

**ELABORACIÓN DE RESÚMENES ANALÍTICOS DE INVESTIGACIÓN DE
LOS TRABAJOS DE GRADO EN LA ESPECIALIZACION DE GERENCIA
DEL SERVICIO DE LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA PARA EL PERIODO
[2001-2007].**

PROYECTO DE GRADO

**Estudiante
ALFONSO IVAN VELASQUEZ RIVEROS**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA COMERCIAL
Chía, Cundinamarca
Febrero de 2007**

**ELABORACIÓN DE RESÚMENES ANALÍTICOS DE INVESTIGACIÓN DE
LOS TRABAJOS DE GRADO EN LA ESPECIALIZACION DE GERENCIA
DEL SERVICIO DE LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA PARA EL PERIODO
[2001-2007].**

PROYECTO DE GRADO

**Asesor del Proyecto
CRISANTO QUIROGA**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ESPECIALISTA
EN GERENCIA COMERCIAL**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA COMERCIAL
Chía, Cundinamarca
Febrero de 2007**

INDICE

	PAG
1. TITULO	03
2. JUSTIFICACIÓN	04
3. OBJETIVOS	06
3.1 OBJETIVO GENERAL	06
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	06
4. MARCO REFERENCIAL	07
4.1 MARCO TEÓRICO	07
4.2 MARCO CONCEPTUAL	10
5. METODOLOGIA	12
6. CONCLUSIONES	13
7. RECOMENDACIONES	17
8. BIBLIOGRAFÍA	18

1. TÍTULO

Elaboración de Resúmenes Analíticos de Investigación de los trabajos de grado en la Especialización de Gerencia del Servicio de la Universidad de La Sabana para el periodo [2001-2007].

2.JUSTIFICACION

Como está definido en la Visión de La Universidad: “Queremos una Universidad cuyo compromiso con el desarrollo del conocimiento aporte soluciones a los grandes problemas y contribuya a dar respuesta a las nuevas exigencias y necesidades de la sociedad”¹. Para poder cumplir con el compromiso de generación de conocimiento, la Universidad requiere identificar nuevas líneas de investigación y nuevas fuentes bibliográficas que soporten el desarrollo de las especializaciones actuales y de los futuros postgrados propuestos en el área de Finanzas y Economía.

Por este motivo, se ha decidido efectuar un trabajo denominado Resúmenes Analíticos de Investigación de los trabajos de grado de las especializaciones en Gerencia del Servicio de la Universidad de La Sabana para el periodo [2001-2007], que adicionalmente permita conocer los trabajos de grado desarrollados por los estudiantes de los programas mencionados y sus contenidos.

La elaboración de dichos Resúmenes Analíticos de Investigación, se justifica en la medida que permitirá identificar líneas de investigación, fuentes bibliográficas, metodologías y empresas en las que han desarrollado los trabajos de grado los estudiantes del área de Servicios.

El realizar los Resúmenes Analíticos de los trabajos de grado realizados por los estudiantes de la especialización de Gerencia del servicio me involucrará de fondo en puntos que fueron tratados en la Especialización que realice en Gerencia Comercial pero que en cada uno de los documentos se profundizará y se verá aplicado en Empresas ya existentes o en futuros planes de negocio. Se analizarán empresas de diferentes sectores como Telecomunicaciones, Salud, Servicios, Alimentos, Financiero, Metalmeccánica y Tecnología; saliéndome de mi zona de confort la cual es el sector de la Telecomunicaciones logrando percibir la situación de cada uno de ellos y encontrando una visión holística de estrategias de servicio enfocada a cada uno.

Por otro lado, de acuerdo con la Resolución 499 del 27 de julio de 2005 del Consejo Superior, La Universidad resolvió transformar la Dirección de

¹ Proyecto Educativo Institucional Universidad de LA Sabana, pág 8.

Especializaciones en un Instituto de Postgrados que agrupó los programas de Especialización y las Maestrías Profesionalizantes. Las Maestrías según el Decreto 916 de 2001 del Ministerio de Educación, pueden tener énfasis disciplinario o profesional, “..están dirigidas a la profundización de conocimientos y a la apropiación de capacidades creativas de estudio y

reflexión sistemática, mediante el dominio progresivo de conceptos, técnicas y métodos de estudio e investigación, cuyo resultado se concreta en un aporte al conocimiento disciplinario, interdisciplinario o profesional”².

² Decreto 916 de 2001, Capítulo II Artículo 7.

3. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar los Resúmenes Analíticos de Investigación de los trabajos de grado en la Especialización de Gerencia del Servicio de la Universidad de La Sabana para el periodo [2001-2007].

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

4.2.1 Realizar un diagnóstico general de los trabajos de grado de la Especialización de Gerencia del Servicio.

4.2.2 Efectuar un análisis de cada trabajo y elaborar el RAI (Resumen Analítico de Investigación) correspondiente de acuerdo a la metodología definida.

4.2.3 Sistematizar la información de cada RAI.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO TEÓRICO

La Especialización en Gerencia ³del Servicio fue creada con la Resolución No. 4052 del 25 de septiembre de 1996 del Consejo Superior de la Universidad de La Sabana. Inició labores académicas en octubre de 1997.

El título que se otorga es Especialista en Gerencia del Servicio.

Tiene registro Calificado del Ministerio de Educación Nacional. Resolución No. 4074 del 24 de Julio de 2006. Duración 7 años. Registro Calificado hasta el año 2013.

Misión de la especialización:

Coadyuvar a desarrollar organizaciones competitivas por medio de la formación de líderes íntegros y visión gerencial que logren desarrollar las ventajas y las estrategias competitivas de servicio y calidad, a través de la revitalización de la cultura organizacional, la administración de procesos y el aprovechamiento de la tecnología de información.

Propósitos:

- Comprender, dirigir y promover la gestión del servicio como ventaja competitiva en las organizaciones, y como parte integral de la planeación estratégica de la organización.
- Afianzar y fomentar en la sociedad valores éticos, de respeto, de responsabilidad, de solidaridad y justicia social, necesarios para lograr la transformación social a nivel nacional e internacional.
- Colaborar en la diseminación en Colombia de los nuevos modelos y tecnologías utilizados actualmente en los países más desarrollados en gerencia del servicio.
- Identificar y trabajar los procesos de calidad y productividad que se dan en las organizaciones por medio de la implementación de indicadores de gestión y auditoría del servicio, para impulsar y difundir el mejoramiento continuo en las organizaciones de acuerdo con los principios y valores que esto implica.

Perfil de estudiante:

³ www.unisabana.edu.co

Está dirigida a profesionales con una clara proyección gerencial, con sensibilidad hacia las personas y los procesos, con una visión holística de la organización en donde el servicio al cliente sea la prioridad.

El estudiante debe caracterizarse por la calidez y amabilidad en sus relaciones interpersonales, su recursividad, su adaptación activa al cambio y su capacidad de escucha; rasgos personales fundamentados en un equilibrio personal con evidencia de manejo adecuado de su firmeza, sensibilidad y criterio en los ámbitos familiar, laboral y social; además debe evidenciar comunicación efectiva.

Perfil del especialista:

Es un pensador estratégico con visión holística y prospectiva, orientado a resultados, promotor de ideas, con habilidad para dirigir, guiar y orientar individuos y grupos, con una actitud y comportamiento gerencial.

El especialista está en capacidad de desarrollar una estrategia corporativa de calidad y servicio, que por medio del diseño, implementación de procesos y metodologías de mejoramiento continuo generen una cultura que garantice la fidelización, retención, captación y mantenimiento de clientes satisfechos

Perfil ocupacional:

Puede desempeñarse en cargos directivos en organizaciones nacionales e internacionales de carácter público o privado de cualquier sector de la economía, donde el direccionamiento organizacional este centrado en la implementación de estrategias con enfoque de servicio.

Puede dirigir áreas de Servicio al Cliente, Calidad y Servicio, Centros de Servicio, Contac Center, Talento humano, Mercadeo de Servicios y Producción del Servicio, entre otras.

El propósito que tiene la investigación en la Universidad de La Sabana es:

- Conformar una comunidad de investigación del más alto nivel científico y sapiencial, que, inspirada en una visión cristiana del hombre y del mundo, esté en condiciones de:
- Consolidar académicamente a la Universidad para que se halle en capacidad de responder a las exigencias de apertura de la sociedad actual.
- Impulsar dinámicas de generación y de proyección del conocimiento, en todas las áreas del saber.
- Hacer aportes a la solución de los problemas teóricos, prácticos, técnicos y estéticos que van apareciendo en la vida de los hombres y de los pueblos.

- Consolidar la articulación investigación–docencia, mediante el desarrollo de procesos pedagógicos que estimulen el acercamiento sistemático al conocimiento, y el desarrollo de programas para la formación permanente de los profesores de la Universidad. Esta articulación implica el simultáneo ejercicio de la investigación y de la docencia.
- Establecer planes institucionales de investigación que ofrezcan un equilibrio entre la investigación básica y la investigación aplicada; que incluyan una suficiente armonía entre lo teórico, lo estético y lo práctico, y que correlacionen a la investigación científica y técnica con la investigación en ciencias sociales, en humanidades y en artes creativas.
- Consolidar redes, no únicamente interuniversitarias, sino también interinstitucionales, nacionales e internacionales, para el desarrollo conjunto de programas, líneas y proyectos de investigación.

4.2 MARCO CONCEPTUAL

RA: Resumen Analítico de Investigación.

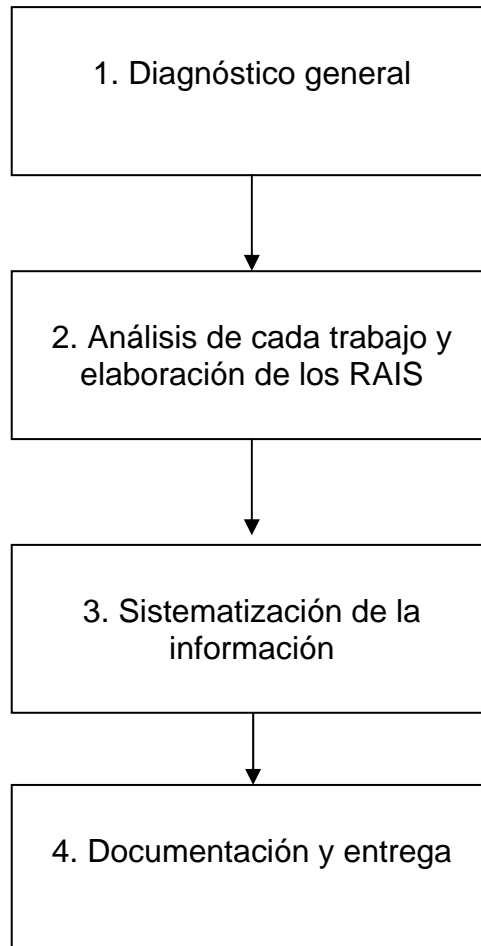
Estado De Arte (Investigación documental) ⁴: es una revisión de lo que sobre un tema se ha producido, establece que la producción hay que examinarla en los textos, no solo revisar documentación para fundamentar nuevas propuestas, sino que las propuestas de investigación y sus productos se convierten en un nuevo campo de investigación.

Es aquella actividad que se realiza antes de la formulación de un problema, explica os procedimientos que se deben seguir para que una persona enfrente la realidad, la explique y pueda llegar a construir una teoría. Tiene como propósito la creación y construcción de teorías.

La expresión estado de arte empieza a crear un nuevo campo de investigación, no solamente una ampliación de la documentación, sino la conversión de la investigación en fenómeno de investigación en sí; en consecuencia, se podía hablar de la Investigación sobre la investigación.

⁴ VELEZ, Amparo – CALVO, Gloria. Análisis de la investigación en la formación de investigadores.

5. METODOLOGÍA



Etapa 1: Incluye la identificación de todos los trabajos de grado realizados entre los años 2002 y 2006.

Etapa 2: Se define un formato para recopilar la información de cada trabajo y se elaboran los RAIS.

Etapa 3: Una vez recopilada la información, se procede a sistematizar dicha información.

Etapa 4: Corresponde a la entrega del trabajo final al Instituto de Postgrados.

6. CONCLUSIONES

TC-226.2003-001 Propuesta de un modelo que defina los lineamientos de un sistema de información que evalúe la calidad de los servicios de la caja de compensación familiar COMPENSAR.

El modelo que se plantea es el más apropiado sin recurrir a alta inversión tecnológica para medición de indicadores de servicio, ajustando los sistemas existentes e involucrando a todos los actores de Servicio al cliente de Compensar y centralizando la información en un solo punto para lograr completar el ciclo de servicio.

TC-226.2006-004 El comportamiento del consumidor frente a la innovación del uso del sistema drive thru para comida rápida en Bogotá

El estudio aunque aparentemente sencillo, logró establecer los patrones de comportamiento de los usuarios de Drive Thru; se realizaron encuestas y observación directa mostrando la relación entre la cultura y el comportamiento de los compradores. Este estudio sirve para realizar campañas de marketing a empresas que deseen implementar este canal de venta o potencializar las que ya lo tienen.

TC-226.2003-005 Propuesta de una estructura interna de servicio

En la empresa que se desarrolla la investigación (Banco de Crédito) y aunque se desarrolló en el 2003, se evidencia la importancia del centro de atención telefónica como fuente de información y canal de atención al cliente, actualmente para todas las empresas es claro la importancia de desarrollar el call center no solo como un canal de atender llamadas sino como el punto de contacto principal con el cliente superando al canal presencial por el número de clientes que pueden llegar a comunicarse con este canal. La propuesta de plantear un esquema de monitoreo y control es la más adecuada para un call center por el volumen de transacciones que se administran en él.

TC-226.2006-008 Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría en temas de servicio para el sector salud

El punto que se trata en esta tesis es muy importante y muestra la situación actual del sector salud en el que solo se realizan procesos de atención sin realizar mejoramiento continuo, solo se realiza seguimiento a indicadores. El plantear una empresa de consultoría podría ayudar a incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios y soportando la carga operativa que esto significaría para los centros de atención de salud.

Importante que integra conocimiento del sector, investigación de situación actual de servicio y plan de negocio complementario al sector salud.

TC-226.2007-003 Diseño de estrategias de fidelización para los clientes actuales y consecución de nuevos clientes para la empresa G&F Ferreterías

En este sector no se ha renovado el esquema de servicio por el tipo de segmentos a los que va dirigido y por la informalidad de los empresarios, la idea se plantea de forma estructurada de tal forma que se creen relaciones sostenibles entre empresa y cliente pasando de simples compradores a clientes fieles. El centro de la estrategia es fidelizar y potencializar al cliente actual logrando conocimiento de cada uno de ellos, la metodología usada considero es la adecuada con encuestas y análisis de clientes pudiendo adaptar esta estrategia a cualquier empresa del mismo sector.

TC-226.2003-002 Diseño de un sistema de gestión de indicadores del servicio

La problemática planteada en este caso se centra en los procesos internos de atención entre áreas de una misma organización, la definición que le da el autor de la investigación al plantear plan de procesos y asignación clara de roles y responsabilidades; considero se acopla al objetivo planteado incluyendo indicadores de gestión para asegurar los procesos.

TC-226.2003-006 Diagnostico para diseñar el area de servicio al cliente en el BBVA BANCO GANADERO

Este escenario planteado en la investigación nos muestra claramente la falta de comunicación entre las áreas de servicio de la compañía y el comité ejecutivo de la misma; al realizar un análisis de cliente externo y externo se evidenció la falta de profundidad en las encuestas de satisfacción al cliente externo lo que se estaba viendo reflejado en el cliente interno, el diagnóstico y posterior planteamiento del triángulo del servicio hace de la propuesta un desarrollo básico para una multinacional como el BBVA que debería redundar en el incremento de los índices de satisfacción y posterior atracción de clientes

TC-226.2003-003 Análisis de la situación actual, diseño de estrategias de servicio y propuesta para la creación de un nuevo centro de atención personalizado para la empresa AVANTEL S.A

El planteamiento de analizar el ámbito interno de la compañía centrándose en verificar la misión, visión, valores, fortalezas y debilidades considero es un punto importante que gran mayoría de empresas dejan de lado ya que esto hace parte del eje de las empresas; en este caso específico se encontró es que esta base esta enfocada a lo que busca la organización que es enfoque al cliente.

TC-226.2006-003 Plan de negocio para un delikatessen en la ciudad de bogota

Siendo un plan de negocio el desarrollo de este proyecto de grado, vincula adecuadamente un diagnóstico del subsector de alimentos en el cual se desarrollará la empresa; también un marco teórico de lo que se debe tener en cuenta para formar empresa incluyendo cultura empresarial y organizacional, estrategias de servicio, sin dejar a un lado detalles tan importantes como los aspectos legales de creación de una empresa.

TC-226.2002-001 Modelo de la gerencia de inversiones ganadería “EL GANSO”

Este escenario que plantea la implementación un proceso completo de creación de visión de la empresa vinculando al mismo tiempo nuevas estrategias y procesos que se puedan replicar en otras empresas del sector hace evidente lo fácil de plantear estrategias para empresas que generan bastantes ingresos y movimiento para la economía del país pero son administradas bajo la informalidad de procesos y estrategias.

TC-226.2001-001 Enfoque de servicio para construir una organización con la misión de dar a conocer el jugo de “tahitian noni” en colombia y a nivel global

El modelo de lógica y estrategia planteado en este trabajo, estructura mis conocimientos sobre la creación de una empresa para difundir un producto como el jugo de noni que es reconocido por la sociedad pero no aceptado por todos como medicinal; el modelo que se plantea incluye los puntos de vista necesarios para liderar la distribución de un producto que en este caso podríamos asociar a un océano azul.

TC-226.2001-002 Guía de auditoria del servicio en generales Ltda. para sus lineas de equipos a motor e instrumentación, en Colombia

El planteamiento que se desarrolla en este trabajo para encontrar el seguimiento a los indicadores de servicio se plantea como una auditoría con índices de seguimiento lo que considero muy válido teniendo en cuenta que el servicio es el punto más importante en una organización y no solo se debe tomar como indicadores de gestión sino como procesos periódicos que realicen diferentes auditores internos de la compañía capacitados para tal fin.

TC-226.2003-007 Diseño y documentación de un sistema de gestión de la calidad bajo los lineamientos de la norma NTC ISO 9001:2000 en la empresa de servicios de consultoría conika ingeniería Ltda.

En este documento también se aplicaron guías de auditoría pero en este caso basadas en una norma ya establecida para tal fin, adicional es muy importante que no solo se plantea para ejercer control en la organización sino como una herramienta que asegurar al cliente el cumplimiento de procesos que logren los beneficios esperados por el cliente final.

