Ohcupate durante el año 2017.

Objetivos Específicos

- Propiciar encuentros que les permitan identificar sus transformaciones desde el SER, SABER y HACER.
- Generar conciencia y reflexión frente a la importancia del mejoramiento continuo en la atención al cliente.
- Comprender la comunicación como instrumento de motivación y transformación de las relaciones.

Marco Teórico y Conceptual

El construccionismo es cada vez más utilizado como referente teórico en las ciencias sociales. Berger y Luckmann autores claves para entender la teoría afirman que todo conocimiento, se deriva y es sostenido por las interacciones sociales, cuando los sujetos interactúan, comprendiendo que sus opiniones de la realidad están relacionadas, y como ella actúa sobre esta comprensión de su sentido común, la percepción de la realidad se refuerza.

La profesora Angela Maria Quintero y su grupo de investigación de familia, definen el construccionismo social en el Diccionario especializado en familia y género “como un enfoque fundamentado en que la realidad, se construye socialmente por medio del lenguaje y cada conocimiento nuevo está integrado al anterior, generando significados. Induce a mirar el funcionamiento interno de la familia con su capacidad de cocreadora, de estructura dinámica en cambio constante, caracterizada por su autonomía, pero en razón de su interdependencia y el reconocimiento de la singularidad de cada estructura familiar dentro de lo universal. Resalta el poder de la interacción social en la generación de significados. La realidad no se puede conocer aparte de las interpretaciones de ésta; enfatiza en el lenguaje como un medio social importante a través del cual es explicada la experiencia. Destaca el papel del contexto y la relación entre individuos en el despliegue del significado, el texto resultante no es la historia de una persona ó de la otra, ni siquiera una sumatoria de dos historias, sino una construcción de ambas”.

Para efectos de esta intervención se tendrán los siguientes elementos del construccionismo social como ejes:

- Se centra en los procesos de construcción de la realidad del conocimiento social, ubicando elementos que permitan que el conocimiento se genere.
- Como las personas llegan a descubrir, explicar o dar cuenta del mundo donde viven.
- Se basa en como las personas construyen la realidad social sobre la base de sus interacciones simbólicas, a través de las cuales interpretan el mundo de la vida cotidiana.
- Estudio de la vida cotidiana, se preocupa por el conocimiento de sentido común que orienta las acciones y a través de las cuales se construye la realidad social. La sociedad es externa y es un producto humano.
- Toda realidad es el resultado de la externalización de la actividad humana, de su objetivación a través del lenguaje y de su institucionalización mediante la tipificación de las acciones de los otros, esta dimensión objetiva de la realidad se complementa con su aprehensión por parte de los individuos, con la internalización que se da a través de los procesos de socialización primaria y secundaria.

Marcos de actuación

Liderazgo

María Teresa Palomo Vadillo⁴, en su libro Liderazgo y Motivación de equipos de trabajo, menciona que la curiosidad por esta categoría no es propia de nuestros días, sino que ha sido ampliamente estudiada, y en especial desde la psicología social, así como de la psicología del trabajo y las organizaciones. De hecho en 194, Kurt Lewin⁵ y sus colaboradores empiezan a trabajar sistemáticamente el tema.

“Son muchas las investigaciones que han pretendido clarificar el concepto de liderazgo, sin embargo, tal y como señalaba Bennis a finales de la década de los cincuenta “De entre todas las áreas oscuras y confusas en psicología social, la del liderazgo lucha indudablemente por alcanzar el primer puesto. E, irónicamente, probablemente sea el liderazgo más que cualquier otro tópico en ciencias sociales, el tema del que más se ha escrito, pero sobre el que menos se conoce”..., resumen que refleja la situación actual”⁶.

Las definiciones de Liderazgo son múltiples, aunque en la mayoría podemos encontrar un punto en común y es la referencia a la capacidad de influencia que tienen algunas personas dentro de los grupos, instituciones y/o sociedad.

Para efectos de este informe entenderemos el liderazgo como un fenómeno social que resulta de la interacción de unos individuos con otros, también como un proceso o situación en que una persona o varias en mérito de su capacidad real o supuesta resuelven problemas cotidianos en la vida de un grupo y encuentra seguidores que se hallan bajo su influencia.

Principios del Liderazgo

En la literatura se puede identificar características, atributos, habilidades, entre otros para definir o hablar del liderazgo, Stephen Covey, (licenciado en Administración de empresas y con maestría en Administración de Empresa de la Universidad de Harvard, dedicó gran parte de su vida a la enseñanza y a la práctica de los preceptos que detalla en sus libros, de cómo vivir y liderar organizaciones y familias basándose en principios, los cuales él sostenía son

⁴ Doctora y Diploma de Estudios Avanzados (DEA) en el Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Master en Gestión de Recursos Humanos, y Licenciada en Psicología (Especialidad de Psicología Industrial) por la Universidad Complutense de Madrid. En la actualidad, combina su labor académica en ESIC Business & Marketing School como profesora de las asignaturas de Gestión de Recursos Humanos y Psicología del Trabajo, con la actividad de formación y consultoría en diversas organizaciones públicas y privadas.

⁵ Fue un psicólogo alemán nacionalizado estadounidense. Se interesó en la investigación de la psicología de los grupos y las relaciones interpersonales.

⁶ PALOMO, Maria. Liderazgo y motivación de equipos de trabajo. Madrid. Editorial Esic, 2013, octava edición, p.21.

universales y como tales son principios aceptados por las grandes religiones y sistemas éticos del mundo), en su libro *El Liderazgo centrado en principios* afirmaba lo siguiente⁷:

“El liderazgo centrado en principios se pone en práctica de adentro hacia afuera en cuatro niveles: personal (mi relación conmigo mismo); 2) interpersonal (mis relaciones e interacciones con los demás); 3) gerencial (mi responsabilidad de hacer que otros lleven a cabo determinada tarea), y 4) organizacional (mi necesidad de organizar a las personas: agruparlas, capacitarlas, compensarlas, construir equipos, resolver problemas y crear una estructura, una estrategia y unos sistemas acordes a ello).

Cada uno de estos niveles es 'necesario pero no suficiente', lo cual significa que debemos trabajar en todos ellos sobre la base de ciertos principios básicos.

- **Confiabilidad en el nivel personal.** La confiabilidad está basada en el carácter, en lo que uno es como persona, y en la capacidad, en lo que uno puede hacer. Si usted tiene confianza en mi carácter pero no en mi capacidad, no confiará en mí. Muchas personas buenas y honestas pierden gradualmente su confiabilidad profesional porque caen en la rutina hasta convertirse en gente obsoleta dentro de sus organizaciones. Si no tenemos carácter y capacidad, no se nos considerará dignos de confianza ni demostraremos demasiada sabiduría en nuestras opciones y decisiones. Si no logramos un progreso significativo en nuestra evolución profesional, seremos poco dignos de confianza.

- **Confianza en el nivel interpersonal.** La confiabilidad es el cimiento de la confianza. La confianza es como una cuenta bancaria emocional a nombre de dos personas que les permite establecer un acuerdo yo gano/tú ganas para seguir adelante. Si dos personas confían recíprocamente, sobre la base de la confiabilidad de ambas, pueden disfrutar de una comunicación clara, de empatía, de sinergia y de una interdependencia productiva. Si una de ellas es poco competente, el problema puede solucionarse con capacitación y desarrollo. Pero si una de ellas tiene defectos de carácter, entonces debe formular y cumplir compromisos para así acrecentar su seguridad interior, perfeccionar sus habilidades y reconstruir relaciones de confianza.

- La confianza -o la falta de ella- está en la raíz del éxito o el fracaso en las relaciones y en los resultados finales en el área de los negocios, la industria, la educación y el gobierno”.

- Otorgamiento de poder
- Alineamientos

A su vez en dicho libro también nos muestra las ocho características del liderazgo basado en los principios⁸.

⁷ **COVEY**, Sthepen. *El liderazgo centrado en principios*. Editorial Paidós. 1995. Pag 23-25.

⁸ **COVEY**, Sthepen. *El liderazgo centrado en principios*. Editorial Paidós. 1995. Pag 26-34.

Características del Liderazgo basadas en principios

Característica #1: El líder centrado en principios aprende continuamente

Existe una gran diferencia entre los verdaderos líderes y los que sólo están por su posición. Los líderes de posición creen que lo saben todo y construyen su valor en mostrar su “sabiduría” a otros. Los líderes centrados en principios son personas que entienden que a medida que crece su círculo de conocimiento, también crece su nivel de ignorancia. A medida que abren una puerta más del conocimiento, se dan cuenta que existe un vasto terreno nuevo por recorrer.

El líder centrado en principios lee, investiga, tiene una pasión por el conocimiento y la sabiduría, toma clases, asiste a charlas, escucha a otros y tiene una gran pasión por expandir sus límites de lo conocido aventurándose a lo desconocido.

Característica #2: El líder centrado en principios es orientado a servir.

Este tipo de líder entiende que su rol tiene que ver con llevar a las personas a donde quieren o deben llegar a través del servicio. El servicio puede ser abrirles puertas a las cuales ellos no tienen acceso, conectarlo con otras personas de influencia, servir de mentor, corregirlos, retarlos y a veces hasta confrontarlos. Para este líder el liderazgo no es una carrera, es una misión de vida.

Característica #3: Irradia energía positiva

El líder centrado en principios es una persona optimista que irradia felicidad. Su espíritu está lleno de entusiasmo y con esperanza sobre un futuro cada vez mejor. Las personas positivas atraen personas positivas y neutralizan a las personas negativas.

Característica #4: Creen en las otras personas

El líder centrado en principios comprende que existe una diferencia entre el desempeño actual y el potencial a futuro. Éste tipo de líder no reacciona negativamente a los comportamientos erróneos, crítica y debilidad. Por el contrario, aprovecha dichas experiencias para ayudar a su equipo a crecer al siguiente nivel. Creer en el potencial aún no visto genera un clima de crecimiento y oportunidad.

Característica #5: Se mueve en balance

Este tipo de líder entiende que los extremos no llevan a su organización a un mejor lugar. Entiende que existen diferencias y conflictos, pero los maneja de la mejor manera para lograr los objetivos prioritarios del equipo. Logra mantener un balance entre el aprendizaje del pasado, la sensibilidad en el presente y la visión hacia el futuro.

