



1

Plan de Atención al cliente interno en la empresa IP Marketing y Finanzas
Informe Final Consultoría Empresarial
20230718033735

Carlos Alberto Villamizar Suárez
Estudiantes

Mg. Juan Carlos Osma Rozo
Director Del Proyecto

Institución Universitaria Politécnico Gran colombiano
Facultad Sociedad, Cultura y Creatividad.
Escuela de Estudios en Psicología, Talento Humano y Sociedad
Programa Maestría en Gerencia del Talento Humano
Bogotá, febrero de 2024



Tabla De Contenido

RESUMEN EJECUTIVO5
INTRODUCCIÓN7
FASE FORMULACIÓN DEL PROBLEMA8

Contexto Empresarial8
Antecedentes de la Gestión del Talento Humano9
Identificación del Problema9
Fase Planeación10
Justificación10
Objetivos del Proyecto.....11
Alcance del Proyecto12
Marco de Referencia13
Metodología de la Consultoría16
Fase Implementación y Monitoreo de las Estrategias20
Desarrollo del Plan de Trabajo20
Seguimiento Gerencial.....21
Monitoreo: Matriz Marco Lógico21
Fase Cierre y Conclusiones23
Productos Finales23
Lecciones Aprendidas.....24
Recomendaciones para la Gerencia25
BIBLIOGRAFÍA.....28
Datos de Registro de Consultores del proyecto30





Lista De Tablas

Tabla 1. Alcance del proyecto	13
Tabla 3. Matriz Marco Lógico	22
Tabla 4. Descripción de Productos de la Consultoría	24





Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. <i>Árbol de problemas</i>	10
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

La empresa IP Marketing y Finanzas es una empresa con más de dos años de ser creada con una cobertura local en la ciudad de Bogotá que presta servicios profesionales en el área de asesoramiento tecnológico, mercadeo y publicidad y contabilidad a las empresas del mercado desde hace dos años. En el asesoramiento tecnológico va desde la adecuación de redes internas que permitan conectar a los diversos espacios mediante una LAN, la distribución y delegación de funciones específicas a cada computador mediante del control y condicionamiento de la IP.

El problema central de la empresa es en definitiva la Ausencia de un plan de atención al cliente interno de la empresa IP marketing y finanzas que contribuya a mejorar el clima organizacional. Para lo cual se plantea como objetivo de la consultoría, proponer un plan de atención al cliente interno de la empresa IP Marketing y Finanzas a través de un proceso de consultoría que permita mejorar el clima organizacional.

Con este propósito se hizo el diagnóstico de la situación objeto de estudio, un trabajo de campo el cual permitiera posteriormente la presentación y divulgación de la propuesta encaminada a la solución del problema identificado, dejando lecciones aprendidas tales como: La mejora en la comunicación interna del personal, la interrelación entre departamentos, mejoramiento en los niveles de satisfacción del cliente interno y por último mejoras en los índices de producción en la empresa.

Palabras clave: Cliente interno, Consultoría, Atención al Cliente, Control Interno.

Endomarketing

Abstract

The company IP Marketing and Finance is a company that has been in existence for over two years with local coverage in the city of Bogotá, providing professional services in the areas of technological advisory, marketing and advertising, and accounting to market companies for the past two years. In technological advisory, it ranges from the adaptation of internal networks that allow connecting various spaces through a LAN, to the distribution and delegation of specific functions to each computer through the control and conditioning of the IP.

The central problem of the company is, in essence, the absence of an internal customer care plan for IP Marketing and Finance that contributes to improving the organizational climate. Therefore, the objective of the consultancy is proposed to be to suggest an internal customer care plan for IP Marketing and Finance through a consultancy process that allows improving the organizational climate.

For this purpose, a diagnosis of the situation under study was conducted, a fieldwork which would subsequently allow the presentation and dissemination of the proposal aimed at solving the identified problem, leaving lessons learned such as: improvement in internal communication among staff, interdepartmental relationships, enhancement in levels of internal customer satisfaction, and finally, improvements in production indices in the company.

Keywords: Internal client, Consulting, Customer Service, Internal Control.
Endomarketing



Plan de Atención al cliente interno en la empresa IP Marketing y Finanzas

Introducción

Sinek (2011), Si bien es conocido principalmente por su trabajo en liderazgo y motivación, Sinek ha abordado la importancia de la comunicación interna y la creación de un ambiente de trabajo inspirador en su libro "Start with Why". Su enfoque en la importancia de la conexión emocional y la claridad de propósito puede aplicarse al endomarketing.

Kotler (2001), En su libro "Principios de marketing", estos autores reconocidos en el campo del marketing abordan la importancia de la satisfacción de los empleados y su papel en la entrega de un excelente servicio al cliente. Sus ideas sobre la gestión de recursos humanos y la creación de una cultura empresarial positiva son relevantes para el endomarketing.

Bes (2003), En su libro "Lateral Marketing", estos autores destacan la importancia de involucrar a los empleados en el proceso de marketing de la organización y fomentar su creatividad e innovación. Sus ideas sobre el intraemprendimiento y el fomento de una mentalidad orientada al cliente pueden aplicarse al endomarketing.

Se presenta una formulación del problema donde se plantea una pregunta problema, la fase de planeación donde se muestran los proyectos, el marco de referencia y la metodología de la consultoría, en la fase de implementación y monitoreo se muestra el desarrollo del plan de trabajo, el seguimiento general junto con el monitoreo de la matriz marco lógico. La fase de cierre contiene los productos finales, las lecciones aprendidas, así como las recomendaciones para la gerencia.

El presente documento abarcará aspectos metodológicos aplicados a la consultoría sobre atención al cliente interno de la empresa IP Marketing y Finanzas la cual llevarán a la identificación del problema y el planteamiento de las posibles soluciones para contrarrestarlo.

Esta consultoría trae como beneficio aportes en la carrera profesional de manera positiva ante la inclusión de nuevos y mejores conocimientos que pueda aplicar a futuro en diversos campos y áreas de mi entorno laboral. A futuro como Magister en Gerencia del Talento Humano la presente consultoría permite ampliar conocimientos específicos acerca de los métodos de consultoría y la aplicación de los mismos en los diversos campos laborales y empresariales.



Fase Formulación del Problema

Al inicio del desarrollo del proyecto se identifican los problemas de acuerdo a la ruta de consulta a desarrollar. La idea del proyecto debe definirse en torno a la solución del problema principal que guiará la intervención de la consultoría. De acuerdo a lo anterior, se plantea como pregunta problema: ¿Cómo proponer un plan de atención al cliente interno en la empresa IP Marketing y Finanzas que contribuya a mejorar su clima organizacional?

Contexto Empresarial

La empresa IP Marketing y Finanzas es una empresa con más de dos años de ser creada con una cobertura local en la ciudad de Bogotá que presta servicios profesionales en el área de asesoramiento tecnológico, mercadeo y publicidad y contabilidad a las empresas del mercado desde hace dos años. En el asesoramiento tecnológico va desde la adecuación de redes internas que permitan conectar a los diversos espacios mediante una LAN, la distribución y delegación de funciones específicas a cada computador mediante del control y condicionamiento de la IP.

En el área de mercadeo y publicidad se ofrecen paquetes que incluyen el manejo de la imagen de los productos así como el transporte de datos de los mismos en diversos campos virtuales ofreciendo a la alta gerencia la información actual y precisa para la toma decisiones.

