

Plan de atención al cliente interno en la empresa IPF S.A.S
Informe Final Consultoría Empresarial
Contrato No 20230613085330

Diana Catalina Salazar Caro
Laura Viviana Franco Hernández
Estudiantes

Juan Carlos Osma Rozo
Ingeniero Comercial, Magister en Administración de Marketing, Doctorando en
Administración Gerencial
Director Del Proyecto

Diana Carolina Hernández Guadrón
Psicóloga. Magister en Gestión Empresarial. Especialista en Desarrollo Humano y
bienestar Laboral. Coordinadora del Consultorio de Talento Humano.
Codirector del Proyecto

Institución universitaria Politécnico Grancolombiano
Facultad Sociedad, cultura y creatividad
Escuela de Estudios en Psicología, Talento Humano y Sociedad
Programa Maestría en Gerencia del Talento Humano
Bogotá, Julio de 2023

Tabla De Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	5
INTRODUCCIÓN	7
FASE FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
Contexto Empresarial.....	8
Antecedentes de la Gestión del Talento Humano.....	8
Identificación del Problema	8
Fase Planeación	10
Justificación	10
Objetivos del Proyecto	11
Alcance del Proyecto.....	12
Marco de Referencia.....	13
Metodología de la Consultoría.....	15
Fase Implementación y Monitoreo de las Estrategias	20
Desarrollo del Plan de Trabajo.....	20
Seguimiento Gerencial.....	21
Monitoreo: Matriz Marco Lógico.....	21
FASE CIERRE Y CONCLUSIONES	24
Productos Finales	24
Lecciones Aprendidas	25
Recomendaciones para la Gerencia	26
REFERENCIAS	28
Datos de Registro de Consultores del proyecto.....	31
ANEXOS.....	33



Lista De Tablas

Tabla 1. Alcance del proyecto	13
Tabla 2. Matriz RACI del proyecto	18
Tabla 3. Matriz Marco Lógico.....	21
Tabla 4. Descripción de Productos de la Consultoría	24



Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. <i>Árbol de problemas</i>	9
Ilustración 2. <i>Árbol de objetivos</i>	12
Ilustración 3. <i>Estructura Organizacional</i>	17
Ilustración 4. <i>Plan de trabajo</i>	19



Resumen Ejecutivo

El presente informe de consultoría desarrolla un plan de atención al cliente interno que pretende dar atención al problema que menciona la empresa IPF SAS, que contribuye a potenciar la productividad, satisfacción laboral, comunicación asertiva y resolución de conflictos. Por ello su objetivo es proponer un plan de atención al cliente interno en la empresa IPF SAS a través de un proceso de consultoría que lleve a mejorar su clima organizacional.

El plan de consultoría desarrolló actividades como trabajo de campo y su resultado fue la Matriz DOFA, trabajo de campo por medio de entrevistas semiestructuradas realizados a 20 colaboradores de la empresa IPF SAS se evidenciaron fortalezas y debilidades de la empresa IPF SAS y las dificultades presentes en la calidad del servicio y clima organizacional obteniendo los elementos clave identificados para dar paso a la creación del plan de atención al cliente interno.

En el desarrollo de la misma como equipo consultor se evidencia la dificultad para realizar las entrevistas semiestructuradas ya que algunos colaboradores de la empresa sentían cierta desconfianza al dar información acerca de su entorno laboral y de cada una de las dificultades que se presentan en el desarrollo de los procesos misionales, por ello el tiempo planeado para la realización de la actividad fue más que el proyectado, Por otra parte, es de resaltar la disposición de ayuda a los directivos de la empresa ya que todos los requerimientos fueron cumplidos para llevar a buen término el resultado de la consultoría.

Por otra parte como acierto se encuentran los resultados del diagnóstico inicial que fue clave para identificar la problemática de la empresa y así poder diagnosticar y proponer el plan de trabajo para esta organización con el fin de poder dar solución a la problemática que presenta y garantizar el mejoramiento de su ambiente laboral, aumento de producción y resolución de conflictos haciendo uso de la comunicación asertiva; como oportunidad de mejora para este proyecto de consultoría para la empresa IPF SAS es dar inicio al plan de atención al cliente interno propuesto lo cual garantizara el fin de la problemática actual y aumentara significativamente la eficacia y eficiencia en cada uno sus procesos así como la satisfacción laboral para sus colaboradores.

Palabras clave: Atención, servicio, calidad, clima organizacional y clientes.

Abstract

This consulting report develops an internal customer service plan that aims to provide a solution to the problems presented by the company IPF SAS, which contributes to enhancing productivity, job satisfaction, assertive communication and conflict resolution. Therefore, its objective is to propose an internal customer service plan in the company IPF SAS through a consulting process that allows improving the organizational climate.

The consulting plan developed activities such as field work and its result was the SWOT Matrix, field work through semi-structured interviews carried out with 20 employees of the company IPF SAS, these results showed the strengths and weaknesses of the company IPF SAS and the shortcomings found in the quality of the service and organizational climate, obtaining the key elements identified to give way to the creation of the internal customer service plan.

In its development as a consulting team, the difficulty in carrying out semi-structured interviews is evident since some employees of the company felt a certain distrust when giving information about their work environment and each of the difficulties that arise in the development of the missionary processes, therefore the time stipulated for carrying out the activity was more than projected. On the other hand, it is worth highlighting the willingness to help the company's directors since all the requirements were met to bring it to a successful conclusion. the result of the consulting.

On the other hand, a success is found in the results of the initial diagnosis, which was key to identifying the company's problems and thus being able to diagnose and propose the work plan for this organization in order to be able to provide a solution to the problems it presents and guarantee the improvement of their work environment, increased production and conflict resolution using assertive communication; As an improvement opportunity for this consulting project for the company IPF SAS is the implementation of this internal customer service plan which will guarantee the end of the current problem and will significantly increase the effectiveness and efficiency in each of its processes as well as job satisfaction for your collaborators.

Keywords: Attention, service, quality, organizational climate and customers.

Plan de atención al cliente interno en la empresa IPF S.A.S

Introducción

En la mayoría de las organizaciones cuando se habla de Cliente, se entiende que es el consumidor final, es decir, con quienes se obtienen productos y servicios (naturales o jurídicas) para satisfacer necesidades y expectativas. En la actualidad hablar de cliente interno, se define como cada uno de los empleados que integra una empresa, quienes tienen la preferencia de servicio, dando origen al Endomarketing.

Para los autores (Bacca et al., 2011) el endomárketing es el conjunto de estrategias y acciones propias que se planean y ejecutan al interior de las organizaciones con la finalidad de incentivar en los trabajadores, o clientes internos, actitudes que eleven la satisfacción, y con ello, contribuyan a crear valor para la empresa. Incentivar a los empleados, generar un buen clima organizacional y aumentar la lealtad y el compromiso dará la relación empresa-empleado. Por ello el empleado debe sentirse parte de la empresa, tomar conciencia de la importancia de su aporte al fortalecimiento de la organización, el endomárketing, aporta mayores beneficios y excelentes resultados para los objetivos misionales de la organización.

El presente proyecto de consultoría se desarrolla en la empresa IPF SAS donde se procura dar solución a la problemática que se muestra como lo es la ausencia de un plan de atención al cliente interno que contribuya a mejorar su clima organizacional con el fin de potenciar productividad, satisfacción laboral, comunicación asertiva y resolución de conflictos respectivamente.

Lo anterior aportará a la formación de magísteres en gerencia del talento humano fortaleciendo conocimientos relacionados con todos los procesos del área de talento humano, buscando impactos y mejoras en lo relacionado a generar marca empleadora y a su vez coadyudar a la consecución de los objetivos estratégicos y misionales de la organización aumentando productividad y calidad.

Fase Formulación del Problema

Es natural que, si dentro de una organización existe dificultades en la atención del servicio al cliente interno, cabe la probabilidad de que el cliente externo reciba con dificultades el servicio y/o atención. En la empresa IPF SAS existen dificultades de comunicación entre las áreas, causado por dificultades en el flujo de la información, ambiente

laboral, dificultades en los tiempos de respuesta, falta de conocimiento de programas y/o herramientas. Y estas causas generan deficiencia en el desempeño de las tareas y procesos laborales, siendo posteriormente el afectado el cliente externo.

Por ello, se plantea como pregunta problema: ¿cómo proponer un plan de atención al cliente interno en la empresa IPF S.A.S que contribuya a mejorar el clima su clima organizacional?

Contexto Empresarial

IPF SAS (Ingredientes y productos funcionales SAS), está ubicada en Itagüí, Antioquia, se dedica a la importación de materia prima generando soluciones innovadoras y confiables de acuerdo a las peticiones de los clientes y las tendencias del mercado. Atiende las necesidades de la industria alimentaria en toda Colombia; ofreciendo productos innovadores alineados con las principales tendencias del mercado.

Cuenta con infraestructura y equipos modernos, Brinda asesoría técnica y comercial en el manejo de materia prima para la industria de alimentos es uno de los pilares fundamentales de la empresa.

Cuenta con más de 30 años de experiencia y un equipo profesional que permite consolidarse como una empresa confiable y líder del sector alimenticio.

Antecedentes de la Gestión del Talento Humano

El área de talento humano de IPF SAS, en los últimos años ha experimentado cambios, donde las personas integran y permanecen sin importar su nivel jerárquico. Donde se poseen vocación orientados al crecimiento y desarrollo de los objetivos estratégicos de la compañía, es decir cada área van juntas para llegar a un fin común o lograr objetivos colectivos e individuales. La gestión del talento humano debe prevalecer en todas las organizaciones ya que permite buscar las personas adecuadas, basándose en el perfil profesional, en los valores y cultura organizacional de la compañía, ya que es preciso contratar gente que sea a fin con el perfil personal como profesional que se está buscando.

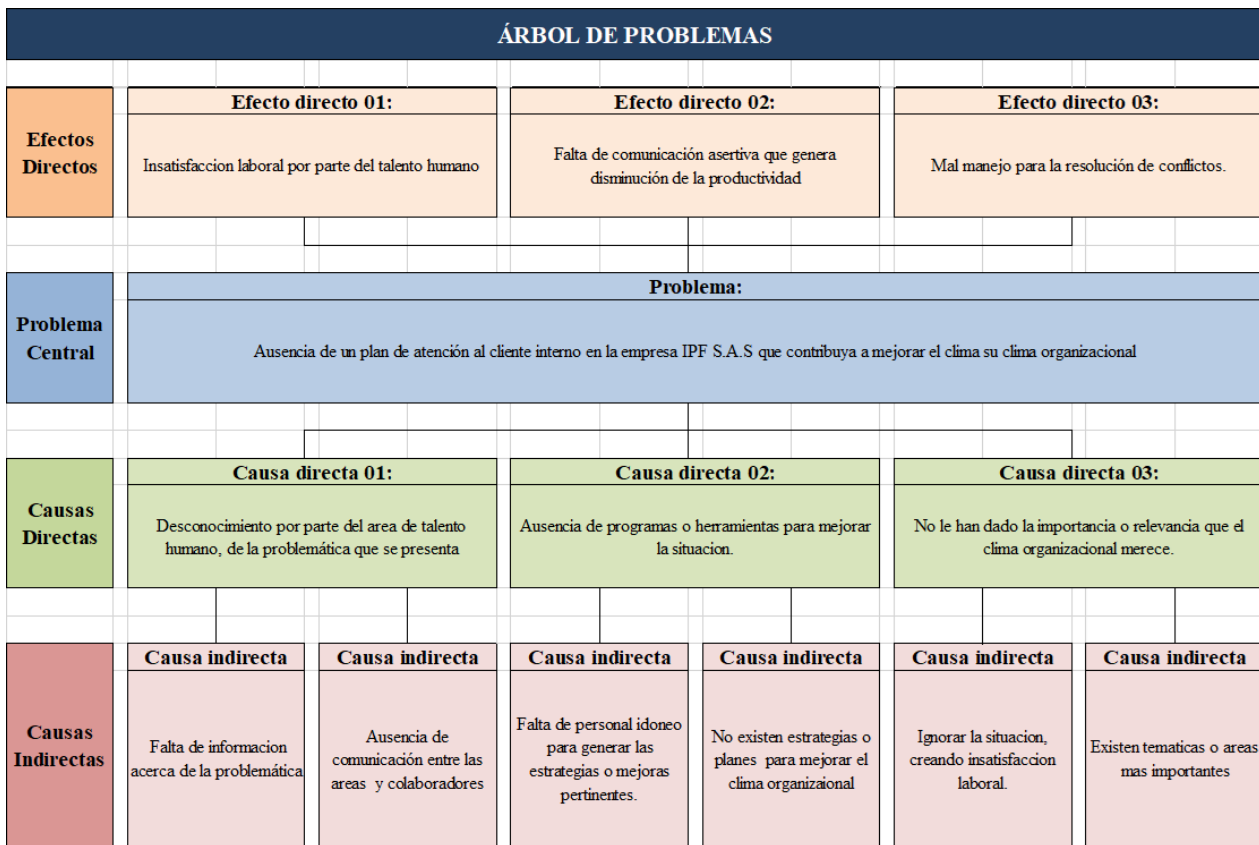
Identificación del Problema

Luego de establecer e identificar cada una de las problemáticas que presenta la

empresa IPF SAS surgen varias posibilidades para realizar una intervención en esta organización, materializando el problema central, dado que se presentan problemas de comunicación entre las diferentes áreas, causando dificultades en el flujo de información, ambiente laboral, generando deficiencia en los procesos de la organización.