Característica #6: Enfocan su vida como una gran aventura

El líder centrado en principios ve la vida como una gran expedición donde necesita conquistar territorios nunca antes explorados. Este tipo de líder no está seguro de lo que va a

encontrar, sin embargo, está convencido de que las barreras y conflictos valen la pena. Su seguridad no necesariamente viene de la abundancia de sus recursos o algo externo, sino de su iniciativa personal, creatividad, voluntad, coraje y su inteligencia.

Característica #7: Entiende y practica la sinergia

Sinergia significa que el poder de un equipo es mucho mayor que la suma de ejecuciones y fortalezas individuales. El líder entiende que las fortalezas y las debilidades en un equipo se complementan. Para lograr este estado el líder desarrolla una excelente comunicación en el equipo. Los dos pilares de la sinergia son la comunicación y la cooperación. El líder escucha, reflexiona, responde y coopera.

Característica #8: Practica la renovación personal

El líder centrado en principios comprende la importancia de la constante renovación personal. Constantemente se desarrolla en los siguientes cuatro pilares:

Cuerpo: Se ejercita para desarrollar fortaleza, flexibilidad y resistencia física

Alma: Ora, medita y reflexiona. Lee buena literatura, arte o música.

Mente: Lee, se educa, investiga, aprende, se embarca en nuevos territorios.

Corazón: Trabaja en desarrollar una conexión emocional y empatía con otras personas.

Capacidades de los líderes

Henry Mintzberg en 1973, habla de las capacidades importantes del liderazgo:

Capacidad de los pares: capacidad de establecer y mantener una red de contactos con los iguales, y de establecer ligaduras en el seno del grupo.

Capacidad de resolución de conflictos: capacidad de mediar en el conflicto, de trabajar con perturbaciones de tensión psicológica, de ser aceptado y de controlar presiones internas y externas al grupo.

Capacidad de procesamiento de información: capacidad de construir redes, de extrapolar información estratégica y validar información, de diseminar eficazmente la información.

Capacidad de toma de decisiones no estructurada: capacidad de descubrir problemas y soluciones cuando las alternativas, la información y los objetivos son ambiguos.

Capacidad de atribución de recursos: capacidad de decidir entre usos alternativos del tiempo y de otros recursos organizativos escasos.

Capacidad emprendedora: capacidad de asumir riesgos sensatos, aplicar innovaciones y la voluntad de tener éxito/protagonismo.

Capacidad de introspección: capacidad de comprender la posición de un líder y su impacto en la organización.

Valores que desarrolla un líder al interior de sus grupos

Construye confianza: La confianza es el elemento principal del trabajo en equipo. Impulsa un ambiente donde todos los participantes conozcan las habilidades de los demás, entiendan sus roles y sepan cómo ayudarse mutuamente

Establece objetivos comunes: para que tus empleados trabajen en equipo deben perseguir las mismas metas. Por ello, es importante que comuniques la misión de la empresa de manera uniforme y que definas cómo cada miembro y departamento puede contribuir a cumplirla.

Crea un sentido de pertenencia: los seres humanos necesitamos sentirnos parte de algo; por eso, el factor más poderoso en la creación de equipos es el desarrollo de una identidad común. Define qué identifica a tus equipos, fija valores y haz que cada miembro esté consciente de su impacto en el equipo

Involucra su equipo en las decisiones: nada afecta más un trabajo en equipo que el hecho de que las decisiones sean tomadas por un líder autócrata. Para evitarlo, impulsa la generación de ideas, abre tu mente y motiva a cada empleado a compartir su opinión. Si tienes esta retroalimentación, será más fácil implementar cualquier cambio o estrategia.

Hace que haya un entendimiento entre las partes: es muy fácil criticar o subestimar el trabajo de los demás cuando uno no lo conoce o no lo ha ejecutado. Para crear empatía entre tus trabajadores, realiza ejercicios de rotación entre áreas. Así cada miembro sabrá en qué consiste la labor del otro y cómo puede contribuir a hacerlo mejor.

Motiva la responsabilidad y el compromiso mutuo: cuando una persona es parte de un equipo, sabe que los logros o fracasos son responsabilidad de todos y cada uno de los miembros. No fomentes la mentalidad de “éste no es mi problema”; haz que los problemas y los aciertos sean compartidos

Impulsa la comunicación: la única manera de que todos los miembros trabajen como una orquesta es que existan los canales de comunicación adecuados. Los verdaderos equipos se escuchan y retroalimentan. Están dispuestos a cambiar de opinión y a crear estrategias en conjunto.

Aprovecha la diversidad: un equipo de trabajo homogéneo puede operar con eficiencia pero sin mucha innovación. Al momento de crear tus equipos procura que haya personalidades e intereses distintos, pero que se compartan valores y un compromiso con la empresa.

Celebra los éxitos grupales: aunque es importante también reconocer el trabajo individual, es clave que las recompensas se den por resultados en equipo. Cuando algo sale bien,

reúne a todos los implicados y agradéceles su trabajo. Procura destacar el papel de cada uno, pero celebrar el resultado grupal

Trabajo en Equipo⁹

Hoy día se habla mucho de trabajo en equipo. Se dice, por ejemplo, que los equipos de fútbol son un claro ejemplo de trabajo en equipo, que los miembros del gobierno son un equipo, que las asociaciones y organizaciones no gubernamentales trabajan en equipo, que en los negocios y en la industria no se puede sobrevivir sin trabajo en equipo. Nadie discute ya que el trabajo en equipo constituye una herramienta esencial para abordar tareas cada vez más complejas en un entorno siempre cambiante. De hecho, en los últimos veinte años del siglo XX, las organizaciones se han caracterizado por impulsar con fuerza el trabajo en equipo. Hay equipos que se crean dentro de un área específica de la empresa para lograr un objetivo común, hay equipos de gestión, equipos de dirección, equipos interfuncionales de alta dirección, etc. Cuando un grupo de gente trabaja en pos de una meta común parece que puede hablarse de trabajo en equipo. Sin embargo, la cuestión no es tan sencilla. La reunión de diversas personas unidas por un propósito común no siempre produce los resultados propios de un trabajo en equipo. Por eso, el problema se centra hoy en cómo conseguir que el trabajo en equipo sea eficaz, es decir, en cómo conseguir un trabajo que sea verdaderamente *de equipo*. Por ello, quizá sea conveniente detenernos en primer lugar en diferenciar qué es y qué no es trabajar en equipo.

Trabajar en equipo consiste en colaborar organizadamente para obtener un objetivo común. Ello supone entender las interdependencias que se dan entre los miembros del equipo y sacar el máximo provecho de ellas en aras a la consecución de esa meta (misión) común. Cada miembro del equipo tiene una concreta personalidad y unas habilidades, conocimientos y experiencias específicas que aportar, que se diferencian de las del resto de miembros del equipo. Es decir, cada miembro tiene una aptitud y posición determinadas. Todas han de manifestarse, entrar en juego y relacionarse entre sí coordinadamente en pos del objetivo. Todas son importantes para la eficacia del trabajo en equipo.

No se trabaja en equipo cuando sus miembros hacen uso de sus aptitudes y posiciones de manera aislada, sin tener en cuenta las aptitudes y posiciones del resto de miembros. Eso sería trabajar “individualmente en compañía”, como en una cadena de producción, pese a que ocasionalmente la suma de dichos esfuerzos individualistas arroje algún resultado común. Las diferentes aptitudes y posiciones afloran, pero no se relacionan eficazmente entre sí en aras de la meta común. Se desperdicia la oportunidad de llegar a todo lo que podría abarcarse caso de existir una coordinación eficaz.

No se trabaja en equipo tampoco cuando la personalidad, conocimientos, habilidades y experiencias de cada miembro se diluyen entre las del resto. Es decir, no se trabaja en

⁹ CARDONA Pablo, WILKINSON Helen. Trabajo en Equipo. IESE Business School – Universidad de Navarra-España. Occasional Paper. 7/10. Diciembre 2006. Pág. 1-2.

equipo cuando la aptitud y posición de cada miembro no aportan un valor añadido específico al equipo. Se trabaja entonces en una dinámica homogénea, de “patio de colegio”, y se pierde la riqueza que da la diversidad. Las diferentes aptitudes no llegan a manifestarse, no se hace uso de ellas, no se conoce la propia posición ni la del resto de miembros del equipo. Se desperdicia la oportunidad de llegar a todo lo que podría abarcarse caso de ocupar cada uno *su* lugar. Este problema puede llegar a ser habitual, por ejemplo, entre los miembros de un departamento concreto, al ser relativamente fácil que todos aborden las cosas de la misma manera. En suma, la homogeneidad, como el individualismo, impide sacar partido a las interdependencias entre los miembros del equipo.

Trabajar en equipo requiere el ejercicio de una serie de capacidades esenciales, como el dar y recibir *feedback*, el ser adaptable y el gestionar bien el tiempo. Asimismo, los miembros del equipo deben adoptar una serie de actitudes interiores, necesarias para sacar el máximo partido a las interdependencias antes mencionadas. La escucha, la colaboración y el optimismo son las actitudes esenciales de un espíritu deportivo, “de equipo”.

Finalmente, trabajar en equipo supone entender que todo equipo de trabajo pasa por diferentes fases, por una necesaria dinámica. Hay que encontrar el ambiente y ritmo apropiados para cada fase, y las diferentes aptitudes de los diversos miembros del equipo pueden dar mucho juego en este sentido.

La aptitud en el trabajo en equipo¹⁰

Aptitud es capacidad, suficiencia, idoneidad. Conocer cuáles son las capacidades personales es el primer paso para encontrar la mejor manera de contribuir al trabajo en equipo. Las capacidades personales no se circunscriben únicamente a la personalidad o rol dominante que solemos adoptar cuando trabajamos en equipo. La experiencia previa y los conocimientos adquiridos son también capacidades personales. De hecho, el motivo por el que se incluye a una persona en un equipo concreto de trabajo suele ser porque es una experta en algún campo determinado, tanto por experiencia como por conocimientos.

