



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega

FACULTAD DE PSICOLOGÍA Y TRABAJO SOCIAL

Experiencia laboral en una empresa importadora de equipos tecnológicos y
Programa personalizado con un enfoque en la fuerza de ventas

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de **LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

AUTOR

Bachiller: DIAZ RONCAL, ANA VIRGINIA

ASESOR

Mg. MIRANDA VARGAS, VICTOR DARIO

Lima. Diciembre 2022

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mis padres, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido hoy cumplir un sueño más.

A mis hermanos, por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento. Y a toda mi familia, porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

A mi novio, quien es mi mejor amigo, mi cómplice por confiar en mí y apoyarme en cada uno de los pasos que doy en mi vida, siempre estás por y para mí. Te agradezco y deseo compartir contigo este y muchos otros momentos de mi vida.

RESUMEN

El presente trabajo da a conocer la experiencia profesional en psicología organizacional en una empresa importadora en Lima que brinda el servicio de ventas de productos tecnológicos. Durante la experiencia, se realizaron evaluaciones de personas, entrevistas y capacitación. El asesoramiento se efectuó con la finalidad de que la empresa y los colaboradores, trabajen en equipo para que logren el mismo objetivo. Como principal aporte se implementó el programa personalizado con la finalidad de que el trabajador mejore su desempeño laboral y este se vea reflejado en las ventas de los productos tecnológicos dentro de la empresa. La implementación del programa se llevó a cabo previo diagnóstico situacional elaborado con la información proporcionada por los responsables del área de ventas quienes señalaron la necesidad de motivar al personal pues las ventas se encontraban estancadas. Luego de la aplicación del programa que fueron replicados con 2 grupos de colaboradores comerciales, se observó un incremento de ventas, las cuales subieron en un aproximado del 30% y 35%.

Palabras clave: Programa personalizado, fuerza de ventas, desempeño laboral, motivación laboral,

ABSTRACT

This paper reports the professional experience in organizational psychology in an importing company in Lima that provides sales services of technological products. During the experience, people evaluations, interviews and training were carried out. The counseling was carried out with the purpose of having the company and the collaborators work as a team to achieve the same objective. As a main contribution, a personalized program was implemented with the purpose of improving the employee's work performance, which is reflected in the sales of technological products within the company. The implementation of the program was carried out after a situational diagnosis elaborated with the information provided by those responsible for the sales area, who pointed out the need to motivate the personnel because sales were stagnant. After the application of the program, which was replicated with 2 groups of commercial collaborators, an increase in sales was observed, which rose by approximately 30% and 35%.

Key words: Personalized program, sales force, work performance, work motivation.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE ANEXOS	x
INTRODUCCIÓN.....	xi
CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES	1
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN.....	1
1.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	3
1.1.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y CONTEXTO SOCIOECONÓMICO.....	4
1.1.3. ACTIVIDAD GENERAL O ÁREA DE DESEMPEÑO	6
1.1.4. VISIÓN Y MISIÓN.....	6
CAPÍTULO 2: DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA	7
2.1. ACTIVIDAD PROFESIONAL DESARROLLADA.....	7
2.1.1. Herramientas utilizadas	8
2.2. PROPÓSITO DEL PUESTO Y FUNCIONES ASIGNADAS	10
CAPÍTULO 3: FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA ELEGIDO.....	12
3.1. TEORÍA Y LA PRÁCTICA EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL	12
3.1.1 Tipos de psicología organizacional.....	12
3.1.2. Asesoramiento del cliente interno	13
3.1.3. Comunicación efectiva	14
3.2. ACCIONES, METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS	16

3.2.1. Objetivo general.....	20
3.2.2. Objetivos específicos	20
3.2.3. Alcance	20
3.2.4. Descripción de actividades.....	20
3.2.5. Duración	20
3.2.6. Metodología.....	20
3.2.7. Análisis de resultados.....	21
CAPÍTULO 4: PRINCIPALES CONTRIBUCIONES.....	22
CONCLUSIONES.....	23
RECOMENDACIONES.....	24
BIBLIOGRAFÍA	25