Lo anterior será intervenido por medio de un proceso de consultoría a través del árbol de problemas (ilustración 1), Éste estructura la información usando un modelo de relaciones causales que adopta la forma de árbol, resumiendo las principales variables que intervienen en la situación problemática de la organización.

Ilustración 1. Árbol de problemas



Nota: Construcción propia, [2023].

Fase Planeación

Después de identificar la problemática que enfrenta la empresa IPF SAS, se definen cada uno de los objetivos estableciendo así el alcance del proyecto de consultoría, para definir el curso de acción requerido para cumplir con el objeto de la misma.

Justificación

Satisfacción laboral es el nivel de provecho que manifiesta un colaborador (cliente interno) en cuanto a su ambiente laboral y las condiciones del mismo, es de gran importancia para cualquier empresa ya que está directamente relacionada con la productividad dando cumplimiento a los objetivos empresariales, mejoramiento del lugar de trabajo y los rendimientos financieros. Para autores González, Bravo, Zurriaga y Peiró, (1995) se define como el número de cualidades desarrolladas por el empleado hacia su puesto de trabajo, dichas cualidades pueden ser alusivas hacia el trabajo en general o hacia fases específicas del mismo.

Para la empresa IPF SAS será de gran importancia solucionar cada uno de las causas indirectas como son falta de información acerca de la problemática, ausencia de comunicación entre las áreas y colaboradores, Falta de personal idóneo para generar las estrategias o mejoras pertinentes, no existen estrategias o planes para mejorar el clima organizacional, ignorar la situación, creando insatisfacción laboral, existen temáticas o áreas más importantes las cuales están generando el problema central como es la ausencia de un plan de atención al cliente interno siendo este afectado por problemas de comunicación entre las diferentes áreas, causando dificultades en el flujo de información, ambiente laboral, dificultades en los tiempos de respuesta de cada uno de los procesos, debido a la falta de información, falta de conocimiento de programas o herramientas para mejorar la situación o que tal vez no le han dado la relevancia que esto amerita dando a paso a efectos negativos como son la insatisfacción laboral por parte del talento humano, falta de comunicación asertiva que genera disminución de la productividad y el mal manejo para la resolución de conflictos.

Es por ello que la implementación del proyecto de consultoría que en este caso es la realización de un plan de atención al cliente interno resultará de gran ayuda para dar solución al problema planteado, pues generara satisfacción laboral, aumento en la productividad, comunicación asertiva y resolución de conflictos; mediante la innovación en la organización

ya que se generarán las capacidades necesarias en el talento humano de la empresa para que puedan darle continuidad al finalizar la consultoría.

Objetivos del Proyecto

Una vez realizado el árbol de problemas se establece el propósito general de la consultoría, a partir del diagnóstico y el análisis de la situación que presenta en la empresa IPF SAS, identificando cada uno de los problemas de sus colaboradores y eligiendo el problema central que será trabajado en la presente consultoría.

Objetivo General

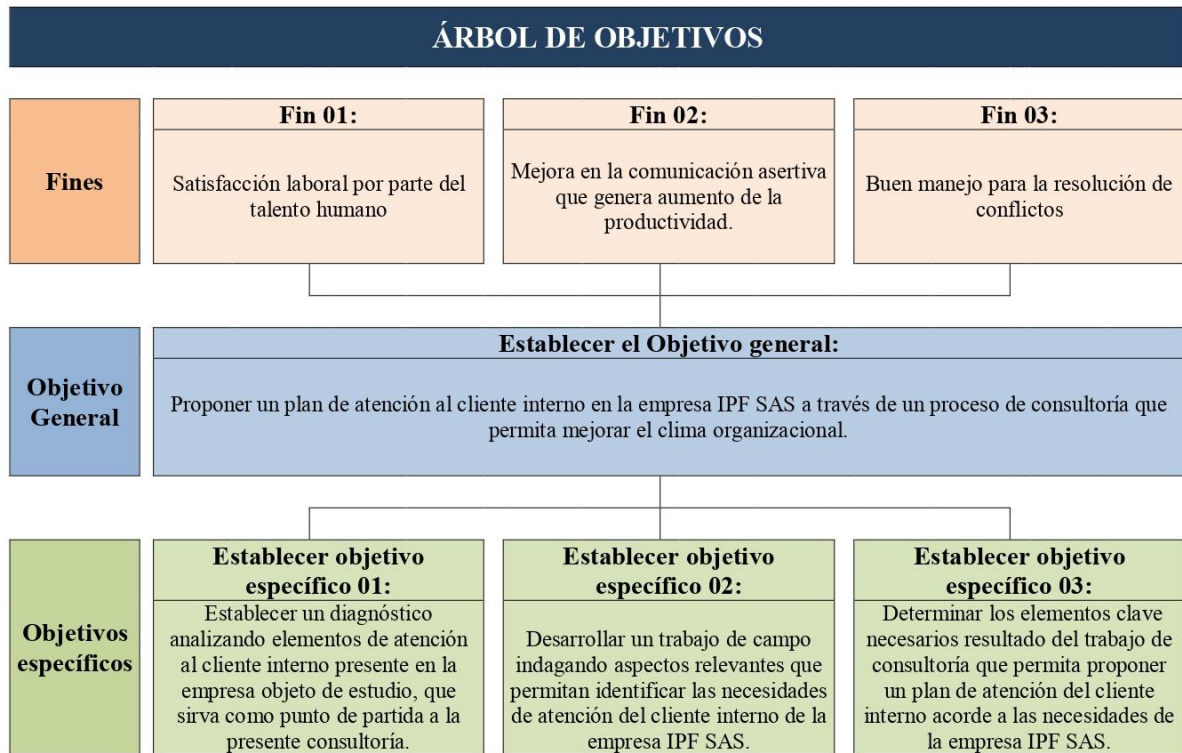
Proponer un plan de atención al cliente interno en la empresa IPF SAS a través de un proceso de consultoría que permita mejorar el clima organizacional.

Objetivos Específicos

- ✓ Establecer un diagnóstico observando elementos de atención al cliente interno presente en la empresa objeto de estudio, que utilice como punto de partida actual a la consultoría.
- ✓ Desarrollar un trabajo de campo indagando aspectos relevantes que permitan identificar las necesidades de atención del cliente interno de la empresa IPF SAS.
- ✓ Determinar los elementos clave necesarios resultado del trabajo de consultoría que permita proponer un plan de atención del cliente interno acorde a las necesidades de la empresa IPF SAS.



Ilustración 2. Árbol de objetivos



Nota: Construcción propia, [2023].

Alcance del Proyecto

Es aquí donde se concreta el alcance del trabajo de consultoría que es la realización de un plan de atención al cliente interno en la empresa IPF SAS, identificando cada una de las actividades a realizar junto con los resultados esperados, a modo de productos, sujeto al progreso del proyecto de consultoría.

Cada actividad es un compromiso a desarrollar dentro del proceso de la consultoría dentro de la organización y se relaciona directamente con los productos o entregables como evidencia de la realización en este proceso.



Tabla 1. Alcance del proyecto

Alcance del Proyecto			
No.	Actividad / Compromiso	ID.	Producto / Entregable
1	Análisis del escenario actual de frente a la atención del cliente interno	A	Matriz DOFA
2	Trabajo de campo	B	Informe Investigación de mercados
3	Identificación de elementos clave.	C	Elementos clave identificados
		D	Plan de atención del cliente interno
4	Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional	E	Memorias de la sesión de divulgación
		F	Lista de asistencia de la sesión de divulgación

Nota: Construcción propia, [2023].

Marco de Referencia

Para explicar mejor la problemática que presenta la empresa IPF SAS y los puntos de intervención del proyecto plan de atención al cliente interno, seguidamente, se presentan los conceptos principales para tener en cuenta y los modelos de referencias en los cuales se fundamenta la propuesta de consultoría para la organización en mención.

Marco Teórico

Al realizar una búsqueda investigativa se encontró que existe un estudio planteado por el autor (Chiang-Vega, Hidalgo y Gómez, 2021) sobre el efecto de la satisfacción laboral y la confianza sobre el clima organizacional, donde muestra la relación positiva de las variables de satisfacción laboral y clima organizacional, probado por medio de un modelo de ecuación estructural y un modelo alternativo¹ y la aplicación del cuestionario de Work Environment Scale (WES) y escala de satisfacción de Warr, Cook y Wall a una muestra de

344 personas. Dicho estudio evidencia que el clima organizacional tiene una gran importancia para todas las organizaciones, ya que esta con constante búsqueda de mejorar el ambiente laboral, sustentándose en que el clima según (Segredo, 2013). Se considera esencial para el mejoramiento de la organización.

Para el autor Bodek (2002) define la cultura Kaisen como la idealización del empleado para construir ideas y mejorar, es un proceso de mejoramiento continuo en calidad, tecnología, procesos, cultura organizacional, productividad, seguridad y liderazgo.

Los autores (Govea y Zúñiga, 2020), han tratado el clima organizacional como factor en la satisfacción laboral, por medio de hipótesis que les permitieron demostrar la relación efectiva entre el clima organizacional y la satisfacción laboral, bajo un modelo de investigación no experimental de alcance descriptivo y correlacional en el cual se comprueba que la relación entre clima organizacional y la satisfacción laboral es positiva de acuerdo a los datos obtenidos en los instrumentos aplicados para cada una de las variables estudiadas.

Los autores (Lugo y Gómez 2007), menciona la teoría de Elton Mayo “los niveles de productividad dependen de la interacción social, el empleado no actúa por sí solo, es miembro de una sociedad, de esta forma su trabajo es una actividad grupal” Siguiendo este esquema, las organizaciones operan gracias al esfuerzo colaborativo e integral de todos sus empleados, el cual de manera compleja se encuentra ligado a un conjunto de percepciones culturales compartidas por las personas sobre su ambiente y la correspondencia que puede establecerse con los grupos, las prácticas y procedimientos organizacionales tanto formales como informales que se crean en una organización .

Otro aporte relevante es la teoría de Herzberg basada en factores de desarrollo motivadores intrínsecos del trabajo como; realización, el trabajo mismo, responsabilidad y progreso o desarrollo, condiciones de trabajo, salario, nivel laboral y seguridad vigentes en la empresa, que potencializan la motivación y, por tanto, contribuyen a la satisfacción laboral.