Desarrolla estudios de mercado que permite generar a las empresas un estimado de unidades producidas evitando desperdicio de recursos tanto humanos como físicos.

En cuanto a los servicios financieros el actual mercado es cada vez más exigente para las empresas dándole oportunidad quizá no a las más grandes sino a las que mejor manejen su información interna de mejor manera dependiendo la situación. Es allí donde la empresa brinda información real y precisa que permita a la gerencia a la toma adecuada de decisiones ante diversos cambios de flujo de efectivo.

El área contable refresca la empresa de los clientes quitándole la tensión que dedica la responsabilidad fiscal permitiendo a la gerencia fijar la atención en otras áreas de la empresa.



Antecedentes de la Gestión del Talento Humano

La empresa se integró por cuatro compañeros de estudio que al graduarse se integran y forman la empresa trabajando de manera paralela desde sus diversos empleos y delegan la responsabilidad de representante a Islena Paola Martínez al ser la mejor preparada y mayor aportante del patrimonio.

El personal no tiene tareas determinadas asignadas haciendo que el margen de error sea de difícil de identificar.

Los procesos en el interior de la empresa se mueven con normalidad en los horarios estipulados por la misma con extensiones en víspera de entrega de informes y trabajos planeados. El área de talento humano en la empresa IP Marketing y Finanzas desarrolla todo lo relacionado con el personal y su comportamiento dentro de la empresa, como afectan las diversas personalidades en los distintos roles de la empresa, el comportamiento entre compañeros y como este afecta en el desarrollo de las tareas del día a día, manejan un sistema de comunicación inadecuado que hace que los mensajes no lleguen de manera asertiva y clara provocando así un inadecuado clima laboral y simplemente haciendo que el producto final no sea adecuado.

Identificación del Problema

Después de identificar todas las opciones de intervención en la organización, se utilizó el árbol de problemas para encontrar los únicos problemas centrales que requerían una intervención de consultoría (Tabla 1).

Este quiere estructurar la información implementando un modelo de relaciones causales que se representa en forma de árbol, simplificando las principales propiedades que intervienen en la situación del problema. (DPN, 2016).



Ilustración 1. Árbol de problemas



Nota: Construcción propia, [2023].

Fase Planeación

Una vez identificado el problema, se especifican los objetivos, se define el alcance del proyecto y se determinan las acciones requeridas para alcanzar las metas de la consulta.

Justificación

La importancia de la implementación de un plan de atención al cliente interno en la empresa IP Marketing y Finanzas ante los problemas encontrados y la necesidad de mejorar los índices de producción no solo e número si no en calidad buscando un posicionamiento de marca en el mercado del Área como impacto positivo de la empresa.

Como impacto negativo toda transición conlleva unos parámetros de tiempo y espacio los cuales se deben dar y respetar a lo largo de la consultoría y que retardarán algunos procesos internos cotidianos de la empresa.

La innovación implementada es de carácter radical ante la ausencia total de plan propuesto al interior de la organización.

Con la ausencia de un plan de atención al cliente interno por parte de la empresa ha llevado al personal a una desorganización en el desarrollo de actividades disminuyendo la productividad y reduciendo la comunicación asertiva entre los distintos departamentos, así como dificultad en la resolución de conflictos. Las causas que conllevan a estos problemas encontrados obedecen a la falta de recursos económicos como a la falta de apoyo por parte de la directiva.

Se percibe un alto grado de insatisfacción laboral, se encuentra desmotivación y tareas que convierten el trabajo en monotonía para el personal.

La comunicación no es la adecuada entre los integrantes, muestran intereses por realizar tareas que no corresponden al perfil, así como la participación de los mismos en tareas de otras dependencias.

Denota un ambiente pesado en muchos de los trabajadores y el común denominador es la mala elaboración y ejecución del cronograma laboral llevando a una notoria Dificultad en la resolución de conflictos.

Objetivos del Proyecto

Se identifica el propósito general de la consultoría a partir del diagnóstico y el análisis de la situación actual, encontrando los problemas de la población por intervenir y seleccionando el problema central que será abordado por el proyecto. Esto resultado de la elaboración del árbol de problemas.

Objetivo General

Proponer un plan de atención al cliente interno de la empresa IP Marketing y Finanzas a través de un proceso de consultoría que permita mejorar el clima organizacional.

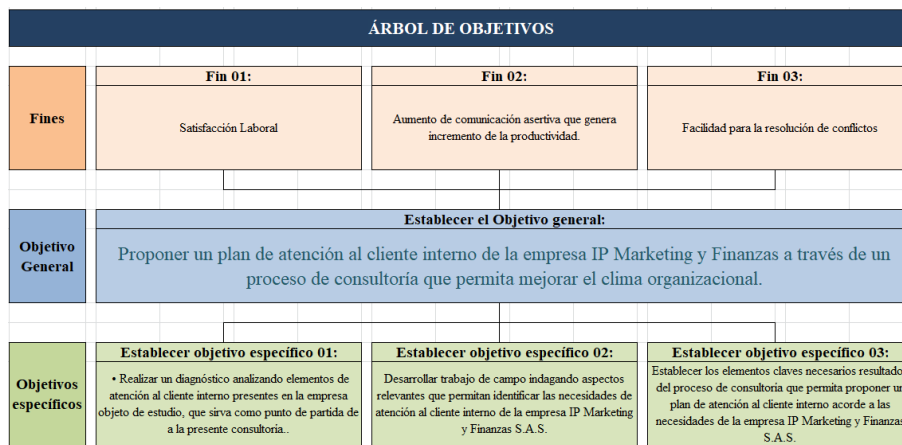
Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico analizando elementos de atención al cliente interno presentes en la empresa objeto de estudio, que sirva como punto de partida de a la presente consultoría.



- Desarrollar trabajo de campo indagando aspectos relevantes que permitan identificar las necesidades de atención al cliente interno de la empresa IP Marketing y Finanzas S.A.S.
- Establecer los elementos claves necesarios resultados del proceso de consultoría que permita proponer un plan de atención al cliente interno acorde a las necesidades de la empresa IP Marketing y Finanzas S.A.S.

Ilustración 2. Árbol de objetivos



Nota: Construcción propia, [2023].

Alcance del Proyecto

Aquí se identifica el alcance del proyecto, al encontrar las actividades y los resultados esperados, a modo de productos, por el desarrollo del proyecto de consultoría. Cada actividad crea un compromiso por desarrollarse en la consultoría y se relaciona directamente con uno o varios productos (o entregables) como evidencia de su realización.

Tabla 1. Alcance del proyecto

Alcance del Proyecto			
No.	Actividad / Compromiso	ID.	Producto / Entregable
1	Análisis de la situación actual de frente a la atención del cliente interno	A	Matriz FODA
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 a la sesión de divulgación

Nota: Construcción propia, [2023].

Marco de Referencia

A fin de comprender mejor los temas y los puntos de acción relacionados con el proyecto, a continuación se detallan los conceptos clave y los modelos de referencia que se considerarán en esta propuesta de consultoría.

Marco Teórico

Cliente Interno:

En su libro atención al cliente internos el sr Kark Albrecht habla sobre la importancia de la implementación de este en las empresas y como se hará cada día mas necesario ante las enfermedades de carácter psicológico que vislumbran las empresas. Albrecht (1995).