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 01: Distribución de actividades en el área de recursos humanos.....11

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01: Estructura organizacional de la empresa importadora	2
Figura N° 02: Ubicación geográfica de la empresa.....	4
Figura N° 03: Ubicación geográfica de la sede principal.....	5
Figura N° 04: Ubicación geográfica de la sede de la Avenida Salaverry	5
Figura N° 05: Crecimiento en el Proceso de Selección	7
Figura N° 06: Comparativa de las ventas antes del programa personalizado	19
Figura N° 07: Comparativa de las ventas después del programa personalizado	19

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 01: Sesiones	26
Anexo N° 02: Ficha de trabajadores	35
Anexo N° 03: Informe psicolaboral	39
Anexo N° 04: Contrato de trabajo.....	40

INTRODUCCIÓN

Algunos autores concuerdan que la psicología organizacional es una disciplina orientada a estudiar el comportamiento de las personas dentro de una organización. En ese sentido, las actividades relacionadas de un psicólogo organizacional están enfocadas en actividades de selección de personal, desarrollo de personas, análisis de perfil de puesto, entre otros.

El presente trabajo tiene como finalidad hacer de conocimiento general la experiencia profesional en psicología organizacional en una empresa importadora ubicada en Lima, que brinda el servicio de ventas de productos tecnológicos.

El primer capítulo trata de aspectos generales; donde se describe a la empresa importadora que tiene como estructura organizacional dos principales servicios de negocios, brindar servicio de ventas al por mayor y menor de artículos tecnológicos y ventas por internet servicios de publicidad de marketing. Asimismo, se da a conocer el alcance socioeconómico y se procedió a detallar su ubicación geográfica y siendo su principal centro de operaciones la ciudad de Lima.

El segundo capítulo, desarrolla los objetivos organizacionales de la empresa importadora centrados en la búsqueda de candidatos idóneos para el puesto de ejecutivo de ventas, seguidamente, se describe la experiencia profesional dentro de la empresa como psicóloga organizacional la cual tiene como rol principal todo el proceso de selección, desde el filtro curricular hasta la contratación.

El tercer capítulo, se expone el aporte brindado en la organización referente al programa de coaching con un enfoque de asesoramiento al cliente interno para mejorar el desempeño de los trabajadores y la fuerza en las ventas.

Por último, el cuarto capítulo trata sobre las principales contribuciones en la experiencia profesional donde se presentarán las conclusiones y recomendaciones pertinentes como la bibliografía.

CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN:

La labor profesional motivo de este informe de suficiencia se llevó a cabo en el área de Recursos Humanos en la empresa importadora New Tendency Group S.AC., cuya estructura organizacional y descripción de los servicios se muestra en los siguientes párrafos.

New Tendency Group S.A.C., forma parte de la corporación New Tendency Perú, se creó hace más de 2 años y está dedicada a la importación, distribución y comercialización de productos de tecnología.

New Tendency, desarrolla sus actividades en el sector privado, corresponde a la categoría de sociedad anónima cerrada; dentro de sus principales actividades se encuentra la de brindar servicios de venta al por menor y mayor de artículos tecnológicos, además realizaban la importación de sillas para juegos obteniendo ventaja sobre sus competidores directos. Por último, al tener un área de Marketing dedicada principalmente a las ventas por internet de los productos importados, también se brindaba el servicio de Publicidad y Marketing a otras empresas que necesitaban de estos.

a) Estructura organizacional:

La empresa está conformada por el Gerente General, quién toma en forma democrática las decisiones en la empresa; adicionalmente, cuenta con el apoyo de 3 gerencias: Gerencia Administrativa, Gerencia de Ventas y Gerencia de Marketing.

La Gerencia Administrativa, tiene la responsabilidad de planificar, organizar, dirigir y controlar la Gestión de los Recursos Humanos, Logísticos, Contables y de Finanzas; y brindar apoyo administrativo que requiera la empresa.