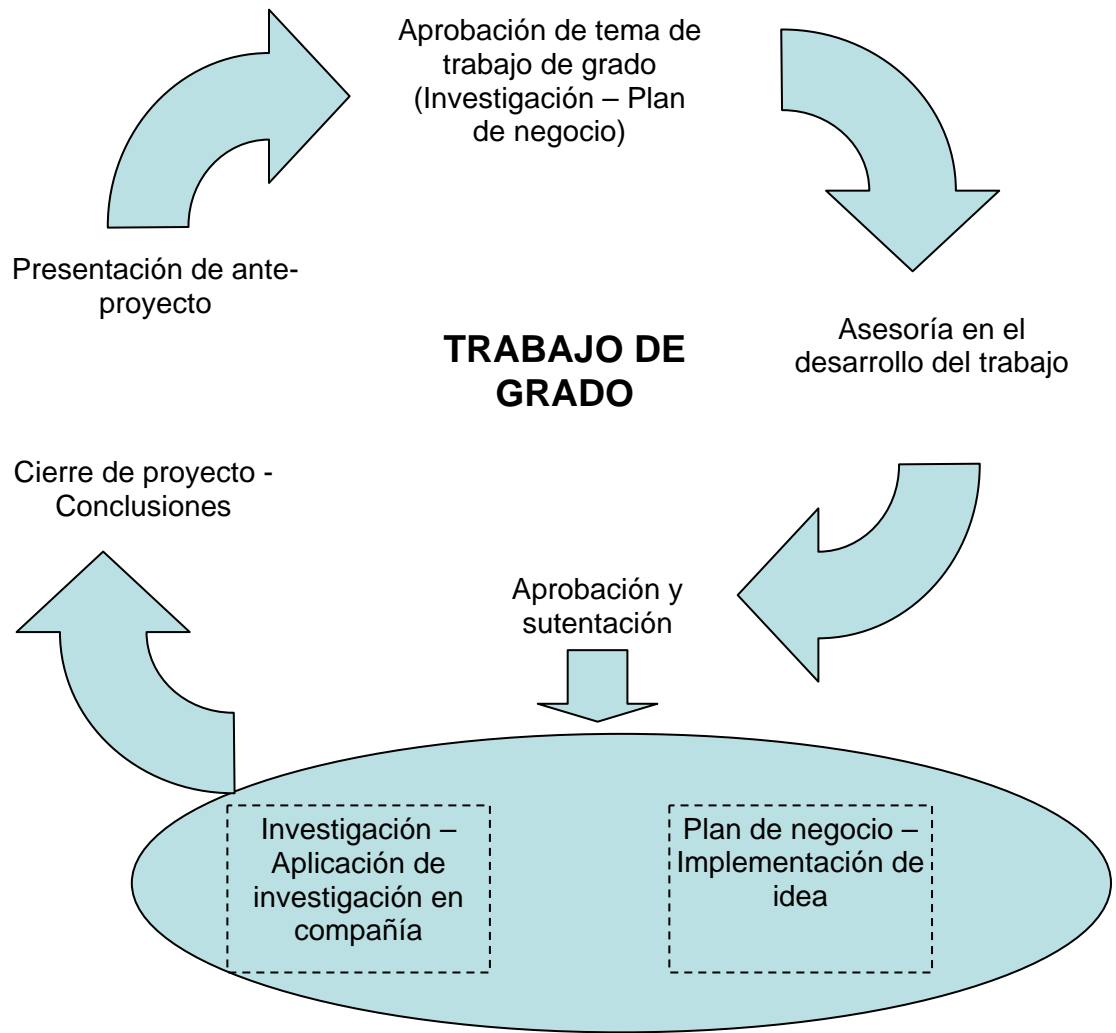
7. RECOMENDACIONES

Lo trabajos de grado analizados desarrollan teorías tratadas en el transcurso de la especialización de Gerencia del servicio y cada individuo o grupo de trabajo la ajusta a compañías reales evidenciando problemas buscando solucionarlos con los planteamientos expuestos.

Se nota la influencia de cada asesor en el desarrollo de los proyectos, asesor práctico refuerza en actividades que desarrollen la idea, asesores teóricos se esfuerzan en desarrollar el marco teórico que alimente la idea; por lo que se debe tener mínimo dos asesores por proyecto para crear controversia con dos puntos de vista, el teórico y el práctico para obtener un resultado satisfactorio del proyecto.

El acompañamiento y asesoría de la Universidad de la sabana en los proyectos debería llegar hasta la aplicación y seguimiento de estas propuestas en cada una de la compañías o planes de negocio, esto reforzaría el esfuerzo de la Universidad en el desarrollo de las personas y las empresas en Colombia. Al realizar este acompañamiento se vincularía la Universidad como una Entidad de soporte para el desarrollo del país.

El ciclo propuesto es:



8. BIBLIOGRAFÍA

Análisis de la investigación en la formación de investigadores.
AMPARO VELEZ – GLORIA CALVO
Universidad de la Sabana. 1992

<http://www.unisabana.edu.co>

Andrei Lopez Charry
Propuesta de un modelo que defina los lineamientos de un sistema de información que evalúe la calidad de los servicios de la caja de compensación familiar COMPENSAR
2003

Juan Andres Escobar
El comportamiento del consumidor frente a la innovación del uso del sistema drive thru para comida rápida en Bogotá
2006

Ligia Elvira Martínez Gonzalez
Propuesta de una estructura interna de servicio
2003

Adriana Forero Bobadilla
Angelica Villarrag Nieto
Liliana Alvis Cruz
Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría en temas de servicio para el sector salud
2006

Paola Andrea Gutierrez Florez
Silvia Riaño Villamizar
Diseño de estrategias de fidelización para los clientes actuales y consecución de nuevos clientes para la empresa G&F Ferreterías
2007

Dario Enrique Sarmiento Amador
Diseño de un sistema de gestión de indicadores del servicio
2003

Martha Rocio Moreno Puerto
Diagnóstico para diseñar el área de servicio al cliente en el BBVA BANCO GANADERO
2003

Adriana Del Pilar Cortes Bermudez
Análisis de la situación actual, diseño de estrategias de servicio y propuesta
para la creación de un nuevo centro de atención personalizado para la empresa
AVANTEL S.A
2003

Lina Marcela Vargas Acero
Maria Catalina Villamizar Ortiz
Roberto Andres Valbuena Bonilla
Plan de negocio para un delikatessen en la ciudad de bogota
2006

Adriana Cortes Piñeres
Modelo de servicio para los usuarios de la unidad renal de la fundacion cardio
infantil RENAL THERAPY SERVICE LTDA . sucursal bogotá
2003

Francisco Arturo Ortiz Navarro
Carlos Alfonso Enciso
Modelo de la gerencia de inversiones ganadería "EL GANSO"
2002

Lucero Martín Triana De Ricardo
Enfoque de servicio para construir una organización con la misión de dar a
conocer el jugo de "tahitian noni" en colombia y a nivel global
2001

Jorge Enrique Botero Salazar
Zaida Esperanza Vargas Ulloa
Guia de auditoria del servicio en generales Ltda. para sus lineas de equipos a
motor e instrumentación, en Colombia
2001

Martha Lucía Mejía Motta
Diseño y documentación de un sistema de gestión de la calidad bajo los
lineamientos de la norma NTC ISO 9001:2000 en la empresa de servicios de
consultoría conika ingeniería Ltda.
2003

RAI No	AUTORES	AÑO	TITULO DEL PROYECTO	TIPO DE INVESTIGACION	OBJETIVOS	CONCLUSIONES
TC-226.2003-001	Andrei Lopez Charry	2003	Propuesta de un modelo que defina los lineamientos de un sistema de informacion que evalúe la calidad de los servicios de la caja de compensacion familiar COMPENSAR	No descrita	Realizar una propuesta de un modelo que defina los lineamientos de un sistema de informacion que evalúe la calidad de los servicios de la caja de compensacion familiar "COMPENSAR"	La unificación de los sistemas de información que son fuente de los programas de calidad del servicio deben estar unificados y enfocados directamente a lo que necesita el cliente, la información que se recopila debe ser administrada en un solo punto de contacto pero logrando la interacción de las áreas de servicio involucradas. al realizar análisis adecuado de la información se debe lograr completar el ciclo del servicio.
TC-226.2006-004	Juan Andres Escobar	2006	El comportamiento del consumidor frente a la innovación del uso del sistema drive thru para comida rápida en bogotá	Descriptiva	Conocer la razón por la cual los usuarios del sistema Drive Thru de comida rápida, desarrollan diferentes comportamientos frente a este tipo de servicio	Permitió establecer una relación entre la cultura y el comportamiento del consumidor Bogotano usuario del Drive Thru, se evidenció más del 85% de los usuarios del servicio están acompañados por numerosas personas de determinados grupos de referencia. Las personas que lo utilizan buscan la aprobación de otros individuos para satisfacer sus necesidades sociales volviéndolo un consumidor dependiente lo cual requiere que su compra este determinada por el grupo de referencia.
TC-226.2003-005	Ligia Elvira Martínez Gonzalez	2003	Propuesta de una estructura interna de servicio	Descriptiva	Proponer una organización interna del servicio, que determine sistemáticamente la relación existente entre los mecanismos internos con que cuenta el Banco de Crédito para conocer el nivel de servicio que esta prestando la organización y el nivel de servicio esperado por los clientes externos de la organización, de una forma medible que periódicamente permita establecer los índices de servicio que tiene la organización contando con los recursos actuales.	El Centro de atención telefónico por su dependencia tecnológica debe seguir dependiendo de la Gerencia de canales electrónicos asegurando retroalimentación a sus agentes como a la organización implementando esquemas de monitoreo y control. El área de quejas y reclamos debe complementar a la anterior con esquemas objetivos de retroalimentación a nivel corporativo administrándose desde una nueva área de "Gestión al cliente"
TC-226.2006-008	Adriana Forero Bobadilla Angelica Villarrag Nieto Liliana Alvis Cruz	2006	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría en temas de servicio para el sector salud	Cuantitativa Exhaustiva	Determinar la viabilidad del proyecto sobre creación de una empresa de consultoría especializada en temas de Servicio al usuario del sector salud.	Después de realizar este acercamiento a un entorno social tan crítico como lo es la Salud, que presenta dos matices: el público y el privado; se ven grandes oportunidades de trabajo y desarrollo en el tema de servicio al cliente, que debe ser fortalecido pues hasta el momento los temas gerenciales han sido encaminados a empresas de productos, servicios financieros y administrativos. Pero también encuentran grandes barreras, no se puede desconocer que el ejercicio de la salud en Colombia presenta grandes tropiezos dadas las condiciones legislativas y gubernamentales; donde el presupuesto nacional y de las empresas privadas es insuficiente. Adicionalmente el tipo de cliente (usuario) tiene una percepción diferente de los servicios ofrecidos, por lo tanto dada la experiencia del grupo de la consultoría se pretende profundizar en el sector y convertirse en una de las consultorías pioneras en temas de Servicio en Salud que realmente proporcione herramientas donde el servicio se debe integrar al funcionario como individuo único y colectivo por un bien común como lo es la salud y el bienestar de los pacientes "los clientes". Después de la investigación realizada se considero como resultado del trabajo que es viable : Servicio en Salud Consultoría Ltda.

TC-226.2007-003	Paola Andrea Gutierrez Florez Silvia Riaño Villamizar	2007	Diseño de estrategias de fidelización para los clientes actuales y consecución de nuevos clientes para la empresa G&F Ferreterías		Diseñar estrategias de fidelización para los clientes actuales y potenciales para la empresa G&F Ferreterías, que permitan mejorar la creación de valor para el cliente, diferenciación y mayor competitividad, y a su vez crear los elementos fundamentales para que el recurso humano con el que cuenta actualmente la empresa se concientice de la importancia del buen manejo del cliente externo para lograr clientes leales y fieles a la empresa.	El estudio realizado a la empresa G&F es un claro ejemplo de la importancia empezar a renovar los esquemas pasivos de los negocios, mas aun en un sector como éste que por los segmentos a quienes esta dirigido no logra crear relaciones empaticas y sostenibles en el tiempo, sino que se establecen bajo una política de costos y precios determinados Lograr crear fidelidad de los clientes con la empresa; es indispensable no solo crear o diseñar estrategias para conseguirlo sino que es indispensable crear un ambiente propicio al interior de la empresa que refleje calidez y buen servicio, además de asesoria (a través de la gestión del conocimiento); que se le quiere transmitir al cliente.
TC-226.2003-002	Dario Enrique Sarmiento Amador	2003	Diseño de un sistema de gestion de indicadores del servicio	Descriptiva	Presentar una forma de mejorar la gestión del Servicio de IBM Global Account dentro de la organización IBM Andino (Colombia, Perú, Venezuela y Ecuador) Creando el diseño general de una herramienta que facilite la toma de decisiones de servicio, usando metodologías probadas de administración estratégica, y partiendo de recursos existentes actualmente en la organización: Información, Infraestructura y Recurso Humano	En este documento se han estudiado a fondo los procesos que componen el servicio de Tecnología de Información que presta el departamento IBM Global Account a la cuenta de IBM. Para hacerlo, se comenzó con un análisis de los procesos que se ejecutan hoy día y que sirvieron de base para identificar los mayores problemas en el manejo de la información y en la gestión de los procesos. Usando metodologías externas a la organización como en el caso de ISO 9001, y metodologías internas como en el caso de PMP, se logra construir una formalización de los procesos, y al identificar una misión y una visión para IGA adaptada a la realidad de la región SSA que es el objeto del estudio, se comienza una planeación estratégica, cuyo alcance a largo plazo queda establecido usando el Cuadro de mando integral. Todos estos elementos permiten precisar los indicadores necesarios para la correcta gestión del servicio de la cuenta interna IGA.
TC-226.2003-006	Martha Rocio Moreno Puerto	2003	Diagnostico para diseñar el area de servicio al cliente en el BBVA BANCO GANADERO	Documental	Realizar un diagnóstico para diseñar el Área de Servicio en el BBVA BANCO	El Banco Ganadero ha vivido tres etapas que lo han marcado, en las que pasó de una entidad de cultura oficial a una entidad privada, y por último a ser parte una cultura trasnacional que a llevado a la organización a que en la actualidad sus funcionarios no tengan una identidad cultura y en la que el servicio no es lo fundamental, por ello la propuesta de esta investigación se fundamenta en que a partir de la nueva "Cultura Corporativa" denomina "Experiencia BBVA", se afiance y direccionen los planes estratégicos y las actividades a que sus funcionarios se apropien e identifiquen con la nueva cultura, con el nuevo enfoque, en el que "el cliente es el centro del negocio", con ello la organización en el mediano plazo se identificará y posicionará ante su cliente como una entidad de servicio, calidad y excelencia.
TC-226.2003-003	Adriana Del Pilar Cortes Bermudez	2003	Análisis de la situación actual, diseño de estrategias de servicio y propuesta para la creación de un nuevo centro de atención personalizado para la empresa AVANTEL S.A	Descriptiva	Realizar un análisis de la situación actual de la compañía y desarrollar la propuesta de creación de un nuevo Centro de Atención Personalizado	Identificar dentro de una compañía los conceptos básicos del servicio como la cadena de valor, las dimensiones de la calidad, los factores claves del éxito , entre otros y analizar la auditoria interna y externa, permite ubicar a la empresa en un contexto para la generación de estrategias de servicio orientadas a las necesidades de la organización.
TC-226.2006-003	Lina Marcela Vargas Acero Maria Catalina Villamizar Ortiz Roberto Andres Valbuena Bonilla	2006	Plan de negocio para un delikatessen en la ciudad de bogota	Descriptiva	Definir la viabilidad de una comercializadora de alimentos tipo delikatessen en la ciudad de Bogotá, innovadora, competitiva y con permanencia en el tiempo.	La investigación cualitativa es positiva hacia el desarrollo de la idea de negocio incentivando a los investigadores a profundizar en el estudio de los gustos y preferencias de un segmento de mercado extranjero y dentro de un rango de edad de 40 a 65 años. El mercado en Bogotá para el Delikatessen es de una alta aceptación considerando como características diferenciadores del negocio la exclusividad, elegancia y venta de productos de excelente calidad y prestigio

TC-226.2003-004	Adriana Cortes Piñeres	2003	Modelo de servicio para los usuarios de la unidad renal de la fundacion cardio infantil RENAL THERAPY SERVICE LTDA . sucursal bogotá	Descriptiva	Diseñar un modelo de servicio que permita mejorar las condiciones actuales de satisfacción de los pacientes de la Unidad Renal de la Fundación Cardio Infantil RTS Ltda. Sucursal Bogotá	Este trabajo en su parte preliminar permitió identificar el entorno en el que las Clínicas Renales desarrollan su actividad económica, reconocer las características especiales de servicio requeridas en el entorno de la salud y evidenciar las fortalezas y debilidades actuales sobre las concisiones actuales del servicio. - Evidencio la posibilidad de desarrollar en los servicios prestados en el sector de la salud mecanismos que tiendan a conseguir la excelencia en el servicio - Demuestro la necesidad de contar con una figura en la organización o dependiente de esta que se encargue de gerenciar el servicio para todo RTS pues a pesar de contar con los recursos, en la actualidad no hay un buen seguimiento en la implementación de los planes sugeridos por otras estancias en su primer acercamiento para mejorar la satisfacción del usuario; ya que por sus otras prioridades estas dependencias no han orientado a las Clínicas de manera concreta sobre el camino a seguir con los resultados de los diagnósticos individuales y mucho menos ha hecho conocer el trabajo y los resultados de algunos planes que se han implementado al respecto en las Clínicas.
TC-226.2002-001	Francisco Arturo Ortiz Navarro Carlos Alfonso Enciso	2002	Modelo de la gerencia de inversiones ganadería "EL GANSO"	Descriptiva	Diseñar, desarrollar e implantar un Modelo para la Gerencia de IGEG como herramienta moderna y eficaz que permita a la empresa transformar la visión y la estrategia en un conjunto coherente de objetivos e indicadores, considerando además que el Modelo podrá ser de utilidad para muchas empresas del sector en la que se desenvuelve Inversiones Ganadería "El Ganso"	Los modelos gerenciales o administrativos, como la estrategia de empresa no son genéricos, ellos tienen que tener una adaptación al tipo de empresa a la que se administra y al medio en la que se desenvuelve. Por lo tanto es claro que los modelos gerenciales utilizados en unas empresas o que nacieron a partir de ciertas circunstancias de mercado especiales, no tienen que ser la última palabra para tener éxito en otras empresas con otros esquemas o realidades. Por lo tanto si tomamos los modelos gerenciales como bases conceptuales, se puede construir una estrategia que se adapta adecuadamente a la empresa y que permita su crecimiento, rentabilidad y supervivencia en el medio en el que se desenvuelve. Las empresas deben tener una visión clara a todo nivel de la organización que conlleve a la detección de los obstáculos al proceso productivo que permita direccionar y priorizar soluciones a los problemas más neurálgicos El Modelo de la Gerencia de Inversiones Ganadería "El Ganso" es un modelo que integra los elementos claves de la Planeación y Administración Estratégica, y los conceptos de Balance Scorecard buscando que las energías económicas y humanas de
TC-226.2001-001	Lucero Martín Triana De Ricardo	2001	Enfoque de servicio para construir una organización con la misión de dar a conocer el juego de "tahitian noni" en Colombia y a nivel global	Descriptiva	Se elaboró una propuesta para desarrollar la construcción de una organización con la misión de dar a conocer el juego de "TAHITIAN NONI" en Colombia y el mundo con un enfoque de servicio.	Este trabajo muestra un marco de referencia de lo que significa construir una organización con la misión de dar a conocer el juego de "TAHITIAN NONI" en Colombia y a nivel global con un enfoque de Gerencia del Servicio Los objetivos planteados en la propuesta se cumplieron cabalmente, se hizo un estudio a profundidad con cada uno de ellos, se logró obtener un amplio conocimiento y análisis en cada uno de estos parámetros.
TC-226.2001-002	Jorge Enrique Botero Salazar Zaida Esperanza Vargas Ulloa	2001	Guía de auditoria del servicio en generales ltda. para sus líneas de equipos a motor e instrumentación, en Colombia	Descriptiva	Proponer una metodología para la realización de auditorías sistemáticas y sistémicas del servicio en las líneas de equipos de motor e instrumentación, para que la organización pueda, basada en los resultados, conocer la opinión de los clientes sobre la calidad y los niveles de satisfacción con el servicio que reciben	La aplicación de auditorías y su alcance se convierte en parte de la estrategia corporativa para lograr la satisfacción y fidelidad de los clientes, por eso en la definición de sus objetivos y alcance deben participar el equipo gerencial El principio de servicio establecido por la organización en el que el "cliente es el único con derecho a calificar el servicio", exige la realización de auditorías a través de las cuales se pueda conocer su calificación La realización de auditorías no es una tarea adicional, debe formar parte de la cultura organizacional ya que " lo que se mide es susceptible de mejorar y lo que no se mide no se puede administrar Al aplicar las auditorías el cliente deberá conocer que esta retroalimentando a la organización para mejorar pero debe tenerse cuidado en no generar expectativas que la organización no haya evaluado y no pueda llegar a cumplir Como resultado de la auditoria se obtienen indicadores de satisfacción, y competencia, que junto con otros indicadores permiten a las directivas dirigir y dar rumbo a la organización