Hay ciertas capacidades esenciales para trabajar en equipo que han de ser ejercitadas por todos sus miembros. Que sean esenciales no significa que sean fáciles de ejercitar. Entre tales capacidades destacamos la capacidad de dar y recibir *feedback*, la capacidad de adaptación y la capacidad de gestionar bien el tiempo:

Dar y recibir feedback

Dar *feedback* es dar información a alguien sobre su trabajo y su manera de trabajar, y recibir *feedback* es recibir información sobre nuestro trabajo y nuestra manera de trabajar. Es una necesidad en el trabajo en equipo que no siempre se gestiona adecuadamente. ¿Por qué somos tan poco precisos a la hora de dar y recibir *feedback*? Nos suelen desbordar los sentimientos y emociones de última hora, y ese desbordamiento se proyecta en el *feedback*, que pierde objetividad. A la hora de dar *feedback*, cuando es negativo, nos resulta difícil concretar por qué es negativo y en qué se diferencia el resultado de lo que se esperaba. Si

¹⁰ *Ibíd*em, pág. 3-5.

es positivo, tendemos a ser muy parcos en el cumplido, quizá por un pudor mal entendido o quizá por pereza, o por una escasa valoración de la persona que ha hecho un buen trabajo. A la hora de recibir *feedback*, si es negativo, solemos tomárnoslo como algo personal y nos resulta difícil aceptarlo como camino de crecimiento. Si es positivo, a veces lo rechazamos, de nuevo por un pudor mal entendido o por perfeccionismo obsesivo, y en otras ocasiones, en cambio, entramos en una sensación tal de euforia que nos impide seguir avanzando.

Capacidad de adaptación

La capacidad de adaptación es la capacidad de acomodarse, ajustarse, avenirse a los otros y a otras circunstancias. Puede resultar costoso aceptar el criterio de la mayoría cuando uno tiene claro otro criterio personal. Asimismo, puede requerir un gran esfuerzo adaptarse a otras personalidades, otras formas de hacer, otras preferencias, un cambio de planes, etc. Sin esfuerzos de flexibilidad y adaptación, el riesgo de resbalar fácilmente por la pendiente del individualismo es muy grande. Por ello, es importante aprender a gestionar conflictos y tratar de entender a los demás sin juzgarles.

Gestionar bien prioridades y compromisos

Gestionar bien prioridades y compromisos es saber planificar, dar la importancia adecuada a cada asunto y tener un orden que nos lleve a entregar nuestra parte de la tarea a tiempo, evitar interrupciones, ser puntual... En esta línea, es importante respetar y dar prioridad a las reuniones del equipo y facilitar que éstas, ya sean presenciales o virtuales, empiecen puntualmente, tengan un *timing* fijo y un orden del día y de exposición.

La actitud en el trabajo en equipo¹¹

Actitud es disposición de ánimo, predisposición. No cabe duda de que trabajar en equipo no es sencillo. A todos nos cuesta dar y recibir *feedback*, adaptarnos a otras personalidades y circunstancias y gestionar bien las prioridades y compromisos. Por ello, se hace más necesario que nunca adoptar una serie de disposiciones interiores que nos ayuden a salir de nuestra limitada percepción del mundo para conseguir abrirnos a otras perspectivas. Entre las actitudes interiores a adoptar, queremos destacar las siguientes:

Actitud de escucha

Escuchar es prestar atención, y ésta es una actitud difícil de asumir pese a su aparente simplicidad. En demasiadas ocasiones mantenemos prejuicios sobre situaciones, personas y cosas que hacen que distorsionemos la realidad y no nos enfrentemos a ella. Una manera de conseguirlo es adoptando una actitud de escucha receptiva y activa, tratando de entender el punto de vista de los demás y promoviendo el diálogo constructivo entre los miembros del equipo. La actitud de escucha es necesaria para un adecuado dar y recibir *feedback*. Un *feedback* constructivo siempre parte de una escucha eficaz.

¹¹ Ibídem, pág. 5-6.

Actitud de colaboración

Colaborar es estar siempre dispuesto a poner manos a la obra en aras a la consecución de la meta común y ser capaz de compartir éxitos y fracasos con los demás. La primera manifestación de una actitud de colaboración es el *respeto*. Respeto a las personas, su tiempo y sus necesidades, y respeto a las decisiones del equipo, aunque difieran de la opinión personal. Otra forma de colaboración es asumir determinados roles o actitudes cuando uno se da cuenta de que el equipo necesita un empuje hacia una dirección determinada. Por ejemplo, si se necesita contar con más datos y mayor información técnica, se puede *contribuir* a proporcionarla. Si se necesita alargar el proceso de discusión sobre un determinado tema para involucrar más a todos, se puede impulsar la *comunicación*. Si hay que revisar los principios o incluso los propios objetivos del equipo, éstos se pueden *cuestionar*. Si uno no se ve capaz de contribuir, comunicar o cuestionar, se pueden requerir estas funciones a un contribuidor, un comunicador o un cuestionador natos dentro del equipo. También se colabora con el equipo cuando se neutralizan los roles o actitudes debilitadoras. Por ejemplo, cuando se anima al dubitativo a expresar su opinión, cuando se cortan las digresiones del disperso con gentileza, se evita la monopolización del debate por parte del dominante o se piden soluciones concretas al derrotista. La actitud de colaboración es necesaria para gestionar bien prioridades y compromisos. Una adecuada gestión de prioridades y compromisos parte del respeto a las personas, a su tiempo y necesidades.

Actitud optimista

Ser optimista es ser capaz de ver las cosas en su aspecto más favorable. De esta forma se infunde moral y ánimo a los miembros del equipo. Cuando se es positivo, es fácil disfrutar con la tarea, involucrarse con los objetivos del equipo y motivarse cada vez más. Y entonces es también más sencillo ser ambicioso, es decir, ser capaz de establecer metas elevadas para sí y para los demás, y perseguirlas con determinación. Se trata de encajar éxitos y fracasos con espíritu de aprendizaje. Una actitud optimista es necesaria para el desarrollo de la capacidad de adaptación. Adaptarse a otras personalidades y circunstancias es mucho más sencillo desde una actitud de aprendizaje en positivo.

Comunicación

La comunicación es un acto propio de la actividad psíquica, que deriva del pensamiento, el lenguaje y del desarrollo de las capacidades psicosociales de relación. El intercambio de mensajes (que puede ser verbal o no verbal) permite al individuo influir en los demás y a su vez ser influido¹².

El término comunicación procede del latín *communicare* que significa “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”, se entiende como el proceso por el que se trasmite y recibe

¹² <http://definicion.de/comunicacion>. Autor: Julián Pérez Porto. Publicado: 2008.

información. Para que un proceso de comunicación se lleve a cabo, es indispensable la presencia de los siguientes elementos:

Mensaje: formado por las diferentes ideas o informaciones, que se transmiten mediante códigos, claves, imágenes, etc., cuyo significado interpretará el receptor.

Emisor y Receptor: el emisor es el sujeto que comunica en primer lugar o toma la iniciativa de ese acto de comunicación, mientras que el receptor es el que recibe el mensaje.

Código: es el conjunto de claves, imágenes, lenguaje, etc., que sirven para transmitir el mensaje, debe de ser compartido por emisor y receptor.

Canal: es el medio a través del cual se emite el mensaje. Habitualmente se utiliza el oral-auditivo y el gráfico-visual complementándose.

Contexto: se refiere a la situación concreta donde se desarrolla la comunicación, de esto dependerá en gran parte la forma de ejercer los roles por parte de emisor y receptor.

Ruido: son todas las alteraciones de origen físico que se producen durante la transmisión del mensaje.

Filtros: son las barreras mentales, que surgen de los valores, experiencias, conocimientos, expectativas, prejuicios, etc. del emisor y el receptor.

El feedback o la retroalimentación: es la información que devuelve el receptor al emisor sobre su propia comunicación, tanto en lo que se refiere a su contenido como a la interpretación del mismo o sus consecuencias en el comportamiento de los interlocutores.

Tipos de comunicación

Las formas de comunicación humana pueden agruparse en dos grandes categorías:

La comunicación verbal: se refiere a las palabras que se utilizan y a las inflexiones de la voz (tono de voz).

La comunicación no verbal: hace referencia a un gran número de canales, entre los que se podrían citar como los más importantes el contacto visual, los gestos faciales, los movimientos de brazos y manos o la postura y la distancia corporal.

Componentes sociopsicológicos de la comunicación¹³

La información, la interacción y la percepción constituyen los componentes sociopsicológicos de la comunicación y se revelan en los procesos comunicativos a partir de los pequeños grupos.

Componente comunicativo: aprecia la comunicación como intercambio de información. Cada miembro del proceso debe ser considerado un ente activo, no como un objeto sino

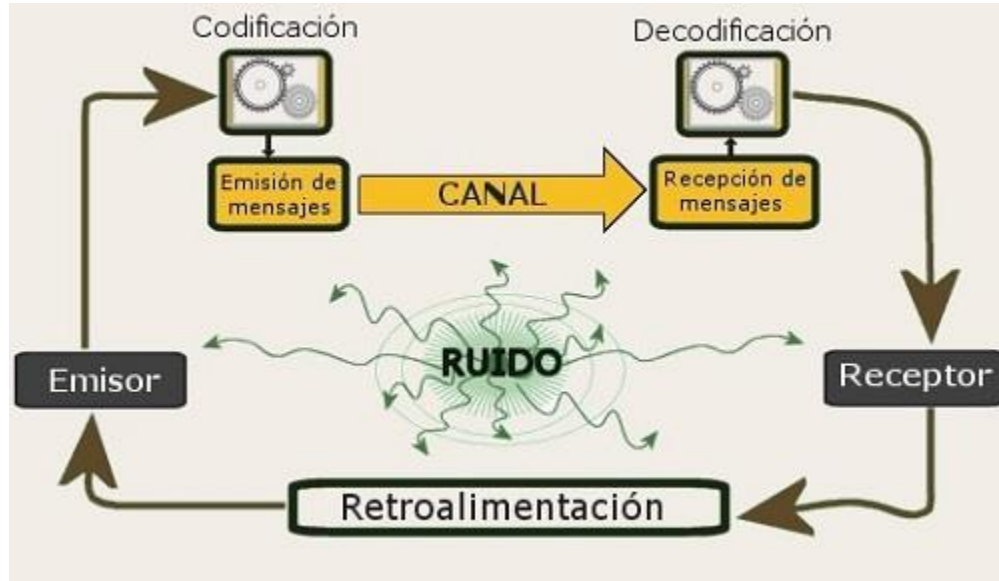
¹³ <https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n>. Revisado 11 de Abril de 2017.

como sujeto. La influencia comunicativa se logra si en la relación emisor – receptor existe un sistema de codificación y decodificación único.