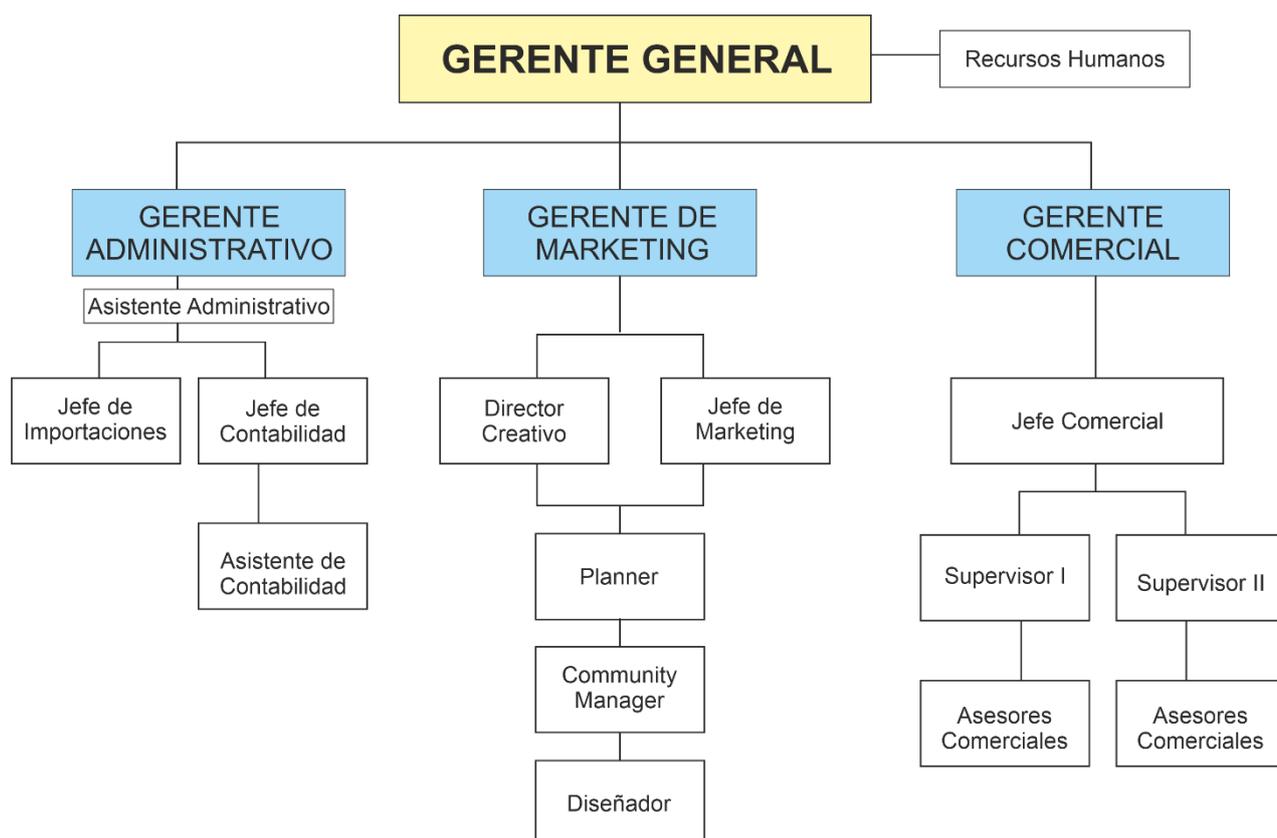
La Gerencia de Ventas tiene la responsabilidad de buscar clientes y realizar un servicio de calidad al cliente para atender las preguntas y quejas que existan; para ello se contaba con dos ejecutivos de ventas que realizan dichas funciones.

Por otro lado, se encuentra la Gerencia de Marketing, que se encarga de determinar, examinar y evaluar la demanda de un producto, marca o servicio, con el fin de desarrollar campañas y estrategias de publicidad atendiendo a las particulares del público objetivo.

Organigrama

Figura N° 01

Estructura organizacional de la empresa importadora



Fuente: Área administrativa de la empresa / elaboración propia.