Marco Normativo

Nombre de la norma	Objeto de la norma
Artículo 126 del decreto número 222 de 1983.	Las leyes y reglamentos de la consultoría en Colombia
Metodología KAIZEN	<p>Se ha desarrollado gradualmente durante muchas décadas. Fue presentado pública y oficialmente al mundo en la década de 1980 como una metodología sistemática a través del libro más vendido "KAIZEN™" de Masaaki Imai, el fundador de Kaizen.</p> <p>La metodología Kaizen, se deriva de la fusión de dos palabras japonesas: "Kai" y "Zen". Traducidas al español "cambio" y "mejor", lo que hace referencia a un proceso de mejora continua. La finalidad de esta metodología es lograr metas y objetivos de forma gradual y continuada, prioriza la realización de pequeños cambios cotidianos antes que la introducción de innovaciones radicales y repentinas.</p>
Círculo PDCA	<p>Ciclo PDCA (o Ciclo PHVA) viene de las siglas Planificar, Hacer, Verificar y Actuar, en inglés "Plan, Do, Check, Act". Conocido como Ciclo de mejora continua, esta metodología describe los pasos esenciales que se deben tener en cuenta para lograr la mejora continua, en (disminución de fallos, aumento de la eficacia y eficiencia, solución de problemas, previsión y eliminación de riesgos potenciales.</p>

Nota: Construcción propia, con base a normatividad identificada, [2023].

Metodología de la Consultoría

El presente plan de consultoría se realiza adecuando las metodologías (PMBOK) Project Management Body of Knowledge y el Marco Lógico respectivamente. El PMBOK se adapta para la estructura general del proyecto, y se toman elementos claves del Marco lógico



para su desarrollo, como son: el árbol de objetivos, el árbol de problemas, y la Matriz Marco Lógico.

Project Management Institute – PMI. (2008). Es una Guía de Fundamentos para la Dirección de Proyectos, es una técnica fundamental positiva en cualquier organización. contiene las pautas para construir conocimientos; como lo son las orientaciones de desarrollo predictivo, tradicional. adaptativo, ágil, híbrido, resultado de proyectos. debido a que, a lo largo de los años, los negocios se han transformado considerablemente, pero los proyectos se conservan como críticos conductores del éxito en las compañías.

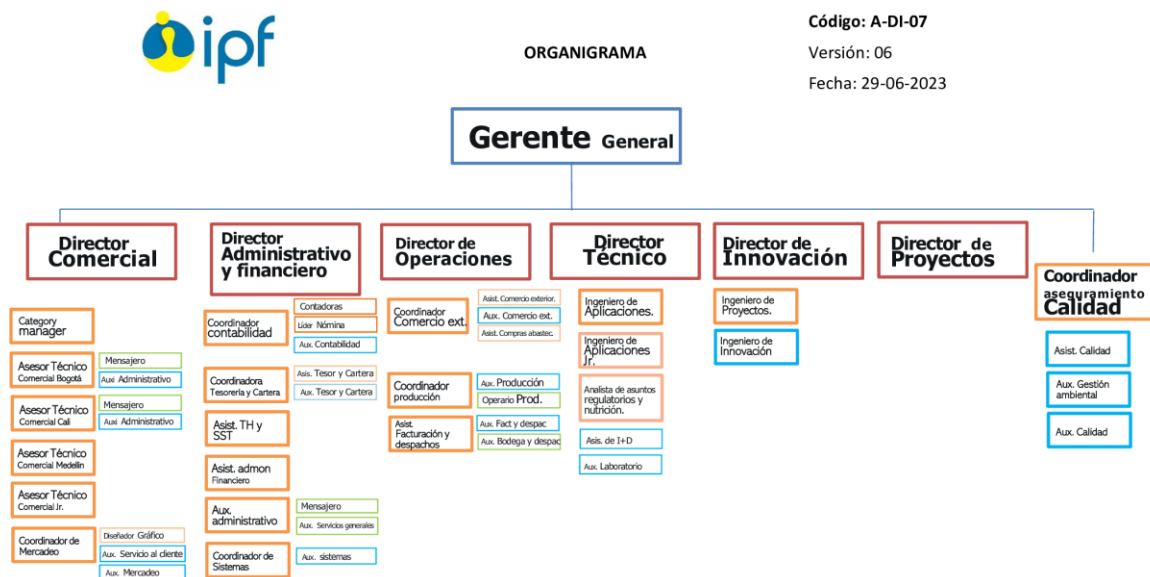
El Marco Lógico (CEPAL, 2005) La Metodología de Marco Lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su énfasis está centrado en la alineación por objetivos, la orientación hacia grupos favorecidos y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas. Se utiliza en todos los periodos del proyecto: En la identificación y valoración de actividades que encajen en el marco de los programas, en la elaboración del diseño de manera sistemática y lógica, en la valoración, en la implementación, en el Monitoreo, revisión, evaluación del progreso y desempeño de los proyectos.

Población

La caracterización de la población se interviene mediante el proyecto de consultoría, con la identificación de la estructura organizacional de la empresa IPF S.A.S, el cual presenta la siguiente estructura organizacional.



Ilustración 3. Estructura Organizacional



* Para dar cumplimiento al requisito de tener aprendices en la compañía, éstos se ubicarán en el área que se requiera en cada período académico, por esta razón no se incluyen los aprendices dentro del organigrama.

	Elabora	Revisa	Aprueba
Nombre	NATALY MONTOYA MARTÍNEZ	FÁTIMA PONCE BERNAL	JOHN JAIME RESTREPO BUILES
Cargo	Coordinadora Aseguramiento de Calidad	Directora Administrativa	Gerente General

Nota: [IPF SAS, 2023].

El organigrama de IPF SAS tiene una estructura tipo vertical compuesta por un gerente general y se divide en 06 departamentos o áreas como son director comercial, director administrativo y financiero, director de operaciones, director técnico, director de innovación, y director de proyectos, seguido de ellos encontraremos coordinadores, auxiliares, asesores asistentes y técnicos correspondientes a cada dirección o área.

En el desarrollo del presente plan de consultoría se contará con el apoyo de la dependencia administrativa y financiera; allí se encuentra el área de talento humano con el cargo asistente de talento humano y sst; quien es la encargada del talento humano, a su vez se contará con el apoyo de las demás dependencias y todos sus colaboradores para desarrollar actividades de recolección de información con el fin de desarrollar el plan de atención al cliente interno de la empresa IPF SAS.

La población a intervenir serán los 60 colaboradores de la empresa IPF SAS, trabajadores ubicados en los diferentes cargos de la organización desde el gerente general hasta la parte operativa respectivamente.

Stakeholders

Para garantizar el éxito de la consultoría se identifican a los colaboradores dentro de la empresa IPF S.A.S que se involucrarán y se comprometerán en el progreso del presente proyecto, trabajando de la mano con el equipo consultor. Reconocer a cada de los Stakeholders es una transformación que se compone de identificar a cada uno de los trabajadores beneficiados directa o indirectamente por el plan, y relacionar datos acerca de sus intereses, participación e impacto en el éxito de éste. Pueden encontrarse en distintos niveles dentro de la organización y poseer distintos grados de autoridad e interés. (PMI, 2008). A través de la matriz RACI de los Stakeholders se puede recopilar, clasificar, analizar y jerarquizar, de manera sistémica, con información referente a todas aquellas personas relacionadas o interesadas con el proyecto. Con esta herramienta se caracterizan a los Stakeholders en referencia al rol por ejercer en el proyecto para propender por su compromiso.

Tabla 2. Matriz RACI del proyecto

RACI				
Actividad	Responsable	Autoridad	Consultar	Informar
Análisis de la situación actual de frente a la atención al cliente interno	Equipo consultor	Director administrativo y financiero		
Trabajo de campo	Equipo consultor	Director Administrativo y financiero		
Identificación de elementos clave	Equipo consultor	Director Administrativo y financiero		
Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional	Equipo consultor			Director Administrativo y financiero

Nota: Construcción propia, 2023.

Plan de Trabajo

En la ilustración 4, se presentan cada una de las actividades a realizar en el desarrollo del proyecto de consultoría para la empresa IPF SAS, junto con el cronograma para ejecutar la fase de implementación.

Ilustración 4. Plan de trabajo

PLAN DE TRABAJO		Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7							
		Semanas																															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
0. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CONTRACTUAL																																	
0.1	Obtener autorización de la empresa para el proyecto	■	■																														
0.2	Obtener los documentos de la empresa para el contrato			■	■																												
0.3	Generación del contrato					■	■																										
0.4	Firma del acta de inicio							■	■																								
0.5	Radicar contrato firmado en área jurídica									■	■																						
1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA																																	
1.1.	Contexto Empresarial	■	■																														
1.2	Antecedentes de la Gestión de Talento Humano			■																													
1.2	Identificación del problema: Árbol de problemas.				■																												
2. PLANEACIÓN																																	
2.1	Justificación.					■																											
2.2	Objetivos del proyecto: Árbol de Objetivos.						■	■																									
2.3	Alcance.							■	■																								
2.4	Marco de referencia.									■	■																						
2.5	Metodología: Población										■	■																					
2.6	Metodología: Plan de trabajo.											■	■																				
	Entrega Inicial													■																			
3. IMPLEMENTACIÓN (Ejecución y Evaluación)																																	
3.1	Desarrollo del plan de trabajo.																	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
3.1.1	Análisis de la situación actual de frente a la atención al cliente interno																	■	■	■	■												
3.1.2	Trabajo de campo																					■	■	■	■								
3.1.3	Identificación de elementos clave																									■	■	■	■				
3.1.4	Divulgación																													■	■	■	■
3.2	Seguimiento gerencial.																	■															■
3.3	Presentación de informes.																																
3.4	Monitoreo mediante Matriz Marco Lógico																	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
4. CIERRE																																	
4.1	Informe de cierre y entregables.																																■
4.2	Lecciones aprendidas.																																
4.3	Recomendaciones para la gerencia.																																

Nota: Construcción propia, [2023].



Fase Implementación y Monitoreo de las Estrategias

En esta fase se llevará a cabo la intervención en la empresa IPF SAS, generando los productos establecidos en el alcance del proyecto. Los entregables se relacionan al final de este informe.

Desarrollo del Plan de Trabajo

En el desarrollo del proyecto, se muestran cada de las tareas realizadas en el progreso del plan de trabajo propuesto para el proyecto de consultoría empresarial. La intervención realizada avala la innovación en la gestión empresarial implantada y satisface las especificaciones del proyecto respectivamente.

Las actividades ejecutadas, que fueron identificadas en el plan de trabajo, son propias para el desarrollo del proyecto de consultoría de acuerdo con los objetivos anteriormente descritos. Por ello se deben generar los productos/entregables descritos en el alcance del proyecto tales como: Matriz DOFA que será el resultado de haber interpretado la situación actual de la atención del cliente interno en la empresa IPF SAS, Informe de investigación de mercados que resulta elaborar un trabajo de campo de la empresa en mención, Elementos clave identificados y plan de atención al cliente interno que surgen luego de haber realizado la identificación de los elementos clave de la presente consultoría, y para finalizar las memorias de sesión de la divulgación y la lista de asistencia luego de haber realizado la actividad de divulgación de los productos de la consultoría respectivamente.

Por ello se relacionan de la siguiente manera cada uno de los entregables:

Documento matriz DOFA (Anexo_ A- Matriz_ DOFA)

Informe Investigación de Mercados (Anexo_ B- Informe_ Investigación de _Mercados)

Documento elementos claves identificados (Anexo_ C-Elementos _Clave_ Identificados)

Plan de atención del cliente Interno (Anexo_ D-Plan_De_Atencion_Del_Cliente_Interno)

Memorias de la sesión de divulgación (Anexo_ E- Memorias_Divulgación)

Lista de asistencia de la sesión de divulgación (Anexo_ F-Lista_Asistencia_Divulgación)



Seguimiento Gerencial

Durante la realización del proyecto de consultoría se ejecutan dos momentos de seguimiento por parte del supervisor del proyecto de la empresa IPF SAS, de lo cual queda la evidencia relacionada en las actas de seguimiento, que hace parte integral de la documentación de la consultoría respectivamente.

(ver Anexo G-Acta_Seguimiento_Gerencial# 01)

(Ver Anexo H-Acta_Seguimiento_Gerencial# 02).