Un cliente interno es aquel que proporciona insumos o trabaja en tu empresa, aportando un valor agregado a tu marca. (Quijano, 2021)

Endomarketing:

Muestra al endomarketing como herramienta que sirvió de manera objetiva hacer frente en un ámbito empresarial ante la pandemia ocurrida en la presente época. Permitió que los funcionarios se mantuvieran motivados y mostró el endomarketing empresarial como una estrategia que permitió unificar al personal en una misma dirección. (Flórez, 2020)

Comunicación asertiva:

La importancia de una comunicación asertiva en el desarrollo e implementación de los diversos planes de mejoramiento empresarial es tal al punto de adjudicarle el éxito de las mismas. (Shaw,2020)

Desarrollo Organizacional:

Todo negocio tiene un conjunto de personas que interactúan entre ellas con regularidad. Esto representa un subsistema social que ayuda a mantener y a guiar el desarrollo humano. De esta forma, el desarrollo organizacional es considerado un esfuerzo para promover el cambio y el desarrollo en términos de actitudes de conducta y desempeño de los empleados. (Gerens, 2016)

Clima organizacional:

El clima organizacional refleja cómo se sienten los empleados en la empresa: si están estresados, satisfechos, insatisfechos, enojados, etc. Este hace parte fundamental para el desarrollo de actividades saludables en el interior de las empresas y por consiguiente un mejor índice de producción. (Robbins, 2015)

Trabajo en Equipo.

También puede identificar las causas de sus sentimientos y con ello identificar áreas de mejora y así crear un ambiente de trabajo positivo. (Álvarez, 2006)



Marco Normativo

Tabla 2. Marco normativo

NORMATIVIDAD	OBJETO
<p>NORMA TÉCNICA COLOMBIANA ISO 9001-2015</p>	<p>Mejora de la calidad: La norma promueve el enfoque en la satisfacción del cliente, lo que conduce a la entrega de productos y servicios de mayor calidad. 2. Aumento lo que conduce a la entrega de productos y servicios de mayor calidad. 2. Aumento lo que conduce a la entrega de productos y servicios de mayor calidad. La Norma Técnica Colombiana ISO 9001 es una adopción de la norma internacional ISO 9001:2015, que establece los requisitos para un sistema de gestión de la calidad en cualquier tipo de organización, independientemente de su tamaño o sector. Esta norma es ampliamente reconocida y utilizada en todo el mundo como un marco para mejorar la calidad de los productos y servicios, así como la eficiencia y eficacia de los procesos organizacionales. Esta norma refiere a todo lo relacionado con el cliente interno en Colombia y el grado de satisfacción de este para con los productos que recibe día a día.</p>
<p>DECRETO 4110 DE 2004.rtf - MINCIT</p>	<p>Garantiza procesos de Gestión de Calidad transparentes y adecuados a las necesidades actuales de las empresas y el cliente interno de la misma. El Decreto 4110 de 2004 es un decreto emitido por el Gobierno de Colombia que establece el marco normativo para la promoción del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el sector público del país. A continuación, se presenta un breve análisis sobre este decreto: 1. Objetivo principal: El Decreto 4110 tiene como principal establecer las directrices para la promoción y el uso efectivo de las TIC en la gestión de las entidades públicas colombianas. Busca mejorar la eficiencia, la transparencia y la calidad de los servicios públicos a través de la incorporación de tecnología en los procesos administrativos</p>



<p>NORMA TÉCNICA COLOMBIANA ISO 45001-2018</p>	<p>La Norma Técnica Colombiana ISO 45001 es una adaptación de la norma internacional ISO 45001, que establece los requisitos para un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional (SSO) en las organizaciones. Esta norma proporciona un marco para que las empresas implementen y mejoren continuamente sus prácticas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo. A continuación, se presenta un breve análisis sobre algunos aspectos clave de la Norma Técnica Colombiana ISO 45001: 1. Objetivos y alcance: La norma tiene como objetivo proporcionar un marco sólido para que las organizaciones identifiquen, evalúen y controlen los riesgos relacionados con la seguridad y salud ocupacional. Se aplica a todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño, ubicación geográfica o sector industrial</p>
<p>NORMA TÉCNICA COLOMBIANA ISO 14001-2015</p>	<p>La NTC ISO 14001 tiene como objetivo proporcionar un marco ambiental específico para que las organizaciones colombianas implementen un sistema de gestión eficaz. Algunos de los aspectos clave que abordan la norma son: 1. Política ambiental: La organización debe establecer una política ambiental que refleje su compromiso con la protección del medio ambiente y el cumplimiento de la legislación ambiental vigente en Colombia. 2. Identificación</p>

Nota: Normatividad asociada, 2023.

Metodología de la Consultoría

El plan de consultoría se realiza adaptando de manera paralela las metodologías Project Management Body of Knowledge (PMBOK) y Marco Lógico. Se adapta el PMBOK para la estructura general del proyecto, y se identifican tres elementos de Marco lógico para su desarrollo, siendo estos: el árbol de problemas, el árbol de objetivos y la Matriz Marco Lógico.

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 orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas. (CEPAL, 2005)

PMBOK son las siglas de Project Management Body of Knowledge (cuerpo de conocimientos de la gestión de proyectos) y es la colección completa de procesos, prácticas recomendadas, terminologías y directrices que se acepta como estándar dentro del sector de la gestión de proyectos. (Wrike, 2022)

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

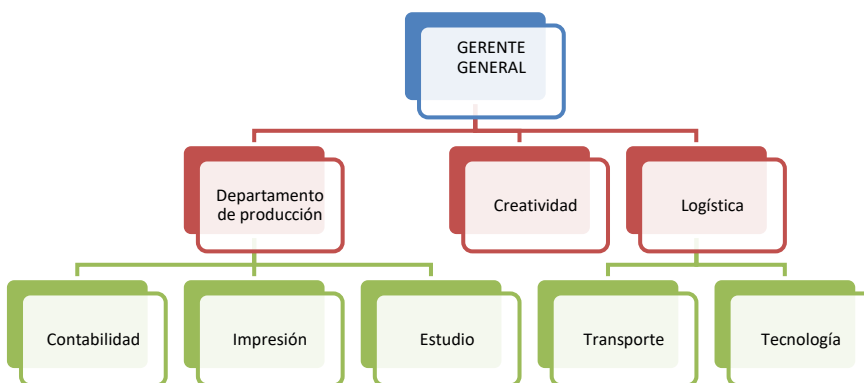


orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas (CEPAL, 2015)

Población

En comienzo la caracterización de la población encontrada e intervenida mediante el proyecto de consultoría, con la identificación de la estructura organizacional vigente de IP Marketing y Finanzas S.A.S. el cual presenta la siguiente estructura organizacional, tomando como población al talento humano de la población objeto de estudio.

Ilustración 3. Estructura Organizacional



Nota: Ip Marketing y Finanzas SAS 2023

La empresa cuenta con la gerencia cuyo orden jerárquico es el más alto en la compañía y es allí donde se toman las decisiones más importantes de la empresa. Sobre esta dependencia pesa todo lo relacionado con el recurso humano teniendo y bienestar del mismo, se toman decisiones administrativas y de control que afectan de manera directa todos los departamentos y dependencias.