1.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

La empresa cuenta con varias líneas de productos y servicios, las cuales se detallan a continuación:

a) Modo Gamers

Es una línea de productos gaming, encabezada principalmente por la venta, distribución y comercialización de sillas gamer en todo el territorio peruano. La meta ha sido brindar confianza, calidad y seguridad de nuestros productos.

b) New Tendency Agency

Es una agencia de marketing digital con más de 5 años de experiencia en el mercado, tienen como objetivo que la marca de sus clientes se quede retenida en la mente de todos. Son especialistas en marketing digital y tradicional, investigación de mercados, diseño y desarrollo de páginas web, tiendas online, redes sociales, blogs, email marketing, diseño gráfico, fotografía y vídeos.

c) Cyber Sport Studio

Es un estudio de comunicación que brinda servicios de transmisión, locución, publicidad, marketing digital y desarrollo audiovisual, abocados a promocionar, apostar e impulsar los deportes electrónicos en las escenas Peruanas y Latinas.

d) Flrst

Marca líder en el mercado, especializada en productos gaming que van desde sillas hasta periféricos y accesorios para usar en deportes electrónicos y juegos.

Aparte de ello contaban con 3 líneas exclusivas de sillas: Galaxy Series, Stone Series y Steel Pro Series. Cada línea está diseñada y pensada en brindar comodidad que solo una silla Premium puede otorgar.

e) Sassa Import

Es una línea exclusiva de productos tecnológicos y de tendencia mundial como: Smartwatches, audífonos Bluetooth, bicicletas plegables, entre otros.

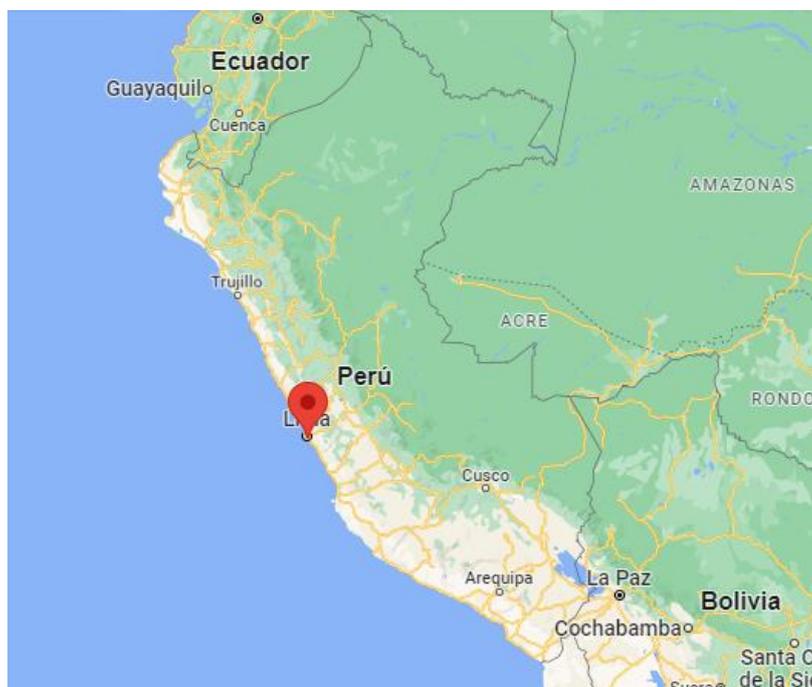
1.1.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

New Tendency Group, cuenta con dos sedes, la principal se encuentra en Calle los Robles y la sede adjunta en la Avenida Salaverry, ambas en el distrito de San Isidro, provincia de Lima. San Isidro es el centro financiero de Lima. Limita por el norte con los distritos de Jesús María, Lince y La Victoria; al este con los distritos de San Borja; al sur, con los distritos de Surquillo y Miraflores; y al oeste, con el distrito de Magdalena del Mar. El distrito de San Isidro, está habitado por familias de nivel socioeconómico alto ya que sigue manteniéndose como uno de los distritos limeños donde es más difícil poder adquirir una vivienda, terreno o departamento.

A continuación, se especifica la disposición geográfica de las 2 sedes. New Tendency Group funcionaba de manera presencial.