Componente interactivo: es además de la influencia sobre el comportamiento de los otros por medio del intercambio de signos, la organización de las acciones conjuntas que favorece la realización de actividades grupales, comunes para todos los miembros. Se logra si existen determinadas relaciones entre los participantes.

Componente perceptivo: incluye la percepción interpersonal como variante de la percepción del hombre por el hombre. Si un individuo entra en contacto con otro, es percibido, por este otro, siempre, como personalidad. Las impresiones tienen su papel regulador en la comunicación, pues el conocimiento paulatino del otro conforma el mismo sujeto cognoscente y la certeza de la imagen del otro depende de la organización de las acciones acordadas con él.

La percepción, la información y la interacción, como componentes sociopsicológicos de la comunicación son importantes para el proceso educativo porque favorecen el autoconocimiento y la autodeterminación de los sujetos. Los componentes sociopsicológicos de la comunicación son parte indisoluble de la comunicación educativa, pues actividad y comunicación se conjugan en el proceso pedagógico, mediante la percepción, la información y la interacción entre los sujetos para planificar, orientar y ejecutar la actividad conjunta.



Actitud de Servicio

Es la capacidad de interactuar con los clientes (internos y externos) de forma que promueva experiencias positivas y de largo plazo, atendiendo y resolviendo sus inquietudes o problemas en el marco de las políticas organizacionales¹⁴.

Aspectos para lograr actitud de servicio positiva¹⁵

Capacitación continúa

Los diferentes procesos de formación profesional a través de las capacitaciones son de gran utilidad, porque van remarcando las conductas ejemplares que llevarán a un servicio de excelencia.

Saber escuchar al cliente

Cuando se está prestando la suficiente atención, es mucho más probable brindar una respuesta satisfactoria al cliente. A menudo no es suficiente solo escuchar las palabras, es necesario ir más allá y comprender la personalidad del cliente y los verdaderos detonadores emocionales que lo llevarán a sentirse muy bien y tomar una decisión de compra.

Disfrutar el trabajo y mostrar un semblante de alegría

El semblante dice mucho, es fácil detectar cuando una persona realmente está disfrutando de su trabajo. Si tú estás en contacto directo con el cliente tu rostro debe reflejar alegría y una excelente disposición de colaborar en todo momento.

Para poder tener una buena actitud de servicio, debemos tener en cuenta los siguientes aspectos:

Agilidad: entendida como la capacidad de ahorrar tiempo al momento de prestar un servicio.

Exactitud de información: esto implica tener la suficiente claridad acerca de los productos que estamos ofreciendo.

Escucha: saber entender las necesidades de los clientes al momento de preguntar lo que están necesitando.

¹⁴ Concepto extraído de los documentos encontrados en el grupo comercial de la compañía Alimentos DG S.A.S.

¹⁵ <http://articulos.corentt.com/la-actitud-de-servicio>. Revisada 12 de Abril 2017.

Amabilidad: siempre disponible tanto al inicio como al final de la presentación de un servicio y tener en cuenta que lo que se ofrece siempre sea lo mejor.

Metodología

La intervención tendrá un enfoque cualitativo ya que será de suma importancia para la implementación del modelo de gestión las voces y las experiencias de los sujetos que participan. Se realizara a través de técnicas interactivas, las cuales pueden entenderse como el conjunto de procedimientos y herramientas para recoger, validar y analizar información, que permiten activar la expresión y el protagonismo de los sujetos, posibilitando al Trabajador Social generar espacios para el reconocimiento de los sujetos, el desarrollo de potencialidades y autonomía, sujetos reflexivos, propositivos y de acción frente a su situación.

Estas técnicas permiten una relación horizontal e interactiva y favorable para posicionar a las personas como sujetos de acción, de diálogo, de conciencia, de conocimiento, capaces de pensarse y de interactuar con otros en la comprensión de su realidad y la búsqueda conjunta de alternativas que les lleve a transformar las circunstancias que impiden su realización plena; estas técnicas se convierte en medio para promover la integración de los sujetos, la empatía, la confianza, la diversión, cooperación y construcción colectiva de conocimiento. (García y otros 2002).

Ubicación Territorial

Se realizara en la empresa empresa Alimentos DG S.A.S ubicada en la ciudad de Medellín, la cual fue fundada en Septiembre de 1996. Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de alimentos, comenzó con dos puntos de venta (módulos carros) en dos restaurantes de la ciudad. Luego fue extendiéndose a lo largo y ancho de las estaciones del metro (burbujas), abriendo finalmente como puntos de venta establecimientos con mesas y sillas, adquiriendo de ésta forma dos formatos de establecimiento uno para comer de pago y otro para sentarse tranquilamente y sin ningún afán

En la actualidad está a nivel nacional en más de 10 ciudades con aproximadamente 110 puntos de venta con diversos formatos de comercialización. También ofrece el sistema de franquicia el cual brinda un negocio rentable, de fácil manejo, organizado y estructurado con proyección fundamentada en actualización permanente en puntos de venta, capacitación al personal desarrollo constante de productos y revisión de procesos.

Misión:

Dogger es una compañía productora y comercializadora de alimentos que cuenta con la mejor calidad y con los procesos más avanzados, para entregarle al consumidor un producto premium, diferenciado por su excelente sabor y adecuada presentación.

Contamos con un equipo humano idóneo y calificado, conocedor y participe de la esencia de nuestro negocio y de nuestros objetivos, que busca permanentemente la satisfacción de los clientes, la retribución para los accionistas y la responsabilidad social.

Visión:

En el 2020 seremos la mejor alternativa que tendrán los consumidores colombianos en el campo alimenticio, con Productos de Calidad Premium.

Valores:

Calidad: buscamos permanentemente la excelencia mediante la calidad de nuestros productos, ejecución de las tareas y atención a nuestros clientes.

Compromiso: conocemos los objetivos de la compañía, nos identificamos con ellos y orientamos nuestras acciones a su logro.

Servicio: en Dogger trabajamos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindando una atención amable, ágil y oportuna de tal manera que logramos que el cliente que nos visita vuelva.

Entusiasmo: nos concentramos en nuestros objetivos y tareas generando una dinámica de crecimiento. En Dogger el entusiasmo es alegría proactiva.

Beneficiarios

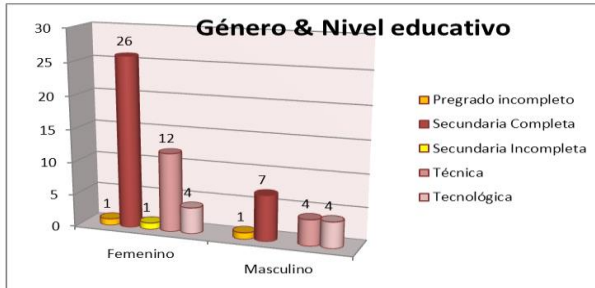
A partir de la caracterización socioeconómica se lograron identificar los siguientes elementos importantes de los beneficiarios.

Ubicación territorial de los beneficiarios



Genero y nivel educativo de los beneficiarios

Hallazgos



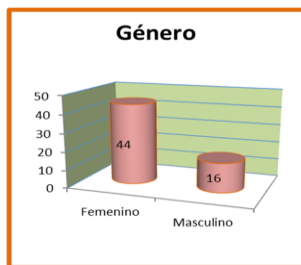
Se logra identificar, que la gran mayoría de empleados tanto hombres como mujeres han recibido formación en el **HACER** (26 /60), representa el 43% y el (33/60) representa el 55% solo **secundaria**, esto implica la necesidad de formar en el **SER Y SABER**.

Nivel Educativo	Menor de 30 año	Mayor de 30 años	Total
Pregrado incompleto	1	1	2
Secundaria Completa	27	6	33
Técnica	14	2	16
Tecnológica	0	8	8

Potencialidad: la población existente tiene todas las habilidades cognitivas para nuevos aprendizajes, lo cual les permitiría mejorar de forma notable su desempeño.



Hallazgos



El 73% de los integrantes son mujeres.

El 27% de los integrantes son hombres.

«Las crisis alimentarias, las guerras y los conflictos, el cambio climático, las crisis económicas y otros trastornos sociales tienden a afectar desproporcionadamente a las mujeres. Pero lo que aún se reconoce mucho menos es que las mujeres pueden ser, y son, poderosos agentes de cambio. Las mujeres cuentan con poder enfrentar desafíos aparentemente insuperables con una gran fuerza de espíritu, creatividad e inteligencia». Pillay (<http://www.oacnudh.org/?p=462>)



Estado Civil de los beneficiarios

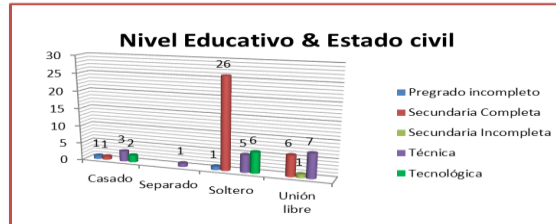
Hallazgos

Estado civil

- La categoría más representativa es la de los solteros, la cual corresponde al 63% del equipo de trabajo.

Nivel educativo

- El 55% del equipo cuenta con estudios de secundaria completa.
- El 25% cuenta con estudios técnicos.
- El 20% otros estudios.

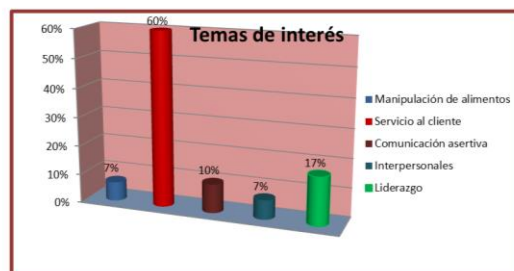


Se continua identificando la necesidad de formar en el **SER Y SABER**, ya que contamos con el 55% del equipo con estudios secundarios, de los cuales el 78% es **soltero** no mayor de 30 años, lo que nos permite identificar que trabajamos con una población joven adulta.