El departamento de logística se encarga de suministrar elementos que se requieran para la elaboración de los diversos paquetes ofertados, así como el cuidado del cliente a la hora de entrega en los pedidos. Se cuenta con el departamento creativo el cual tiene funciones de desarrollo de productos enfocados a satisfacer las necesidades de los clientes en el área de

mercadeo y publicidad, el recibe la información e identifica la idea de cada cliente para realizar un boceto de la idea principal la cual es incluida en el informe que recibe el departamento de producción. Este departamento de producción cuenta con recursos tecnológicos de última generación que permiten desarrollar material de audio y video que necesite en el desarrollo de las actividades propias de la publicidad. Dentro de este departamento se encuentra la dependencia de contabilidad la cual cuenta con lo necesario para el desarrollo de los productos financieros y contables requeridos, convenios con programas contables y administrativos tales como ELISA, WORD OFFICCE y SIIGO todos estos con servicios constantes en la nube, lo que le permite al usuario de una interacción más rápida e interactiva.

En cuanto al área del talento humano que se verá afectada por al implementarse el proyecto en definitiva es toda la empresa desde las áreas de logística y creatividad así como el departamento de producción.

Stakeholders

Para promover la realización exitosa de las consultas, es necesario identificar a aquellos en la organización que estén involucrados y comprometidos con el desarrollo del proyecto y trabajen de la mano con el equipo de consultores.

La identificación de las partes interesadas es un proceso que implica identificar a aquellos que están directa o indirectamente afectados por el proyecto y documentar información relevante sobre sus intereses, participación e influencia en el éxito del proyecto. Pueden estar en diferentes niveles de la organización y tener diferentes grados de poder e intereses. (Índice de Gerentes de Compra, 2008).

Usando la Matriz de partes interesadas de RACI, la información puede recopilarse, organizarse, analizarse y priorizarse sistemáticamente para todos los involucrados o interesados en el proyecto. Con esta herramienta, los interesados se pueden caracterizar según su papel en el proyecto para fomentar su participación.



Tabla 3. Matriz RACI del proyecto

Actividad	RACI			
	Responsable	Autoridad	Consultar	Informar
Análisis de la situación actual de frente a la atención del cliente interno			Asesor Gerencia	
Trabajo de campo		Jefe de Talento Humano		
Identificación de elementos clave.	Líder de Capacitación			
Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional				Gerencia

Nota: Construcción propia, [2023].

Plan de Trabajo

A continuación, se enumeran las actividades a realizar como parte del proyecto de consulta y el cronograma propuesto para 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				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				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
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 Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional																												
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

Aquí se hace una intervención a la empresa desarrollando los productos que se han creado en el marco del proyecto. Los resultados se enumeran al final de este informe.

Desarrollo del Plan de Trabajo

A continuación, se explica cómo desarrollar un plan de trabajo para un proyecto de consultoría empresarial. La intervención implementada apoyó las innovaciones de gestión empresarial implementadas y cumplió con las especificaciones del proyecto.

- **Análisis de la situación actual de frente a la atención del cliente interno**

Para hacer el análisis de la situación se utiliza la matriz FODA con el fin de dar cuenta de las fortalezas que cuenta la empresa desde el área del cliente interno, así como sus debilidades y sus amenazas, Este análisis es muy importante porque dará luz de las cosas que podemos utilizar a favor y en contra dentro de la realización de la consultoría. (Ver anexo A. Matriz FODA)

- **Trabajo de campo**

Se realiza un trabajo de campo como parte de la investigación de mercados, adelantado con el cliente interno, que sirva de herramienta para la toma de decisiones con relación a elementos clave para la creación del plan de atención del cliente interno, dejando como resultado un informe de investigación de mercados. (ver anexo B. Informe Investigación de mercados)

- **Identificación de elementos clave**

Como resultado de la investigación realizada, se establecen los elementos clave con su respectiva argumentación, los cuales serán desarrollados en el plan de atención del cliente interno. (Ver Anexo C. Elementos clave identificados), ya con estos elementos, se procede a diseñar el plan de atención encaminado a satisfacer las necesidades del cliente interno (Ver Anexo D. Plan de atención del cliente interno)

- **Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional**

Siendo igualmente necesaria la divulgación de las actividades como productos resultados de la consultoría, como parte del trabajo se procede hacer la divulgación de estas para lo cual se deja como producto la respectiva acta como evidencia. (Ver anexo E. Memorias de la sesión de divulgación), junto con las respectivas firmas de las personas asistentes ante quienes se adelantó la divulgación de los resultados de la consultoría. (Ver anexo F. Memorias de la sesión de divulgación)

Seguimiento Gerencial

Durante el proceso de gestión del proyecto, se realizan dos momentos de seguimiento en nombre de la organización por parte del director o gerente del proyecto, y la documentación relevante se almacena en el protocolo de seguimiento, que es parte integral del documento de consulta.

- (Ver Anexo G. Acta Seguimiento Gerencial # 01)
- (Ver Anexo H. Acta Seguimiento Gerencial # 02)

Monitoreo: Matriz Marco Lógico

La evaluación, un procedimiento de supervisión y gestión, ocurre de forma continua durante el proyecto, simultáneamente a su ejecución. Supervisa, revisa y ajusta el avance y rendimiento del proyecto. En consecuencia, se detallan las acciones realizadas en comparación con las planificadas en el cronograma y específicas de cada etapa de la consultoría. El estudiante debe organizar la información en una matriz que sintetice los aspectos clave del proyecto, con una estructura vertical (Actividad – Resultado – Propósito – Fin) y una horizontal (Resumen descriptivo – Indicador – Comprobación – Suposición), destacando los indicadores de logros obtenidos mediante la implementación del proyecto.



Tabla 2. *Matriz Marco Lógico*

MATRIZ DEL MARCO LÓGICO				
Resumen Narrativo del Objetivo		Indicador	Medio de verificación	Supuesto
Fin	Satisfacción Laboral.	% de satisfacción de trabajadores	Estudios relacionados al interior de la organización	Se logra la satisfacción de los trabajadores
	Aumento de comunicación asertiva que genera incremento de la productividad.	No de canales de comunicación establecidos en la organización	Medios físicos y tecnológicos utilizados como canales de comunicación	Se establecen canales de comunicación que fortalecen las relaciones.
	Facilidad para la resolución de conflictos	% de disminución de conflictos presentados	Informes de gestión	Se reducen los conflictos al interior de la organización
Propósito	Proponer un plan de atención al cliente interno de la empresa IP Marketing y Finanzas a través de un proceso de consultoría que permita mejorar el clima organizacional.	No de factores trabajados como parte del plan propuesto.	Plan de atención al cliente interno	Se logra desarrollar el plan de atención al cliente interno mejora el clima organizacional en la empresa.
Componentes	Realizar un diagnóstico sobre los elementos de atención al cliente interno presentes en la empresa objeto de estudio	No de variables identificadas en el FODA	FODA	
	Desarrollar trabajo de campo frente a las necesidades presentes del cliente interno Proponer elementos clave para la construcción de un plan al cliente interno	No de necesidades identificadas No de elementos clave identificados	Informe de investigación de mercados Informe de elementos clave	 Se cuentan con los elementos clave para el plan de

				atención al cliente interno
Actividades	Análisis de la situación actual de frente a la atención del cliente interno	\$1.000.000	FODA	
	Trabajo de campo	\$1.350.000	Informe de investigación de mercados	Se identifican los elementos clave para la propuesta del plan
	Identificación de elementos clave.	\$2.000.000	Informe de elementos clave	
	Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional	\$1.000.000	Acta de divulgación	

Nota: Construcción propia, (2023).