Figura N° 02

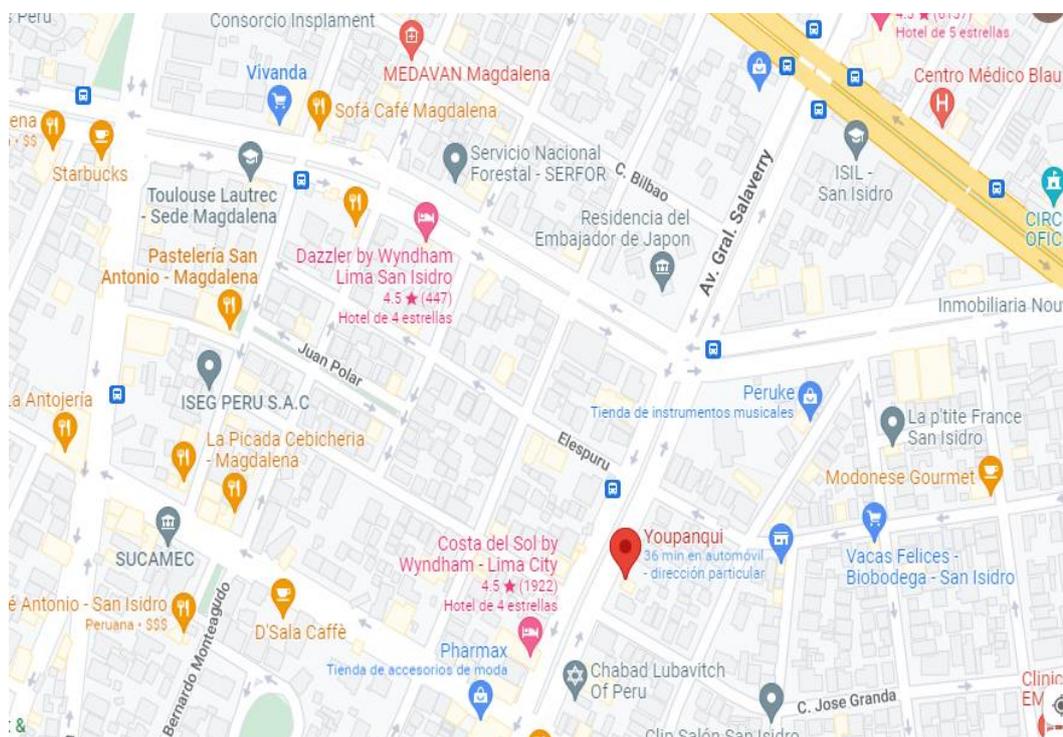
Ubicación geográfica de la empresa



Fuente: Google

Figura N° 03

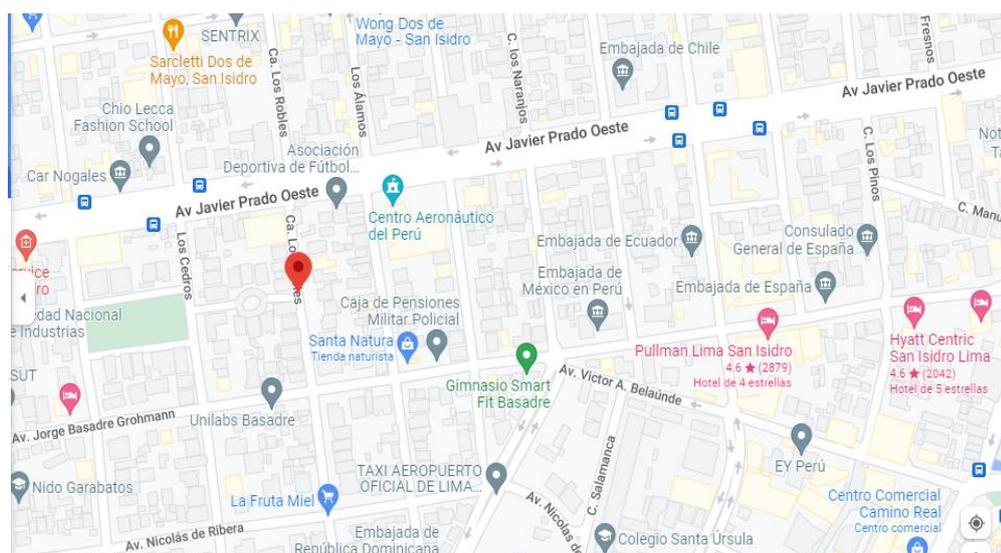
Ubicación geográfica de la sede principal Calle Los Robles