Temas de interés para los beneficiarios

Hallazgos



El tema de mayor interés es **Servicio al cliente**.

Es muy relevante identificarlo y habla del enorme interés del equipos por **fidelizar al cliente**.

«Una compañía que no se preocupe por capacitar a todos sus empleados dentro de una cultura del servicio, vera afectada su eficiencia. Esta es la herramienta mas poderosa y menos costosa hacia la excelencia». John Tschohl



Recomendación al final del proceso

Recomendación



Con los hallazgos obtenidos, se identifica la necesidad de diseñar un Modelo de gestión Comercial donde el equipo de trabajo pueda desarrollar habilidades de servicio desde el **SER, HACER Y SABER.**



Cronograma y Presupuesto

Planeación de módulos de trabajo

PLANEACION DE MARCOS DE ACTUACIÓN						
FECHA	HORA	TEMA	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO	
Enero 2017	8:00 a-m- 12:00 p.m.	Planeación Módulos Ohcupatej	Rastreo Bibliográfico de la categoría Liderazgo.	Libros	\$ -	
				Internet	\$ -	
Enero 2017	4:00 p.m. - 8:00 p.m.		Rastreo Bibliográfico de técnicas para desarrollar el modulo Liderazgo.	Libros	\$ -	
				Internet	\$ -	
Enero 2017	6:00 a.m. -10:00 a.m.		LIDERAZGO	Rastreo de videos, canciones u otros elementos que permitan reflexionar en grupo la categoría liderazgo.	Internet	\$ -
Febrero 2017	8:00 a-m- 12:00 p.m.	Planeación Módulos Ohcupatej	Rastreo Bibliográfico de la categoría trabajo en equipo.	Libros	\$ -	
				Internet	\$ -	
	4:00 p.m. - 8:00 p.m.		Rastreo Bibliográfico de técnicas para desarrollar el modulo Trabajo en Equipo.	Libros	\$ -	
				Internet	\$ -	
Febrero 2017	6:00 a.m. -10:00 a.m.	TRABAJO EN EQUIPO	Rastreo de videos, canciones u otros elementos que permitan reflexionar en grupo la categoría Trabajo en Equipo.	Internet	\$ -	
Marzo 2017	8:00 a-m- 12:00 p.m.	Planeación Módulos Ohcupatej	Rastreo Bibliográfico de la categoría Comunicación.	Libros	\$ -	
				Internet	\$ -	
Marzo 2017	4:00 p.m. - 8:00		Rastreo Bibliográfico de técnicas para	Libros	\$ -	

	p.m.		desarrollar el modulo Comunicación.	Internet	\$ -
Abril 2017	6:00 a.m. -10:00 a.m.		Rastreo de videos, canciones u otros elementos que permitan reflexionar en grupo la categoría Comunicación.		
		COMUNICACIÓN		Internet	\$ -

Abril 2017	8:00 a.m.- 12:00 p.m.	Planeación Módulos Ohcupatej	Rastreo Bibliográfico de la categoría Actitud de servicio.	Libros	\$ -
				Internet	\$ -
Abril 2017	4:00 p.m. - 8:00 p.m.	Planeación Módulos Ohcupatej	Rastreo Bibliográfico de técnicas para desarrollar el modulo Actitud de servicio	Libros	\$ -
				Internet	\$ -
Abril 2017	6:00 a.m. -10:00 a.m.	ACTITUD DE SERVICIO	Rastreo de videos, canciones u otros elementos que permitan reflexionar en grupo la categoría Actitud de servicio.	Internet	\$ -
1 y 2 semana de Mayo	8:00 a.m. 12:00 p.m.	Coordinar logística para la presentación de Ohcupatej	Solicitar fotografías	Fotografías	\$ 75,000
			Diseño de brazalete	Brazalete	\$ 100,000
			Diseño de cuaderno	Cuadernos	\$ 200,000
1 y 2 semana de Mayo	8:00 a.m. 12:00 p.m.	Coordinar logística para la presentación de Ohcupatej	Diseño de agenda, manillas, gorras (recuerdos)...	Varios	\$ 500,000
			Solicitud de anticipos para compras		
			Camisetas		\$ 500,000
			Compra de kit de papelería		\$ 230,000
			Programar menú para desayuno de presentación		\$ 390,000
			Solicitar medios para los encuentros		\$ 50,000
			Total	\$ 2,045,000	

A tener presente:

Solicitar fotos: éstas deben ser donde ellos se sientan y se vean especiales.

El brazalete se utilizara para identificarlos como los líderes de cada grupo.

En el diseño de los recuerdos para los encuentros se tendrán presente los valores definidos para el modelo de gestión comercial.

Anexos

Presentación del proyecto Ohcupate:

PLANEACION DE MARCOS DE ACTUACIÓN					
FECHA	HORA	TEMA	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO
15 de Junio	8:00 a.m. - 8:45 a.m.	Ohcupate ;	Bienvenida - Entrega de escarapelas y brazaletes.		Ver presupuesto de la planeación de los modulos
	8:45 a.m. - 9:45 a.m.		Desayuno		
	10:00 a.m. - 11:45 a.m.		Presentación de Ohcupate;	Presentación desarrollada en power point con el logo, valores y categorías de análisis del modelo de gestión comercial.	

Preguntas orientadoras del espacio?
Que creen que significa esto?
Que significa los valores de Ohcupate?
A partir de que fue diseñado Ohcupate?, ¿ Para quien fue diseñado Ohcupate?

Compromisos para participar en el modelo de Gestión Comercial Ohcupate ;

1. Los encuentros serán contruidos con la participación de todos los integrantes.
2. Preparar todos los encuentros previamente con las lecturas y tareas propuestas para cada modulo.
3. Respetaremos el momento de la palabra de cada participante.
4. Disfrutar de este espacio de construcción.
5. Dar lo mejor de cada uno y agradecer por la oportunidad.

A tener presente:

La organización de la mesa para el desayuno se debe disponer circular con las ubicaciones claras de cada integrante, pretendiendo con este elemento que puedan interactuar con personas que generalmente no socializan.

Realizar entrega de los kit de trabajo.

Invitar al Gerente General y la directora de Recursos Humanos.

Posteriormente presentar el programa a todos los directivos con la intención de extender los módulos de trabajo a cada área de la compañía.

Categoría Liderazgo:

Primer taller

PLANEACION DE MARCOS DE ACTUACIÓN					
FECHA	HORA	TEMA	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO
22 de Junio	8:00 a.m. - 8:30 a.m.	Marco de actuación	Bienvvenida y presentación de Video	Presentación en power point.	
			https://www.youtube.com/watch?v=nltpjUgRV6I		
	8:30 a.m. - 9:30 a.m.		Presentación de la actividad a realizarse		
			Desarrollo de la actividad		
			¿Cómo era yo cuando ingrese?		
	9:30 a.m. - 10:00 a.m.		¿Cómo era mi familia cuando ingrese a esta compañía?		
			¿Cómo me veo ahora?		
	10:00 a.m. - 11:15 a.m.	LIDERAZGO	Refrigerio		\$ 200,000
	11:15:a.m - 11:45 a.m.		Aplicación de la técnica Termómetro.	Termómetro impreso de 5 mt x 1mt	\$ 50,000
	11:45 a.m. - 12:00 p.m.		Reflexiones del encuentro por parte del grupo.	Entrega de la 1era manilla con el valor ORGULLO	\$ 50,000
	Entrega del Libro: El Factor Fred de Mark Sanborn		Entrega del Libro	\$ 625,000	
				Total	\$ 925,000

Objetivos
Propiciar un espacio que les permita identificar sus transformaciones desde el SER, SABER y HACER.
Generar una reflexión que les permita reconocerse en el otro, para construir con el otro.

Tareas para el próximo encuentro:
Preparar lectura del libro: El Factor Fred de Mark Sanborn - Crear cuatro grupos para dramatizar las ideas claves y los siguientes ejes del libro:
Todos, sin excepción marcamos una diferencia
El éxito se basa en las relaciones
No dejar nunca de crear valor para los demás
Todos tenemos la capacidad de reinventarnos

Segundo Taller

FECHA	HORA	TEMA	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO
29 de Junio	8:00 a.m. - 8:30 a.m.	Marco de actuación	Bienvenida y presentación de Video	Presentación en power point.	
FECHA	HORA	TEMA	https://www.youtube.com/watch?v=4modSNImxhQ	RECURSOS	PRESUPUESTO
29 de Junio	8:30 a.m. - 9:30 a.m.	Marco de actuación LIDERAZGO	Reflexiones que les suscita el video.	Presentación en power point.	\$ 200,000
	9:30 a.m. - 10:00 a.m. 10:00 a.m. - 10:30 a.m.		¿Cómo se relaciona el video con el SER-SABER-HACER?		
			Refrigerio		
	10:30 a.m-11:45a.m	LIDERAZGO	Validación de quienes leyeron el libro con la técnica la bolsa del conocimiento.	Ropa, pelucas, accesorios, crear un escenario.	\$ 100,000
	10:00 a.m. - 10:30 a.m.				
	10:30 a.m-11:45a.m 11:45 a.m. 12:00		Todos, sin excepción marcamos una diferencia	Ropa, pelucas, accesorios, crear un escenario.	\$ 100,000
			El éxito se basa en las relaciones		\$ 50,000
	No dejar nunca de crear valor para los demás	\$ 350,000			
	p.m.		Todos tenemos la capacidad de reinventarnos	Total	350.000
			Reflexiones por grupo del dramatizado.		
			Entrega de la 2da manilla con el valor		

Objetivos

Comprender las emociones como construcciones desde el SER-SABER-HACER.

Crear con sus pares experiencias nuevas, que les permita hacer consciente sus habilidades y valores ante el servicio.

A tener presente:

Llevar elementos como ropa, pelucas, accesorios y demás para el dramatizado ¿Qué significa ser un Fred?