TC-226.2003-007	Martha Lucía Mejía Motta	2003	Diseño y documentación de un sistema de gestión de la calidad bajo los lineamientos de la norma NTC ISO 9001:2000 en la empresa de servicios de consultoría conika ingeniería ltda	Descriptiva	Diseñar y Documentar un Sistema de Gestión de la Calidad bajo la norma NTC ISO 9001:2000 en CONIKA INGENIERÍA LTDA	<p>Un modelo de gestión de calidad es una herramienta que además de ejercer control interno sobre los procesos de la organización, permite asegurar al cliente que será cumplidos todos sus requerimientos.</p> <p>La implementación en CONIKA INGENIERÍA LTDA, de su sistema de gestión de calidad, enfocado bajo los lineamientos de la norma NTC ISO 9001:2000, no solo le permitirá tener un manejo sistémico y controlado de sus procesos, sino que le brinda una ventaja competitiva frente a su competencia directa ya que permitirá que los procesos con los clientes fluyan de manera efectiva y por lo tanto los resultados de su gestión con los clientes serán evidentes no solo en menos tiempo sino con una buena distribución de recursos.</p> <p>Toda empresa de servicios debe asegurar a sus clientes que la prestación de éste será garantizada en cuanto a precio, tiempo y calidad, durante todo el proceso de servicio, deberá establecer estándares de calidad que permitan cumplir con los requerimientos del cliente y lograr la satisfacción total de él.</p>
-----------------	-----------------------------	------	--	-------------	--	---

TITULO	PROPUESTA DE UN MODELO QUE DEFINA LOS LINEAMIENTOS DE UN SISTEMA DE INFORMACION QUE EVALUE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR COMPENSAR
AUTOR	ANDREI LOPEZ CHARRY
SECTOR	SALUD - SEGURIDAD SOCIAL
TIPO DE INVESTIGACION	NO DESCRITA
DESCRIPCION	LOS SISTEMAS QUE RECOPIAN INFORMACION PARA EVALUACION DE CALIDAD EN COMPENSAR SON ESPECIFICAMENTE CON DOS FUENTES DE INFORMACION, ENCUESTAS INTERNAS Y EXTERNAS PERO NO SON REALIZADAS DE MANERA SISTEMATICA Y DESCENTRALIZADA, CADA AREA HACE ENCUESTAS E SU SERVICIOS. EL MAPA ACTUAL DE PROCESOS DE CALIDAD INCLUYE: PLANIFICACION DE LA CALIDAD, REVISION GENERAL, MEDICION Y ANALISIS DE MEJORA. LA CALIDAD SE TOMA COMO UN PROCESO A CUMPLIR, PERO NO SE RETROALIMENTA CONTINUAMENTE DE LOS COMENTARIOS DE LOS CLIENTES. PARA LOGRAS QUE LOS SISTEMAS DE INFORMACION CUMPLAN EL OBJETIVO DE ADMINSTRAR INFORMACION VERAZ Y REAL PARA CUMPLIR EL CICLO DEL SERVICIO, SE PLANTEAN MANEJAR GRUPOS DE ENFOUE E INCONFORMIDADES VERBALES, AL FINAL DE CADA REOPILACION Y PERIODICAMENTE SE DEBE REALIAR ANALISIS DE INFORMACION DE CADA UNO DE LOS SERVICIOS PARA CORREGIR ERRORES Y APLICAR SUGERENCIAS DE SERVICIO.
OBJETIVO GENERAL	REALIZAR UNA PROPUESTA DE UN MODELO QUE DEFINA LOS LINEAMIENTOS DE UN SISTEMA DE INFORMACION QUE EVALUE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR "COMPENSAR"
OBJETIVOS ESPECIFICOS	ELABORAR UN DIAGNOSTICO DE LA SOTUACION ACTUAL SOBRE LOS PROCESOS DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION QUE EVALUE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEFINIR LAS ETAPAS DONDE SE GENERA INFORMACION SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO PROPONER UNA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA QUE ADMINISTRE LA INFORMACION SOBRE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA CAJA DE COMPENSACION PROPONER HERRAMIENTAS O METODOLOGIAS ADICIONALES QUE PERMITEN EL LEVANTAMIENTO SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO
DESCRIPTOR 1	SISTEMA DE INFORMACION
DESCRIPTOR 2	CALIDAD DEL SERVICIO
FUENTES	EDWARDS, C. Y OTROS. FUNDAMENTOS DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN. PRENTICE HALL. 1998 BARLOW, JANELLY Y MOLLER, CLAUS. UNA QUEJA ES UN FAVOR. GRUPO EDITORIAL NORMA, COLOMBIA, 1999. ALBRECHT, KARL. LA REVOLUCIÓN DEL SERVICIO. 3R EDITORES LTDA. PRIMERA EDICIÓN, BOGOTÁ, 1998. SERNA, HUMBERTO. SERVICIO AL CLIENTE – MÉTODOS DE AUDITORÍA Y MEDICIÓN. 3R EDITORES LTDA. SEGUNDA EDICIÓN, COLOMBIA, 1999. WELLINGTON, PATRICIA. CÓMO BRINDAR UN SERVICIO INTEGRAL AL CLIENTE. MC GRAW HILL, COLOMBIA, 1997
CONCLUSIONES	LA UNIFICACION DE LOS SISTEMAS DE INFORMACION QUE SON FUENTE DE LOS PROGRAMAS DE CALIDAD DEL SERVICIO DEBEN ESTAR UNIFICADOS Y ENFOCADOS DIRECTAMENTE A LO QUE NECESITA EL CLIENTE, LA INFORMACION QUE SE RECOPIA DEBE SER ADMINISTRADA EN UN SOLO PUNTO DE CONTACTO PERO LOGRANDO LA INTERACCION DE LAS AREAS DE SERVICIO INVOLUCRADAS. AL REALIZAR ANALISIS ADECUADO DE LA INFORMACION SE DEBE LOGRAR COMPLETAR EL CICLO DEL SERVICIO.

TITULO	EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA INNOVACIÓN DEL USO DEL SISTEMA DRIVE THRU PARA COMIDA RÁPIDA EN BOGOTÁ
AUTOR	JUAN ANDRES ESCOBAR
SECTOR	PRODUCTOS ALIMENTICIOS
INVESTIGACION	DESCRIPTIVA
DESCRIPCION	<p>ESTUDIO PARA COMPRENDER COMO LAS PERSONAS RESIDENTES EN BOGOTÁ HAN RECIBIDO LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN COMO EL DRIVE THRU Y COMO LAS TENDENCIAS INTERNACIONALES HAN INFLUIDO EN LA CULTURA DE SE TOMO COMO REFERENCIA MC DONALDS PIONERO EN COLOMBIA DE ESTE PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE QUIEN DESARROLLO EL PROYECTO "LLEVAR EL RESTAURANTE DONDE ESTEN LOS CLIENTES". EL PROCESO INVESTIGATIVO SE REALIZÒ CON OBSERVACIÓN DIRECTA, ENCUESTAS A CLIENTES USUARIOS DEL SERVICIO EN EL CUAL SE EVIDENCIO QUE LOS MAYORES USUARIOS DEL SERVICIO SON PERSONAS ENTRE 22 Y 39 AÑOS MOSTRANDO LA TENDENCIA DE LAS NUEVAS GENERACIONES A USO DE ESTE CANAL DE VENTA. OTRAS VARIABLES QUE SE TUVIERON EN CUENTA EN EL ANÁLISIS SON ESTADO CIVIL Y EDAD, MEDIOS DE INFORMACIÓN, FRECUENCIA DE VISITA, HORARIOS DE VISITA AL DRIVE THRU, GRADO DE IMPORTANCIA DEL SERVICIO DRIVE THRU CON CUATRO ATRIBUTOS (RAPIDEZ, COMODIDAD, ATENCIÓN, VARIEDAD), EXPERIENCIA DEL SERVICIO, INFORMACIÓN PARA DESICIÓN EN EL MOMENTO DE LA COMPRA, GRUPOS DE REFERENCIA PARA USO DEL SERVICIO, MOMENTOS DE COMPRA Y TAMBIÉN SE REALIZARON PREGUNTAS PARA CLIENTES INSATISFECHOS CON EL SERVICIO COMO RAZONES POR LAS QUE NO LO VOLVERÍA A UTILIZAR.</p> <p>OTRO MÉTODO FUE REALIZAR UN VIDEO EN EL CUAL SE ENCONTRARON ASPECTOS NO EVIDENCIADOS EN LAS ENCUESTAS Y QUE DETALLAN EL MOMENTO DE VERDAD DEL CLIENTE FRENTE AL SERVICIO EN LOS QUE SE ENCONTRARON NO ENTENDIMIENTO DEL SERVICIO, BUSQUEDA DE INFORMACIÓN (MENÚ), COMO OPERAR EL SERVICIO, COMO TAMBIÉN SE EVIDENCIARON LOS GRUPOS DE REFERENCIA QUE REALIZAN LA COMPRA (FAMILIA, SOLO, ACOMPAÑADO)</p>
OBJETIVO GENERAL	CONOCER LA RAZÓN POR LA CUAL LOS USUARIOS DEL SISTEMA DRIVE THRU DE COMIDA RÁPIDA, DESARROLLAN DIFERENTES COMPORTAMIENTOS FRENTE A ESTE TIPO DE SERVICIO.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	<p>CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO E INFLUENCIADOTES DEL CONSUMIDOR DE COMIDA RÁPIDA AL EMPLEAR UN SISTEMA DE DRIVE THRU.</p> <p>DESARROLLAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN QUE PERMITA EVALUAR EL COMPORTAMIENTO QUE TIENE UN CLIENTE DE COMIDA RÁPIDA EN UN SISTEMA DE DRIVE THRU.</p> <p>POR MEDIO DE UNA FILMACIÓN PODER OBSERVAR EL COMPORTAMIENTO Y CONSUMO DE LOS CLIENTES DE DRIVE THRU EN UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA.</p>
DESCRIPTOR 1	SERVICIO
DESCRIPTOR 2	COMPORTAMIENTOS DE COMPRA

FUENTES	<p>ANDRADE, LUÍS FERNANDO. EL IMPACTO DE LAS MULTINACIONALES. EN REVISTA DINERO, EDICIÓN 238, BOGOTÁ: PUBLICACIONES DINERO LTDA., 16 DE SEPTIEMBRE DE 2005</p> <p>SOLÉ MORO, MARÍA LUISA. LOS CONSUMIDORES DEL SIGLO XXI. ESIC, MADRID, 1999.</p> <p>BERRY, LEONARD L. ; UN BUEN SERVICIO YA NO BASTA!, CUATRO PRINCIPIOS DEL SERVICIO EXCEPCIONAL AL CLIENTE. GRUPO EDITORIAL NORMA, NEW YORK, 1995.</p> <p>BERNAL, CESAR A. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PARA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA. PRENTICE MAY, 2000.</p> <p>EDICIONES DINERO. CAMBIA EL CONSUMIDOR. EN REVISTA DINERO, EDICIÓN 240, BOGOTÁ: PUBLICACIONES DINERO LTDA., 15 DE OCTUBRE DE 2005</p> <p>EDITORES DINERO E INVAMER GALLUP. EN QUE GASTAN LOS COLOMBIANOS. EN REVISTA DINERO, EDICIÓN 212, BOGOTÁ: PUBLICACIONES DINERO LTDA., 20 DE AGOSTO DE 2004</p> <p>EDITORES DINERO. TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS. EN REVISTA DINERO, EDICIÓN 190, BOGOTÁ: PUBLICACIONES DINERO LTDA., 19 DE SEPTIEMBRE DE 2003</p> <p>GARCIA-PELAYO, RAMON. PEQUEÑO LAROUSSE ILUSTRADO. EDICIONES LAROUSSE, PARIS, 1984.</p> <p>I. HAWKINS, ROGER J. BEST, KENNETH A. CONEY. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. ADDISON-WESLEY IBEROAMERICANA, S.A. 1994.</p> <p>KOTHLER, PHILIP. ARMSTRONG, GARY. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA. PRENTICE MAY HISPANOAMERICANA, S.A. MÉXICO, 1998.</p> <p>LOVE, JOHN F. MCDONALD'S LA EMPRESA QUE CAMBIO LA FORMA DE HACER NEGOCIOS EN EL MUNDO. GRUPO EDITORIAL NORMA 1 1998.</p> <p>MANUAL DE OPARCIONES Y ENTRENAMIENTO. MCDONALD'S CORPORATION. 1999</p> <p>PUTMAN, ANTHONY O. COMO MERCADEAR SUS SERVICIOS. LEGIS, NEW YORK, 1991</p> <p>SCHIFFMAN, LEON C ; LESLIE LAZAR KANUK. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. MÉXICO/ PERSON EDUCATION.</p> <p>80</p> <p>THE WILLIANS SPANISH & ENGLISH DICTIONARY</p>
CONCLUSIONES	<p>PERMITIÓ ESTABLECER UNA RELACIÓN ENTRE LA CULTURA Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR BOGOTANO USUARIO DEL DRIVE THRU, SE EVIDENCIO MAS DEL 85% DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO ESTAN ACOMPAÑADAS POR NUMEROSAS PERSONAS DE DETERMINADOS GRUPOS DE REFERENCIA.</p> <p>LAS PERSONAS QUE LO UTILIZAN V; BUSCAN LA APROBACIÓN DE OTROS INDIVIDUOS PARA SATISFACER SUS NECESIDADES SOCIALES VOLVIENDOLO UN CONSUMIDOR DEPENDIENTE LO CUAL REQUIERE QUE SU COMPRA ESTE DETERMINADA POR EL GRUPO DE REFERENCIA.</p>

TITULO	PROPUESTA DE UNA ESTRUCTURA INTERNA DE SERVICIO
AUTOR	LIGIA ELVIRA MARTÍNEZ GONZALEZ
SECTOR	FINACIERO
TIPO DE INVESTIGACION	DESCRIPTIVA
DESCRIPCION	<p>PLANTEA COMO ESTRUCTURAR LOS PROCESOS QUE ESTA DESARROLLANDO INTERNAMENTE EL BANCO DE CRÉDITO COMO EL PROGRAMA DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE, EL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA Y UN PROYECTO QUE ESTA EN CURSO DE SOLUCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS, TODOS CON EL FIN DE LOGRAR OPTIMIZAR EL MANEJO DE LOS REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES, PERMITIENDO ESTABLECER EL NIVEL DE SERVICIO PRESTADO A LOS CLIENTES Y SU RELACIÓN CON LAS MEDICIONES DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE.</p> <p>PRIMERO SE REALIZÓ EL DIAGNÓSTICO DE CADA ÁREA TENIENDO EN CUENTA 3 ASPECTOS BÁSICOS: PRIMERO EL ORGANIZACIONAL PARA VERIFICAR LA ALINEACIÓN DEL ÁREA CON LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA ORGANIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON OTRAS AREAS, EL SEGUNDO SE REFIERE A LOS ESQUEMAS DE MEDICIÓN QUE SE TIENEN EN ESTAS ÁREAS Y EL TERCERO UN ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL A TRAVÉS DE LA MATRIZ DOFA.</p> <p>EL DIAGNÓSTICO ARROJO FALENCIAS EN LOS SISTEMAS DE MEDICIÓN Y RETROALIMENTACIÓN PARA LAS AREAS DE ATENCIÓN TELEFÓNICA Y QUEJAS Y RECLAMOS, PARA LO QUE SE PLANTEARON ESQUEMAS DE MONITOREO Y RETROALIMENTACIÓN PARA EJECUTIVOS DE SERVICIO CON DIFERENTES CRITERIOS DE CALIFICACIÓN, COMO TAMBIÉN INDICADORES DE DESEMPEÑO DEL ÁREA.</p> <p>ADICIONAL SE DESARROLLA UN DIAGNÓSTICO ORGAIZACIONAL DONDE SE VE LA CLARA DEPENDENCIA DEL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA DE LA GERENCIA DE CANALES ELECTRÓNICOS POR SU ATA OPERACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS QUE HAGAN MAS VIABLE CADA UNA DE LAS ESTRATEGIAS QUE EN ELLA SE PLANTEAN, EL ESQUEMA DE ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS SE PLANTEA VINCULAR A UN ÁREA QUE SE DENOMINARÁ "GESTIÓN AL CLIENTE" QUE SE ENCARGARÁ DE REALIZAR LABORES DE CONTROL Y GESTIÓN DE SERVICIO QUE RECIBE Y PERCIBE EL CLIENTE, ESTA PAREA DEBE ESTAR DIRECTAMENTE RELACIONADA CON EL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA PARA VERIFICAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y PLANTEAR ESTRATEGIAS CONJUNTAS EN BENEFICIO DE LA ORGANIZACIÓN.</p>
OBJETIVO GENERAL	PROPONER UNA ORGANIZACIÓN INTERNA DEL SERVICIO, QUE DETERMINE SISTEMÁTICAMENTE LA RELACIÓN EXISTENTE ENTRE LOS MECANISMOS INTERNOS CON QUE CUENTA EL BANCO DE CRÉDITO PARA CONOCER EL NIVEL DE SERVICIO QUE ESTA PRESTANDO LA ORGANIZACIÓN Y EL NIVEL DE SERVICIO ESPERADO POR LOS CLIENTES EXTERNOS DE LA ORGANIZACIÓN, DE UNA FORMA MEDIBLE QUE PERIÓDICAMENTE PERMITA ESTABLECER LOS ÍNDICES DE SERVICIO QUE TIENE LA ORGANIZACIÓN CONTANDO CON LOS RECURSOS ACTUALES.
DESCRIPTOR 1	CICLO DEL SERVICIO
FUENTES	<p>ALBRECHT KARL, ZEMKE RON. GERENCIA DEL SERVICIO. 3R EDITORES, 2000.</p> <p>WHITELEY RICHARD C. LA EMPRESA CONSAGRADA AL CLIENTE. JAVIER VERGARA EDITOR S.A. 1992.</p> <p>BARLON JANELLE, MOLLER CLAUS. UNA QUEJA ES UN FAVOR. GRUPO EDITORIAL NORMA. 1999.</p> <p>ANDER-EGG, EZEQUIEL. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL. EDITORIAL HUMANITAS, BUENOS AIRES, 1982.</p> <p>PRIMER CONGRESO INTERNACIONAL CALL CENTER/CONTACT CENTERS 2001. MEDELLÍN – COLOMBIA. AUSPICIADO POR: ALCALDÍA DE MEDELLÍN Y EMPRESAS PÚBLICAS DE MEDELLÍN.</p>
CONCLUSIONES	EL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICO POR SU DEPENDENCIA TECNOLÓGICA DEBE SEGUIR DEPENDIENDO DE LA GERENCIA DE CANALES ELECTRÓNICOS ASEGURANDO RETROALIMENTACIÓN A SUS AGENTES COMO A LA ORGANIZACIÓN IMPLEMENTANDO ESQUEMAS DE MONITOREO Y CONTROL. EL ÁREA DE QUEJAS Y RECLAMOS DEBE COMPLEMENTAR A LA ANTERIOR CON ESQUEMAS OBJETIVOS DE RETROALIMENTACIÓN A NIVEL CORPORATIVO ADMISTRÁNDOSE DESDE UNA NUEVA ÁREA DE "GESTIÓN AL CLIENTE"