Fuente: Google

Figura N° 04

Ubicación geográfica de la sede Avenida Salaverry



Fuente: Google

1.1.3. ACTIVIDAD GENERAL O ÁREA DE DESEMPEÑO

La actividad general se realizó en el área de Recursos Humanos que corresponde a Psicología Organizacional.

1.1.4. VISIÓN Y MISIÓN

a) Misión

Posicionar cada una de nuestras marcas en cuanto a producto y servicios por nuestra buena calidad y atención al cliente.

b) Visión

Ser una de las empresas de comercio electrónico más grandes y eficientes en el mercado peruano logrando destacar e ingresar al mercado internacional.

c) Valores

- **Innovación:** buscamos que los colaboradores desarrollen un espíritu emprendedor, y soluciones creativas e inicien el cambio.
- **Trabajo en equipo:** compartimos conocimientos, experiencias y esfuerzo, aportando lo mejor de cada uno para un objetivo en común.
- **Servicio al cliente:** tenemos el objetivo de ofrecer el más alto nivel de servicios a nuestros clientes y tratarlos como queremos ser tratados nosotros mismos.
- **Ética:** transparencia y justicia con los colaboradores, clientes, proveedores, accionistas, nosotros mismos y comunidad en general.
- **Compromiso:** la gente está orgullosa de trabajar aquí, de los productos que venden y de todo lo que hacen para New Tendency Group y todas nuestras marcas.

CAPÍTULO 2: DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA

2.1. ACTIVIDAD PROFESIONAL DESARROLLADA

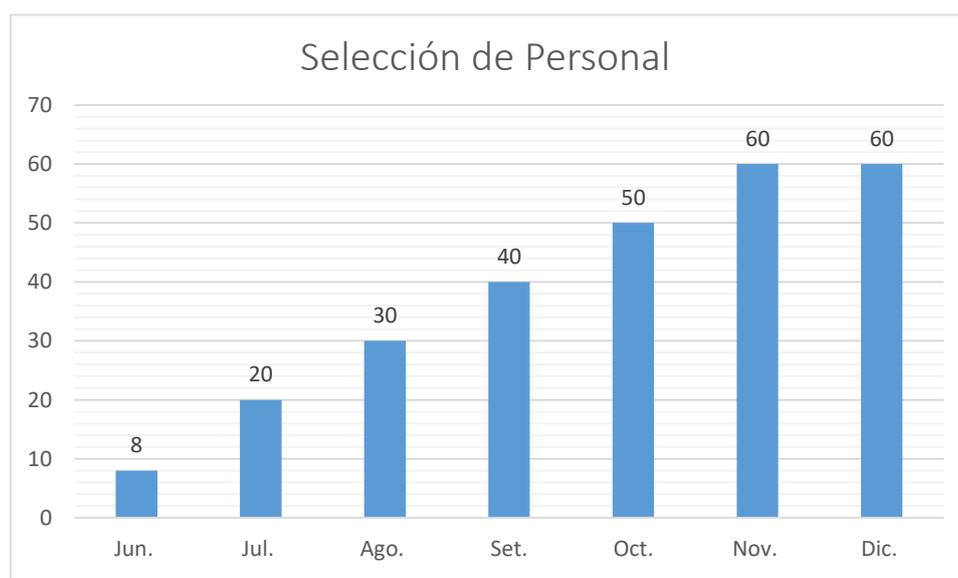
Mi labor profesional consistió en reclutar y seleccionar al personal idóneo para el perfil que se estaba buscando en la empresa. El requerimiento de los directivos de la empresa fue completar el área de ventas para una mayor productividad, ya que cuando se empezó a reclutar personal, está, solo contaba con 8 asesores comerciales, por lo cual se hizo un cronograma de actividades del proceso de selección, donde se especificaba de manera semanal las metas solicitadas por gerencia, que consistía en incrementar a 60 asesores comerciales.