Fase Cierre y Conclusiones

En esta fase, se finaliza de manera oficial el proyecto al entregar los productos finales, acompañados de un informe que respalda la innovación en la administración empresarial a través de los cambios implementados.

Productos Finales

En la tabla No 4, se proporciona de manera resumida la información de los productos derivados de la intervención. Estos productos se suministran como anexos y constituyen una parte esencial de la documentación del proyecto, conforme a los nombres indicados. Este párrafo explicativo es la única sección incluida bajo este título, expresada en términos de los estudiantes.



Tabla 3. 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 de la situación actual de frente a la atención del cliente interno.	A	Documento con Resumen de fortalezas, Amenazas y oportunidades.	Anexo_A-Matriz FODA
2	Trabajo de campo	B	Documento con Análisis de la investigación de la competencia y mercado en general.	Anexo_B-Informe investigación de mercados
3	Identificación de elementos clave	C	Necesidades encontradas.	Anexo_C-Elementos clave identificados
		D	Propuesta de mejoramiento al cliente interno	Anexo_D-Plan de atención al cliente interno
4	Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional	E	Memorias de la sesión de divulgación	Anexo_E-Memorias de sesión de divulgación
		F	Lista de asistencia de la sesión de divulgación	Anexo_F - Lista de asistencia a la sesión de divulgación

Nota: Construcción propia, [2023].

Lecciones Aprendidas

Durante la realización del proceso de consultoría se evidenciaron aspectos tanto positivos como negativos que a su vez sirvieron para un mejor entendimiento del panorama a tratar y aquí menciono algunos:

Negativos:

- Resistencia al cambio: Los empleados se resistieron a la implementación de nuevas ideas o procesos, especialmente si han estado operando de cierta manera durante mucho tiempo.

- **Falta de comunicación:** Existió una falta de comunicación efectiva entre los consultores y los empleados de la empresa, lo que dificulta la comprensión de los problemas y la implementación de soluciones.
- **Cultura organizacional arraigada:** La cultura organizacional de la empresa se sintió arraigada en ciertas prácticas que dificultaron la adopción de cambios propuestos por los consultores.
- **Falta de recursos:** Los recursos financieros, tecnológicos o humanos pueden ser limitados, lo que dificulta la implementación de soluciones propuestas.
- **Expectativas poco realistas:** Las expectativas poco realistas por parte de la empresa o los consultores llevaron a tensiones y conflictos durante el proceso de consultoría.

Recomendaciones para la Gerencia

Con el objetivo de promover el crecimiento de la capacidad institucional y asegurar la continuidad de la innovación implementada a través del proyecto de consultoría a largo plazo, se sugiere a la dirección lo siguiente:

Corto Plazo:

1. **Implementación de recomendaciones clave:** Identifica las recomendaciones más críticas de la consultoría que pueden ser implementadas rápidamente para generar resultados tangibles.
 2. **Capacitación del personal:** Proporciona capacitación específica para el personal relevante sobre las nuevas prácticas o procesos sugeridos por la consultoría.
 3. **Establecimiento de métricas de desempeño:** Define indicadores clave de rendimiento (KPIs) para monitorear el progreso y el impacto de las acciones tomadas.
-

Mediano Plazo:

1. **Desarrollo de una estrategia de implementación integral:** Crea un plan detallado para implementar todas las recomendaciones de la consultoría en un período de tiempo más amplio, asignando responsabilidades y recursos.
2. **Evaluación de la cultura organizacional:** Realiza evaluaciones regulares de la cultura organizacional para identificar y abordar posibles obstáculos a la implementación exitosa de las recomendaciones de la consultoría.
3. **Inversión en tecnología y herramientas:** Considera la adopción de nuevas tecnologías y herramientas que puedan mejorar la eficiencia y la efectividad de los procesos internos de la organización.
4. **Monitoreo continuo y ajuste:** Establece un proceso para monitorear continuamente el impacto de las acciones tomadas en respuesta a la consultoría y ajusta las estrategias según sea necesario para garantizar el éxito a largo plazo.

Largo Plazo:

1. **Implementación de recomendaciones:** Si la consultoría proporcionó recomendaciones específicas, es crucial implementarlas de manera efectiva. Esto puede implicar cambios en procesos, tecnología, estructura organizativa, etc. La implementación debe ser planificada y supervisada adecuadamente para asegurar que se logren los resultados deseados.
 2. **Capacitación y desarrollo:** Proporcionar capacitación y desarrollo continuo a los empleados para asegurar que estén equipados con las habilidades necesarias para mantener y mejorar las prácticas recomendadas por la consultoría. Esto puede incluir sesiones de formación, talleres, coaching individual, etc.
 3. **Seguimiento y evaluación:** Establecer métricas y KPIs para monitorear el progreso y el impacto de las acciones implementadas a raíz de la consultoría. Realiza evaluaciones periódicas para identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias según sea necesario.
 4. **Cultura organizativa:** Fomentar una cultura de mejora continua y adaptabilidad dentro de la organización. Esto implica promover la innovación, la colaboración, la comunicación abierta y la disposición para el cambio.
 5. **Gestión del cambio:** Gestionar de manera efectiva cualquier resistencia al cambio
-

dentro de la organización. Comunica de manera clara los beneficios de las acciones recomendadas y brinda apoyo a los empleados durante el proceso de transición.

6. **Revisión estratégica:** Realizar revisiones estratégicas periódicas para asegurarte de que las acciones implementadas sigan siendo relevantes y estén alineadas con los objetivos organizativos a largo plazo. Esto puede implicar ajustes en la estrategia según evolucionen las condiciones del mercado o cambien las necesidades de la organización.



Bibliografía

- Albrecht, K. (1995). *Servicio Al Cliente Interno*. Paidós.
- Álvarez, C. E. (2006). *Clima organizacional en Colombia*. Bogotá: Centro Editorial, Universidad del Rosario.
- Bes, P. K. (8 de septiembre de 2003). *Lateral Marketing*. Wiley Reino Unido.
- CEPAL. (02 de 02 de 2005). Recuperado el 20 de 06 de 2023, de Serie manuales: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf
- CEPAL. (15 de 04 de 2015). Recuperado el 30 de 06 de 2023, de 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
- Dr. Lamberto Vera Vélez. (2020). *Dr. Lamberto Vera Vélez*. Obtenido de LA INVESTIGACION CUALITATIVA: https://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/velez_vera__investigacion_cualitativa_pdf.pdf
- EUROINNOVA. (2022). Obtenido de INTERNATIONAL ON LINE EDUCATION: <https://www.euroinnova.co/blog/que-es-la-investigacion-exploratoria>
- Flórez, J. M. (04 de noviembre 2020). Endomarketing. *Revista ComInt 05*, 20-35.
- Folgueiras, P. (2021). *La Entrevista*. Obtenido de <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- GERENS ESCUELA DE POSTGRADO. (06 de 06 de 2016). Recuperado el 30 de 06 de 2023, de ¿Qué es el desarrollo organizacional?: <https://gerens.pe/blog/que-es-desarrollo-organizacional/>
- Kotler, A. S. (2001). *Principios de Marketing, 2ª edición*. New york: Comunicaciones corporativas: una revista internacional.
- OIT. (28 de abril de 2011). *www.ilo.org*. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_protect/@protrav/@safework/documents/publication/wcms_154127.pdf
- Projet Management Institute. (02 de 02 de 2021). Recuperado el 20 de 6 de 2023, de Acerca del Instituto de Gestión de Proyectos: <https://www.pmi.org/about/press-media/press-releases/project-management-institute-announces-2021-board-of-directors>
- QUIJANO, V. (06 de 05 de 2021). *VICTOR QUIJANO*. Recuperado el 30 de 06 de 2023, de La importancia del cliente interno: <https://victorquijano.com/blog/consejos-para-mejorar-el-servicio-al-cliente-interno/>

Shaw, G. (30 de marzo 2020). *Manual de comunicación asertiva: Técnicas fáciles y exitosas para ganar confianza y el respeto que mereces*. Communication Excellence.