TITULO	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CONSULTORIA EN TEMAS DE SERVICIO PARA EL SECTOR SALUD
AUTOR	ADRIANA FORERO BOBADILLA ANGELICA VILLARRAG NIETO LILIANA ALVIS CRUZ
SECTOR	SALUD
TIPO DE INVESTIGACION	CUANTITATIVA EXHAUSTIVA
DESCRIPCION	<p>LA EMPRESAS ORIENTADAS AL SECTOR SALUD ESTAN ORIENTADAS A LA PARTE SANITARIA Y AMBIENTAL ENCAMINADAS A DAR RECOMENDACIONES PARA LAS BUENAS PRÁCTICAS MÉDICAS, TRATAMIENTOS Y ENFERMEDADES, Y EN OCASIONES A PROCESOS DE AUDITORÍA, PERO NO HAY EMPRESAS QUE SE DEDIQUEN A LA CONSULTORIA ENFOCADA ESPECIALMENTE AL SECTOR DE LA SALUD.</p> <p>EL MERCADO POTECIAL DE ESTE ESTUDIO SON LAS IPS.</p> <p>EN PRIMER LUGAR SE DEFINEN LOS NIVELES DE ATENCIÓN:</p> <p>1ER NIVEL: PRESTACIÓN DEL PLAN DE ATENCIÓN BÁSICA – MEDICINA GENERAL</p> <p>2º NIVEL: CONSULTA MÉDICA, HOSPITALIZACIÓN Y ATENCIÓN DE URGENCIAS</p> <p>3ER NIVEL: MAS ESPECIALIZACIONES BÁSICAS Y SUBESPECIALIDADES</p> <p>POSTERIORMENTE PARA EL ESTUDIA DE LA VIABILIDAD DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA SE DESCRIBEN LOS ASPECTOS PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE SERVICIO DE SALUD CONSULTORÍA LTDA.:</p> <p>OPERATIVO, TÉCNICO Y ECONÓMICO</p> <p>SE REALIZÓ UNA ENCUESTA CON LAS SIGUIENTES INTERROGANTES PLANTEADOS A 12 IPS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - RÉGIMEN AL QUE PERTENECE LA IPS - NIVEL DE ATENCIÓN - NÚMERO DE EMPLEADOS ASISTENCIALES - NÚMERO DE EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS - TEMAS QUE SE DEBEN REFORZAR - FRECUENCIA DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN <p>AL FINAL DE LA ENCUESTA SE ENCUENTRAN GRANDES NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DESDE DIFERENTES ASPECTOS COMO SON FORMACIÓN AL PERSONAL Y SENSIBILIZACIÓN FRENTE AL USUARIO, PARA LA CONSITUCIÓN DE LA EMPRESA DE CONSULTORÍA SE DEFINE EL ALANCE, TIPO DE EMPRESA, MISIÓN, VISIÓN, VALORES CORPORATIVOS, PORTAFOLIO DE SERVICIOS</p> <p>FINALIDAD DE LA EMPRESA ES PLANTEAR HERRAMIENTAS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO MIDIENDO ASPECTOS RACIONALES, ASPECTOS EMOCIONALES Y ASPECTOS IDEALES; A TRAVÉS DE ESTAS MEDICIONES SE ANALIZAN ATRIBUTOS ESPERADOS, ATRIBUTOS COINCIDENTES Y ATRIBUTOS ATRACTIVOS</p> <p>LOS PASOS QUE SE DEFINEN EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO CONSULTORÍA SON:</p> <ul style="list-style-type: none"> - DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA - DISEÑO DEL PROGRAMA ESPECÍFICO DE LA EMPRESA - PRESENTACIÓN PRELIMINAR AL CLIENTE - NEGOCIACIÓN CON EL CLIENTE - LEGALIZACIÓN DE CONTRATO - EJECUCIÓN DEL PROGRAMA - ENTREGA DE INFORME - SEGUIMIENTO AL PROGRAMA
OBJETIVO GENERAL	DETERMINAR LA VIABILIDAD DEL PROYECTO SOBRE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA ESPECIALIZADA EN TEMAS DE SERVICIO AL USUARIO DEL SECTOR SALUD.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	ANALIZAR EL ENTORNO DE CONSULTORÍAS EN SALUDO EN EL ÁMBITO COLOMBIANO REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADOS QUE DETERMINE LOS CLIENTES POTENCIALES PARA EL NEGOCIO IDENTIFICAR ASPECTOS QUE PUEDAN AFECTAR LA VIABILIDAD DEL NEGOCIO DESCRIBIR LAS PAUTAS REQUERIDAS PARA LA CONSTITUCIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA DEFINIR EL ALCANCE DEL SERVICIO DISEÑADO POR MEDIO DE LA ELABORACIÓN DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS
DESCRIPTOR 1	CREACIÓN DE EMPRESA CON ANÁLISIS DE SECTOR

FUENTES	<p>BOGOTÁ: 3R EDITORES 1997. P 230. ALBRECHT, KART Y ZEMKE, RON. GERENCIA DEL SERVICIO. BOGOTÁ: 3R EDITORES 2000. P 200 BERRY, LEONARD. UN BUEN SERVICIO YA NO BASTA. BOGOTÁ: GRUPO EDITORIAL NORMA, P 365. BLANCHARD, KEN. CLIENTEMANÍA. BOGOTÁ: EDITORIAL NORMA, P 312. COOPER, ROBERT K.. LA INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA AL LIDERAZGO Y A LAS ORGANIZACIONES. BOGOTÁ: EDITORIAL NORMA, P 308. SERNA, HUMBERTO. COMO CREAR SU EMPRESA. BOGOTÁ: UNISUR, P 464. SERNA, HUMBERTO. SERVICIO AL CLIENTE. BOGOTÁ: 3R EDITORES, P 221. ZEITHANML, VALERIE A Y BITNER MARY JO. MARKETING DE SERVICIOS. MÉXICO: MCGRAW-HILL 2003. P 746</p>
CONCLUSIONES	<p>TEMAS GERENCIALES HAN SIDO ENCAMINADOS A EMPRESAS DE PRODUCTOS, SERVICIOS FINANCIEROS Y ADMINISTRATIVOS. PERO TAMBIÉN ENCUENTRAN GRANDES BARRERAS, NO SE PUEDE DESCONOCER QUE EL EJERCICIO DE LA SALUD EN COLOMBIA PRESENTA GRANDES TROPIEZOS DADAS LAS CONDICIONES LEGISLATIVAS Y GUBERNAMENTALES; DONDE EL PRESUPUESTO NACIONAL Y DE LAS EMPRESAS PRIVADAS ES INSUFICIENTE. ADICIONALMENTE EL TIPO DE CLIENTE (USUARIO) TIENE UNA PERCEPCIÓN DIFERENTE DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS, POR LO TANTO DADA LA EXPERIENCIA DEL GRUPO DE LA CONSULTORÍA SE PRETENDE PROFUNDIZAR EN EL SECTOR Y CONVERTIRSE EN UNA DE LAS CONSULTORÍAS PIONERAS EN TEMAS DE SERVICIO EN SALUD QUE REALMENTE PROPORCIONE HERRAMIENTAS DONDE EL SERVICIO SE DEBE INTEGRAR AL FUNCIONARIO COMO INDIVIDUO ÚNICO Y COLECTIVO POR UN BIEN COMÚN COMO LO ES LA SALUD Y EL BIENESTAR DE LOS PACIENTES "LOS CLIENTES". DESPUÉS DE LA INVESTIGACIÓN REALIZADA SE CONSIDERO COMO RESULTADO DEL TRABAJO</p>

TITULO	DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE FIDELIZACION PARA LOS CLIENTES ACTUALES Y CONSECUION DE NUEVOS CLIENTES PARA LA EMPRESA G&F FERRETERIAS
AUTOR	PAOLA ANDREA GUTIERREZ FLOREZ SILVIA RIAÑO VILLAMIZAR
SECTOR	SECTOR METALMECÁNICA
TIPO DE INVESTIGACION	DESRIPTIVA
DESCRIPCION	<p>ES UN ESTUDIO DESCRIPTIVO REALIZADO CON UNA MUESTRA DE LOS 50 PRINCIPALES CLIENTES PARA CADA UNIDAD DE NEGOCIO (UNE) DE LA EMPRESA G&J FERRETERIAS. PARA OBTENER LA INFORMACIÓN SE APLICO UN CUESTIONARIO ESPECÍFICO.</p> <p>EL ESTUDIO SE REALIZÓ EN PRIMER LUGAR CON FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE "LEALTAD Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES" Y SEGUNDO SE DESCRIBE Y ANALIZA LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO REALIZADO PLANTEANDO ESTRATEGIAS DISEÑADAS PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS.</p> <p>EN EL MARCO TEÓRICO SE DESCRIBE LA DIFERENCIACIÓN QUE SE DEBE APLICAR PARA LOGRAR CLIENTES LEALES Y DICTA CLAVES PARA DESARROLLAR UN PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN COMO DEFINICIÓN CLARA DE OBJETIVOS, ANÁLISIS Y ORIENTACIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA, ANÁLISIS DE BASE DE DATOS Y SISTEMAS DE SOPORTE INFORMÁTICO, ESTUDIO DE LA COMPETENCIA, DISEÑO DEL PROGRAMA DINÁMICO DE FIDELIZACIÓN, DEFINIR LOS SISTEMAS INFORMÁTICOS DE SOPORTE, GESTIONAR EL PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN Y PLANIFICAR LOS TIEMPOS DE IMPLANTACIÓN DEL PROGRAMA.</p> <p>TAMBIÉN VARIABLES A TENER EN CUENTA PARA EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN EN EL PROCESO DE DIAGNÓSTICO COMO POBLACIÓN Y MUESTRA, FUENTES DE LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN Y ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN.</p> <p>LA ESTRATEGIAS PLANTEADAS SON MEJORAR LA COMUNICACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA HACIA LOS CLIENTES, TENER SIEMPRE DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO, REEVALUAR LA POLÍTICA DE AMPLIACIÓN DE LOS CUPOS DE CRÉDITO PARA ANTICIPARSE A LA SOLICITUD DEL CLIENTE, MEJORAR EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE POR PARTE DEL VENDEDOR, ATENDER OPORTUNAMENTE LOS RECLAMOS Y FIDELIZAR.</p>
OBJETIVO GENERAL	DISEÑAR ESTRATEGIAS DE FIDELIZACION PARA LOS CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES PARA LA EMPRESA G&F FERRETERIAS, QUE PERMITAN MEJORAR LA CREACIÓN DE VALOR PARA EL CLIENTE, DIFERENCIACIÓN Y MAYOR COMPETITIVIDAD, Y A SU VEZ CREAR LOS ELEMENTOS FUNDAMENTALES PARA QUE EL RECURSO HUMANO CON EL QUE CUENTA ACTUALMENTE LA EMPRESA SE CONCIENTICE DE LA IMPORTANCIA DEL BUEN MANEJO DEL CLIENTE EXTERNO PARA LOGRAR CLIENTES LEALES Y FIELES A LA EMPRESA.
DESCRIPTOR 1	LEALTAD Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
DESCRIPTOR 2	DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN
FUENTES	<p>ABATI MOREY, GLORIA E. COMO DISEÑAR UN PROGRAMA DINAMICO Y EFECTIVO DE FIDELIZACION.</p> <p>EDICIONES DE USO</p> <p>COLABORACIONES DE WIKIPEDIA. CLIENTE (ECONOMIA) [EN LINEA]. WIKIPEDIA, LA ENCICLOPEDIA LIBRE, 2006 [FECHA DE CONSULTA: 26 DE JULIO DEL 2006]. DISPONIBLE EN <HTTP://ES.WIKIPEDIA.ORG/W/INDEX.PHP?TITLE=CLIENTE_%28ECONOM%3%ADA%29&OLDID=4052880>.</p> <p>ANDERSON KRISTIN – KERR CAROL. CRM PARA DIRECTIVOS.</p> <p>MC GRAW HILL, 2.003</p> <p>DAVILA L. CARLOS. TEORÍAS ORGANIZACIONALES Y ADMINISTRACIÓN. MC GRAW HILL.</p> <p>SEGUNDA EDICIÓN, 2.002.</p> <p>BERNAL CESAR AUGUSTO, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, SEGUNDA EDICIÓN,</p> <p>EDITORIAL PEARSON PRENTICE HALL, 2.005</p> <p>ALFARO FAUS MANUEL, TEMAS CLAVES EN MARKETING RELACIONAL,</p> <p>MC GRAW HILL.</p> <p>PORTER, MICHAEL , VENTAJA COMPETITIVA.</p> <p>2002. EDITORIAL CECSA</p> <p>REICHHELD, FREDERICK, EL EFECTO LEALTAD.</p> <p>2004. EDITORIAL ARIEL S.A</p>

CONCLUSIONES

EL ESTUDIO REALIZADO A LA EMPRESA G&F ES UN CLARO EJEMPLO DE LA IMPORTANCIA EMPEZAR A RENOVAR LOS ESQUEMAS PASIVOS DE LOS NEGOCIOS, MAS AUN EN UN SECTOR COMO ÉSTE QUE POR LOS SEGMENTOS A QUIENES ESTA DIRIGIDO NO LOGRA CREAR RELACIONES EMPATICAS Y SOSTENIBLES EN EL TIEMPO, SINO QUE SE ESTABLECEN BAJO UNA POLÍTICA DE COSTOS Y PRECIOS DETERMINADOS
LOGRAR CREAR FIDELIDAD DE LOS CLIENTES CON LA EMPRESA; ES INDISPENSABLE NO SOLO CREAR O DISEÑAR ESTRATEGIAS PARA CONSEGUIRLO SINO QUE ES INDISPENSABLE CREAR UN AMBIENTE PROPICIO AL INTERIOR DE LA EMPRESA QUE REFLEJE CALIDEZ Y BUEN SERVICIO, ADEMÁS DE ASESORIA (A TRAVÉS DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO); QUE SE LE QUIERE TRANSMITIR AL CLIENTE.

TITULO	DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTION DE INDICADORES DEL SERVICIO
AUTOR	DARIO ENRIQUE SARMIENTO AMADOR
SECTOR	SERVICIOS - TECNOLOGÍA
TIPO DE INVESTIGACION	DESCRIPTIVA
DESCRIPCION	<p>LA INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DEL TRABAJO HA SIDO ACORDADO CON LA GERENCIA DE IBM GLOBAL ACCOUNT COMO UNA ASIGNACIÓN FORMAL QUE DEBERÁ GENERAR UNA SOLUCIÓN A UNA PROBLEMÁTICA REAL EXISTENTE DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN USANDO LOS ELEMENTOS DE INFORMACIÓN E INFRAESTRUCTURA YA EXISTENTES, Y CREANDO 'INTELIGENCIA DE NEGOCIO' QUE PERMITA SIMPLIFICAR LA INMENSA CANTIDAD DE INFORMACIÓN DE SERVICIO GENERADA EN EL DEPARTAMENTO.</p> <p>ES IMPORTANTE ACLARAR QUE IBM GLOBAL ACCOUNT (IGA) HACE PARTE DE IBM GLOBAL SERVICES, DIVISIÓN DE LA COMPAÑÍA QUE VENDE 'SERVICIOS' ORIENTADOS A TECNOLOGÍA A LOS CLIENTES DE IBM. EN ESE CONTEXTO, IBM GLOBAL ACCOUNT CONSOLIDA LOS SERVICIOS DE IBM GLOBAL SERVICES PARA USO INTERNO, CONFIGURÁNDOSE COMO EL PROVEEDOR DE SERVICIOS DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN PARA LA EMPRESA, APLICANDO EL CONCEPTO DE PRESTAR A IBM LOS SERVICIOS DE I/T DE LA MISMA FORMA COMO SI FUERA UN CLIENTE</p> <p>EN EL DESARROLLO DEL DOCUMENTO SE DESCRIBE A DETALLE LA ORGANIZACIÓN ACTUAL DE LA CUENTA INTERNA, SE HACE UN POSICIONAMIENTO DE IGA, FRENTE A LOS DEMÁS DEPARTAMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN EN COLOMBIA, Y SE EXPONE CUAL ES EL ENFOQUE ACTUAL DE LA GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO, RECONOCIENDO QUE ESTA INVESTIGACIÓN PERMITIRÁ PROPONER UNA SOLUCIÓN A UN PROBLEMA GERENCIAL, RELACIONADO CON DEFICIENCIAS EN EL CONTROL SOBRE LOS DIFERENTES CC EN EL MARCO TEÓRICO SE DESCRIBE LA POSICIÓN DE IGA EN LA COMPAÑÍA A NIVEL GLOBAL DONDE DESCRIBE SU FUNCIÓN ESPECÍFICA DE SOPORTAR ESTRATEGIAS CLAVES DE LA COMPAÑÍA COMO E-BUSSINES, MOBILITY Y CRM; DESCRIBE EL ORGANIGRAMA GLOBAL DE LA ORGANIZACIÓN Y EL PAPEL Y RESPONSABILIDADES DE CADA UNO DENTRO DE ELLA, COMO TAMBIÉN LA POSICIÓN DE IGA EN LA ORGANIZACIÓN COLOMBIA, DETALLA CADA UNO DE LOS PROCESOS EN LA PERSPECTIVA DEL ORGANIGRAMA.</p> <p>AL REVISAR EL MAPA GLOBAL Y EL DE COLOMBIA SE DESARROLLA UN MAPA FINAL DE LOS PROCESOS E INDICADORES QUE DEBE DESARROLLAR IGA, LA IMPORTANCIA ES ESTE ES QUE CONTÓ CON LA APROBACIÓN DE LOS ESPECIALISTA DE SERVICIO Y DEL GERENTE DE IGA</p>
OBJETIVO GENERAL	PRESENTAR UNA FORMA DE MEJORAR LA GESTIÓN DEL SERVICIO DE IBM GLOBAL ACCOUNT DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN IBM ANDINO (COLOMBIA, PERÚ, VENEZUELA Y ECUADOR) CREANDO EL DISEÑO GENERAL DE UNA HERRAMIENTA QUE FACILITE LA TOMA DE DECISIONES DE SERVICIO, USANDO METODOLOGÍAS PROBADAS DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA, Y PARTIENDO DE RECURSOS EXISTENTES ACTUALMENTE EN LA ORGANIZACIÓN: INFORMACIÓN, INFRAESTRUCTURA Y RECURSO HUMANO
OBJETIVOS ESPECIFICOS	<p>IDENTIFICAR, DE TODA LA INFORMACIÓN QUE SE MANEJA EN IBM GLOBAL ACCOUNT CUALES SON LOS INDICADORES Y QUE ES NECESARIO PARA GENERARLOS Y MANTENERLOS NECESARIOS PARA LA GESTIÓN DEL SERVICIO.</p> <p>VALIDAR ESTOS INDICADORES DENTRO DE LA FORMULACIÓN DE UN MAPA DE PROCESOS, Y UNA ESTRATEGIA PARA LA ORGANIZACIÓN IBM GLOBAL ACCOUNT QUE SIRVA PARA QUE LOS MIEMBROS DE LA MISMA TRABAJEN EN EQUIPO, SE SIENTAN PARTE DE UNA UNIDAD BIEN GESTIONADA Y COLABOREN ACTIVAMENTE EN LAS ACTIVIDADES NECESARIAS PARA LLEVAR A CABO EL TRABAJO.</p> <p>DEFINIR UN GRUPO COMÚN DE HERRAMIENTAS, METODOLOGÍAS Y PROCESOS NECESARIOS PARA LA ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN, Y DE LOS PRINCIPALES INDICADORES.</p> <p>ESTABLECER EL DISEÑO GENERAL DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN REQUERIDOS PARA SOPORTARLOS Y ENTREGAR LA INFORMACIÓN DE SERVICIO NECESARIA PARA LA TOMA GERENCIAL DE DECISIONES</p>
DESCRIPTOR 1	MAPA DE PROCESOS E INDICADORES DE GESTIÓN