Disponer el espacio y crear un escenario para el dramatizado ¿Qué significa ser un Fred?

Tareas para el próximo encuentro:

Se organiza el grupo por parejas y se les asigna un líder mundial para investigar, porque se reconocen como líderes y cuales eran o cuáles son sus valores y principios.

1 | Hillary Diane Rodham Clinton

2 | Marie Curie

3 | Vladimir Lenin

4 | Nelson Mandela

5 | Mahatma Gandhi

6 | Che Guevara

7 | Simón Bolívar

8 | Madre Teresa de Calcuta.

9 | Winston Churchill

10 | Malala Yousafzai

11 | Napoleón Bonaparte

12 | Margaret Thatcher

Tercer Taller:

PLANEACION DE MARCOS DE ACTUACIÓN					
FECHA	HORA	TEMA	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO
6 de Julio	8:00 a.m. - 8:15 a.m.	Marco de actuación	Bienvenida y presentación de la actividad	Presentación en Power point	
	8:15 a.m. - 10:15 a.m.		Mañana de cine: Coach Carter Se ofrecerán crispetas y gaseosa iniciando la película.	Proyección de la película.	\$ 50,000
	10:15:a.m -10:45 a.m.	LIDERAZGO	Hablemos de los lideres investigados.	cartulinas, reglas, tijeras, lápices, colores, pegamento, revistas. Periódicos	\$ 50,000
	10:45 - 11:15 a.m.		Identificar con el grupo, los valores y principios del liderazgo desarrollados en la película por medio de grafitis, mapas mentales, collage.		
	11:45 a.m. 12:00 p.m.		Reflexiones y entrega de la 3era manilla con el valor UNION.		\$ 50,000
Total					\$ 150,000

Objetivos
Identificar los diferentes estilos de liderazgo
Mostrar la comunicación dentro del equipo como instrumento de motivación y transformación de las relaciones.

A tener presente:
Diseñar el espacio que les permita sentirse en una sala de cine.

Tareas para el próximo encuentro:
Traer una foto de tu equipo de trabajo y realizar una pequeña reflexión sobre lo que te genera tu equipo.

Categoría Trabajo en equipo

Primer taller

PLANEACION DE MARCOS DE ACTUACIÓN						
FECHA	HORA	TEMA	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO	
13 de Julio	8:00 a.m. - 8:30 a.m.	Marco de actuación	Bienvenida	Presentación en power point.		
			Presentación de videos.			
			https://www.youtube.com/watch?v=Yz4Wlzs1zi8			
			https://www.youtube.com/watch?v=XpJ6FffG8LQ			
	8:30 a.m. - 9:30 a.m.		Presentación de las actividades a realizarse	https://www.youtube.com/watch?v=dLsOfkyHKFY	https://www.youtube.com/watch?v=nAhRU6shJ9Y	\$ 50,000
			¿Cómo puedo contribuir a construir un equipo de trabajo?			
			¿Consideras valioso el trabajar en equipo?			
			¿Cuáles son las características del trabajo en Equipo?			
			¿Qué diferencias tiene trabajar en equipo y trabajar individualmente?			
	9:30 a.m. - 10:00 a.m.		Refrigerio			\$ 200,000
10:00 a.m. - 11:30 a.m.	TRABAJO EN EQUIPO	Aplicación de la técnica de los LISTONES y LOS CUBOS SOLIDARIOS.	Listones, cartulinas, reglas, tijeras, lápices, colores, pegamento.	\$ 60,000		
11:30:a.m - 12:00 a.m.	TRABAJO EN EQUIPO	Reflexiones del encuentro por parte del grupo.	Entrega de la cuarta manilla con el valor PASIÓN	\$ 50,000		
Total				\$ 360,000		

Objetivos

Crea sinergia en el grupo para que logren identificar que las partes hacen el todo en los equipos de trabajo.

A tener presente:

Coordinar la entrega de camisetas para este encuentro, 13 de Julio.

Tareas para el próximo encuentro:

Investigar sobre el siguiente libro: A la carga (Gung Ho) de Ken Blanchard.

Segundo taller:

PLANEACION DE MARCOS DE ACTUACIÓN					
FECHA	HORA	TEMA	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO
27 de Julio	8:00 a.m. - 8:30 a.m.	Marco de actuación	Bienvenida y presentación de Video	Presentación en power point.	
			https://www.youtube.com/watch?v=Ff3CKVtQgV0		
	8:30 a.m. - 9:30 a.m.		¿Cómo se relaciona el video con tu equipo de trabajo?		
			Reflexiones que les suscita el video.		
	9:30 a.m. - 10:00 a.m.	TRABAJO EN EQUIPO	Refrigerio		\$ 200,000
	10:00 a.m-11:30 a.m.		Que investigarón del libro? A la carga (Gung Ho) de Ken Blanchard.		
			Jugando y aprendiendo:		
			https://www.youtube.com/watch?v=kHe8SEkqJSM		
			Ocupa tu lugar	Listones, cartulinas, reglas, tijeras, lápices, colores, pegamento, hilo.	
			La Red		
	Escribir juntos				
	Vuelo y me caigo				
11:30 a.m. 12:00 p.m.		Comentarios finales del encuentro y entrega del libro.	Entrega de la quinta manilla con el valor ALEGRIA	\$ 50,000	
Total					\$ 250,000

Objetivos

Mostrar la importancia de las diferentes capacidades al interior del grupo.

A tener presente:

Realizar las impresiones del libro A la carga (Gung Ho) de Ken Blanchard.

Tareas para el próximo encuentro:

Preparar de la pagina 1-17, las ideas principales del libro A la carga (Gung Ho) de Ken Blanchard por subgrupos de 3 personas.

CATEGORIA COMUNICACIÓN

Primer taller

PLANEACION DE MARCOS DE ACTUACIÓN					
FECHA	HORA	TEMA	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO
27 de Julio	8:00 a.m. - 8:30 a.m.	Marco de actuación	Bienvenida y presentación de Video	Presentación en power point.	
	8:30 a.m. - 9:30 a.m.		https://www.youtube.com/watch?v=Ff3CKVtQgV0		
			¿Cómo se relaciona el video con tu equipo de trabajo?		
	9:30 a.m. - 10:00 a.m.		Reflexiones que les suscita el video.		\$ 200,000
	10:00 a.m.-11:30 a.m.	TRABAJO EN EQUIPO	Refrigerio		
			Que investigarán del libro? A la carga (Gung Ho) de Ken Blanchard.		
			Jugando y aprendiendo: https://www.youtube.com/watch?v=kHe8SEkqJSM Ocupa tu lugar La Red Escribir juntos Vuelo y me caigo	Listones, cartulinas, reglas, tijeras, lápices, colores, pegamento, hilo.	
11:30 a.m. 12:00 p.m.		Comentarios finales del encuentro y entrega del libro.	Entrega de la quinta manilla con el valor ALEGRIA	\$ 50,000	
Total					\$ 250,000

Objetivos

Mostrar la importancia de las diferentes capacidades al interior del grupo.

A tener presente:

Realizar las impresiones del libro A la carga (Gung Ho) de Ken Blanchard.

Tareas para el próximo encuentro:

Preparar de la pagina 1-17, las ideas principales del libro A la carga (Gung Ho) de Ken Blanchard por subgrupos de 3 personas.

Comprar 2 rompecabezas para el encuentro del 10 de Agosto

Rotar participantes de los subgrupos para exponer las ideas principales del libro A la carga (Gung Ho) de Ken Blanchard.

Tareas para el próximo encuentro:

Preparar de la pagina 17 a terminar, las ideas principales del libro A la carga (Gung Ho) de Ken Blanchard por subgrupos de 3 personas.

Segundo taller

PLANEACION DE MARCOS DE ACTUACIÓN					
FECHA	HORA	TEMA	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO
10 de Agosto	8:00 a.m. - 8:30 a.m.	Marco de actuación	Bienvenida y presentación de Video	Presentación en power point.	
			https://www.youtube.com/watch?v=WKhwoPA8mOY		
	¿Qué es la comunicación asertiva?. Trabajo por Subgrupos				
	https://www.youtube.com/watch?v=kXUOVYiNG58				
	8:30 a.m. - 9:30 a.m.		Reflexiones que les suscita el video.		
	9:30 a.m. - 10:00 a.m.	COMUNICACIÓN	Refrigerio		\$ 200,000
	10:00 a.m-10:30 a.m.		Ideas principales del libro A la carga (Gung Ho) de Ken Blanchard (pág 17-43)		
	10:30 a.m-11:00 a.m.		La técnica del sándwich	Presentación en power point.	
https://www.youtube.com/watch?v=D5bATrguvHQ					
La técnica del disco rayado					
11:00 a.m - 11:45 a.m	https://www.youtube.com/watch?v=S-Bc6UPj8fA			Papel y lápiz	
	A partir de las técnicas aprendidas, recree una situación que hubiese ocurrido en su punto de venta con una canción.				
11:45 a.m. 12:00 p.m.		Reflexiones del encuentro		\$ 50,000	
Total					\$ 250,000

Objetivos

Desarrollar habilidades para tener procesos de comunicación asertivos.

Aprender a través de las experiencias del otro, como tener una comunicación asertiva

A tener presente:

Llevar canciones en español (impresas), que les pueda ayudar en la adaptación de las situaciones de comunicación del punto de venta.

Tareas para el próximo encuentro:

Investigar sobre el libro: Servicio con Pasión de Gabriel Vallejo López y Fernando Sanchez Paredes.