Monitoreo: Matriz Marco Lógico

La evaluación es un proceso de monitoreo y control que sucede a lo largo del proyecto de consultoría, de manera conjunta a la ejecución. Rastrea, revisa y regula su progreso y desempeño. Por ello, se detallan las actividades desarrolladas junto con las tareas presupuestadas en el plan de trabajo propias de cada paso de la consultoría.

El equipo consultor debe sistematizar la información estructurando en una matriz que resume los principales aspectos del proyecto, utilizando la lógica vertical (Actividad – Resultado – Propósito – Fin) y la lógica horizontal (Resumen narrativo – Indicador – Verificación – Supuesto), identificando los indicadores de resultados alcanzados con la implementación del proyecto de consultoría respectivamente.



Tabla 3. Matriz Marco Lógico

MATRIZ MARCO LÓGICO				
Resumen Narrativo del Objetivo	Indicador	Medio de verificación	Supuesto	
	Satisfacción laboral por parte del talento humano.	% de empleados satisfechos	Resultados de Encuestas de satisfacción laboral	Se logra obtener satisfacción laboral
Fin	Mejora en la comunicación asertiva que genera aumento de la productividad.	% de incremento del nivel de producción	Nivel de inventarios	Se mejora la comunicación asertiva logrando aumento en la productividad.
	Buen manejo para la resolución de conflictos	Numero de conflictos atendidos al mes	Informe de talento humano	Se logra dar manejo a la resolución de conflictos
Propósito	Propuesta de un plan de atención al cliente interno en la empresa IPF SAS a través de un proceso de consultoría que permita mejorar el clima organizacional.	% de motivación laboral	Resultados de la encuesta de clima organizacional	La empresa IPF SAS logra conseguir un buen clima organizacional para da atención a todos sus clientes internos
Componentes	Definir mecanismos que contribuyan a fortalecer las condiciones de clima organizacional para la empresa IPF SAS	# De solicitudes por parte del personal asociadas al clima organizacional	Programas implementados	Los mecanismos planteados contribuyen a mejorar el clima organizacional

	Establecer actividades y /o elementos que ofrezcan condiciones propicias para cada colaborador.	# actividades programadas / #actividades realizadas	Actividades programadas	Cada una de las actividades propuestas mejoraran las condiciones laborales de los trabajadores
Actividades	Establecer un diagnostico analizando los elementos de atención al cliente interno.	\$2.000.000	Matriz DOFA	Se analizan cada uno de los elementos claves para obtener un diagnostico claro.
	Desarrollar un trabajo de campo indagando aspectos relevantes que permitan identificar la necesidad de atención al cliente interno	\$2.000.000	Informe de investigación de mercados	Se identifican las necesidades claves de los empleados
	Proponer un plan de atención al cliente interno acorde a las necesidades de la empresa.	\$5.000.000	Plan de atención al cliente interno empresa IPF SAS	Se establece el plan de atención al cliente interno de acuerdo las necesidades del grupo de talento humano de la empresa
	Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional	\$1.000.000	Memorias de la sesión de divulgación y Lista de asistencia de la sesión de divulgación	Se da por terminado el proceso de consultoría, aportando soluciones de éxito a la empresa en mención.

Nota: Cepal (2005).



Fase Cierre y Conclusiones

En esta fase se finaliza formalmente el proyecto de consultoría con la entrega de los productos entregables finales y el informe de gestión de los cambios introducidos que avalan la innovación en la gestión empresarial.

Productos Finales

En la siguiente tabla se presenta de forma consolidada la información de los productos resultado de la intervención a la empresa IPF SAS. Los productos se entregan en forma de anexos, siendo parte integral de la documentación del proyecto, de acuerdo con los nombres descritos para tal fin.

Observación: Se relacionan los documentos o evidencias resultado de la consultoría realizada, que se deben entregar como anexos a este informe final.

Tabla 4. Descripción de Productos de la Consultoría

Descripción de Productos de la Consultoría				
No.	Actividad	ID	Descripción del producto elaborado	Nombre del archivo del producto (con su identificación de anexo)
1	Análisis del estado actual frente a la atención del cliente interno	A	Matriz DOFA.	Anexo_ A- Matriz_ DOFA
2	Trabajo de Campo	B	Informe de investigación de mercados	Anexo_ B- Informe_ Investigación de _Mercados
3	Identificación de elementos clave gestión	C	Elementos Clave Identificados	Anexo_ C-Elementos _Clave_ Identificados
		D	Plan de Atención del Cliente Interno	Anexo_D- Plan_De_Atencion_Del_Cliente_Interno
4	Divulgar los productos de la consultoría para	E	Memorias de la sesión de divulgación	Anexo_ E- Memorias_Divulgacion

fortalecer la capacidad institucional	F	Lista de asistencia de la sesión de divulgación	Anexo_F-Lista_Asistencia_Divulgacion
5			Anexo_G-Acta_Seguimiento_Gerencial# 01 Anexo_H-Acta_Seguimiento_Gerencial# 02

Nota: Construcción propia, [2023].

Lecciones Aprendidas

A continuación, se presentan las buenas prácticas y oportunidades de aprendizaje evidentes en desarrollo del proyecto de consultoría para la empresa IPF SAS. En el desarrollo del proyecto para el equipo consultor se presentan dificultades para realizar las entrevistas semiestructuradas dado que algunos colaboradores sentían cierta desconfianza a dar información acerca de su entorno laboral y de los inconvenientes que se presentan en el desarrollo de los procesos misionales, por ello el tiempo estipulado para la realización de la actividad fue más que el proyectado, se pudo reunir la muestra y llevar a término el diagnóstico para proponer el plan de atención al cliente interno de la organización. Para la empresa IPF SAS las dificultades que se presentaron fue coordinar el personal para que este estuviera dispuesto a dar la información requerida que para este caso era contestar la entrevista semiestructurada.

Como aciertos, para la empresa se resalta la disposición de ayuda de cada uno de los directivos ya que todos los requerimientos realizados fueron cumplidos u orientados para obtener información adecuada y de esa manera poder generar los productos de la consultoría; para el equipo consultor como acierto se encuentran los resultados del diagnóstico inicial se pudo reconocer la problemática de la empresa y así poder diagnosticar y proponer el plan de trabajo para esta organización con el fin de poder dar atención a la problemática y garantizar el mejoramiento de su ambiente laboral, aumento de producción y resolución de conflictos haciendo uso de la comunicación asertiva;

Dentro de las oportunidades de mejora para la IPF SAS es seguir garantizando y apoyando cada uno de los proyectos de consultoría de estudiantes de postgrado como apoyo al área de talento humano con el fin de generar marca empleadora y satisfacer cada una de las necesidades de sus colaboradores; para finalizar la oportunidad de mejorar para este proyecto de consultoría es dar inicio al plan de atención al cliente interno lo cual garantizara el fin de

la problemática actual y aumentara significativamente la eficacia y eficiencia en cada uno sus procesos así como la satisfacción laboral para sus colaboradores.

Recomendaciones para la Gerencia

De acuerdo a cada una de las actividades y productos realizados en el presente proyecto para garantizar el funcionamiento de la oferta institucional y la sostenibilidad de la innovación realizada mediante el proceso de consultoría, en el mediano y largo plazo, se aconseja a la gerencia lo siguiente:

➤ A corto plazo

- ✓ Implementar un plan de comunicación interna efectiva que incluya canales de comunicación abiertos y transparentes para fomentar la confianza entre los empleados y la dirección.
- ✓ Proporcionar capacitación a los empleados en atención al cliente interno para mejorar sus habilidades en el trato con compañeros y la resolución de conflictos. Esto contribuirá a una mejor dinámica laboral y una mayor eficiencia en los procesos internos.
- ✓ Establecer indicadores para evaluar el éxito del plan de atención al cliente interno y realizar un seguimiento constante de estos. Permitirá realizar ajustes a medida que se implementen las actividades y garantizar que se alcancen las metas deseadas.

➤ A largo plazo

- ✓ Trabajar en la mejora de la cultura organizacional que promueva la colaboración, el reconocimiento y la participación de cada uno de los colaboradores. Esta tendrá impacto en el entusiasmo y el compromiso de cada colaborador.
 - ✓ Realizar retroalimentación constante donde cada uno de los colaboradores expresen sus opiniones, sugerencias y preocupaciones periódicamente; Esto ayudaría a identificar y conocer las problemáticas para poder generar soluciones inmediatas y así evitar que se conviertan en dificultades significativas.
 - ✓ Mejorar las habilidades de los empleados a través de desarrollo profesional y crecimiento dentro de la organización esto contribuirá a la retención de talento humano y a su vez generar marca empleadora.
-

- ✓ Proponer encuestas sobre cultura organizacional con el fin de realizar medición de los indicadores de satisfacción laboral y la efectividad de las iniciativas de atención al cliente interno, estas proporcionarán información crucial para la toma de decisiones.



Referencias

AMITAI. (4 de Julio de 2019). AMITAI. Obtenido de <https://www.amitai.com/es/beneficios-clima-laboral/>

Arandes, J. A. T. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen. *Provincia*, (29), 135-173.

Bernal Moreno, D. M. (2014). Importancia del cliente interno y externo en las organizaciones. <http://hdl.handle.net/10654/6330>

CEPAL. (2005). Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf

Chiang, M. Martín, M. y Núñez, A. (2010). Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral. Madrid: Universidad Pontificia de Comillas. Recuperado de <https://books.google.es/books?id=0d8oEAAAQBAJ&hl=es&lr=>

Departamento Nacional de Planeación - DNP. (2016) Documento Guía del módulo de capacitación virtual en Teoría de Proyectos. Dirección de Inversiones y Finanzas Públicas.
https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblcas/MGA_WEB/Documento%20Base%20Modulo%20Teoria%20de%20Proyectos.pdf



- Franco Carmona, J. G., García Corredor, L. S., Sepúlveda Gutiérrez, J. D., Villate Díaz, T. C., & Villegas Velázquez, V. V. (2022). Incidencia de la satisfacción laboral en el clima organizacional de la empresa CEJ (consultoría especializada jurídica) del sector jurídico inmobiliario (Bachelor's tesis, Psicología-Virtual).
<https://alejandria.poligran.edu.co/handle/10823/6662>
- González, Sánchez & López. (2011). La importancia del Marketing Interno en las Organizaciones. *Management y Empresa*, 6. González, E. & Victorio. (octubre de 2013). Merca 20. Recuperado de <http://merca20.com>
- Howell, V. W. (2010). "Lean Manufacturing". *Ceramic Industry*, 16-19. ——— (2011). "Kaizen Events". *Ceramic Industry*, 30-32.
- IMAI, M. (1989). *Kaizen, la clave de la ventaja competitiva japonesa*. Ed. Compañía Editorial Continental, México.
- Jayne, V. (2010). "Masaaki Imai, Kaizen guru". *New Zealand Management*, 40-42.
- Kaizen Institute Spain. Centro de Negocios Eisenhower. Avda. Sur del Aeropuerto de Barajas nº 28. Oficina 5.1. (5ª Planta) 28042 Madrid- Spain. Tomado de <https://es.kaizen.com/>
- Locke, A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. *Handbook of Industrial and Organization Psychology*. Chicago: Rand McNally.
- Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. *Recuperado el*, 11(3).
- Project Management Institute – PMI. (2008). *Guía Project Management Body of Knowledge (PMBOK)*. 7a Edición. <https://www.pmi.org/pmbok-guide->
-

[standards/foundational/pmbok?sc_camp=D750AAC10C2F4378CE6D51F8D987F49](https://standards.foundational/pmbok?sc_camp=D750AAC10C2F4378CE6D51F8D987F49)

D

Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L., & Gerónimo, M. (2011). Endomárketing: estrategias de relación con el cliente interno. <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/90>

Tozawa, B. (1996). Kaizen Teian: desarrollo de sistemas para la mejora continua a través de las propuestas de los empleados. Ed. TGP Housing, Madrid.

Scharager, J., & Reyes, P. (2001). Muestreo no probabilístico. *Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Psicología, 1*, 1-3.