<p>FUENTES</p>	<p>ALBRECHT, KARL. GERENCIA DEL SERVICIO. 3R EDITORES. DAVID, FRED R. CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA. QUINTA EDICIÓN PEARSON EDUCATION. HARRINTONG JAMES, MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS EN LA EMPRESA, EDITORIAL MC GRAW HILL, 1992. IBM GLOBAL SERVICES. WORLDWIDE 2003 AGREEMENT FOR INFORMATION TECHNOLOGY SERVICES. IBM INTERNAL DOCUMENT. ICONTEC. NORMA NTC-ISO 9001. REVISIÓN 2. DICIEMBRE 15 DE 2000. 2000. ITSO INTERNATIONAL TECHNICAL SUPPORT ORGANIZATION. DOMINO DESIGNER 6: A DEVELOPER'S HANDBOOK. DECEMBER 2002 KAPLAN, ROBERT S. CUADRO DE MANDO INTEGRAL 2DA. EDICIÓN GESTIÓN 2000. MARTINEZ RIVADENEIRA, RICARDO. EL ENFOQUE DEL BCS APLICADO A ÁREAS DE INFORMÁTICA. ADAPTACIÓN DE: REPORT BY A PANEL OF THE NATIONAL ACADEMY OF PUBLIC 137 ADMINISTRATION FOR THE US DEPARTMENT OF DEFENSE: INFORMATION PERFORMANCE MEASURES AND MANAGEMENT CONTROLS FOR MIGRATIONS SYSTEMS, DATA STANDARDS AND PROCESS IMPROVEMENT. MEREDITH, JACK R, MANTEL, SAMUEL J. PROJECT MANAGEMENT: A MANAGERIAL APPROACH. 3RD EDITION. WILEY EDITIONS, 1995 SENN, JAMES A. ANÁLISIS Y DISEÑO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN. MCGRAW HILL , 1984. TREACY, MICHAEL. WIERSEMA, FRED. LA DISCIPLINA DE LOS LÍDERES DEL MERCADO. EDITORIAL NORMA, 1995</p>
<p>CONCLUSIONES</p>	<p>EN ESTE DOCUMENTO SE HAN ESTUDIADO A FONDO LOS PROCESOS QUE COMPONEN EL SERVICIO DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN QUE PRESTA EL DEPARTAMENTO IBM GLOBAL ACCOUNT A LA CUENTA DE IBM. PARA HACERLO, SE COMENZÓ CON UN ANÁLISIS DE LOS PROCESOS QUE SE EJECUTAN HOY DÍA Y QUE SIRVIERON DE BASE PARA IDENTIFICAR LOS MAYORES PROBLEMAS EN EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN Y EN LA GESTIÓN DE LOS PROCESOS. USANDO METODOLOGÍAS EXTERNAS A LA ORGANIZACIÓN COMO EN EL CASO DE ISO 9001, Y METODOLOGÍAS INTERNAS COMO EN EL CASO DE PMP, SE LOGRA CONSTRUIR UNA FORMALIZACIÓN DE LOS PROCESOS, Y AL IDENTIFICAR UNA MISIÓN Y UNA VISIÓN PARA IGA ADAPTADA A LA REALIDAD DE LA REGIÓN SSA QUE ES EL OBJETO DEL ESTUDIO, SE COMIENZA UNA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA, CUYO ALCANCE A LARGO PLAZO QUEDA ESTABLECIDO USANDO EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL. TODOS ESTOS ELEMENTOS PERMITEN PRECISAR LOS INDICADORES NECESARIOS PARA LA CORRECTA GESTIÓN DEL SERVICIO DE LA CUENTA INTERNA IGA. LA TRANSFORMACIÓN DE IGA DE UN DEPARTAMENTO ORIENTADO A LA OPERACIÓN, EN UNO ORIENTADO A LOS PROCESOS Y GESTIONADO ESTRATÉGICAMENTE ES UN PLAN DE LARGO ALCANCE, QUE TOMARA VARIA ETAPAS. LAS ETAPAS SUGERIDAS PARA EJECUTAR ESA TRANSFORMACIÓN SON: UNA ETAPA INICIAL DE FORMALIZACIÓN DE LOS PROCESOS Y LOS INDICADORES QUE SE ESTAN REPORTANDO EN LA ACTUALIDAD, UNA SEGUNDA ETAPA ES LA DE FORMALIZACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN DE LOS PROYECTOS Y CENTRALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN</p>

TITULO	DIAGNOSTICO PARA DISEÑAR EL AREA DE SERVICIO AL CLIENTE EN EL BBVA BANCO GANADERO
AUTOR	MARTHA ROCIO MORENO PUERTO
SECTOR	FINANCIERO
TIPO DE INVESTIGACION	DOCUMENTAL
DESCRIPCION	<p>SE REALIZA UN DIAGNÓSTICO AL BANCO EN BUSCA DE CONOCER LAS ENCUESTAS CLIENTE INTERNO Y EXTERNO QUÉ SE ESTÁN EVALUANDO, CÓMO SE ESTÁN EVALUANDO Y PRIMORDIALMENTE SI ESTÁN ENFOCADOS EN ELEMENTOS ESPECÍFICOS DEL SERVICIO COMO LAS DIEZ DIMENSIONES DEL SERVICIO Y EL TRIÁNGULO INTERNO DEL SERVICIO, PARA POSTERIORMENTE PROPONER EL MISMO TIPO DE ENCUESTAS PERO YA ENFOCADAS EN UN ANÁLISIS QUE CONTENGA ELEMENTOS ESPECÍFICOS DEL SERVICIO Y QUE PUEDAN DAR COMO RESULTADO UN CONOCIMIENTO VERDADERO DE LO QUE SE DEBE CONOCER Y EVALUAR DEL SERVICIO, TAMBIÉN SE BUSCA CONOCER LA "CULTURA DE LA EMPRESA", POR QUE ASÍ SE DETERMINARÁ SI ESTÁ ENFOCADA EN EL SERVICIO.</p> <p>TAMBIÉN SE REALIZAN COMPARACIONES CON OTRAS ENTIDADES Y BUSCA CONOCER QUÉ HACEN OTRAS ENTIDADES FINANCIERAS QUE SON IDENTIFICADAS EN ESTE MOMENTO COMO EMPRESAS DE SERVICIO EXCELENTE Y SI TIENE UNA VENTAJA COMPETITIVA EL QUE EXISTA EN LA ORGANIZACIÓN UN ÁREA ENCARGADA DE GESTIONAR Y DAR DIRECTRICES SOBRE EL SERVICIO.</p> <p>CON LAS ETAPAS ANTERIORES DE DIAGNÓSTICO SE PROPONE EN LOS DOS SIGUIENTES CAPÍTULOS UNA "CULTURA CORPORATIVA CON ENFOQUE DE SERVICIO"</p> <p>SE DESCRIBEN LAS DIEZ DIMENSIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO COMO SON, INTERNAS (1.FIABILIDAD, 2.PROFESIONALIDAD, 3.ACCESIBILIDAD Y 4.SEGURIDAD) Y EXTERNAS (5.CAPACIDAD DE RESPUESTA, 6.CORTESÍA, 7.COMUNICACIÓN, 8.CREDIBILIDAD, 9.COMPRENSIÓN Y CONOCIMIENTO DEL CLIENTE Y 10.ELEMENTOS TANGIBLES) Y SE POSTERIORMENTE SE APLICARON A LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DE PROVEEDOR CLIENTE EXTERNO.</p> <p>AL REVISAR CADA PREGUNTA FORMULADA EN CADA ENCUESTA VS. LAS DIEZ DIMENSIONES DEL SERVICIO Y DEL TRIÁNGULO DEL SERVICIO INTERNO, LAS HIPÓTESIS EXPUESTAS SE DEMUESTRAN, Y CONFIRMAN LA PRÁCTICA DE UN MARKETING TRANSACCIONAL Y NO RELACIONAL LAS PREGUNTAS NO ESTÁN DIRIGIDAS A CONOCER SI EL SERVICIO QUE SE OFRECE ES EL QUE NECESITA Y SATISFACE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE. COMO PUNTO DE PARTIDA DE UNAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO ES PRIMORDIAL PARTIR DE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE PARA PODER DETERMINAR LAS BRECHAS EXISTENTES; OTRO PUNTO FUNDAMENTAL QUE NO SE HA TENIDO EN CUENTA PARA EVALUAR EN EL BBVA BANCO GANADERO, SON LOS MOMENTOS DE VERDAD, NO SE LE PREGUNTA A LOS USUARIOS DEL SERVICIO AL CONTACTARSE CON LA ENTIDAD CÓMO ES ESE CONTACTO. LO QUE MÁS EVIDENCIA ESTA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL ES EL DEFICIENTE TRABAJO POR CONOCER A CLIENTE</p> <p>PARA SINTETIZAR LOS ELEMENTOS BÁSICOS PARA UN SERVICIO DE CALIDAD NO SON EVALUADAS EN SU TOTALIDAD Y SE DIAGNOSTICA SOLO AQUELLO QUE LA EMPRESA CREE QUE ES IMPORTANTE PARA EL CLIENTE. SE DESCUIDA EL CONOCIMIENTO DE LA CULTURA Y EL LIDERAZGO EN EL SERVICIO</p> <p>EL BANCO TIENE QUE CENTRARSE EN UNA NUEVA CULTURA CENTRADA AL CLIENTE, EN DONDE SE LE AGREGUE VALOR</p> <p>SE REALIZA ANÁLISIS DEL CLIENTE INTERNO TOMANDO COMO MARCO CONCEPTUAL LOS TRES ELEMENTOS NECESARIOS PARA LA CONSAGRACIÓN DEL CLIENTE INTERNO QUE SON LA CULTURA, EL LIDERAZGO Y LA ORGANIZACIÓN, Y SE REALIZA UNA PROPUESTA DE MODELO DE ENCUESTA CLIENTE INTERNO-EXTERNO QUE INCLUYE TRES ASPECTOS IMPORTANTES EN EL TRIÁNGULO DEL SERVICIO COMO SON LA CULTURA, EL LIDERAZGO Y LA ORGANIZACIÓN</p> <p>FINALMENTE SE PLANTEA EL PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO DEL BBVA BANCO GANADERO EL CUAL DEBE ESTRUCTURAR EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE CREANDO Y CONSOLIDANDO ESTÁNDARES DE SERVICIO A NIVEL DE OFICINAS (CLIENTE EXTERNO), DEBE GENERAR UNA "CULTURA CORPORATIVA" ORIENTADA AL CLIENTE, AL SERVICIO Y A LA CALIDAD, INICIAR UN PROCESO DE SEGUIMIENTO A LA DESERCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES Y REALIZAR ENCUESTAS CON MODELOS PROPUESTOS</p>
OBJETIVO GENERAL	REALIZAR UN DIAGNÓSTICO PARA DISEÑAR EL ÁREA DE SERVICIO EN EL BBVA BANCO GANADERO

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ANALIZAR SI LO QUE SE ESTÁ EVALUANDO EN EL SERVICIO ES LO INDICADO Y LO SUFICIENTE PARA UNA ADECUADA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EVALUAR QUÉ ENFOQUE TIENEN LAS ENCUESTAS DE CLIENTE INTERNO Y EXTERNO REALIZADAS HASTA EL MOMENTO, Y PROPONER EL MISMO TIPO DE ENCUESTAS PERO CON ELEMENTOS QUE ASEGUREN UNA EVALUACIÓN CON VERDADEROS ELEMENTOS DEL SERVICIO COMO SON LAS "DIEZ DIMENSIONES DEL SERVICIO" Y "EL TRIÁNGULO DE SERVICIO INTERNO" COMPARAR Y EVALUAR QUÉ UTILIDAD HA TENIDO EN OTROS BANCOS LA IMPLEMENTACIÓN DE LA GERENCIA DEL SERVICIO
DESCRIPTOR 1	DIEZ DIMENSIONES DEL SERVICIO
DESCRIPTOR 2	TRIÁNGULO DEL SERVICIO
FUENTES	<p>HAL F. ROSENBLUTH: EL CLIENTE NO ES LO PRIMERO. EDITORIAL NEGOCIOS. BOGOTÁ: 1993</p> <p>GINEBRA Y ARANA. DIRECCIÓN POR SERVICIO. LA OTRA CALIDAD. EDITORIAL MC GRAW HILL. MÉXICO: 1990</p> <p>HOROVITZ Y JURGENS: LA SATISFACCIÓN TOTAL DEL CLIENTE. EDITORIAL MC GRAW HILL. MÉXICO: 1990</p> <p>KARL ALBRECHT. SERVICIO AL CLIENTE INTERNO. EDITORIAL PAIDOS. BARCELONA</p> <p>KARL ALBRECHT. TODO EL PODER AL CLIENTE. EDITORIAL PAIDOS. BARCELONA 1992</p> <p>RICHARD C. WHITELEY. LA EMPRESA CONSAGRADA AL CLIENTE. EDITORIAL VERGARA MENCION DE SERIES BUSSINES CLASE. BUENOS AIRES 1992</p> <p>JAN CARLSON. MOMENTO DE VERDAD. ED DÍAZ DE SANTOS</p> <p>LEONARD L BERRY, DAVID R BENNET, CARTER W BROWN. LA CALIDAD DEL SERVICIO. UNA VENTAJA ESTRATÉGICA PARA INSTITUCIONES FINANCIERAS. EDITORIAL DÍAZ SANTOS. MADRID 1989</p> <p>V. ZEITHAML, LEONAR L BERRY. CALIDAD TOTAL EN GESTIÓN DE SERVICIOS. CÓMO LOGRAR EL EQUILIBRIO ENTRE LAS PERCEPCIONES Y LAS EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMIDORES. EDITORIAL DÍAZ SANTOS. MADRID: 1994</p>
CONCLUSIONES	<p>EL BANCO GANADERO HA VIVIDO TRES ETAPAS QUE LO HAN MARCADO, EN LAS QUE PASÓ DE UNA ENTIDAD DE CULTURA OFICIAL A UNA ENTIDAD PRIVADA, Y POR ÚLTIMO A SER PARTE UNA CULTURA TRASNACIONAL QUE A LLEVADO A LA ORGANIZACIÓN A QUE EN LA ACTUALIDAD SUS FUNCIONARIOS NO TENGAN UNA IDENTIDAD CULTURA Y EN LA QUE EL SERVICIO NO ES LO FUNDAMENTAL, POR ELLO LA PROPUESTA DE ESTA INVESTIGACIÓN SE FUNDAMENTA EN QUE A PARTIR DE LA NUEVA "CULTURA CORPORATIVA" DENOMINA "EXPERIENCIA BBVA", SE AFIANCE Y DIRECCIONE LOS PLANES ESTRATÉGICOS Y LAS ACTIVIDADES A QUE SUS FUNCIONARIOS SE APROPIEN E IDENTIFIQUEN CON LA NUEVA CULTURA, CON EL NUEVO ENFOQUE, EN EL QUE "EL CLIENTE ES EL CENTRO DEL NEGOCIO", CON ELLO LA ORGANIZACIÓN EN EL MEDIANO PLAZO SE IDENTIFICARÁ Y POSICIONARÁ ANTE SU CLIENTE COMO UNA ENTIDAD DE SERVICIO, CALIDAD Y EXCELENCIA.</p> <p>CON ESTA PROPUESTA SE LOGRO IDENTIFICAR, QUE EXISTE VENTAJA COMPARATIVA AL TENER EN SU ESTRUCTURA UN ÁREA EN DONDE SE IDENTIFIQUE CLARAMENTE UN RESPONSABLE DEL SERVICIO, DE LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES, DE SU CONOCIMIENTO, EN DONDE SEA CLARO LA PRÁCTICA DE UN MARKETING RELACIONAL Y NO TRANSACCIONAL</p>

TITULO	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL, DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE SERVICIO Y PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN NUEVO CENTRO DE ATENCIÓN PESONALIZADO PARA LA EMPRESA AVANTEL S.A
AUTOR	ADRIANA DEL PILAR CORTES BERMUDEZ
SECTOR	TELECOMUNICACIONES
TIPO DE INVESTIGACION	DESCRIPTIVA
DESCRIPCION	EN ESTE TRABAJO A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS DESCRIPTIVO SE ANALIZA LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA EN SU ÁMBITO INTERNO, TOMANDO COMO BASE LA VISIÓN, MISIÓN, VALORES, FORTALEZAS Y DEBILIDADES, Y EN EL ENTORNO EXTERNO FRENTE AL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES, EN ASPECTOS REFERENTES A TECNOLOGÍA, PROVEEDORES, COMPETENCIA, ENTRE OTROS; CON BASE ESTA INFORMACIÓN SE DISEÑARON ESTRATEGIAS DE SERVICIO QUE PERMITIRÁN CONTRARRESTAR LAS DEBILIDADES DE LA ORGANIZACIÓN Y ENFOCARLA A UNA EMPRESA MÁS COMPETITIVA, ASÍ MISMO SE GENERA LA PROPUESTA FRENTE A LA APERTURA DE UN NUEVO CENTRO DE ATENCIÓN PERSONALIZADO, COMO ESTRATEGIA FRENTE A LA OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO PARA LOS USUARIOS DE LA RED AVANTEL
OBJETIVO GENERAL	REALIZAR UN ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMPAÑÍA Y DESARROLLAR LA PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN NUEVO CENTRO DE ATENCIÓN PERSONALIZADO
OBJETIVOS ESPECIFICOS	DETERMINAR EL ESTADO DE LA COMPAÑÍA EN EL ÁMBITO INTERNO IDENTIFICANDO LAS DEBILIDADES Y FORTALEZAS CON QUE CUENTA. REALIZAR UN ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA COMPAÑÍA EN EL AMBIENTE EXTERNO FRENTE A LOS ASPECTOS ECONÓMICOS, TECNOLÓGICOS, POLÍTICOS Y DE COMPETENCIA. GENERAR ESTRATEGIAS DE SERVICIO ACORDES CON LOS RESULTADOS DEL ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO. DETERMINAR LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PUNTO DE ATENCIÓN, ACORDE CON LA DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS CLIENTES ACTUALES Y LA FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO DEFINIR EL NUMERO DE PERSONAS EN CONTACTO QUE SE DEBEN TENER EN CADA PUNTO DE ATENCIÓN, DE ACUERDO AL VOLUMEN DE CONTACTOS QUE SE ESPERAN TENER, DE FORMA QUE SE MANTENGAN O MEJOREN LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO (TSF: FACTOR DE SERVICIO; ASA: TIEMPO PROMEDIO DE ESPERA EN COLA; WORK: TIEMPO DE SERVICIO), CON LOS CUALES SE CUENTA ACTUALMENTE. DETERMINAR LA NUEVA ESTRUCTURA JERÁRQUICA (ORGANIGRAMA) DE LA GERENCIA DE SERVICIO AL CLIENTE EN SU ÁREA DE SERVICIO PERSONALIZADO, ACORDE CON LA NUEVA ESTRUCTURA DE SERVICIO
DESCRIPTOR 1	CADENA DE VALOR
FUENTES	ALBRECHT, KARL. GERENCIA DEL SERVICIO. 3R EDITORES. SANTAFÉ DE BOGOTÁ 2000 EIGLIER PIERRE, SERVUCIÓN. MCGRAW – HILL. MADRID 1989. CARLZON, JAN. EL MOMENTO DE LA VERDAD. EDICIONES DÍAZ DE SANTOS S.A. SOIN, SARV SINGH., CONTROL DE CALIDAD TOTAL. MCGRAW – HILL. MÉXICO 1997. REVISTA, DINERO EDICIÓN NO. EL NUEVO CONSUMIDOR, AGOSTO 23 DE 2002. REVISTA, DINERO EDICIÓN NO. LA CARA DEL SERVICIO, MAYO 31 DE 2002. REVISTA, CLASE EMPRESARIAL. META EN DISERCIÓN DE CLIENTES: CERO
CONCLUSIONES	LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE ES UNA DE LAS PRIORIDADES DE AVANTEL, ESTA PLENAMENTE IDENTIFICADA DENTRO DE LA VISIÓN Y VALORES DE LA COMPAÑÍA, EL DESARROLLO DE CADA NUEVA ESTRATEGIA DEBE ESTAR ACORDE CON LO QUE SE QUIERE SER DE AVANTEL Y POR LO QUE SE QUIERE SER IDENTIFICADO EN EL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES, SU INTERÉS ES TENER CLIENTES FIELES Y RENTABLES IDENTIFICAR DENTRO DE UNA COMPAÑÍA LOS CONCEPTOS BÁSICOS DEL SERVICIO COMO LA CADENA DE VALOR, LAS DIMENSIONES DE LA CALIDAD, LOS FACTORES CLAVES DEL ÉXITO , ENTRE OTROS Y ANALIZAR LA AUDITORIA INTERNA Y EXTERNA, PERMITE UBICAR A LA EMPRESA EN UN CONTEXTO PARA LA GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS DE SERVICIO ORIENTADAS A LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN. LA APERTURA DE UN NUEVO CENTRO DE ATENCIÓN EN LA ZONA DEL CAN ES VIABLE, DADO QUE SE DETERMINO QUE UN PORCENTAJE CERCANO AL 50% DE LOS CONTACTOS QUE HACEN USO DE ESTE SERVICIO, PROVIENEN DE CLIENTES UBICADOS EN LOCALIDADES CERCANAS A ESTE PUNTO