CATEGORIA: ACTITUD DE SERVICIO

Primer taller

PLANEACION DE MARCOS DE ACTUACIÓN					
FECHA	HORA	TEMA	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO
17de Agosto	8:00 a.m. - 10:00a.m.	Marco de actuación	Bienvenida y Presentación de la actividad	Listones, cartulinas, reglas, tijeras, lápices, colores, pegamento, 'ropa, pelucas, accesorios.	\$ 40,000
			Cuenteria: Contándote sobre mi ;		
			¿Me gusta lo que hago?		
			¿Disfruto de lo que soy ahora?		
		¿Cuál es mi proyecto de vida?			
	10:00 a.m.-10:30 a.m.		Refrigerio		\$ 200,000
	10:30-11:00 a.m.	ACTITUD DE SERVICIO	¿Qué investigaron del libro?: Servicio con pasión. Siete casos exitosos de servicio al cliente en América Latina		
	11:00-11:45.m		https://www.youtube.com/watch?v=DfNtn1ieQuc ¿Qué es actitud de servicio? Trabajo por subgrupos. ¿Cuáles son los beneficios de una buena actitud de servicio?	Presentación en power point.	
	11:45 a.m.-12:00 p.m.		Reflexiones del encuentro por parte del grupo. Entrega del Libro: Servicio con pasión. Siete casos exitosos de servicio al cliente en América Latina de Gabriel Vallejo y Fernando Sánchez.		\$ 500,000
Total				\$	740,000

Objetivos

Promover el cambio de actitud y el deseo de hacer mejor las cosas

Generar conciencia y reflexión frente a la importancia del mejoramiento continuo en la atención al cliente.

A tener presente:

Comprar los libros para entregar.

Tareas para el próximo encuentro:

Preparar exposiciones por capítulos del libro Servicio con pasión. Siete casos exitosos de servicio al cliente en América Latina de Gabriel Vallejo y Fernando Sánchez. , por subgrupos.

Segundo taller

FECHA	HORA	TEMA	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO	
24 de Agosto	8:00 a.m. - 10:00 a.m.	Marco de actuación	Bienvenida y presentación de la actividad Trascender la mirada del servicio. https://www.youtube.com/watch?v=HianSu9ZzkY https://www.youtube.com/watch?v=P23m49PSNZI Valores en el servicio ¿Qué sería trascender la mirada del servicio?	Cartulinas, reglas, tijeras, colores y pegamento.		
	10:00 a.m.-10:30 a.m.	ACTITUD DE SERVICIO	Refrigerio		\$ 200,000	
	10:00 a.m-11:30 a.m.		Presentación de la actividad: ¡Compartiendo lo aprendido!	La exposición se realizara con la técnica que escoja cada grupo. Tiempo para presentar el capitulo 20 minutos		\$ 50,000
			Andrés Carne de Res de Colombia			
			Bembos Restaurante. Perú			
			Estación de gasolina: Copec de Chile			
			La Banca reinventada. Helm Bank			
			Almacenes las 14 S.A. Colombia			
			123 Seguro. Argentina			
	Hotel Resort: Rosewood. Puerto Rico					
11:30 a.m. 12:00 p.m.		Comentarios finales del encuentro				
		Entrega de invitaciones para salida de campo		\$ 140,000		
Total					\$ 250,000	

Objetivos

MODELO DE GESTIÓN COMERCIAL

Oh!

cupate



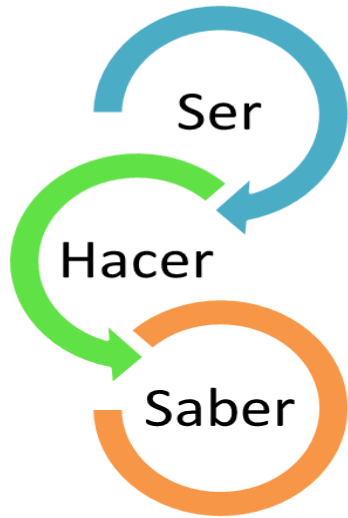
VALORES

- O** **ORGULLO** *(de lo que soy, de lo que se hacer y de lo que puedo aprender).*
- C** **COMPROMISO** *(Con mi trabajo, mi familia y consigo mismo).*
- U** **UNIÓN** *(trabajo en equipo – Respeto a las capacidades del otro).*
- P** **PASION** *(ganas, vitalidad, seducción).*
- A** **ALEGRIA** *(Sonreír, saludar amablemente)*
- T** **TENACIDAD** *(fuerza día tras día en el logro de los resultados)*
- E** **ENTREGA** *(dar lo mejor de si – Agradecer).*



MARCOS DE ACTUACIÓN





- O** **ORGULLLO** (de lo que soy, de lo que se hacer y de lo que puedo aprender).
- C** **COMPROMISO** (Con mi trabajo, mi familia y consigo mismo).
- U** **UNIÓN** (trabajo en equipo – Respeto a las capacidades del otro).
- P** **PASION** (ganas, vitalidad, seducción).
- A** **ALEGRIA** (Sonreír, saludar amablemente)
- T** **TENACIDAD** (fuerza día tras día en el logro de los resultados)
- E** **ENTREGA** (dar lo mejor de si – Agradecer).



LIDERAZGO

Oh! cupate



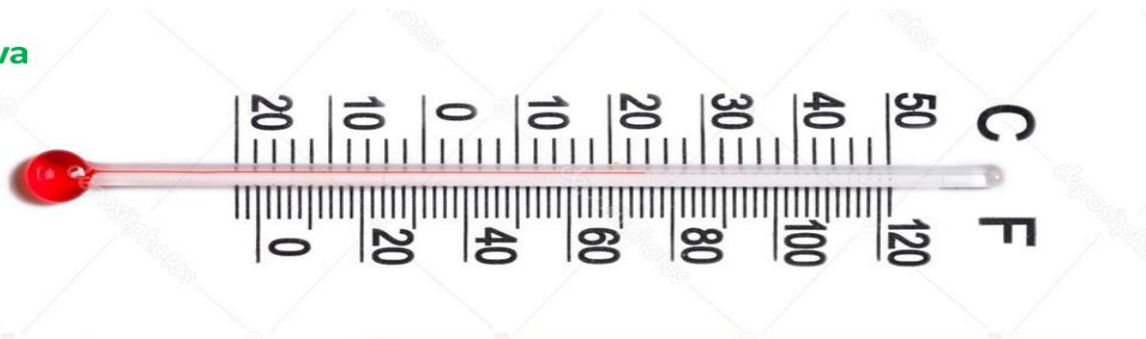


¿Cómo era?

- ¿Cómo era yo cuando ingrese?
- ¿Cómo era mi familia cuando ingrese a esta compañía?
- ¿Cómo me veo ahora?



<https://www.youtube.com/watch?v=nltpjUgRV6I>



¿Quién soy?

- ¿Que hice para ser quien soy ahora?
- ¿Cómo es mi familia ahora?
- ¿Cómo puede llegar al máximo del termómetro



22 de Junio 2017



BESTSELLER NACIONAL

Ponerle pasión a lo que usted hace
puede convertir lo ordinario
en lo extraordinario

En español

El

FACTOR

Fred



Mark Sanborn

Oh!
cupate



22 de Junio 2017



Liderazgo

Trabajo en
Equipo

Comunicación

ACTITUD DE SERVICIO

Feed Back constante

No temas mostrarte vulnerable

Involúcrate en la realidad del otro



Liderazgo emocional

Cuéntale a tu grupo tus expectativas

Recuerda la importancia del ejemplo



29 de Junio 2017



<https://www.youtube.com/watch?v=4modSNImxhQ>

BESTSELLER NACIONAL

Ponerle pasión a lo que usted hace
puede convertir lo ordinario
en lo extraordinario

En español



Mark Sanborn



29 de Junio 2017

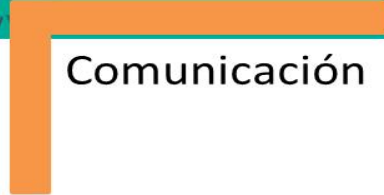
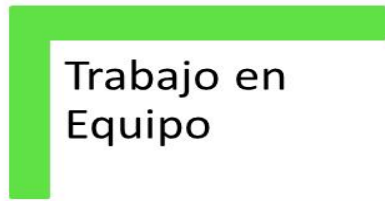
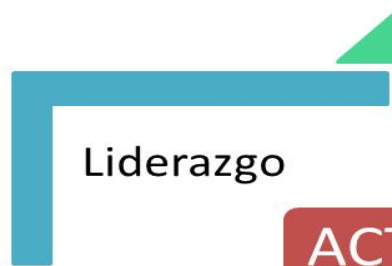
**TODOS, sin excepción marcamos
una diferencia**

El éxito se basa en las relaciones

No dejar nunca de crear valor para los demás

**Todos tenemos la capacidad de
reinventarnos**





ACT | ITUD DE SERVICIO

<http://www.pelisplus.tv/pelicula/entrenador-carter/>

ENERGIA POSITIVA

SU VIDA UNA GRAN AVENTURA

SE MUEVE EN BALANCE

APRENDE CONTINUAMENTE

PRACTICA LA SINERGIA

ORIENTADO A SERVIR

CREEN EN LAS OTRAS PERSONAS



<https://www.youtube.com/watch?v=4modSNImxhQ>

TRABAJO EN EQUIPO

Oh!

cupate



Unir capacidades

Delegar

Automotivación

Metas claras

Todos en la misma dirección ¡

**Somos diferentes –
Distintas cualidades**

Iniciativa



13 de Julio 2017

Liderazgo

**Trabajo en
Equipo**

Comunicación

ACTITUD DE SERVICIO

<https://www.youtube.com/watch?v=Yz4Wlzs1zi8>
<https://www.youtube.com/watch?v=XpJ6FffG8L0>

Trabajo en Equipo



Confianza

Compromiso

Complementariedad

Coordinación

Comunicación



27 de Julio 2017

Liderazgo

Trabajo en Equipo



Comunicación

ACTITUD DE SERVICIO

<https://www.youtube.com/watch?v=nAhRU6shJ9Y>
<https://www.youtube.com/watch?v=CAat9pDPSFQ>

¿QUE FACILITA EL TRABAJO EN EQUIPO?

Tener clara la misión, visión, propósitos, objetivos, y metas comunes

Conocer la etapa de desarrollo del equipo.