Datos de Registro de Consultores del proyecto

Datos de Registro de Investigadores	
Nombre Estudiante 1	Diana Catalina Salazar Caro
Enlace CvLAC	https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002125039
Enlace ORCID	https://orcid.org/0009-0000-1058-9400
Enlace Google académico	https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=Ow03EfoAAAAJ
Facultad	Facultad Sociedad, Cultura y Creatividad.
Programa/Dpto/Instituto	Maestría en Gerencia del Talento Humano
Nombre Estudiante 2	Laura Viviana Franco Hernández
Enlace CvLAC	https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/Verificador/query.do?nro=0002124816
Enlace ORCID	https://orcid.org/0009-0000-9227-855X
Enlace Google académico	https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=gmKrL0wAAAAJ
Facultad	Facultad Sociedad, Cultura y Creatividad.
Programa/Dpto/Instituto	Maestría en Gerencia del Talento Humano
Nombre Director Consultoría	Juan Carlos Osma Rozo
Enlace CvLAC	https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001603836
Enlace ORCID	https://orcid.org/0000-0002-9446-6623
Enlace Google académico	https://scholar.google.es/citations?user=T2EhjxAAAAAJ&hl=es
Facultad	Facultad Sociedad, Cultura y Creatividad.

Programa/Dpto/Instituto	Maestría en Gerencia del Talento Humano
Nombre Codirector Consultoría	Diana Carolina Hernández Guadrón
Enlace CvLAC	
Enlace ORCID	
Enlace Google académico	
Facultad	Facultad Sociedad, Cultura y Creatividad.
Programa/Dpto/Instituto	Maestría en Gerencia del Talento Humano



Anexos

Anexo_A-Matriz_DOFA

Matriz DOFA de la empresa IPF SAS,



Anexo_B- Informe_ Investigación de _Mercados

Investigación de mercado en la empresa IPF SAS

Tipo de Investigación: Descriptiva con enfoque cualitativo el autor Sarabia Sánchez, (1999) lo define así, los estudios descriptivos se proponen realizar esencialmente una medición precisa de una o más variables en alguna población definida o en una muestra de dicha población. La descripción es, pues un discurso que evidencia y significa el ser de una realidad a través de sus partes, sus rasgos estructurales, sus cualidades, sus propiedades, sus caracteres estructurales o sus circunstancias”

Población: de acuerdo con el organigrama y estructura organizacional de la empresa IPF SAS la población a intervenir serán los 60 colaboradores de la empresa IPF SAS, trabajadores ubicados en los diferentes cargos de la organización desde el gerente general hasta la parte operativa respectivamente.

Tipo de Muestra: No Probabilístico por conveniencia el Autor Scharager, J., & Reyes, P. (2001) menciona que este tipo de muestras, también llamadas muestras dirigidas o intencionales, la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo (acceso o disponibilidad, conveniencia, etc.); son seleccionadas con mecanismos informales y no aseguran la total representación de la población.

Muestra: 20 trabajadores de la empresa IPF SAS pertenecientes a las diferentes áreas de la empresa.

Técnica de recolección de información: entrevista semiestructurada, a continuación, se presenta el formato utilizado

Formato de la entrevista semiestructurada

<i>DATOS DEL PARTICIPANTE</i>
NOMBRE:
CARGO:
ÁREA:
ANTIGUEDAD:
CIUDAD:

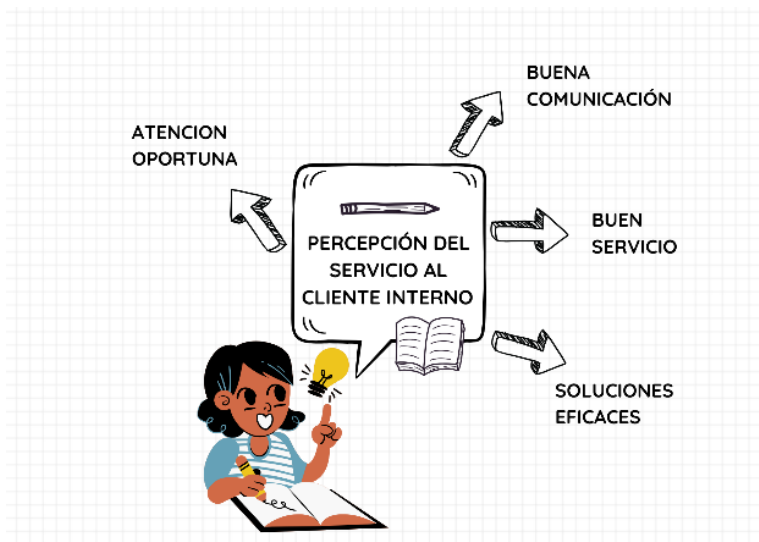
FECHA:

PREGUNTAS

1. ¿Qué significa para Ud. una buena atención de servicio al cliente interno?
2. ¿Cuál es su canal de preferencia para comunicarse con las otras áreas?
3. ¿Cuáles son las 3 habilidades principales que debe tener un empleado para una buena atención de servicio al cliente interno?
4. ¿Cuál es la última habilidad que aprendiste y cómo te ayudó a mejorar en la atención al servicio al cliente interno?
5. Hábleme de un momento en que no pudiste ayudar a un empleado de otra área: ¿cuál fue el problema y cómo manejaste la situación?
6. ¿Cuáles programas utilizas varias veces a la semana para dar respuesta a las otras áreas?
7. ¿Cuéntame algunos de los problemas que has tenido desde tu área para que puedas brindar una buena atención a otras áreas? Ejemplo: Comunicación, herramientas, software, tiempo, etc.
8. Si pudieras, ¿qué mejorarías en la atención al servicio al cliente interno en la empresa?
9. Si tuvieras la posibilidad de formarte desde tu área, para brindar una mejor atención al cliente interno, ¿cuál sería y por qué?
10. Al escuchar el término endomarketing ¿Con que suele asociarlo?

Resultados.

1. Percepción del servicio al cliente interno



Nota. (Trabajo de campo,2023)

Los colaboradores coinciden que para proporcionar una buena atención al cliente interno se debe de tener una atención oportuna, buena comunicación, buen servicio para dar soluciones eficaces en los tiempos establecidos por lo tanto se recomienda a la empresa

optimizar la comunicación interna con el fin de generar ambientes adecuados para la realización de los objetivos misionales de la empresa.

2. Preferencia de canal de comunicación



Nota. (Trabajo de campo,2023)

Con respecto a los canales de comunicación más usados dentro de la organización los entrevistados manifiestan el uso de correo electrónico, Voz a Voz, Teams y el WhatsApp siendo estos los más rápidos para comunicarse o reportar situaciones propias de la organización, la empresa debe establecer más canales de comunicación con el fin de mantener a sus colaboradores informados y a su vez que estos interactúen de manera fácil y asertiva; se recomienda crear más canales de comunicación efectivos entre los colaboradores de la empresa IPF SAS que sean de fácil acceso para todos los colaboradores y permita atender las necesidades de la organización y a su vez que los colaboradores expongan sus ideas y/o comentarios acerca de desacuerdos, oportunidades de mejora, quejas, peticiones y/o reclamos

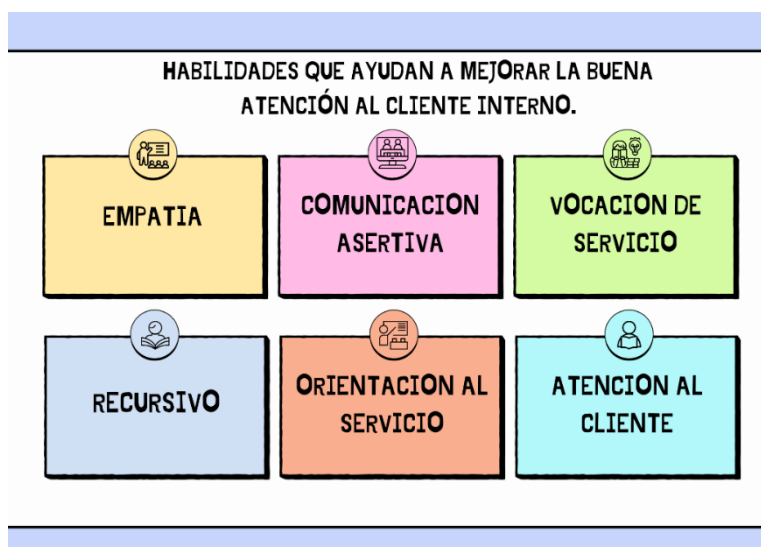
3. Habilidades para una buena atención al cliente interno



Nota. (Trabajo de campo,2023)

De acuerdo con lo manifestado por los colaboradores de IPF SAS, las habilidades a destacar para dar una buena atención al cliente interno son Comunicación Asertiva, Empatía, Buena escucha, disposición y trabajo en equipo las cuales permitirán que exista eficiencia en cada proceso, por ello se aconseja a la organización fortalecer estas habilidades en los colaboradores de la empresa por medio de capacitación, talleres y seminarios permitiría fortalecer dichas habilidades y mejorar cada uno de los procesos y tareas de la organización.

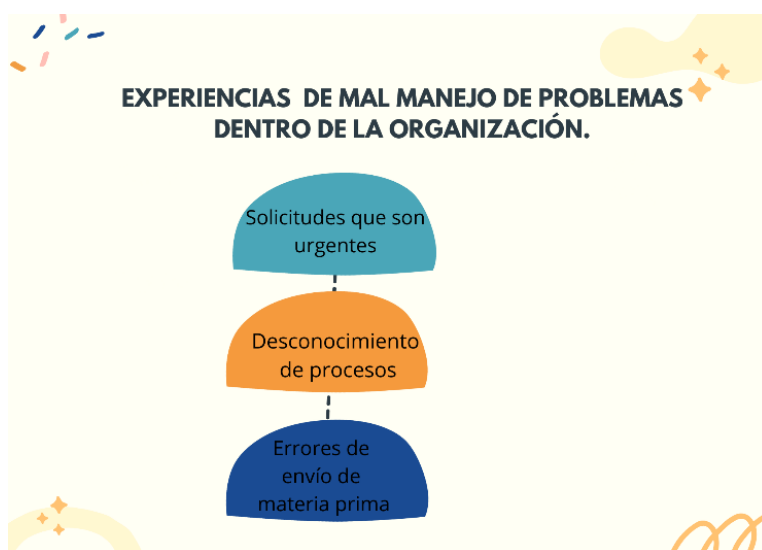
4. Habilidad que ayuda a mejorar la buena atención al cliente interno



Nota. (Trabajo de campo,2023)

Según lo manifestado por los entrevistados coinciden en que la empatía, la comunicación asertiva y vocación de servicio son claves para lograr una buena atención al cliente interno y de esta manera propicia un entorno laboral adecuado para garantizar el cumplimiento de los objetivos empresariales trazados., al igual que el ítem anterior se recomienda fortalecer estas habilidades por medio de seminarios y talleres con el de mejorar ambiental laboral y a su vez optimizar la eficiencia entre áreas.

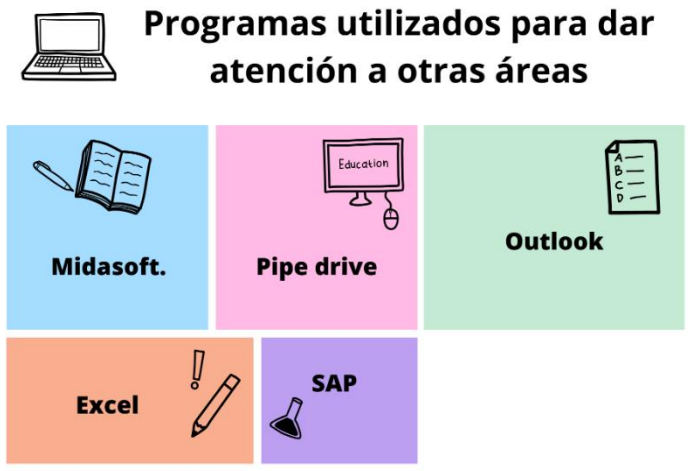
5. Experiencias de mal manejo de problemas dentro de la organización



Nota. (Trabajo de campo,2023)

Los entrevistados reportan cada una de las situaciones que hicieron que se presentara una mala atención al cliente interno como son: Solicitudes que son con urgencia, desconocimiento de los procesos y/o herramientas y errores de envío o despacho de materia prima las cuales propician un mal ambiente laboral creando conflictos entre áreas o entre los mismos empleados, aquí es importante realizar una buena comunicación y tener presente los procesos y procedimientos de cada área o tarea para garantizar que se cumpla con éxito en los tiempos establecidos así mismo como organización sería importante dar solución a los conflictos por medio de la implementación de comunicación asertiva entre áreas y colaboradores con el fin entender la situación y así mismo generar espacios de atención y de escucha de acuerdo a la situación.