TITULO	PLAN DE NEGOCIO PARA UN DELIKATESSEN EN LA CIUDAD DE BOGOTA
AUTOR	LINA MARCELA VARGAS ACERO MARIA CATALINA VILLAMIZAR ORTIZ ROBERTO ANDRES VALBUENA BONILLA
SECTOR	COMERCIO
TIPO DE INVESTIGACION	DESRIPTIVA
DESCRIPCION	EL DOCUMENTO SE INICIA CON UNA DESCRIPCIÓN DEL DIAGNOSTICO DEL SUBSECTOR DE ALIMENTOS, POSTERIORMENTE SE ESTABLECE LA VIABILIDAD DE MERCADO DEL NEGOCIO Y DENTRO DE ESTA SE DESARROLLA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CUALITATIVA Y CUANTITATIVA, A CONTINUACIÓN SE PRESENTA EL ESTUDIO DE TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL DELIKATESSEN. TODO LO ANTERIOR PERMITE DESARROLLAR EL SISTEMA ORGANIZATIVO DEL NEGOCIO Y FINALMENTE SE PRESENTAN LAS INVERSIONES Y COSTOS PARA EL NEGOCIO DELIKATESSEN COMO MARCO DE REFERENCIA PARA EL PLAN DE NEGOCIO PARA UN DELIKATESSEN EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ REALIZA UN PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN ENUNCIANDO EL PROBLEMA Y FORMULANDO EL PROBLEMA; TAMBIÉN PRESENTA UNA BREVE RESEÑA DE LOS CONCEPTOS ADMINISTRATIVOS RELACIONADOS CON CULTURA EMPRESARIAL, CULTURA ORGANIZACIONAL, PERCEPCIÓN DEL CLIENTE Y LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DETALLA ASPECTOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS
OBJETIVO GENERAL	DEFINIR LA VIABILIDAD DE UNA COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS TIPO DELIKATESSEN EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, INNOVADORA, COMPETITIVA Y CON PERMANENCIA EN EL TIEMPO.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	REALIZAR UN DIAGNÓSTICO DEL SUBSECTOR DE ALIMENTOS DELIKATESSEN. DETERMINAR LA VIABILIDAD DE MERCADO DEL PROYECTO DELIKATESSEN. REALIZAR UN ESTUDIO DEL TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO. ESTABLECER EL MODELO ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO. PRESENTAR LAS INVERSIONES Y COSTOS ASOCIADOS AL DELIKATESSEN.
DESCRIPTOR 1	PLAN DE NEGOCIOS
FUENTES	SALES, MATÍAS. PORTAL DE ESTUDIANTES DE RECURSOS HUMANOS. MONOGRAFÍAS.COM GOMEZ CASTILLO, JUAN MANUEL. TRABAJO APORTADO. AMAUTAPISCO@HOTMAIL.COM. CAMARA DE COMERCIO. PÁGINA WEB. MALHOTRA, K. NARRES. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UN ENFOQUE PRÁCTICO. SEGUNDA EDICIÓN. PRENTICE HALL. 1995. MIRANDA, JUAN JOSÉ. GESTIÓN DE PROYECTOS. EDITORIAL TERCER MUNDO. 3ª EDICIÓN.
CONCLUSIONES	LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA ES POSITIVA HACIA EL DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO INCENTIVANDO A LOS INVESTIGADORES A PROFUNDIZAR EN EL ESTUDIO DE LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE UN SEGMENTO DE MERCADO EXTRANJERO Y DENTRO DE UN RANGO DE EDAD DE 40 A 65 AÑOS. EL MERCADO EN BOGOTÁ PARA EL DELIKATESSEN ES DE UNA ALTA ACEPTACIÓN CONSIDERANDO COMO CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORES DEL NEGOCIO LA EXCLUSIVIDAD, ELEGANCIA Y VENTA DE PRODUCTOS DE EXCELENTE CALIDAD Y PRESTIGIO

TITULO	MODELO DE SERVICIO PARA LOS USUARIOS DE LA UNIDAD RENAL DE LA FUNDACION CARDIO INFANTIL RENAL THERAPY SERVICE LTDA . SUCURSAL BOGOTÁ
AUTOR	ADRIANA CORTES PIÑERES
SECTOR	SALUD
TIPO DE INVESTIGACION	DESRIPTIVA
DESCRIPCION	<p>LA PRESENTE INVESTIGACIÓN COMIENZA CON LA IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA FRENTE AL SERVICIO EN RTS LTDA. SUCURSAL BOGOTÁ, EL CUAL REPRESENTA UNA OPORTUNIDAD CLARA PARA LA CREACIÓN DE UN MODELO DE SERVICIO EN DONDE ES FUNDAMENTAL EL ANÁLISIS DEL SECTOR A NIVEL MACRO Y MICRO EL CUAL PERMITE IDENTIFICAR LA OPORTUNIDADES, AMENAZAS, DEBILIDADES Y 11 FORTALEZAS CON EL FIN DE PROPONER ESTRATEGIAS PERSUASIVAS QUE PERMITAN AUMENTAR LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS USUARIOS</p> <p>EL MARCO DE REFERENCIA MUESTRA UN ANÁLISIS DEL SECTOR SALUD Y LAS CLÍNICAS RENALES COMO EMPRESAS DE SERVICIOS.</p> <p>PARA EL ANÁLIS QUE SE REALIZÓ SE REVISARON ASPECTOS GENERALES DEL ENTORNO DEL SECTOR SALUD, DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA DE LOS SERVICIOS DE SALUD, SU RELACIÓN DIRECTA Y APLICABILIDAD A LA CLÍNICAS RENALES; INVESTIGACIÓN SOBRE LA NEFROLOGÍA EN COLOMBIA Y LAS GENERALIDADES DEL SERVICIO EN LOS CENTROS DE SALUD CON APLICABILIDAD EN LA CLÍNICAS RENALES.</p>
OBJETIVO GENERAL	DISEÑAR UN MODELO DE SERVICIO QUE PERMITA MEJORAR LAS CONDICIONES ACTUALES DE SATISFACCIÓN DE LOS PACIENTES DE LA UNIDAD RENAL DE LA FUNDACIÓN CARDIO INFANTIL RTS LTDA. SUCURSAL BOGOTÁ
OBJETIVOS ESPECIFICOS	<p>DETERMINAR LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES EXISTENTES EN LA ORGANIZACIÓN CON RESPECTO AL SERVICIO.</p> <p>ESTABLECER CON CLARIDAD LAS NECESIDADES DE MEJORAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN.</p> <p>ALINEAR LA PROPUESTA DE SERVICIO FRENTE AL PROGRAMA DE MEJORAMIENTO CONTINUO</p>
DESCRIPTOR 1	CADENA DE VALOR

	<p>ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE HOSPITALES, ASCOFAME, SEGURO SOCIAL, ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD, MANUAL DE ACREDITACIÓN PARA INSTITUCIONES HOSPITALARIAS, COLOMBIA 1995.</p> <p>BAXTER, CARTILLA DE INDUCCIÓN EN ATENCIÓN RENAL, RTS COLOMBIA, AÑO 2000.</p> <p>BERRY THOMAS, CÓMO GERENCIAR LA TRANSFORMACIÓN HACIA LA CALIDAD TOTAL. ED. PAIDÓS, MADRID, 1996.</p> <p>CARDENAS M., EVOLUCIÓN DE LA GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS Y SU RELACIÓN CON PROCESOS DE CAMBIO ORGANIZACIONAL EN COLOMBIA. ED. HISPANOAMERICANA, 1992.</p> <p>FRANCO LYNNE MILLER, NEWMAN JEANNE, LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y EL MEJORAMIENTO DE PROCESOS COMO MEDIOS PARA LOGRAR LA CALIDAD. E.U.A.</p> <p>DESSLER GARAY. ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL. PRACTICE HALL. MÉXICO, 1996.</p> <p>LEEBOV, W. Y ERSOZ. C. MANUAL DE LOS ADMINISTRADORES DE SALUD PARA EL MEJORAMIENTO CONTINUO, CENTRO DE GESTIÓN HOSPITALARIA. BOGOTÁ, 1996</p> <p>MINISTERIO DE SALUD. PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS DE SALUD EN COLOMBIA. COLOMBIA 1994.</p> <p>MINISTERIO DE SALUD, PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS DE SALUD, GUÍAS DE CAPACITACIÓN Y CONSULTA RE-CREAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD EN LAS EMPRESAS SOCIALES DEL ESTADO EN EL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL EN SALUD, 1999.</p> <p>PÉREZ, MARÍA LUZ ISABEL, DOCUMENTO SOBRE GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS, PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS. VERSIÓN, 1998.</p> <p>85</p> <p>BERMUDEZ MARTINEZ RIGOBERTO, MANUAL DE PROCEDIMIENTOS, PUBLICACIÓN DE LA CORPORACIÓN COLOMBIANA DE ORGANIZACIÓN Y MÉTODOS " O&M COLOMBIA", COMO APOYO</p> <p>MINISTERIO DE SALUD, PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS DE SALUD, MANUAL DE NORMALIZACIÓN DE LOS PROCESOS, MÓDULO NO. 5, 1996.</p> <p>MEJIA BRAULIO M.D., GERENCIA DE PROCESOS PARA LA ORGANIZACIÓN Y CONTROL INTERNO DE EMPRESAS DE SALUD 1998.</p> <p>CENTRO DE GESTIÓN HOSPITALARIA, GUÍA PARA LOS PARTICIPANTES PREMIO CALIDAD EN SALUD.</p> <p>MARIÑO HERNANDO, GERENCIA DE PROYECTOS, EDIT. ALFAOMEGA.</p> <p>PLAZAS GERMÁN, LA NUEVA SEGURIDAD SOCIAL, 5TA EDICIÓN, 1998</p> <p>COBRA MARCOS, MARKETING DE SERVICIOS, EDITORIAL MCGRAW HILL, 2000</p> <p>BERNAL CESAR A. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PARA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA, EDITORIAL PRENTICE, MAY, 2000.</p> <p>ALBRECH KARL, GERENCIA DEL SERVICIO.</p> <p>THOMPSON ARTHUR A. JR., STRICKLAND A.J. III. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA.</p> <p>MAC GRAWHILL, EXLIBRIS EDITORES SA., 2000</p> <p>VIÑAS CARLOS LÓPEZ, ALTAHONA HERNANDO. PERSPECTIVAS EN NEFROLOGÍA. ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE NEFROLOGÍA. 2000.</p> <p>MULLER DE LA LAMA ENRIQUE, CULTURA DE CALIDAD DEL SERVICIO. ED. TRILLAS, 1999</p>
FUENTES	
CONCLUSIONES	<p>ESTE TRABAJO EN SU PARTE PRELIMINAR PERMITIÓ IDENTIFICAR EL ENTORNO EN EL QUE LAS CLÍNICAS RENALES S DESARROLLAN SU ACTIVIDAD ECONÓMICA, RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS ESPECIALES DE SERVICIO REQUERIDAS EN EL ENTORNO DE LA SALUD Y EVIDENCIAR LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES ACTUALES SOBRE LAS CONCISIONES ACTUALES DEL SERVICIO.</p> <p>EVIDENCIO LA POSIBILIDAD DE DESARROLLAR EN LOS SERVICIOS PRESTADOS EN EL SECTOR DE LA SALUD MECANISMOS QUE TIENDAN A CONSEGUIR LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO</p> <p>DEMUESTRO LA NECESIDAD DE CONTAR CON UNA FIGURA EN LA ORGANIZACIÓN O DEPENDIENTE DE ESTA QUE SE ENCARGUE DE GERENCIAR EL SERVICIO PARA TODO RTS PUES A PESAR DE CONTAR CON LOS RECURSOS, EN LA ACTUALIDAD NO HAY UN BUEN SEGUIMIENTO EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS PLANES SUGERIDOS POR OTRAS ESTANCIAS EN SU PRIMER ACERCAMIENTO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO; YA QUE POR SUS OTRAS PRIORIDADES ESTAS DEPENDENCIAS NO HAN ORIENTADO A LAS CLÍNICAS DE MANERA CONCRETA SOBRE EL CAMINO A SEGUIR CON LOS RESULTADOS DE LOS DIAGNÓSTICOS INDIVIDUALES Y MUCHO MENOS HA HECHO CONOCER EL TRABAJO Y LOS RESULTADOS DE ALGUNOS PLANES QUE SE HAN IMPLEMENTADO AL RESPECTO EN LAS CLÍNICAS.</p>

TITULO	MODELO DE LA GERENCIA DE INVERSIONES GANADERÍA "EL GANSO"
AUTOR	FRANCISCO ARTURO ORTIZ NAVARRO CARLOS ALFONSO ENCISO
SECTOR	SECTOR AGROPECUARIO
TIPO DE INVESTIGACION	DESCRIPTIVA
DESCRIPCION	<p>EN EL DOCUMENTO SE TOMA EL CASO ESPECÍFICO DE INVERSIONES GANADERÍA "EL GANSO" (IGEG), DONDE EL GERENTE UN ESTUDIANTE DE POSTRADO CONSIDERA FUNDAMENTAL PARA EL ÉXITO DE (IGEG) LA INCORPORACIÓN DE NUEVAS QUE APOYEN Y ACELEREN LOS PROCESOS. ADEMÁS SE CONSIDERA QUE ESTAS HERRAMIENTAS DEBEN PERMITIR LA IDENTIFICACIÓN DE CUALES SON LAS ESTRATEGIAS QUE DEBE SEGUIR LA EMPRESA PARA ALCANZAR SU VISIÓN, COMO TAMBIÉN EXPRESAR ESTAS ESTRATEGIAS EN OBJETIVOS CUYO LOGRO SEA CUANTIFICABLE A TRAVÉS DE UN CONJUNTO DE INDICADORES DE GESTIÓN ORIENTÁNDOLOS HACIA LA GESTIÓN ESTRATÉGICA.</p> <p>EL GERENTE DISEÑO LO QUE DENOMINO "EL MODELO DE LA GERENCIA DE INVERSIONES GANADERÍA EL GANSO" CON EL FIN DE LOGRAR LA META DE AYUDARLE A OBTENER RESULTADO DE NEGOCIO APLICANDO DE FORMA EFECTIVA PRÁCTICAS DE LIDERAZGO GERENCIAL, ADMINISTRACIÓN DEL DESARROLLO HUMANO, ADMINISTRACIÓN DE LOS PROCESOS DEL NEGOCIO, ENFOQUE EN EL CLIENTE Y EN EL MERCADO Y UTILIZACIÓN DE INFORMACIÓN Y HERRAMIENTAS DE CALIDAD.</p> <p>EL MODELO DE LA GERENCIA TAMBIÉN INTEGRA ELEMENTOS CLAVES DE LA PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA, CATEGORÍAS DEL MODELO EFQM DE EXCELENCIA EL CUAL ES UN MODELO DE GESTIÓN INTEGRADA QUE AYUDA A REVELAR UNA VISIÓN GLOBAL Y ENFOCADA HACIA EL CLIENTE, Y LOS CONCEPTOS DEL BALANCED SCORECARD</p>
OBJETIVO GENERAL	DISEÑAR, DESARROLLAR E IMPLANTAR UN MODELO PARA LA GERENCIA DE IGEG COMO HERRAMIENTA MODERNA Y EFICAZ QUE PERMITA A LA EMPRESA TRANSFORMAR LA VISIÓN Y LA ESTRATEGIA EN UN CONJUNTO COHERENTE DE OBJETIVOS E INDICADORES, CONSIDERANDO ADEMÁS QUE EL MODELO PODRÁ SER DE UTILIDAD PARA MUCHAS EMPRESAS DEL SECTOR EN LA QUE SE DESENVUELVE INVERSIONES GANADERÍA "EL GANSO"
DESCRIPTOR 1	PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA
DESCRIPTOR 2	BALANCE STORE CARD
FUENTES	<p>BATEMAN, THOMAS Y SNELL, SCOTT. ADMINISTRACIÓN - UNA VENTAJA COMPETITIVA. CUARTA EDICIÓN. MÉXICO: INWIN -MCGRAW- HILL, 2000</p> <p>BERNAL TORRES, CÉSAR AUGUSTO. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PARA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA. BOGOTÁ: PEARSON EDUCACIÓN DE COLOMBIA LTDA., 2000</p> <p>BOTERO MAYA, RICARDO. CÓMO MANEJAR NUESTRO FUTURO GANADERO. (EN LÍNEA) WWW.FERIAGANADOSMEDELLIN.COM.CO. FEBRERO 16, 2000</p> <p>CLUB GESTIÓN DE LA CALIDAD Y STRATEGY & FOCUS. MODELO INTEGRADO EFQM & BSC. (EN LÍNEA) WWW.CLUBCALIDAD.ES. FEBRERO 9, 2000</p> <p>CLUB GESTIÓN DE LA CALIDAD. MODELO EFQM DE EXCELENCIA. (EN LÍNEA) WWW.CLUBCALIDAD.ES. FEBRERO 9, 2000.</p> <p>HERNÁNDEZ TORRES, MARITZA. UN MODELO DE DIAGNÓSTICO PARA EL CONTROL DE GESTIÓN EMPRESARIAL. (EN LÍNEA) WWW.5CAMPUS.COM. CONTROL DE GESTIÓN. WWW.5CAMPUS.COM/LECCION/DIAGNOS2. ENERO 12, 2002.</p> <p>KAPLAN, ROBERT Y NORTON, DAVID. CUANDO DE MANDO INTEGRAL (THE SCORE CARD) EDICIONES GESTIÓN 2000 S.A.</p> <p>LA INDUSTRIA CÁRNICA Y SUS POSIBILIDADES DE EXPORTACIÓN. (EN LÍNEA) WWW.FERIAGANADERAMEDELLIN.COM.CO FEBRERO 16, 2002.</p> <p>LÓPEZ VIÑEGLA, A. BALANCED SCORECARD: EL CUADRO DE MANDO. (EN LÍNEA) WWW.5CAMPUS.COM.CONTROLDEGESTION.HTTP. ENERO 12, 2002.</p> <p>MARTINEZ RIVADENEIRA, RICARDO. EL BALANCED SCORECARD APLICADO EN ÁREAS DE LOGÍSTICA. (EN LÍNEA) 5CAMPUS.COM.CONTROLDEGESTION.HTTP://WWW.5CAMPUS.COM. ENERO 18, 2000</p> <p>EL VALOR AGREGADO EN LAS ENTIDADES PÚBLICAS. (EN LÍNEA). 5CAMPUS.COM.CONTROLDEGESTION HTTP://WWW.5CAMPUS.COM. ENERO 18, 2002.</p> <p>TABLEROS BALANCEADOS DE GESTIÓN, CAPITAL INTELLECTUAL Y SU RELACIÓN CON EL ECOMMERCE PARA MEJORAR LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS. (EN LÍNEA). 5CAMPUS.COM. CONTROL DE GESTIÓN. HTTP://WWW.5CAMPUS.COM. ENERO 18, 2000.</p> <p>MÉNDEZ ALVAREZ, CARLOS EDUARDO. METODOLOGÍA GUÍA PARA ELABORAR DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS. SEGUNDA EDICIÓN. BOGOTÁ: MCGRAW HILL INTERAMERICANA S.A., 1999.</p> <p>PÉREZ PELAEZ, JORGE LEÓN. FUTURO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CARNE. (EN LÍNEA) HTTP://WWW.FERIAGANADERAMEDELLIN.COM.CO. FEBRERO 16, 2002.</p> <p>PRICEWATERHOUSECOOPERS. CUANDO DE MANDO E INDICADORES PARA LA GESTIÓN DE PERSONAS. (EN LÍNEA). HTTP://WWW.PRICEWATERHOUSECOOPERS.COM. ENERO 18, 2002.</p> <p>SZULANZKI, FABIÁN. TABLERO DE COMANDO PARA LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS. (EN LÍNEA) HTTP://WWW.CIBERCONTA.UNIZAR.ES/LECCION/TCRRHH/1 ENERO 18,2002</p>