Buen clima interno

PARTICIPACIÓN

Organización interna

Coherencia

Experiencia



13 de Julio 2017

Liderazgo

Trabajo en Equipo

Comunicación

ACTITUD DE SERVICIO

VENTAJAS DEL TRABAJO EN EQUIPO

Permite acciones más asertivas,
eficaces y creativas (visión desde
distintos ángulos)

Oportunidad de aprendizaje

Agiliza los planes y/o tarea



13 de Julio 2017

Liderazgo

Trabajo en
Equipo 

Comunicación

ACTITUD DE SERVICIO

<https://www.youtube.com/watch?v=kHe8SEkqJSM>

APRENDIZAJES PERSONALES CUANDO TRABAJAS EN EQUIPO



Ser autocrítico

Ser flexible

Aceptar crítica

Aprender a escuchar

Respetar opinión disidente

Vencer temores y debilidades



13 de Julio 2017

Liderazgo

Trabajo en Equipo

Comunicación

ACTITUD DE SERVICIO

COMUNICACIÓN

Oh!

cupate



ELEMENTOS EN LA COMUNICACIÓN

Codificación

Decodificación



3 de Agosto 2017

ACTITUD DE SERVICIO

<https://www.youtube.com/watch?v=j-MtfYfxW9M>



3 de Agosto 2017

Liderazgo

Trabajo en
Equipo

Comunicación



ACTITUD DE SERVICIO

<https://www.youtube.com/watch?v=j-MtfYfxW9M>

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA

Describir los hechos concretamente

Pedir de forma concreta lo que queremos



10 de Agosto 2017



AGRESIVO
Ofende. Se impone por la fuerza. Juega al yo gano - tú pierdes.

SUMISO
Evita hablar. Se pliega a lo que dicen los demás. No defiende sus puntos de vista.

ASERTIVO
Habla con efectividad y propiedad. Expone sus ideas en forma lógica y sin contradicciones. Juega al yo gano - tú ganas.

Manifiestar nuestros sentimientos y pensamientos

Especificar las consecuencias



Liderazgo

Trabajo en Equipo

Comunicación



ACTITUD DE SERVICIO

<https://www.voutube.com/watch?v=kXUOVYiNG58>

ACTITUD DE SERVICIO

Oh! cupate



¡ CONTÁNDOTE SOBRE MI !

'¿Disfruto de trabajar con los clientes?

¿Cuál es mi proyecto de vida?

'¿Me gusta lo que hago?

¿Disfruto de lo que soy ahora?



17 de Agosto 2017

Liderazgo

Trabajo en Equipo

Comunicación

ACTITUD DE SERVICIO

<https://www.youtube.com/watch?v=DfNtn1ieQuc>



¿Qué es ACTITUD DE SERVICIO?

Es la disposición que mostramos para atender, escuchar y resolver problemas o emergencias de la manera mas conveniente de nuestros clientes.

Nuestra actitud es un estado mental influenciado por nuestras experiencias, sentimientos, pensamientos y conductas.



17 de Agosto 2017



ELEMENTOS A TENER PRESENTE CUANDO ATIENDES UN CLIENTE



Ten escucha y empatía

Identifica las necesidades del cliente

Realiza las preguntas apropiadas

Cuida tu comunicación verbal y gestual



17 de Agosto 2017

Liderazgo

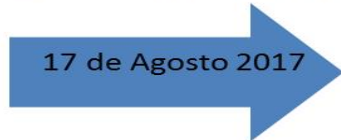
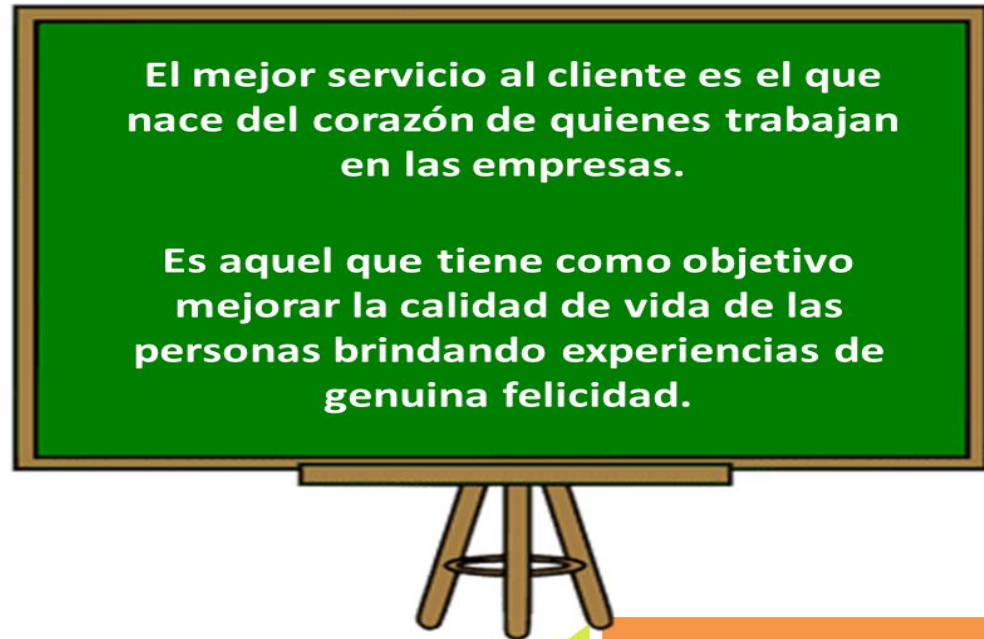
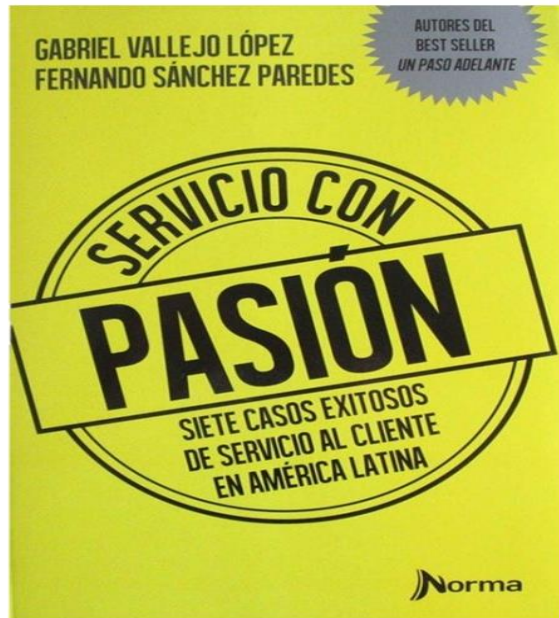
Trabajo en Equipo

Comunicación

ACTITUD DE SERVICIO

<https://www.youtube.com/watch?v=DfNtn1ieQuc>





COMPROMISO: cumplir con dedicación todo aquello que se nos ha confiado, con un profundo sentido del servicio, así como de poner al máximo nuestras capacidades para alcanzar lo que anhelamos.

PASIÓN: amamos lo que hacemos, celebramos nuestros triunfos y creemos en nuestro potencial. Con coraje y determinación enfrentamos nuestros retos y buscamos soluciones.

GRATITUD: valoramos las personas y a las cosas en la vida, deseando retribuir el apoyo o beneficio de alguna manera.



24 de Agosto 2017



Estilos ¡Gung Ho!



El Espíritu de la Ardilla: TRABAJO QUE VALE LA PENA.

El secreto de este Espíritu, nos enseña 3 lecciones.

1. El trabajo debe ser visto como algo importante.
2. Debe llevar a una meta comprendida y compartida por todos.
3. Los valores deben orientar todos los planes, las decisiones y las situaciones.



El estilo del Castor:

EJERCER EL CONTROL SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LA META.

Los Castores hacen su trabajo porque quieren no porque alguien los obliga hacerlo. Este estilo implica que los miembros de su equipo deben ejercer el control sobre el cumplimiento de sus metas.



El don del Ganso:

ALERTAR A LOS DEMÁS A SEGUIR ADELANTE.

Es el que le agrega entusiasmo al espíritu de la ardilla y al estilo del castor. Las felicitaciones deben ser auténticas, deben ser una alimentación para el espíritu, una inyección de entusiasmo.

Bibliografía

MEJIA LOPERA, Carolina, Rodriguez Monsalve, Jhon. La comunicación como elemento organizacional. Perspectiva desde el Trabajo Social. Editorial Universidad de Antioquia, Facultad de ciencias sociales y humanas, departamento de trabajo social. Medellín 2000.

ARIAS MONTOYA, Ángela María, BUITRAGO BOLIVA, Sonia Esmeralda. Gerencia Social: Un aporte a la gestión del Trabajador Social, en el área Laboral. Editorial: Universidad de Antioquia, Facultad de ciencias sociales y humanas, departamento de trabajo social. Medellín 2001.

ALVARES COLLAZOS. Augusto. La administración de personal en el Colombia. Bogotá 1990.

COLSHED, Verónica. La Gestión del Trabajo Social. Editorial Piados. España 2010.

CHAVENATO, Idalberto. Administración de Recursos Humanos, México. MacGraw Hill. 2000.

ROSAS PEGAZA. Margarita. Una perspectiva teórica metodológica de la intervención en Trabajo Social. Buenos Aires Argentina 2006.

KISNERMAN, Natalio. Pensar el Trabajo Social, una opción desde el construccionismo, Argentina, Lumen Hvmánitas: 2 ediciones, 1998.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto y otros. Metodología de la investigación. Mc Graw Hill, México, 2003.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. El proceso de la investigación científica. México, Noriega Editores, 2004, págs. 1 – 190.

HUERGO, Jorge. Nuevas aventuras de la perspectiva crítica: la investigación “con” la transformación social. En: Revista Nómadas, Bogotá, Departamento de Investigaciones Universidad Central, octubre 2002, Nº 17, págs. 36 – 47

PALOMO VADILLO, Maria Teresa. Liderazgo y motivación de equipos de trabajo. Madrid. Editorial Esic, 2013, octava edición.

ROSE LAUB COSER, "La complejidad de los roles como un semillero de la autonomía individual", en: La idea de la Estructura Social: Documentos en honor de Robert K. Merton, 1975.

COVEY, Stephen Richards. El liderazgo centrado en principios. Editorial Paidós. 1995.

SANCHEZ ROSADO, Manuel. Manual de Trabajo Social. Marzo 2005.

ESCOBAR, Arturo, (1996) La invención del tercer mundo, construcciones y deconstrucciones del desarrollo, Ed norma, Bogotá, pp.94.

SEN, Amartya. (2010), Desarrollo y Libertad editorial Planeta.

Web: <https://www.entrepreneur.com/article/267144>