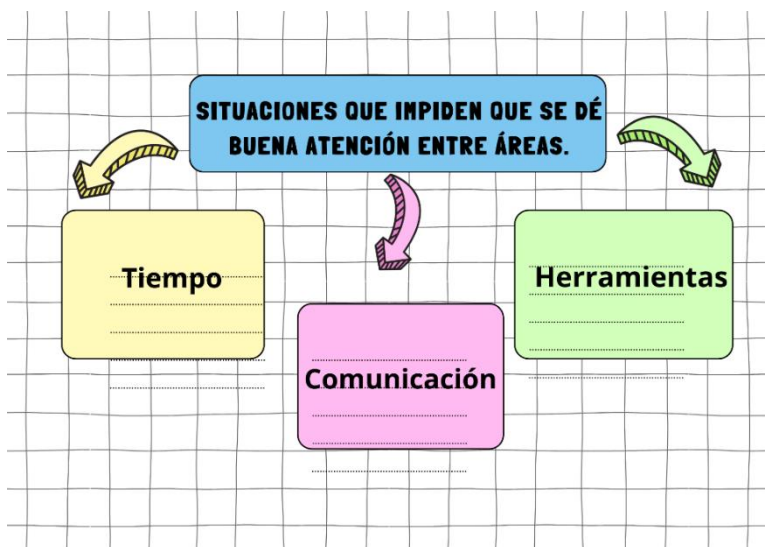
6. Programas utilizados para dar atención a otras áreas.



Nota. (Trabajo de campo,2023)

De acuerdo con la información obtenida se establece que el programa o herramienta más utilizada para dar atención entre áreas es el Outlook por rapidez ya que evita desplazamientos entre funcionarios, seguido de SAP, Excel, Pipe drive y por último Midasoft; según lo anterior se recomienda a la gerencia fortalecer estos programas y garantizar la continuidad para que siga proporcionando la atención óptima entre áreas respectivamente.

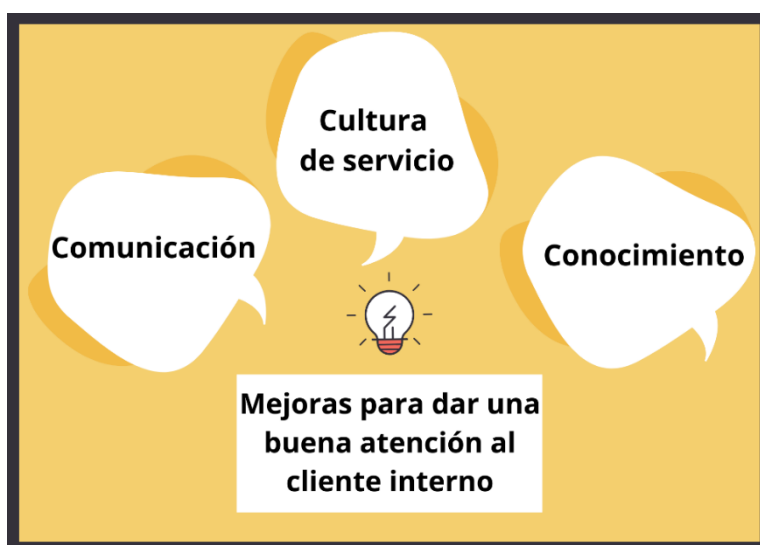
7. Situaciones que impiden que se dé buena atención entre áreas.



Nota. (Trabajo de campo,2023)

Luego de interpretar cada entrevista, se concluye que las situaciones que permiten que no se dé una buena atención al cliente interno son: El tiempo, los canales de comunicación y las herramientas tecnológicas, por cual la empresa debería prestar atención y generar actividades de mejora para esta situación lo cual como equipo consultor se recomienda implementar el plan de atención al cliente interno donde estarán los factores clave a trabajar con el fin de obtener productividad, mejorar ambiente y satisfacción laboral.

8. Mejoras para dar una buena atención al cliente interno



Nota. (Trabajo de campo,2023)

Los colaboradores entrevistados de la empresa IPF SAS manifiestan que si pudieran mejorar la atención al cliente interno lo harían en la forma en que se creara o desarrollara la cultura de servicio, fortalecimiento en el conocimiento y la comunicación asertiva, por ello se aconseja a la organización desarrollar un plan de atención al cliente interno con el fin de fortalecer conocimiento para dar un buen servicio y a su vez mejorar la comunicación interna de la misma.



9. Opción de formación y/o capacitación para brindar una mejor atención al cliente interno



Nota. (Trabajo de campo,2023)

De acuerdo con la información recolectada los empleados indican que les gustaría formarse en temas como comunicación asertiva, desarrollo profesional (especialización), empatía y cultura ya que son pilares para una buena atención y fortalecería el ambiente laboral, se recomienda a la gerencia realizar actividades de capacitación, talleres y seminarios que fortalezcan estos temas que son clave para que existe un buen servicio al cliente interno y a su vez aportaría a mejorar la satisfacción laboral.

10. Percepción de significado de endomarketing



Nota. (Trabajo de campo,2023)



Luego de realizar las entrevistas se puede apreciar que el término no es tan desconocido para la gran mayoría de los empleados de IPF SAS, lo asocian a marketing al interior de la empresa, estrategias al interior de la empresa y por último imagen que se proyecta al interior, por tanto se aconseja a la gerencia realizar una socialización sobre el tema, y como este término está relacionado con el plan de atención al cliente interno y cada una de las ventajas que proporciona al implementarlo dentro de la organización.



Anexo_ C-Elementos _Clave_ Identificados

ELEMENTOS CLAVE IDENTIFICADOS EMPRESA IPF SAS

Luego de realizar las entrevistas semiestructuradas a la muestra elegida para la empresa IPF SAS, se identifican estos elementos o temas claves a tratar dentro del plan de atención al cliente interno como estrategias para fortalecer y dar solución a la problemática que se presenta:

- ✓ **Canales de comunicación:** Se ve la necesidad de crear más canales de comunicación efectivos entre los colaboradores de la empresa IPF SAS como son la cartelera permite difundir información de manera permanente y de fácil acceso para todos los colaboradores. Newsletters: publicación electrónica que se distribuye de forma periódica atendiendo a las necesidades de la organización. Brochure: hace referencia a material gráfico que favorece el conocimiento de los productos y servicios de la organización, y Buzón de sugerencias: permite a los empleados exponer sus ideas y/o comentarios acerca de desacuerdos, oportunidades de mejora, quejas, peticiones y/o reclamos que favorecen la retroalimentación de forma vertical ascendente.
 - ✓ **Comunicación asertiva:** Los colaboradores de la empresa IPF SAS manifiestan que un factor importante para la atención del cliente interno es la comunicación asertiva ya que favorece la influencia en las opiniones, aptitudes y conductas tanto del público interno como el externo, de tal manera que favorece el cumplimiento de objetivos. La comunicación es un proceso bidireccional donde es fundamental la emisión y recepción de la información, además es un elemento esencial para lograr cualquier cambio en la organización y cumplir con los objetivos y metas organizacionales.
 - ✓ **Identificación de procesos y procedimientos:** Uno de los temas importantes a tratar en esta consultoría es que cada colaborador identifique cada uno de los procesos y procedimientos que lleva a cabo su área y las áreas con las que interactúa así mismo que conozcan los objetivos empresariales con el fin de tener calidad en cada uno de los procesos; para mejorar los aspectos operativos con información y comunicación harán que incremente la confianza y el cumplimiento de los objetivos. La calidad es la gestión efectiva y coordinada de los recursos y las actividades de la organización a través de las relaciones entre colaboradores y la organización para que estén alineadas al cumplimiento de los
-
-

objetivos organizacionales así mismo en el clima laboral mejoraría los niveles de confianza y compromiso con la organización.

- ✓ **Uso de herramientas tecnológicas:** Según lo manifestado por los colaboradores el uso de herramientas tecnológicas o de software muchas veces hace que el proceso no se lleve a cabo de la mejor manera ni en los tiempos óptimos todo ello al desconocimiento de funcionamiento, por lo cual sería muy beneficioso para la organización capacitar sobre la herramienta o software con el fin de generar productividad en los tiempos establecidos.

- ✓ **Capacitación, seminarios y/o talleres:** de acuerdo a la información recolectada los colaboradores solicitan capacitarse en temas que aporten a la atención del cliente interno con ello se favorecería el desarrollo de competencias personales y profesionales en los trabajadores, favoreciendo una familiarización con la organización y aumentar los niveles de clima laboral dentro de la empresa. Adicional a ello, este acompañamiento a los trabajadores logra el acceso completo y conocimiento de las prácticas internas de la organización.



Anexo_D-Plan_De_Atención_Del_Cliente_Interno



INGREDIENTES Y PRODUCTOS FUNCIONALES -IPF SAS

PLAN DE ATENCION AL CLIENTE INTERNO

Factor a trabajar	Objetivo	Actividades	Indicador	Presupuesto	Duración	Periodicidad	Recursos	Responsable
Canales de comunicación	Proponer la utilización de más canales de comunicación con el fin de difundir información de manera permanente y de fácil acceso para todos los colaboradores	<p>Creación de:</p> <p>Cartelera informativa: se utiliza para compartir información de la entidad sobre diferentes temas, como el social, administrativo, financiero, comercial, de eventos, fechas especiales, premios, reconocimientos, o de interés general, entre otros.</p>	# Artículos o información publicada	\$ 50.000	diaria	Siempre	01 Colaborador 01 computador 01 impresora Hojas de papel	Área administrativa y tecnológica
		<p>Newsletters: Herramienta poderosa que permite mantener una conexión constante con cada colaborador, los mantiene informados sobre novedades, y fortalecer la relación la marca empresarial, Un Newsletters es un correo electrónico que se envía a una lista de suscriptores interesados.</p>	# de correos enviados al mes	\$ 1.000.000	Semanal	siempre	01 colaborador 01 computador conexión de internet emails actualizados	
		<p>Brochure: Material impreso que tiene como finalidad dar a conocer los productos, servicios o novedades que ofrece una empresa. Básicamente es una revista 100% corporativa donde incluye todas las fortalezas de las empresas.</p>	# folletos entregados	\$ 1.000.000	mensual	siempre	01 Colaborador 01 computador impresoras Hojas de impresion para revista	
		Buzón de sugerencias:						



	<p>Tipo de comunicación empresarial de escucha activa, es decir, las personas trabajadoras plantean sus propuestas y la empresa las responde, garantizando una relación profesional de tú a tú.</p>	# de sugerencias recibidas al mes	\$ 1.000.000	siempre	siempre	01 Buzon de sugerencias hojas lapiceros
	<p>Chat interno permite agilizar los procesos e intercambiar mensajes en tiempo real.</p>	# de mails recibidos / mails solucionados	\$ 1.000.000	siempre	siempre	01 colaborador / Ing sistemas creacion de email
	<p>Revista o blog Ayudan a transmitir noticias corporativas, formaciones y procesos laborales y al mismo tiempo habilitan el feedback entre colaboradores.</p>	# revistas o periódicos entregados / cantidad de empleados	\$ 2.000.000	Cada 06 meses	siempre	01 Colaborador 01 computador impresoras Hojas de impresion para periodico
	<p>Realizar dinámicas de comunicación grupales, en las que las colaboradoras ponen a prueba y miden sus habilidades comunicativas con el objetivo de mejorarlas.</p> <p>estas dinámicas son:</p>					