Sinek, S. (2011). *Start with Why*. Michigan: Penguin.

Westreicher, G. (2023). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de Muestreo por Convivencia:

<https://economipedia.com/definiciones/muestreo-por-conveniencia.html>

Wrike. (09 de 05 de 2022). Recuperado el 30 de 06 de 2023, de ¿Qué es PMBOK en gestión de proyectos?: <https://www.wrike.com/es/project-management-guide/faq/que-es-pmbok-en-gestion-de-proyectos/>



Datos de Registro de Consultores del proyecto

Datos de Registro de Investigadores	
Nombre Estudiante 1	CARLOS ALBERTO VILLAMIZAR SUAREZ
Enlace CvLAC	https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002146835#formacion_acad
Enlace ORCID	https://orcid.org/0009-0002-4279-5190
Enlace Google académico	https://scholar.google.es/citations?view_op=list_works&hl=es&user=wWmwYpsAAAAJ&gmla=AJ1KiT2pGGq40oZpLWE1rGgPaGG32NI5Oofp4ibDmbxFqkuSmK-n4TotVqNZvbO2LVA0s0800Jaqkmpe6dstxH5DAITwPvnLv0ddU3f3h9vLQYVxE6ME6Vyk40t2Ob-eEH6m_JyCPmC7TgNhWR
Facultad	Facultad Sociedad, Cultura y Creatividad.
Programa/Dpto/Instituto	Maestría en Gerencia del Talento Humano
Nombre Estudiante 2	
Enlace CvLAC	
Enlace ORCID	
Enlace Google académico	
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=T2EhxAJ&hl=es
Facultad	Facultad Sociedad, Cultura y Creatividad.

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



Anexos

A. Matriz FODA



IP Marketing y Finanzas

Empresa con más de dos años de ser creada con una cobertura local en la ciudad de Bogotá que presta servicios profesionales en el área de asesoramiento tecnológico, mercadeo y publicidad y contabilidad a las empresas del mercado desde hace dos años. En el asesoramiento tecnológico va desde la adecuación de redes internas que permitan conectar a los diversos espacios mediante una LAN, la distribución y delegación de funciones específicas a cada computador mediante del control y condicionamiento de la IP.

+INFO

*También puede identificar las causas de sus sentimientos y con ello identificar áreas de mejora y así crear un ambiente de trabajo positivo. **

(Álvarez, 2006)

F

- El personal tiene un grado de capacitación muy bueno lo que permite una mejor adaptación al cambio.
- Se tiene tecnología de punta en cada uno de los procesos a desarrollar.

+INFO

O

- Existe una alta rotación de empleados en el área de atención al cliente interno.
- Hay recursos insuficientes, como personal o tecnología, para satisfacer las necesidades de los empleados internos.
- Existen problemas de comunicación interna que afectan negativamente la atención al cliente interno.
- Se encuentran deficiencias en la formación de los empleados en esta área.

+INFO

D

- Mejorar la formación y el desarrollo de habilidades en atención al cliente interno.
- Explorar la posibilidad de implementar tecnologías como chatbots o sistemas de tickets para mejorar la eficiencia en la atención.
- Fomentar la retroalimentación de los empleados y la mejora continua de los procesos.

A

- Actitud y aceptación negativa de los trabajadores frente al cambio
- Incremento de la rotación de personal
- Afectaciones resultado de una

Nota. Construcción propia, 2023

Anexo B. Informe Investigación de mercados

- **Ficha técnica**

Tipo de investigación:

Se plantea una investigación exploratoria como "Estudios exploratorios reformulares, cuyo propósito es introducirnos a fenómenos que son en gran medida desconocidos. Estos estudios buscan recopilar información para evaluar la viabilidad de realizar una investigación más exhaustiva en un contexto específico de la vida real y abordar cuestiones relacionadas con el comportamiento" (EUROINNOVA, 2022)

Enfoque de investigación:

Se utiliza un enfoque cualitativo el cual se enfoca en la evaluación de la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una situación o problema específico se lleva a cabo en un lugar donde se busca obtener una descripción integral. Esta evaluación se caracteriza por un análisis exhaustivo y detallado de un tema o actividad en particular. (Dr. Lamberto Vera Vélez, 2020)

Población:

Trabajadores de la empresa objeto de estudio, acorde a las indicaciones de la gerencia corresponde a 8 elementos.

Muestreo

El muestreo utilizado es muestreo censal (Ramírez, 2023) La muestra se considera censal pues se seleccionó el 100% de la población al considerarla un número manejable de sujetos. En este sentido (Ramírez, 1997) establece la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra.



Muestra:

La muestra es igual al tamaño de la población 8 trabajadores.

Técnica:

Se utiliza como técnica de recolección de información la entrevista, la cual es una metodología de obtención de datos que, además de ser una de las tácticas empleadas en procesos de investigación, posee un valor intrínseco. Ya sea aplicado dentro de un estudio de investigación o concebida de manera independiente a un análisis sistematizado, comparte características comunes y sigue los pasos inherentes a esta estrategia de recopilación de información. Por lo tanto, lo que se presenta a continuación es aplicable tanto para implementar la técnica en el contexto de una investigación como para utilizarla de manera ocasional y aislada. (Folgueiras, 2021)

A continuación, se presenta el formato de la entrevista

Nombre:

Cargo:

1. ¿Cuáles son los principales desafíos a los cuales se enfrenta al interactuar con otros departamentos o colegas?
2. ¿Qué elementos considera son importantes sean parte de la capacitación empresarial para atender al cliente interno?
3. ¿Cuáles mecanismos considera efectivos para lograr comunicación con otras áreas o colegas?
4. ¿Qué medidas considera podrían tomarse para fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y amigable?
5. ¿En qué aspectos considera deben mejorar los líderes de las diferentes áreas con el propósito de fomentar la atención al cliente interno?
6. ¿Cuáles son los aspectos a destacar de la empresa que logran satisfacer sus necesidades como trabajador?
7. ¿Qué características considera debería tener la empresa de sus sueños para trabajar?



Desafíos a los cuales se enfrenta al interactuar con otros departamentos o colegas



Se encuentran elementos importantes a la hora de interactuar con otros departamentos que impiden el adecuado desarrollo interno, evidenciando falencias desde lo comunicativo hasta resistencia a los posibles cambios que ayuden a la mejora continua.

Elementos considerados como importantes en el proceso de capacitación para atender al cliente interno



La falta de planes de capacitación al personal por parte de la empresa hace que el cliente interno no se capacite y esté actualizado con respecto a la competencia quien de cierta manera se prepara día a día para ser mejor.



Medidas recomendadas para fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y amigable



La falta planeación de actividades que fomenten el ambiente colaborativo en la empresa a llevado al deterioro de las relaciones internas de las misma haciendo que el ambiente no mejore y por ende se deteriore cada vez más.