CONCLUSIONES

LOS MODELOS GERENCIALES O ADMINISTRATIVOS, COMO LA ESTRATEGIA DE EMPRESA NO SON GENÉRICOS, ELLOS TIENEN QUE TENER UNA ADAPTACIÓN AL TIPO DE EMPRESA A LA QUE SE ADMINISTRA Y AL MEDIO EN LA QUE SE DESENVUELVE. POR LO TANTO ES CLARO QUE LOS MODELOS GERENCIALES UTILIZADOS EN UNAS EMPRESAS O QUE NACIERON A PARTIR DE CIERTAS CIRCUNSTANCIAS DE MERCADO ESPECIALES, NO TIENEN QUE SER LA ÚLTIMA PALABRA PARA TENER ÉXITO EN OTRAS EMPRESAS CON OTROS ESQUEMAS O REALIDADES. POR LO TANTO SI TOMAMOS LOS MODELOS GERENCIALES COMO BASES CONCEPTUALES, SE PUEDE CONSTRUIR UNA ESTRATEGIA QUE SE ADAPTA ADECUADAMENTE A LA EMPRESA Y QUE PERMITA SU CRECIMIENTO, RENTABILIDAD Y SUPERVIVENCIA EN EL MEDIO EN EL QUE SE DESENVUELVE.

LAS EMPRESAS DEBEN TENER UNA VISIÓN CLARA A TODO NIVEL DE LA ORGANIZACIÓN QUE CONLLEVE A LA DETECCIÓN DE LOS OBSTÁCULOS AL PROCESO PRODUCTIVO QUE PERMITA DIRECCIONAR Y PRIORIZAR SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS MÁS NEURÁLGICOS

EL MODELO DE LA GERENCIA DE INVERSIONES GANADERÍA "EL GANSO" ES UN MODELO QUE INTEGRA LOS ELEMENTOS CLAVES DE LA PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA, Y LOS CONCEPTOS DE BALANCE SCORECARD BUSCANDO QUE LAS ENERGÍAS ECONÓMICAS Y HUMANAS DE LA ORGANIZACIÓN, SE ALINEEN DIRIGIÉNDOSE EN LA MISMA DIRECCIÓN QUE ES LA QUE FINALMENTE LLEVA A LA CONSECUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS COMUNES DE EMPRESA

TITULO	ENFOQUE DE SERVICIO PARA CONSTRUIR UNA ORGANIZACIÓN CON LA MISIÓN DE DAR A CONOCER EL JUGO DE "TAHITIAN NONI" EN COLOMBIA Y A NIVEL GLOBAL
AUTOR	LUCERO MARTÍN TRIANA DE RICARDO
SECTOR	SALUD
TIPO DE INVESTIGACION	DESCRIPTIVA
DESCRIPCION	<p>DESCRIBE UN MODELO DE LÓGICA Y ESTRATEGIA PARA CONSTRUIR UNA ORGANIZACIÓN CON LA MISIÓN DE DAR A CONOCER EL JUGO DE "TAHITIAN NONI". CADA UNA DE LAS CUATRO SUBLÓGICAS, LA LÓGICA DEL CLIENTE, LA LÓGICA DEL PRODUCTO, LA LÓGICA ECONÓMICA Y LA LÓGICA ESTRUCTURAL, CON TODAS SUS ALTERNATIVAS DISPONIBLES, SE APLICAN EN GRAN MEDIDA A LA CONSTRUCCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN CUYA MISIÓN ES DAR A CONOCER EL JUGO DE "TAHITIAN NONI", A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL. SE CONSTRUYE UNA ORGANIZACIÓN, AFILIANDO LÍDERES EMPRESARIALES QUE CONFORMAN LAS REDES DE MERCADEO, TANTO EN COLOMBIA COMO FUERA DE ELLA, EN OTROS PAÍSES, PARA LOGRAR UNA ORGANIZACIÓN DE NIVEL INTERNACIONAL Y GLOBAL.</p> <p>CONTIENE LAS ACCIONES TÁCTICAS PARA CONSTRUIR UNA ORGANIZACIÓN CON LA MISIÓN DE DAR A CONOCER EL JUGO DE "TAHITIAN NONI" Y SON: 1. LEER, INTERIORIZAR, APLICAR Y PONER EN PRÁCTICA DIARIAMENTE, EL MANUAL "EXPRESS WAY DE MORINDA". 2. LEER, INTERIORIZAR Y DAR A CONOCER DIARIAMENTE, LOS BENEFICIOS PRODIGIOSOS DEL JUGO DE "TAHITIAN NONI", PARA LA SALUD DE LOS SERES HUMANOS.</p> <p>LAS ACCIONES TÁCTICAS SIRVEN PARA OBTENER UN AMPLIO CONOCIMIENTO SOBRE EL JUGO DE "TAHITIAN NONI" Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA ORGANIZACIÓN. PONIENDO EN PRÁCTICA LAS ACCIONES TÁCTICAS, SE OBTIENEN LOS RESULTADOS ESPERADOS, LA GRATIFICACIÓN PERSONAL TANTO ESPIRITUAL COMO MATERIAL.</p> <p>ACLARA COMO LOS INDICADORES DE GESTIÓN DEBEN SER MEDIDOS POR LOS LÍDERES EMPRESARIALES. ES DE SUMA IMPORTANCIA QUE SE HAGAN ESTAS MEDICIONES, PARA CONOCER EL GRADO DE DESARROLLO EN QUE SE ENCUENTRA LA ORGANIZACIÓN Y SI SE ESTÁ REALIZANDO CORRECTAMENTE LA GESTIÓN.</p>
OBJETIVO GENERAL	SE ELABORÓ UNA PROPUESTA PARA DESARROLLAR LA CONSTRUCCIÓN DE UNA ORGANIZACIÓN CON LA MISIÓN DE DAR A CONOCER EL JUGO DE "TAHITIAN NONI" EN COLOMBIA Y EL MUNDO CON UN ENFOQUE DE SERVICIO.
OBJETIVO ESPECIFICOS	<p>SE CONSTRUYÓ UN MODELO DE LÓGICA Y ESTRATEGIA PARA CONSTRUIR UNA ORGANIZACIÓN CON LA MISIÓN DE DAR A CONOCER EL JUGO DE "TAHITIAN NONI".</p> <p>SE PLANEARON ACCIONES TÁCTICAS PARA DESARROLLAR LA CONSTRUCCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN EN COLOMBIA Y A NIVEL GLOBAL</p> <p>SE ELABORÓ UN PROGRAMA PARA IDENTIFICAR Y CAPACITAR LÍDERES CON UN PERFIL ADECUADO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE ESTA ORGANIZACIÓN.</p> <p>SE ELABORÓ UN CONJUNTO DE INDICADORES DE GESTIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN. DETERMINAR LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES EXISTENTES EN LA ORGANIZACIÓN CON RESPECTO AL SERVICIO.</p> <p>ESTABLECER CON CLARIDAD LAS NECESIDADES DE MEJORAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN.</p>
DESCRIPTOR 1	MODELO DE LÓGICA Y ESTRATEGIA

FUENTES	<p>ALBRECHT, KARL. TODO EL PODER AL CLIENTE. PAIDÓS. BARCELONA.1994.</p> <p>DESATNICK, ROBERT. CÓMO CONSERVAR SU CLIENTELA : EL SECRETO DEL SERVICIO. LEGIS. BOGOTÁ. 1989.</p> <p>JAY, ROS. LO FUNDAMENTAL Y LO MÁS EFECTIVO ACERCA DE LOS CLIENTES. MC GRAW HILL. BOGOTÁ. 2000.</p> <p>SENGE, PETER. LA QUINTA DICIPLINA. GRANICA. BARCELONA. 1992.</p> <p>ALBRECHT, KARL. LA MISIÓN DE LA EMPRESA. PAIDÓS. BARCELONA. 1996.</p> <p>INFORMACIÓN OFICIAL DE "MORINDA". JUGO DE "TAHITIAN NONI" PARA TODO EL MUNDO EN TODAS PARTES.</p> <p>MANUAL EXPRESS WAY DE "MORINDA"</p> <p>SOLOMON, NEIL, M.D., PH.D. EL FENÓMENO NONI. DIRECT SOURCE PUBLISHING. EE.UU.</p> <p>COVEY, STEPHEN. EL LIDERAZGO CENTRADO EN PRINCIPIOS. PAIDÓS. BARCELONA. 1993</p>
CONCLUSIONES	<p>ESTE TRABAJO MUESTRA UN MARCO DE REFERENCIA DE LO QUE SIGNIFICA CONSTRUIR UNA ORGANIZACIÓN CON LA MISIÓN DE DAR A CONOCER EL JUGO DE "TAHITIAN NONI" EN COLOMBIA Y A NIVEL GLOBAL CON UN ENFOQUE DE GERENCIA DEL SERVICIO</p> <p>LOS OBJETIVOS PLANTEADOS EN LA PROPUESTA SE CUMPLIERON CABALMENTE, SE HIZO UN ESTUDIO A PROFUNDIDAD CON CADA UNO DE ELLOS, SE LOGRÓ OBTENER UN AMPLIO CONOCIMIENTO Y ANÁLISIS EN CADA UNO DE ESTOS PARÁMETROS.</p>

TITULO	GUIA DE AUDITORIA DEL SERVICIO EN GENERALES LTDA. PARA SUS LINEAS DE EQUIPOS A MOTOR E INSTRUMENTACIÓN, EN COLOMBIA
AUTOR	JORGE ENRIQUE BOTERO SALAZAR ZAIDA ESPERANZA VARGAS ULLOA
SECTOR	SERVICIOS
TIPO DE INVESTIGACION	DESRIPTIVA
DESCRIPCION	<p>UNA AUDITORIA DE SERVICIO PARA QUE LA ORGANIZACIÓN OBTENGA EN FORMA METODOLÓGICA Y TÉCNICA LOS ÍNDICES DE SATISFACCIÓN DE SUS CLIENTES CON LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTAN.</p> <p>LA METODOLOGÍA PROPUESTA ESTÁ BASADA EN INFORMACIÓN Y RECOMENDACIONES DADAS POR DIFERENTES AUTORES EXPERTOS EN EL TEMA, EN PROCESOS DE REFERENCIACIÓN DE AUDITORÍAS DE ESTE TIPO Y EN LOS APORTES OBTENIDOS POR ALGUNAS PERSONAS, QUE COMO CONSULTORAS DE LA INDUSTRIA, HAN TENIDO LA OPORTUNIDAD DE VIVIR LA EXPERIENCIA DE LA APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS EN ESTE SENTIDO.</p> <p>LA GUÍA AUNQUE PRESENTA EJEMPLOS Y ALGUNAS RECOMENDACIONES ESPECIALES PARA LA APLICACIÓN DE LA MEDICIÓN EN LAS LÍNEAS DE MOTORIZADOS E INSTRUMENTACIÓN, PUEDE SER ADAPTADA Y UTILIZADA POR LAS DEMÁS LÍNEAS DE GENERALES LTDA..</p> <p>LA GUÍA ES UN MAPA QUE ILUSTRAS LAS ETAPAS Y ACTIVIDADES QUE DEBEN SEGUIRSE PARA REALIZAR CON ÉXITO UNA AUDITORIA EN FORMA ORGANIZADA, EVITANDO OMITIR ASPECTOS CLAVES QUE AFECTEN LOS RESULTADOS OBTENIDOS, NO PERMITAN EL APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS INVERTIDOS O LA UTILIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN EL MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS, SISTEMAS O SERVICIOS ESTE DOCUMENTO CONSTA DE TRES PARTES LA PLANEACIÓN, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO, POR SER EL ORDEN LÓGICO EN QUE SE DESARROLLA CUALQUIER PROYECTO. PARA MAYOR CLARIDAD Y ENTENDIMIENTO CADA TEMA INICIA CON LA DESCRIPCIÓN DEL OBJETIVO DE SU APLICACIÓN Y TERMINA CON UN RESUMEN DE LAS ACTIVIDADES CLAVES QUE DEBEN REALIZARSE.</p>
OBJETIVO GENERAL	PROPONER UNA METODOLOGÍA PARA LA REALIZACIÓN DE AUDITORÍAS SISTEMÁTICAS Y SISTÉMICAS DEL SERVICIO EN LAS LÍNEAS DE EQUIPOS DE MOTOR E INSTRUMENTACIÓN, PARA QUE LA ORGANIZACIÓN PUEDA, BASADA EN LOS RESULTADOS, CONOCER LA OPINIÓN DE LOS CLIENTES SOBRE LA CALIDAD Y LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO QUE RECIBEN
OBJETIVO ESPECIFICOS	<p>DAR LAS PAUTAS Y RECOMENDACIONES PARA INVESTIGAR Y CONOCER:</p> <p>LOS ATRIBUTOS CLAVES DEL SERVICIO PARA LOS CLIENTES DE LAS DOS LÍNEAS.</p> <p>LA IMPORTANCIA RELATIVA DE CADA ATRIBUTO PARA EL CLIENTE.</p> <p>LA CALIFICACIÓN QUE LOS CLIENTES DAN A LOS ATRIBUTOS EN CUANTO LOS SERVICIOS DE GENERALES LTDA. DE ACUERDO CON SU GRADO DE SATISFACCIÓN.</p> <p>CÓMO MANEJAR Y CONVERTIR LOS DATOS RECOGIDOS EN INFORMACIÓN VALIOSA PARA LA ORGANIZACIÓN EN EL DIRECCIONAMIENTO DE SU GESTIÓN HUMANA Y A NIVEL ORGANIZACIONAL GENERAL (ÁREAS COMERCIAL, FINANCIERA, TECNOLÓGICA, COMUNICACIONES... ETC.)</p>
DESCRIPTOR 1	MODELO DE LÓGICA Y ESTRATEGIA