<p>Comunicación Asertiva</p>	<p>Establecer estrategias para mejorar las habilidades en comunicación asertiva en la empresa IPF SAS con el fin de mejorar las relaciones entre colaboradores, disminuir conflictos y mejorar el entorno laboral.</p>	<p>Hablar de uno mismo ante otros miembros de la empresa. Consiste en que cada miembro del equipo se presente y hable de sí mismo ante los demás. En cada presentación, se puede proponer que los demás opinen si están de acuerdo o no con lo que esa persona ha dicho y por qué.</p> <p>Hablar de los demás ante ellos mismos. En este caso, cada miembro del equipo escuchará lo que los demás opinan sobre él y cuáles consideran que son sus puntos fuertes y sus puntos débiles.</p> <p>Preguntas y respuestas: Si una persona es capaz de responder correctamente a dichas preguntas tras haberle expuesto la situación, será señal de que la ha entendido correctamente. Una vez celebrada la reunión del grupo, se elegirá a una persona y se le entregará el papel con la situación explicada y con las preguntas planteadas. Una vez celebrada la reunión del grupo, se elegirá a una persona y se le entregará el papel con la situación explicada y con las preguntas planteadas.</p>	<p># talleres realizados/ # asistentes</p>	<p>\$ 15.000.000</p>	<p>03 meses</p>	<p>Anual</p>	<p>02 Capacitadores expertos 01 salon de reuniones 01 computador 01 proyector refrigerios</p>	<p>Área administrativa-tallerista o capacitador experto</p>
-------------------------------------	--	---	--	----------------------	-----------------	--------------	---	---



<p>Identificación de procesos y procedimientos</p>	<p>Realizar reinducción empresarial a todos los colaboradores con el fin de conocer objetivos empresariales, procesos y procedimientos de cada una de las áreas con el fin de conseguir calidad eficacia y eficiencia en cada uno de los procesos de la empresa.</p>	<p>Realizar una reunión dirigida a todo el personal con el fin de actualizar a todos los colaboradores en relación con la normatividad, estructura, procesos procedimientos, así como a reorientar su integración a la cultura organizacional.</p>	<p># Procesos o procedimientos realizados con éxito</p>	<p>\$ 1.000.000</p>	<p>03 horas</p>	<p>Anual</p>	<p>01 Colaborador 01 salon de reuniones 01 computador 01 proyector refrigerios</p>	<p>Área talento humano</p>
<p>Uso de herramientas tecnológicas</p>	<p>Realizar capacitación a personal que tiene uso de herramientas tecnológicas o de software con el fin de aumentar productividad en cada uno de sus procesos.</p>	<p>Realizar Capacitación sobre uso de herramientas tecnológicas o software que tiene la empresa a colaboradores que dan manejo a dichas herramientas.</p>	<p># Herramientas o software/ # empleados capacitados</p>	<p>\$ 5.000.000</p>	<p>03 horas</p>	<p>Cada vez que haya cambio de tecnología</p>	<p>01 Capacitador experto 01 salon de reuniones 01 computador 01 proyector refrigerios</p>	<p>Capacitador experto</p>



<p>Capacitación/ Seminarios/ Talleres</p>	<p>Realizar capacitación en temas como empatía, trabajo en equipo, resolución de conflictos, clima laboral con el fin de fortalecer los procesos de endomarketing en la empresa.</p>	<p>Realizar Capacitación en trabajo en equipo, clima laboral, comunicación asertiva Realizar talleres sobre empatía, motivación resolución de conflictos.</p>	<p># Empleados capacitados al año</p>	<p>\$ 10.000.000</p>	<p>03 horas por tema</p>	<p>Anual</p>	<p>01 Capacitador experto 01 salon de reuniones 01 computador 01 proyector refrigerios</p>	<p>Capacitador experto</p>
--	--	---	---------------------------------------	----------------------	--------------------------	--------------	--	----------------------------



Anexo_E-Memorias_sesión_de_divulgación

	ACTA DE REUNIÓN	Código: F-GI-34
		Versión: 02
		Fecha: 16-12-2022

Dependencia:	Dirección Administrativa y financiera	Consecutivo:	05
Tema:	DIVULGACION PLAN DE ATENCION AL CLIENTE INTERNO EN LA EMPRESA IPF SAS		

Fecha:	12/09/2023	Lugar:	Vía Teams	Hora Inicio:	2:00 Pm	Hora Final:	3:00 pm
Objetivo:	Realizar divulgación del plan de atención al cliente interno en la empresa IPF SAS						

DESARROLLO DE LA REUNIÓN



- Siendo las 2:00 pm del día 12 de septiembre del año 2023, Via TEAMS se da inicio a la divulgación del proyecto de consultoría plan de atención al cliente interno para la empresa IPF SAS realizado por las consultoras Diana Catalina Salazar Caro y Laura Viviana Franco, con el fin dar a conocer el trabajo realizado y a su vez compartir los resultados de cada una de las actividades propuestas para obtener y proponer el plan de atención al cliente interno. Por ello se desarrollaron las siguientes actividades y compromisos.
- presentación de resultados de cada una de las actividades propuestas del equipo consultor para obtener el plan de atención al cliente interno para la empresa IPF SAS

MATRIZ DOFA



	ACTA DE REUNIÓN	Código: F-GI-34 Versión: 02 Fecha: 16-12-2022
--	------------------------	--

RESULTADOS ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Los canales de comunicación más usados por los colaboradores de la empresa IPF SAS son correo electrónico, Voz a Voz, Teams y por último WhatsApp.

3. Establecido para con buena atención al cliente interno:

HABILIDADES PARA UNA BUENA ATENCIÓN AL CLIENTE INTERNO.

24. Cuando sea la comunicación por un empleado de IPF SAS, se habilitará o deberá para ser un buen servicio al cliente interno en comunicación, Audio, Escrito, Búsqueda, Seguimiento y trabajo en equipo.

ELEMENTOS CLAVE IDENTIFICADOS

Área: C-Elementos_Clave_Identificados

31

EN ENTREVISTA EL AYO IDENTIFICARON LOS SIGUIENTES PUNTO CLAVE

Luego de realizar las entrevistas semiestructuradas a la muestra elegida para la empresa IPF SAS, se identificó unos elementos o temas claves a tener dentro del plan de atención al cliente interno como estrategias para fortalecer y dar solución a la problemática que se presenta.

Canales de comunicación: Se vio la necesidad de crear más canales de comunicación efectivos entre los colaboradores de la empresa IPF SAS como con la creación de una intranet, información de manera permanente y de fácil acceso para todos los colaboradores. **Elementos:** publicaciones electrónicas que se divulgan de forma periódica atendiendo a las necesidades de la organización, desarrollo de un repositorio o material público que favorezca el conocimiento de los productos y servicios de la organización, y canales de sugerencias permitiendo a los empleados exponer sus ideas y/o comentarios acerca de desacuerdos, oportunidades de mejoras, quejas, peticiones y reclamos que favorezca la retroalimentación de forma verbal o escrita.

Comunicación asertiva: Los colaboradores de la empresa IPF SAS manifiestan que es importante para la atención del cliente interno en la comunicación asertiva ya que favorece la influencia en las opiniones, actitudes y conductas tanto del público interno como al exterior, de tal manera que favorece el cumplimiento de objetivos, la comunicación es un proceso bidireccional donde se fundamenta el establecimiento y mejoramiento de la información, además es un elemento esencial para lograr cualquier cambio en la organización y cumplir con los objetivos y metas organizacionales.

The slide features the IPF logo and the text 'Divulgación' and 'Plan de atención al cliente interno'. It includes illustrations of people interacting with a laptop and a star icon.

	ACTA DE REUNIÓN	Código: F-GI-34
		Versión: 02
		Fecha: 16-12-2022

3. presentación del plan de atención al cliente interno para la empresa ipf sas

INGREDIENTES Y PRODUCTOS FUNCIONALES - IPF SAS									
PLAN DE ATENCIÓN AL CLIENTE INTERNO									
FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRE-SUPUESTO	DURACION	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE	
Canales de comunicación	Propiciar la utilización de los canales de comunicación con el fin de difundir información de manera permanente y de fácil acceso para todos los colaboradores.	Creación de: Cartelera informativa: soportes para compartir información de la entidad sobre diferentes temas, como el social, administrativo, financiero, comercial, de eventos, fechas especiales, premios, reconocimientos, o de interés general, entre otros. Newsletters: Herramienta poderosa que permite mantener una conexión constante con cada colaborador, los mantiene informados sobre novedades, y fortalecer la relación la marca empresarial. Un newsletter es un correo electrónico que se envía a una lista de suscriptores interesados. Brochures: material impreso que sirve como herramienta para conocer los productos, servicios o novedades que ofrece una empresa. Básicamente es una revista 100% corporativa, desde incluye todos los fortalezas de la empresa. Buzón de sugerencias: tipo de comunicación empresarial de iniciativa activa, es decir, las personas trabajadoras plantean sus propuestas y la empresa las responde, garantizando una relación profesional de la e la. Chat interno: permite agilizar los procesos e intercambiar mensajes en tiempo real. Revista o boletín: novedades a nivel empresarial.	Frecuencia de uso	\$ 10.000.000	01 Mes	Siempre	Financieros	Area administrativa- tecnológica	

Una vez terminada la reunión con los colaboradores de la empresa IPF SAS, quedo como compromiso poner la presente información divulgada en la cartelera general de la empresa.



Anexo_F-Lista asistencia sesión de divulgación

		REGISTRO DE ASISTENCIA				Código: F-TH-15
						Versión: 02
						Fecha: 28-07-2020
TIPO (Señale con una X el tipo de asistencia)	Reinducción:		Capacitación interna:			
	Reunión:		Capacitación externa:			
	Divulgación:	X				
TEMA	Divulgación Plan de atención al cliente interno en la empresa IPF SAS 2023					
FACILITADOR (ES)	Diana Catalina Salazar Caro		LUGAR			
	Laura Viviana Franco Hernández		SEDE	IPF SAS - TEAMS		
			Hora inicio	Hora finalización		
			12/09/23, 7:54:14 a. m.	12/09/23, 9:43:57 a. m.		
Nombre	Primera unión	Última salida	Correo		Firma	
JOVANNY PIEDRAHITA LEGARDA - AUXILIAR DE BOD	12/09/23, 7:54:16	12/09/23, 9:40:45	auxbodega@essential.com.co			
JUAN GUSTAVO MAYA OCAMPO - JEFE DE PRODUCC	12/09/23, 7:54:30	12/09/23, 9:40:48	mezclas@ipf.com.co			
LUZ EUGENIA LÓPEZ TEJADA - DIRECTORA DE OPERA	12/09/23, 7:54:33	12/09/23, 9:40:48	operaciones@ipf.com.co			
MARYURY GÓMEZ RIOS - CONTADORA	12/09/23, 7:54:36	12/09/23, 9:40:51	contabilidad1@ipf.com.co			
LILIANA MARÍA GALLEGO - ASISTENTE ADMINISTRAT	12/09/23, 7:54:38	12/09/23, 9:40:45	administrativo@essential.com.co			
VIVIANA RAMIREZ PÉREZ - INGENIERA DE APLICACIO	12/09/23, 7:54:54	12/09/23, 9:40:47	aplicaciones5@ipf.com.co			
YUDY ASTRID ORTIZ VELASQUEZ - CONTADORA	12/09/23, 7:56:03	12/09/23, 9:40:47	contabilidad3@ipf.com.co			
LUZ ADRIANA AGUILAR - AUXILIAR GESTIÓN AMBIEN	12/09/23, 7:56:19	12/09/23, 9:40:44	auxambiental@ipf.com.co			
ANDRES FELIPE RESTREPO - DIRECTOR DE INNOVACI	12/09/23, 7:56:46	12/09/23, 9:40:45	arestrepo@ipf.com.co			
WALDIR AUGUSTO PACHECO - INGENIERO PROYECT	12/09/23, 7:57:01	12/09/23, 9:41:06	proyectos@ipf.com.co			
JOHN FREDY FURQUE SICACHA - AUXILIAR DE LABOR	12/09/23, 7:57:07	12/09/23, 9:40:42	auxlaboratorio@ipf.com.co			