Aspectos sobre los cuales se considera deben mejorar los líderes de las diferentes áreas con el propósito de fomentar la atención al cliente interno



En cierta manera la empresa debe realizar una inversión considerable en la atención inmediata de al cliente interno el cual invierte siempre uno de los recursos invaluable dentro del recurso humano el cual es el tiempo y dedicación a la empresa. Una vez se valore de mejor manera al recurso humano la empresa mejorará cada uno de los aspectos encontrados.

Características que considera debería tener la empresa de sus sueños para trabajar



Sin duda alguna la empresa en la cual todo trabajador desea trabajar es aquella que lo toma en cuenta en cada uno de sus procesos, es aquella que cree en el trabajador y sobre todo que sabe que ese trabajador tiene un mundo de necesidades por satisfacer.



Anexo C. Elementos clave identificados

Un mal servicio al cliente interno dentro de una empresa puede afectar negativamente la moral de los empleados, la eficiencia operativa y, en última instancia, el éxito general de la organización.

Dentro de los elementos claves identificados están:

1. **Falta de comunicación:** La falta de comunicación clara y efectiva entre los diferentes departamentos o equipos puede llevar a malentendidos, errores y frustración entre los empleados.
 2. **Falta de apoyo y recursos:** Cuando los empleados no cuentan con los recursos necesarios para realizar sus tareas de manera eficiente, pueden sentirse desmotivados y experimentar dificultades para cumplir con sus responsabilidades.
 3. **Cultura organizativa negativa:** Una cultura de trabajo tóxica, falta de reconocimiento o falta de aprecio por el esfuerzo y el trabajo duro puede afectar negativamente la moral y la satisfacción laboral.
 4. **Procedimientos ineficientes:** Procesos internos complicados o ineficientes pueden dificultar el desempeño de los empleados y conducir a errores frecuentes.
 5. **Falta de desarrollo profesional:** La falta de oportunidades para el crecimiento y desarrollo profesional puede hacer que los empleados se sientan estancados y desmotivados.
 6. **Actitud poco profesional:** La actitud poco profesional de los líderes o colegas puede generar un ambiente de trabajo negativo y afectar la calidad del servicio que se proporciona internamente.
 7. **Falta de empatía:** La falta de empatía por parte de los líderes o compañeros puede hacer que los empleados se sientan incomprendidos y no valorados.
-


8. **Sistema de retroalimentación deficiente:** La ausencia de un sistema efectivo de retroalimentación y reconocimiento puede llevar a la falta de reconocimiento por el buen trabajo realizado y la incapacidad de corregir errores.



Anexo_D-Plan de atención al cliente interno

Comentado [A1]: No se coloca el nombre del responsable sino el cargo



 <p style="text-align: center;">IP MARKETING Y FINANZAS S.A.S PLAN DE ATENCIÓN AL CLIENTE INTERNO - ENDOMARKETING</p>								
FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Falta de comunicación	Establecer mecanismos resultado del trabajo de consultoría que permita mejorar los canales de comunicación entre dependencias.	Definir los medios de comunicación de la organización	No de canales de comunicación interna establecida	\$ 200.000	1 Hora	1 Día X Semana	Boletín, página web, cartelera	Dep. Creación
		Desarrollo de piezas de comunicación con información de interés para todos los trabajadores	No de piezas de comunicación difundidas en el mes	\$ 200.000	1 Hora	1 Semana X Mes	Boletín, página web, cartelera	Dep Contable.
Falta de apoyo y recursos	Organizar sesiones de capacitación para empleados y líderes en áreas donde se identifiquen deficiencias o falta de recursos.	Realizar encuestas o entrevistas con los empleados para determinar áreas de mejora o temas de interés para la capacitación..	No de encuestas realizadas en el mes.	\$ 500.000	30 min.	1 Día x Mes	Boletín, página web, cartelera	Dep Contable.
		Seleccionar el formato de capacitación más adecuado según el contenido y las necesidades de los empleados (por ejemplo, talleres prácticos, conferencias, seminarios web).	No de Capacitaciones realizadas en el mes al cliente interno	\$ 500.000	30 min.	1 Día x Mes	Boletín, página web, cartelera	Dep. Logística.
Cultura organizativa negativa	Determinar unos programas de reconocimiento y recompensas que contrarresten este factor.	Organizar sesiones de sensibilización y formación para todo el personal sobre la importancia de una cultura organizativa positiva y los efectos adversos de una cultura negativa.	Actas de asistencia realizados por el personal de seguridad	\$ 200.000	4 horas.	1 Día x Mes	Boletín, página web, cartelera	Dep. Creación
		Los premios y reconocimientos pueden incluir desde elogios públicos y reconocimientos formales hasta incentivos	No de canales de comunicación interna establecida	\$ 10.000.000	4 horas.	1 Día x Año	Boletín, página web, cartelera	Dep Logística.
Procesamientos ineficientes	Análisis de procesos y reingeniería que ayuden al mejoramiento de estos procesos.	Una vez identificados los problemas, se puede proceder a rediseñar los procesos utilizando técnicas de reingeniería para optimizarlos y mejorar su eficiencia. <u>Esto puede implicar la</u>	Contratos de servicios firmados por la empresa a contratantes de programas.	\$ 5.000.000	8 Horas.	1 Día x Mes	Boletín, página web, cartelera	Dep. Creación
		Incluir la formación en nuevas tecnologías y herramientas, la enseñanza de mejores prácticas y técnicas de trabajo, y el desarrollo de habilidades de gestión del tiempo y organización.	Certificados de Aptitud Profesional recibidos por el personal.	\$ 5.000.000	8 Horas.	1 Día x Mes	Boletín, página web, cartelera	Dep Logística