<p>FUENTES</p>	<p>ALBRECHT, KARL, BRADFORD, LAWRENCE. LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO. ¡CONOZCA Y COMPRENDA A SUS CLIENTES!. BOGOTÁ: 3R EDITORES. 1.998. 237P. ALBRECHT, KARL. TODO EL PODER DEL CLIENTE. EL NUEVO IMPERATIVO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO. BARCELONA: EDICIONES PAIDÓS. 1.994. 353P. ALBRECHT, KARL, ZEMKE, ROM. GERENCIA DEL SERVICIO. CÓMO HACER NEGOCIOS EN LA NUEVA ECONOMÍA! BOGOTÁ: 3R EDITORES. 1.999. 205P. BERNAL TORRES, CÉSAR AUGUSTO. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PARA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA. BOGOTÁ: PEARSON EDUCACIÓN DE COLOMBIA. 2.000. 262P. BOTERO, ABELARDO JOHN. CONFERENCIAS DE LA CÁTEDRA DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. TEXTO GUÍA. BOGOTÁ: UNIAGRARIA-ICONTEC, 1.997. 137P. BUREAU VERITAS QUALITY INTERNATIONAL. CURSO DE ENTRENAMIENTO PARA AUDITOR LIDER. PAIPA: 1.998. 240P. CARLZON, JAN. EL MOMENTO DE LA VERDAD. MADRID: EDICIONES DÍAZ DE SANTOS. 1.991. 159 P. CARRERO, JOSÉ MARÍA. MAQUINARIA PARA TRATAMIENTOS FITOSANITARIOS. MÉTODOS Y APARATOS PARA APLICACIÓN DE PLAGUICIDAS. MADRID: GRUPO MULTIPRENSA. 1.997. 159P. CHUNG, RICHARD Y., KELLY P., KEITH. SATISFACER PRIMERO LOS CLIENTES INTERNOS. GUÍA PRÁCTICA PARA LA MAYOR SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EXTERNOS E INTERNOS. BARCELONA: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA. 2.000. 255P. 86 COTTE, DAVID. EL SERVICIO CENTRADO EN EL CLIENTE. MADRID: EDICIONES DÍAZ DE SANTOS. 1.991. 346P. FITZSIMMONS, JAMES A, FITZSIMMONS, MONA J. SERVICE MANAGEMENT, PREPARATIONS, STRATEGY, AND INFORMATION TECHNOLOGY. THIRD EDITION. NEW YORK: MCGRAW-HILL CO FORSYTH, PATRICK. MARKETING BÁSICO PARA DIRECTIVOS. BARCELONA: EDICIONES FOLIO. 1.996. 180P. FRANKIN F., ENRIQUE BENJAMÍN. AUDITORÍA ADMINISTRATIVA. MÉXICO: MCGRAW HILL INTERAMERICANA. 2.001. 568P. FUENTES DE PIEDRAHITA, CILIA, VELEZ M., JOSÉ. EQUIPOS PARA LA APLICACIÓN TERRESTRE DE HERBICIDAS. CALI: CENTRO INTERNACIONAL DE AGRICULTURA TROPICAL, CIAT. 1.989. 6 GILMORE, JAMES H, PINE, B. JOSEPH. MARKETING 1 X 1. CADA CLIENTE ES UN MERCADO. BOGOTÁ: EDITORIAL NORMA. 2.000. 265P. GODET, MICHEL. DE LA ANTICIPACIÓN A LA ACCIÓN. MANUAL DE PROSPECTIVA Y ESTRATEGIA. BARCELONA: EDICIONES ALFAOMEGA. 1.995. 360P. GOMEZ AYALA, MARIO. AUDITORÍA DE LA CALIDAD EN LA EMPRESA MODERNA. BOGOTÁ: EDITORIAL PANORAMA. 2.000. 150P. GRÖNROOS, CHRISTIAN. MARKETING Y GESTIÓN DE SERVICIOS. LA GESTIÓN DE LOS MOMENTOS DE VERDAD Y LA COMPETENCIA EN LOS SERVICIOS. MADRID: EDICIONES DÍAZ DE SANT HOROVITZ, JACQUES. LOS SIETE SECRETOS DEL SERVICIO AL CLIENTE. MADRID: PRENTICE HALL PEARSON EDUCACIÓN. 2.000. 146P. HOROVITZ, JACQUES. LA CALIDAD DEL SERVICIO. A LA CONQUISTA DEL CLIENTE. MADRID: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA DE ESPAÑA. 1.991. 105P. HUERTAS, JOSÉ IGNACIO, TIBAQUIRA, JOSÉ ESTEBAN. MECANIZACIÓN DE LAS LABORES DE FUMIGACIÓN EN LA INDUSTRIA DE FLORES. EN: REVISTA SCIENTIA ET TECHNICA. VOL 6, NO. ICONTEC. NTC 1.875. MAQUINARIA AGRÍCOLA: BOMBAS MANUALES DE ASPERSIÓN, FUMIGADORAS DE PRESIÓN HIDRONEUMÁTICA. BOGOTÁ: ICONTEC, 1983. 7P. ILLERA DULCE, LUIS EDUARDO. ESTRATEGIAS DEL CAMBIO ECONÓMICO. SIGLO XX. 2ª. ED. BOGOTÁ: EDICIONES HISPANOAMERICANAS. 2.000. 378P. INTERNATINAL INSTITUTE FOR MANAGEMENT DEVELOPMENT. THE WORLD COMPETITIVENESS REPORT 2.001, LAUSANNE, I.M.D. 2.001. 568P. ISAZA B., LUIS FERNANDO. PRODUCCIÓN EN SERIE DE EQUIPOS MANUALES PARA FUMIGACIÓN. MEDELLÍN, 1.975. 114P. TESIS (INGENIERO MECÁNICO). UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVA JOHNSON, SPENCER. ¿QUIÉN SE HA LLEVADO MI QUESO? CÓMO ADAPTARSE A UN MUNDO EN CONSTANTE CAMBIO. 7ª. ED. BARCELONA: EDICIONES URANO. 2.000. 93P. KINNEAR, THOMAS C, TAYLOR, JAMES R. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. UN ENFOQUE APLICADO. 5ª. ED. BOGOTÁ: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA. 1.998. 874P. LUTHER, WILLIAM M. EL PLAN DE MERCADEO. CÓMO PREPARARLO Y PONERLO EN MARCHA. 2ª. ED. BOGOTÁ: EDITORIAL NORMA. 1.997. 190P. MALHOTRA, NARESH K. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. UN ENFOQUE PRÁCTICO. 2ª. ED. MÉXICO: PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA. 1.997. 890P. MCDANIEL, CARL. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CONTEMPORÁNEOS. 4ª. ED. MÉXICO: INTERNACIONAL THOMSON EDITORES. 1.999. 780P. PICAZO MANRIQUEZ, LUIS RUBÉN., MARTINEA VILLEGAS, FABIÁN. INGENIERÍA DE SERVICIOS. PARA CREAR CLIENTES SATISFECHOS Y LOGRAR VENTAJAS COMPETITIVAS Y SOSTENIBLES</p>
<p>CONCLUSIONES</p>	<p>LA APLICACIÓN DE AUDITORÍAS Y SU ALCANCE SE CONVIERTE EN PARTE DE LA ESTRATEGIA CORPORATIVA PARA LOGRAR LA SATISFACCIÓN Y FIDELIDAD DE LOS CLIENTES, POR ESO EN LA DEFINICIÓN DE SUS OBJETIVOS Y ALCANCE DEBEN PARTICIPAR EL EQUIPO GERENCIAL EL PRINCIPIO DE SERVICIO ESTABLECIDO POR LA ORGANIZACIÓN EN EL QUE EL "CLIENTE ES EL ÚNICO CON DERECHO A CALIFICAR EL SERVICIO", EXIGE LA REALIZACIÓN DE AUDITORÍAS A TRAVÉS DE LAS CUALES SE PUEDA CONOCER SU CALIFICACIÓN LA REALIZACIÓN DE AUDITORÍAS NO ES UNA TAREA ADICIONAL, DEBE FORMAR PARTE DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL YA QUE " LO QUE SE MIDE ES SUSCEPTIBLE DE MEJORAR Y LO QUE NO SE MIDE NO SE PUEDE ADMINISTRAR AL APLICAR LAS AUDITORÍAS EL CLIENTE DEBERÁ CONOCER QUE ESTA RETROALIMENTANDO A LA ORGANIZACIÓN PARA MEJORAR PERO DEBE TENERSE CUIDADO EN NO GENERAR EXPECTATIVAS QUE LA ORGANIZACIÓN NO HAYA EVALUADO Y NO PUEDA LLEGAR A CUMPLIR COMO RESULTADO DE LA AUDITORÍA SE OBTIENEN INDICADORES DE SATISFACCIÓN, Y COMPETENCIA, QUE JUNTO CON OTROS INDICADORES PERMITEN A LAS DIRECTIVAS DIRIGIR Y DAR RUMBO A LA ORGANIZACIÓN</p>

TITULO	DISEÑO Y DOCUMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD BAJO LOS LINEAMIENTOS DE LA NORMA NTC ISO 9001:2000 EN LA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA CONIKA INGENIERÍA LTDA
AUTOR	MARTHA LUCÍA MEJÍA MOTTA
SECTOR	SERVICIOS
TIPO DE INVESTIGACION	DESRIPTIVA
DESCRIPCION	SERVICIOS DE CONSULTORÍA COMO LO ES CONIKA INGENIERÍA LTDA ESTABLECE UNA ESTRUCTURA QUE LE PERMITE LLEVAR A CABO SUS ACTIVIDADES DE MANERA CONTROLADA, EFICAZ Y CUMPLIENDO SIEMPRE CON LOS REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES DE SUS CLIENTES. ESTA INVESTIGACIÓN PLANTEA LA NECESIDAD DE ASEGURAR TANTO A LOS CLIENTES COMO A LA MISMA EMPRESA QUE SUS ACTIVIDADES Y PROCESOS FLUYAN DE MANERA EFECTIVA PARA OBTENER RESULTADOS SATISFACTORIOS PARA LAS PARTES. EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN SE DISEÑA Y SE DOCUMENTA EL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD ADECUADO A LAS NECESIDADES DE CONIKA INGENIERÍA LTDA Y SIGUIENDO LA METODOLOGÍA PLANTEADA POR LA NORMA NTC ISO 9001:2000, TENIENDO EN CUENTA ADEMÁS LA DISPOSICIÓN Y EL APOYO DE LA DIRECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA LLEVAR A CABO EL PROYECTO. LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD ES UN PROCESO QUE TOMA ALREDEDOR DE 8 MESES HASTA LOGRAR OBTENER MEDICIONES QUE PERMITAN DETERMINAR LA EFICACIA DEL SISTEMA Y ENTRAR EN UN PROCESO DE MEJORA CONTINUA, POR LO TANTO EN ESTE TRABAJO SE PLANTEAN LOS PROCEDIMIENTOS, CONTROLES Y LAS HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN DEL SISTEMA, PERO NO SE PROCURA MEDIRLO, YA QUE ES NECESARIO IMPLEMENTARLO Y PERMITIR SU FUNCIONAMIENTO PARA LUEGO CONTROLARLO Y ESTABLECER LOS AJUSTES ADECUADOS SEGÚN LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN Y LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA QUE SE PRESENTEN DURANTE LAS AUDITORÍAS
OBJETIVO GENERAL	DISEÑAR Y DOCUMENTAR UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD BAJO LA NORMA NTC ISO 9001:2000 EN CONIKA INGENIERÍA LTDA
OBJETIVO ESPECIFICOS	EVALUAR A CONIKA INGENIERÍA LTDA A LA LUZ DE LOS REQUISITOS DE LAS NORMA NTC ISO 9001:2000 DETERMINAR LOS PROCESOS QUE SE DEBEN MANEJAR DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN DETERMINAR EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE CONIKA INGENIERÍA LTDA ESTABLECER LOS REQUISITOS GENERALES EXIGIDOS POR LA NORMA NTC ISO 9001:2000 DOCUMENTAR EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ADECUADO A LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN
DESCRIPTOR 1	GUÍA DE AUDITORIA
FUENTES	INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN, NORMA TÉCNICA COLOMBIANA NTC ISO 9001:2000 BERRY, THOMAS H. CÓMO GERENCIAR LA TRANSFORMACIÓN HACIA LA CALIDAD TOTAL. ED. MCGRAW HILL. 1992. BERNAL, CÉSAR AUGUSTO. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. ED. PRENTICE HALL. 2.000. PÁGINAS 110-115. ANDER-EGG, EZEQUIEL. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL. ED. HUMANITAS. BUENOS AIRES 1982. HOYLE, DAVID. MANUAL DE VALORACIÓN DEL SISTEMA DE CALIDAD ISO 9000. PARANINFO, 1998. 350 P. SERVAT, ALBERTO G. ALEXANDER. MANUAL PARA DOCUMENTAR SISTEMAS DE CALIDAD. MÉXICO :PRENTICE HALL, 1998. 368 P.

CONCLUSIONES

UN MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD ES UNA HERRAMIENTA QUE ADEMÁS DE EJERCER CONTROL INTERNO SOBRE LOS PROCESOS DE LA ORGANIZACIÓN, PERMITE ASEGURAR AL CLIENTE QUE SERÁ CUMPLIDOS TODOS SUS REQUERIMIENTOS.

LA IMPLEMENTACIÓN EN CONIKA INGENIERÍA LTDA, DE SU SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD, ENFOCADO BAJO LOS LINEAMIENTOS DE LA NORMA NTC ISO 9001:2000, NO SOLO LE PERMITIRÁ TENER UN MANEJO SISTÉMICO Y CONTROLADO DE SUS PROCESOS, SINO QUE LE BRINDA UNA VENTAJA COMPETITIVA FRENTE A SU COMPETENCIA DIRECTA YA QUE PERMITIRÁ QUE LOS PROCESOS CON LOS CLIENTES FLUYAN DE MANERA EFECTIVA Y POR LO TANTO LOS RESULTADOS DE SU GESTIÓN CON LOS CLIENTES SERÁN EVIDENTES NO SOLO EN MENOS TIEMPO SINO CON UNA BUENA DISTRIBUCIÓN DE RECURSOS.

TODA EMPRESA DE SERVICIOS DEBE ASEGURAR A SUS CLIENTES QUE LA PRESTACIÓN DE ÉSTE SERÁ GARANTIZADA EN CUANTO A PRECIO, TIEMPO Y CALIDAD, DURANTE TODO EL PROCESO DE SERVICIO, DEBERÁ ESTABLECER ESTÁNDARES DE CALIDAD QUE PERMITAN CUMPLIR CON LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE Y LOGRAR LA SATISFACCIÓN TOTAL DE ÉL.

TITULO	ELABORACIÓN DE RESÚMENES ANALÍTICOS DE INVESTIGACIÓN DE LOS TRABAJOS DE GRADO EN LA ESPECIALIZACION DE GERENCIA DEL SERVICIO DE LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA PARA EL PERIODO [2001-2007]
AUTOR	ALFONSO IVAN VELASQUEZ R
SECTOR	
TIPO DE INVESTIGACION	Estado De Arte (Investigación documental)
DESCRIPCION	Se realizó análisis de proyectos de grado de la especialización Gerencia del servicio, cada uno de los 14 proyectos se realizó primero realizando un diagnóstico general de cada uno para luego realizar un análisis de cada trabajo logrando extraer los objetivos, la justificación para realizar posteriormente una descripción del proyecto planteado por cada uno de los autores. Los proyectos verificados son de diversos sectores de la economía nacional, pasando desde el sector ganadero hasta el sector de las telecomunicaciones.
OBJETIVO GENERAL	Realizar los Resúmenes Analíticos de Investigación de los trabajos de grado en la Especialización de Gerencia del Servicio de la Universidad de La Sabana para el periodo [2001-2007]
OBJETIVO ESPECIFICOS	Realizar un diagnóstico general de los trabajos de grado de la Especialización de Gerencia del Servicio Efectuar un análisis de cada trabajo y elaborar el RAI (Resumen Analítico de Investigación) correspondiente de acuerdo a la metodología definida. Sistematizar la información de cada RAI.
DESCRIPTOR 1	Estudios documentales

	<p>AMPARO VELEZ – GLORIA CALVO Universidad de la Sabana. 1992 http://www.unisabana.edu.co</p> <p>Andrei Lopez Charry Propuesta de un modelo que defina los lineamientos de un sistema de informacion que evalúe la calidad de los servicios de la caja de compensación familiar COMPENSAR 2003</p> <p>Juan Andres Escobar El comportamiento del consumidor frente a la innovación del uso del sistema drive thru para comida rápida en Bogotá 2006</p> <p>Ligia Elvira Martínez Gonzalez Propuesta de una estructura interna de servicio 2003</p> <p>Adriana Forero Bobadilla Angelica Villarrag Nieto Liliana Alvis Cruz Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría en temas de servicio para el sector salud 2006</p> <p>Paola Andrea Gutierrez Florez Silvia Riaño Villamizar Diseño de estrategias de fidelización para los clientes actuales y consecución de nuevos clientes para la empresa G&F Ferreterías 2007</p> <p>Dario Enrique Sarmiento Amador Diseño de un sistema de gestión de indicadores del servicio 2003</p>
FUENTES	<p>TC-226.2003-001 Propuesta de un modelo que defina los lineamientos de un sistema de información que evalúe la calidad de los servicios de la caja de compensación familiar COMPENSAR. El modelo que se plantea es el más apropiado sin recurrir a alta inversión tecnológica para medición de indicadores de servicio, ajustando los sistemas existentes e involucrando a todos los actores de Servicio al cliente de Compensar y centralizando la información en un solo punto para lograr completar el ciclo de servicio.</p> <p>TC-226.2006-004 El comportamiento del consumidor frente a la innovación del uso del sistema drive thru para comida rápida en Bogotá. El estudio aunque aparentemente sencillo, logró establecer los patrones de comportamiento de los usuarios de Drive Thru; se realizaron encuestas y observación directa mostrando la relación entre la cultura y el comportamiento de los compradores. Este estudio sirve para realizar campañas de marketing a empresas que deseen implementar este canal de venta o potencializar las que ya lo tienen.</p> <p>TC-226.2003-005 Propuesta de una estructura interna de servicio. En la empresa que se desarrolla la investigación (Banco de Crédito) y aunque se desarrolló en el 2003, se evidencia la importancia del centro de atención telefónica como fuente de información y canal de atención.</p> <p>TC-226.2006-008 Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría en temas de servicio para el sector salud. El punto que se trata en esta tesis es muy importante y muestra la situación actual del sector salud en el que solo se realizan procesos de atención sin realizar mejoramiento continuo, solo se realiza seguimiento. El plantear una empresa de consultoría podría ayudar a incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios y soportando la carga operativa que esto significaría para los centros de atención de salud. Importante que integre conocimiento del sector, investigación de situación actual de servicio y plan de negocio complementario al sector salud.</p>

CONCLUSIONES

TC-226.2007-003 Diseño de estrategias de fidelización para los clientes actuales y consecución de nuevos clientes para la empresa G&F Ferreterías
En este sector no se ha renovado el esquema de servicio por el tipo de segmentos a los que va dirigido y por la informalidad de los empresarios, la idea se plantea de forma estructurada de tal forma que se creen relaciones sostenibles entre empresa y cliente pasando de simples compradores a clientes fieles. El centro de la estrategia es fidelizar y potencializar al cliente actual logrando conocimiento de cada uno de ellos, la metodología usada considero es la adecuada con encuestas y análisis de clientes pudiendo adaptar esta estrategia a cualquier empresa del mismo sector.

TC-226.2003-002 Diseño de un sistema de gestión de indicadores del servicio
La problemática planteada en este caso se centra en los procesos internos de atención entre áreas de una misma organización, la definición que le da el autor de la investigación al plantear plan de procesos y asignación clara de roles y responsabilidades; considero se acopla al objetivo planteado incluyendo indicadores de gestión para asegurar los procesos.

TC-226.2003-006 Diagnostico para diseñar el area de servicio al cliente en el BBVA BANCO GANADERO
Este escenario planteado en la investigación nos muestra claramente la falta de comunicación entre las áreas de servicio de la compañía y el comité ejecutivo de la misma; al realizar un análisis de cliente e

TC-226.2003-003 Análisis de la situación actual, diseño de estrategias de servicio y propuesta para la creación de un nuevo centro de atención personalizado para la empresa AVANTEL S.A
El planteamiento de analizar el ámbito interno de la compañía centrándose en verificar la misión, visión, valores, fortalezas y debilidades considero es un punto importante que gran mayoría de empresas dejan de lado ya que esto hace parte del eje de las empresas; en este caso específico se encontró es que esta base esta enfocada a lo que busca la organización que es enfoque al cliente.

TC-226.2006-003 Plan de negocio para un delikatessen en la ciudad de bogota
Siendo un plan de negocio el desarrollo de este proyecto de grado, vincula adecuadamente un diagnóstico del subsector de alimentos en el cual se desarrollará la empresa; también un marco teórico de lo que se debe tener en cuenta para formar empresa incluyendo cultura empresarial y organizacional, estrategias de servicio, sin dejar a un lado detalles tan importantes como los aspectos legales de creación de una empresa.

TC-226.2002-001 Modelo de la gerencia de inversiones ganadería "EL GANSO"
Este escenario que plantea la implementación un proceso completo de creación de visión de la empresa vinculando al mismo tiempo nuevas estrategias y procesos que se puedan replicar en otras empresa

TC-226.2001-001 Enfoque de servicio para construir una organización con la misión de dar a conocer el jugo de "tahitian noni" en colombia y a nivel global
El modelo de lógica y estrategia planteado en este trabajo, estructura mis conocimientos sobre la creación de una empresa para difundir un producto como el jugo de noni que es reconocido por la sociedad pero no aceptado por todos como medicinal; el modelo que se plantea incluye los puntos de vista necesarios para liderar la distribución de un producto que en este caso podríamos asociar a un océano azul.

TC-226.2001-002 Guia de auditoria del servicio en generales Ltda. para sus lineas de equipos a motor e instrumentación, en Colombia
El planteamiento que se desarrolla en este trabajo para encontrar el seguimiento a los indicadores de servicio se plantea como una auditoría con índices de seguimiento lo que considero muy válido teniendo en cuenta que el servicio es el punto más importante en una organización y no solo se debe tomar como indicadores de gestión sino como procesos periódicos que realicen diferentes auditores internos de la compañía capacitados para tal fin.

TC-226.2003-007 Diseño y documentación de un sistema de gestión de la calidad bajo los lineamientos de la norma NTC ISO 9001:2000 en la empresa de servicios de consultoría conika ingeniería Ltda.
En este documento también se aplicaron guías de auditoría pero en este caso basadas en una norma ya establecida para tal fin, adicional es muy importante que no solo se plantea para ejercer control en la