ALEJANDRO ECHEVERRÍA - DIRECTOR TÉCNICO	12/09/23, 7:58:08	12/09/23, 9:40:50	dirtecnico@ipf.com.co	
MATEO MESA ROJO - INGENIERO DE APLICACIONES	12/09/23, 7:58:50	12/09/23, 9:40:42	aplicaciones2@ipf.com.co	
LAURA DANIELA TAFUR - AUXILIAR ADMINISTRATIVA	12/09/23, 7:58:54	12/09/23, 9:40:43	auxadministrativa@ipf.com.co	
MARIA ADELAIDA RESTREPO - ASESOR TÉCNICO COM	12/09/23, 7:59:14	12/09/23, 9:40:40	marestrepo@ipf.com.co	
BEATRIZ BERMUDEZ - COORDINADORA DE CONTABI	12/09/23, 7:59:38	12/09/23, 9:40:46	contabilidad@ipf.com.co	
ALEJANDRO ALVAREZ RUIZ - ASISTENTE I D	12/09/23, 7:59:51	12/09/23, 9:40:48	asistenteid@ipf.com.co	
SANTIAGO DUQUE VASQUEZ - ASESOR TÉCNICO COM	12/09/23, 7:59:52	12/09/23, 9:40:42	asesorbogota@ipf.com.co	
PATRICIA MARROQUIN BUSTOS - COORDINADORA D	12/09/23, 7:59:53	12/09/23, 9:40:46	clientes@ipf.com.co	
NATALY MONTOYA MARTINEZ - COORDINADOR DE A	12/09/23, 8:00:36	12/09/23, 9:40:42	calidad@ipf.com.co	
ANDERSON GIL ARENAS - AUXILIAR DE SISTEMAS	12/09/23, 8:00:40	12/09/23, 9:41:18	auxistemas@ipf.com.co	
HARRISON MEJIA BEDOYA - ASISTENTE DE FACTURA	12/09/23, 8:01:03	12/09/23, 9:42:26	facturacion@ipf.com.co	
JULIAN PALACIO SANCHEZ - ASISTENTE ADMINISTRA	12/09/23, 8:01:03	12/09/23, 9:40:40	asisadmin@ipf.com.co	
ANDRÉS FELIPE VEGA NIETO - COORDINADOR TÉCNI	12/09/23, 8:01:41	12/09/23, 9:40:42	coortecnico@essential.com.co	
MÓNICA GIRALDO MARTINEZ - CONTADORA	12/09/23, 8:02:20	12/09/23, 9:40:43	contabilidad2@ipf.com.co	
ANA MARÍA GÓMEZ FRANCO - ANALISTA ASUNTOS F	12/09/23, 8:02:23	12/09/23, 9:40:41	nutricion@ipf.com.co	
MAURICIO GIL GUTIERREZ - ASESOR TÉCNICO COME	12/09/23, 8:02:25	12/09/23, 9:41:12	ventasmedellin@ipf.com.co	
LILIANA MUÑOZ GARCÍA - LIDER DE NOMINA	12/09/23, 8:02:33	12/09/23, 9:40:41	asiscontable1@ipf.com.co	
FATIMA PONCE BERNAL - DIRECTORA ADMINISTRAT	12/09/23, 8:02:36	12/09/23, 9:40:39	fponce@ipf.com.co	
CATALINA SALAZAR CARO - ASISTENTE DE TALENTO	12/09/23, 8:02:52	12/09/23, 9:41:00	talentohumano@ipf.com.co	
Laura Viviana Franco Hernández	12/09/23, 8:02:52	12/09/23, 9:41:00 a. m.		
ESTEFANIA RICO VÉLEZ - INGENIERA DE APLICACION	12/09/23, 8:03:19	12/09/23, 9:18:47	aplicaciones3@ipf.com.co	

JENNY RIOS CASTAÑEDA - AUXILIAR DE COMERCIO E	12/09/23, 8:03:30	12/09/23, 9:40:41	asiscomex2@ipf.com.co	
LAURA BOHÓRQUEZ CANO - ASISTENTE DE TESORER	12/09/23, 8:03:31	12/09/23, 9:40:44	asistesoreria@ipf.com.co	
MANUELA QUINTERO ORTEGA - APRENDIZ ADMINIS	12/09/23, 8:04:14	12/09/23, 9:40:44	apreadminfinanciera@ipf.com.co	
IVAN VALLEJO BARRETO - INGENIERO DE APLICACION	12/09/23, 8:04:47	12/09/23, 9:40:43	aplicaciones4@ipf.com.co	
NATHALIA TERAN BERNAL - COORDINADORA DE ME	12/09/23, 8:05:18	12/09/23, 9:43:57	mercadeo@ipf.com.co	
GUILLERMO GARCIA RESTREPO - ASISTENTE DE CALI	12/09/23, 8:06:05	12/09/23, 8:23:25	asiscalidad@ipf.com.co	
LUISA MARULANDA BERNAL - ASESORA TÉCNICA CO	12/09/23, 8:07:00	12/09/23, 9:40:54	lmarulanda@ipf.com.co	
TATIANA ALVAREZ RODRIGUEZ - PRACTICANTE INNO	12/09/23, 8:07:04	12/09/23, 9:11:30	practinnovacion@ipf.com.co	
OSCAR ALBEIRO QUINTERO CARDONA - CATEGORY N	12/09/23, 8:08:36	12/09/23, 9:40:45	cmcarnico@ipf.com.co	
JOHN MARIO CRESPO ACEVEDO - MENSAJERO	12/09/23, 8:11:16	12/09/23, 9:41:40	archivo@ipf.com.co	
DIANA MARCELA PUERTA OSPINA - ASESOR TÉCNIC	12/09/23, 8:12:12	12/09/23, 9:40:45	ventasbogota2@ipf.com.co	
Nota: Los colaboradores autorizan su firma digital.				

Anexo_G_Acta_Seguimiento_Gerencial# 01



PROYECTO DE CONSULTORÍA- SEGUIMIENTO GERENCIAL

Número de acta:	001
Título del acta:	Seguimiento gerencial [#01] Proyecto de consultoría- Opción de Grado. Maestría en Gerencia del Talento Humano.

DATOS DEL ACTA

Fecha/Hora inicio: 13 de junio/8:00 am	Fecha/Hora final: 13 de junio/4:00 pm
Lugar de la reunión¹: Envigado. Antioquia	Empresa: IPF SAS
Proyecto: Plan de atención al cliente interno en la empresa IPF SAS	Número de contrato: 20230613085330
Responsable del proyecto en la empresa: Fátima Ponce Bernal Directora Admon financiera Administrativa	Consultores: Diana Catalina Salazar Caro Laura Viviana Franco Hernández Estudiantes Maestría Gerencia del Talento Humano (MGTH). Politécnico Grancolombiano.

TEMAS TRATADOS

Tema:

1. Primer seguimiento gerencial al avance semestral del proyecto de consultoría como opción de grado de los estudiantes de la Maestría en Gerencia del Talento Humano, de acuerdo con el plan de trabajo, reporte de actividades y revisión de productos.

El cual tiene como objetivo general

Proponer un plan de atención al cliente interno en la empresa IPF SAS a través de un proceso de consultoría que permita mejorar el clima organizacional.

Desarrollo:

De acuerdo con el plan de trabajo del se programaron las siguientes actividades.

1. Análisis de la situación actual del frente a la atención al cliente interno.
2. Trabajo de campo
3. Identificación de elementos clave

¹ Si es presencial indicar el lugar y si es virtual indicar el medio.

PROYECTO DE CONSULTORÍA- SEGUIMIENTO GERENCIAL



Número de acta:	001
Título del acta:	Seguimiento gerencial [#01] Proyecto de consultoría- Opción de Grado. Maestría en Gerencia del Talento Humano.

4. Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional.

Conforme a los avances realizados se reporta el desarrollo de estas actividades, presentando los siguientes resultados, productos o dificultades en el periodo:

1. Matriz FODA o DOFA
2. Informe de investigación de mercados
3. Elementos clave de investigación
4. Plan de atención al cliente Interno
5. Memorias de la sesión de divulgación
6. Lista de asistencia de la sesión de divulgación

FIRMAS DE APROBACIÓN - ASISTENTES AL SEGUIMIENTO GERENCIAL²

Nombre	Cargo o rol	Firma
Fátima Ponce Bernal Directora admon y financiera de GRUPO IPF	Responsable / Supervisor del proyecto en la empresa.	<i>Fátima Ponce B.</i>
Diana Catalina Salazar Caro	Consultor #01. Estudiante MGTH.	<i>Catalina</i>
Laura Viviana Franco Hernández	Consultor #02. Estudiante MGTH.	<i>Laura Franco</i>

FIRMAS DE RECIBIDO- DIRECTOR DEL PROYECTO

Nombre	Cargo o rol	Firma
Juan Carlos Osma Roza	Director del proyecto de consultoría.	<i>Juan Carlos Osma Roza</i>

² Firman los asistentes al seguimiento gerencial.

Anexo_H_F3_Acta_Seguimiento_Gerencial# 02



PROYECTO DE CONSULTORÍA- SEGUIMIENTO GERENCIAL

Número de acta:	002
Título del acta:	Seguimiento gerencial [#02] Proyecto de consultoría- Opción de Grado. Maestría en Gerencia del Talento Humano.

DATOS DEL ACTA

Fecha/Hora inicio: Septiembre 12 de 2023 Hora 2:00pm	Fecha/Hora final: Septiembre 12 de 2023 Hora 5:00pm
Lugar de la reunión¹: Envigado. Antioquia	Empresa: IPF SAS
Proyecto: Plan de atención al cliente interno en la empresa IPF SAS	Número de contrato: 20230613085330
Responsable del proyecto en la empresa: Fátima Ponce Bernal Directora Admón. financiera Administrativa	Consultores: Diana Catalina Salazar Caro Laura Viviana Franco Hernández Estudiantes Maestría Gerencia del Talento Humano (MGTH). Politécnico Grancolombiano.

TEMAS TRATADOS

Tema:

1. Segundo seguimiento gerencial al avance semestral del proyecto de consultoría como opción de grado de los estudiantes de la Maestría en Gerencia del Talento Humano, de acuerdo con el plan de trabajo, reporte de actividades y revisión de productos.

El cual tiene como objetivo general

Proponer un plan de atención al cliente interno en la empresa IPF SAS a través de un proceso de consultoría que permita mejorar el clima organizacional.

Desarrollo:

Las siguientes actividades se han completado satisfactoriamente en el marco de la segunda revisión gerencial del avance semestral del proyecto de consultoría como opción de grado

1. Análisis de la situación actual del frente a la atención al cliente interno.
2. Trabajo de campo
3. Identificación de elementos clave

¹ Si es presencial indicar el lugar y si es virtual indicar el medio.



PROYECTO DE CONSULTORÍA- SEGUIMIENTO GERENCIAL


Número de acta:	002
Título del acta:	Seguimiento gerencial [#02] Proyecto de consultoría- Opción de Grado. Maestría en Gerencia del Talento Humano.

4. Plan de atención al cliente interno en la empresa IPF SAS.
5. Memorias de la sesión de divulgación
6. Lista asistencia de la sesión de divulgación
7. Divulgar los productos de la consultoría

FIRMAS DE APROBACIÓN - ASISTENTES AL SEGUIMIENTO GERENCIAL²

Nombre	Cargo o rol	Firma
Fátima Ponce Bernal	Responsable / Supervisor del proyecto en la empresa.	
Diana Catalina Salazar Caro	Consultor #01. Estudiante MGTH.	
Laura Viviana Franco Hernández	Consultor #02. Estudiante MGTH.	

FIRMAS DE RECIBIDO- DIRECTOR DEL PROYECTO

Nombre	Cargo o rol	Firma
Juan Carlos Osma Roza	Director del proyecto de consultoría.	

² Firman los asistentes al seguimiento gerencial.