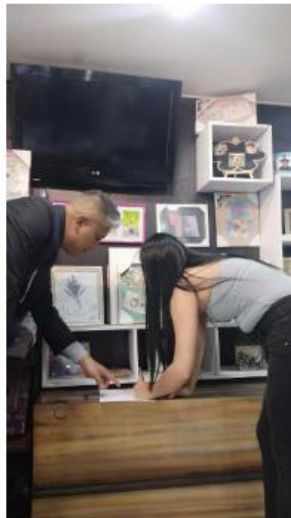
Falta de desarrollo profesional	Implementar actividades que fomenten el crecimiento y el aprendizaje continuo de los empleados el cual fomente el desarrollo profesional en el cliente interno.	Establecer un programa de mentoría donde empleados más experimentados guíen y apoyen a aquellos que están buscando desarrollarse profesionalmente.	Listas de asistencia firmados por los mentores durante el proceso.	\$ 100.000	8 Horas.	1 Día X Semana	Boletín, página web, cartelera	Dep Contable.
		Implementar programas de desarrollo de habilidades que aborden las necesidades específicas de los empleados y de la empresa.	Listados de asistencia diligencia	\$ 50.000	30 min.	1 Día x Semana	Boletín, página web, cartelera	Dep Logística
Actitud poco profesional	Implementar actividades que promuevan un cambio cultural y fomenten un ambiente de trabajo más positivo y productivo.	Desarrollar sesiones de sensibilización y entrenamiento en habilidades blandas que conyeben a comprender cómo sus actitudes y comportamientos impactan en el ambiente laboral y en la percepción de la empresa.	Listados de asistencia diligencia	\$ 500.000	1 Hora	1 Día x Mes	Boletín, página web, cartelera	Dep Contable.
		Implementa un programa de reconocimiento que celebre y premie a los empleados que demuestren una actitud profesional y un alto nivel de desempeño.	Listados de asistencia diligencia	\$ 10.000.000	4 horas.	2 Días x Año	Redes Sociales, página web.	Gerencia Gral.
Falta de empatía	Fomentar la empatía entre los empleados es crucial para promover un ambiente de trabajo colaborativo y comprensivo.	Implementar en ocasiones juego de roles de perspectiva que se organiza en sesiones donde los empleados asuman roles diferentes	Listados de asistencia diligencia	\$ 200.000	30 min.	1 Día x Mes	Boletín, página web, cartelera	Dep Logística
		Desarrollar Círculos de empatía en sesiones regulares donde los empleados compartan sus experiencias personales y desafíos en un entorno seguro y de apoyo.	Listados de asistencia diligencia	\$ 200.000	30 min.	1 Día x Mes	Boletín, página web, cartelera	Dep Logística
Sistema de retroalimentación deficiente	abordar la situación para mejorar la comunicación y la eficacia organizacional.	Introduce herramientas tecnológicas que faciliten la retroalimentación en tiempo real y de manera anónima si es necesario. Estas plataformas pueden ser encuestas en línea, tableros de retroalimentación virtual o incluso aplicaciones móviles diseñadas específicamente para esto.	Contratos de servicios firmados por la empresa a contratantes de programas.	\$ 10.000.000	8 Horas.	1 Día x Año	Redes Sociales página web.	Gerencia Gral.
		Organiza sesiones regulares donde los equipos puedan proporcionar retroalimentación de manera estructurada. Esto puede incluir reuniones mensuales, trimestrales o incluso semanales, dependiendo de las necesidades y el tamaño de la empresa.	Listados de asistencia diligenciados.	\$ 200.000	30 min.	1 Día x Mes	Boletín, página web, cartelera	Dep Logística.

Anexo_E-Memorias de sesión de divulgación



1

Siendo las 11:00am del martes 13 de febrero de 2024 hago presencia en la sede creativa de la empresa IP MARKETING Y FINANZAS S.A.S ubicada en la CR 78K No 33a-39. Allí se abordan temas relacionados con la comunicación entre departamentos y como estos medios pueden o no favorecer a los distintos procesos que a diario se gestan en el interior de la empresa.



1



2

A lo largo de la semana el jueves 15 de febrero del 2024 siendo las 2:30pm se realiza la visita en el departamento de Impresión y allí se observan los procesos que involucran toda la impresión de los distintos clientes de la empresa. Se explica las actividades que permitirán afianzar la comunicación usando los distintos canales dispuestos en esta Consultoría así como los beneficios de los mismos.



2




3

El viernes 23 de febrero del 2024 hacia las 10:00am se realiza una visita al área contable y financiero donde muestra algunos resultados de la consultoria así como el plan de atención al cliente interno que se analiza desde los distintos puestos de trabajo en una actividad de socialización del mismo.










3

Anexo_F - Lista de asistencia a la sesión de divulgación



A continuación se realciona el listado de las personas que participan del proceso de divulgación dentro del proceso durante el mes de febrero de 2024.

NOMBRE DEL FUNCIONARIO	DEPARTAMENTO	FIRMA
MIGUEL FERNANDO DAZA	Contabilidad	
JAIDÉ ROMERO	Creativa	
ISLENA PAOLA MARTINEZ	Gerencia	
DANIEL MORENO	Logística	

 +51-6458595
 ipmarketingyfinanzas@gmail.com
 CR 18 No 1-03 Int 19
3002655789

Anexo G. Acta de seguimiento No 1



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: Noviembre 15 de 2023 4:00 p.m	Fecha/Hora final: Noviembre 15 de 2023 5:00 p.m
Lugar de la reunión¹: Sala de Juntas	Empresa: IP Marketing y Finanzas
Proyecto: Plan de Atención al cliente interno en la empresa IP Marketing y Finanzas	Número de contrato: 20230718033735
Responsable del proyecto en la empresa: Islena Paola Martínez Representante Legal Administración	Consultores: Carlos Alberto Villamizar Suarez Estudiante Maestría Gerencia del Talento Humano (MGTH). Politécnico Grancolombiano.

TEMAS TRATADOS²

<p><i>Tema:</i></p> <p>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.</p> <p>Proyecto que tiene como objetivo general: Proponer un plan de atención al cliente interno de la empresa IP Marketing y Finanzas a través de un proceso de consultoría que permita mejorar el clima organizacional.</p> <p><i>Desarrollo:</i></p> <p>De acuerdo con el plan de trabajo del se programaron las siguientes actividades, con los respectivos productos entregables como resultado de la consultoría.</p>
--

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

² Describir dentro del recuadro los temas tratados.




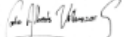


PROYECTO DE CONSULTORÍA- SEGUIMIENTO GERENCIAL

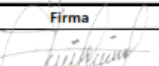
Número de acta:	001
Título del acta:	Seguimiento gerencial [#01] Proyecto de consultoría- Opción de Grado. Maestría en Gerencia del Talento Humano.

Alcance del Proyecto			
No.	Actividad / Compromiso	ID.	Producto / Entregable
1	Análisis de la situación actual de frente a la atención del cliente interno	A	Matriz FODA
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 a la sesión de divulgación

FIRMAS DE APROBACIÓN - ASISTENTES AL SEGUIMIENTO GERENCIAL³


Nombre	Cargo o rol	Firma
Islena Paola Martínez	Responsable / Supervisor del proyecto en la empresa.	
Carlos Alberto Villamizar	Consultor #01. Estudiante MGTH.	

FIRMAS DE RECIBIDO- DIRECTOR DEL PROYECTO

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

³ Firman los asistentes al seguimiento gerencial.

Anexo H. Acta de seguimiento No 2



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.


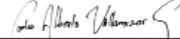
DATOS DEL ACTA

Fecha/Hora inicio: Enero 24 de 2023 4:00 p.m	Fecha/Hora final: Enero 24 de 2023 5:00 p.m
Lugar de la reunión¹: Sala de Juntas	Empresa: IP Marketing y Finanzas
Proyecto: Plan de Atención al cliente interno en la empresa IP Marketing y Finanzas	Número de contrato: 20230718033735
Responsable del proyecto en la empresa: Islena Paola Martínez Representante Legal Administración	Consultores: Carlos Alberto Villamizar Suarez Estudiante Maestría Gerencia del Talento Humano (MGTH). Politécnico Grancolombiano.

TEMAS TRATADOS²

<p><i>Tema: Revisión de pendientes</i></p> <p>A continuación, se relacionan los pendientes para dar el cierre al proceso de consultoría.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acta de divulgación • Firma de socialización de divulgación • Certificado de recibido a satisfacción • Certificado de innovación.

FIRMAS DE APROBACIÓN - ASISTENTES AL SEGUIMIENTO GERENCIAL³

Nombre	Cargo o rol	Firma
Islena Paola Martínez	Responsable / Supervisor del proyecto en la empresa.	
Carlos Alberto Villamizar	Consultor #01. Estudiante MGTH.	

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

² Describir dentro del recuadro los temas tratados.

³ Firman los asistentes al seguimiento gerencial.



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.

FIRMAS DE RECIBIDO- DIRECTOR DEL PROYECTO

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