Encargada de todo el proceso de selección del personal, desde el filtro curricular, preselección, selección, selección, la contratación del personal y capacitación. A la vez, brindaba asistencia socioemocional a todo el personal de la empresa, partiendo con la aplicación de prueba de personalidad con el fin de determinar sus perfiles y así poder efectuar las asesorías pertinentes, que incluyeran talleres y conversatorios.

En el siguiente gráfico se le presentará el crecimiento de selección de personal de ventas.

Figura N° 05

Crecimiento en el proceso de selección de personal.



Fuente: *Elaboración propia*

2.1.1. Herramientas utilizadas

Las herramientas aplicadas relacionadas a la selección de personal fueron las evaluaciones proyectivas, donde se obtuvieron resultados objetivos y óptimos. A continuación, se especifica las herramientas utilizadas durante la actividad profesional en la empresa:

- ❖ **Test de Wartegg:** es una prueba proyectiva que consta de 8 recuadros que el postulante tiene que completar. Esta prueba nos permite tener información sobre la personalidad y comportamiento del postulante; así como sus relaciones interpersonales, la opinión de sí mismo, control de sus impulsos, capacidad de análisis y preferencias.

- ❖ **Test de la Figura Humana:** es una prueba proyectiva que consiste en dibujar y describir una historia. En este dibujo nos permite analizar los aspectos de la personalidad del sujeto en relación a su autoconcepto, a su imagen corporal y su estado emocional.
Según el manual de Karen Machover, “El test de la Figura Humana, se basa en el fundamento teórico del esquema corporal que se proyecta a través del dibujo como instrumento para revelar las dimensiones internas de la personalidad que generalmente no pueden evaluarse, así como la proyección de una gama de rasgos significativos a través del dibujo”.

- ❖ **Entrevista:** es una de las etapas más importantes en la selección de personal, ya que tiene como finalidad, detectar la expresión verbal, las habilidades para relacionarse, en general, aquellos aspectos visibles del candidato y la relación con el puesto de trabajo. La entrevista realizada también se desarrollaba con el método STAR, donde este permitía evaluar comportamientos que evidencian si el entrevistado posee la competencia que se pretende evaluar.

La entrevista STAR, se utiliza para tomar decisiones, alinear y estandarizar la empresa, área, etc. De esta manera, se podrá determinar la brecha que existe para identificar mejor al personal que está apto o no, en promedio o por encima, lo que facilita saber mejor a quienes seleccionar, promover, capacitar y hacer feedback.

S: situación, contexto.

T: tareas, rol ejercido.

A: acciones, qué hacía?

R: Resultado (exitoso o no).

Guía de Entrevista:

- Preparación de la entrevista: instrucciones para preparar la entrevista, paso a paso.
- Apertura de la entrevista: tener claro para que se entrevista, el puesto, funciones, explicar el porqué está ahí, etc.
- Revisión de antecedentes claves: revisar el CV antes, preguntas acerca de dudas del CV, etc.
- Preguntas de comportamiento planeadas: con descriptores y competencias así formular preguntas (ej.: cuénteme, delate, etc.)
- Conclusión de la entrevista: sugerir lo que se desee para asegurarse que tiene toda la información del entrevistado que necesita. También, la oportunidad de que el entrevistado pueda formular preguntas.
- Evaluación de datos (post entrevista): evaluar lo que se entrevistó y recopiló. Así, calificar al candidato en los targets que se le asignaron. (Target: comportamientos subjetivos o críticos que eligió el entrevistador).

Ejemplo de entrevista Start

Competencia a evaluar: Trabajo en equipo

Pregunta: ¿Me podrías decir explicar una situación en la que hayas colaborado con más personas para obtener resultados en común y sobresaliente?

Respuesta: en mi anterior trabajo...

Pregunta: Entonces ¿cuál fue tu papel o tareas a desarrollar que identificaste para hacer en dicha situación?

Respuesta: respuesta con la principal tarea para resolver el problema...

Pregunta: ¿Cuáles son las acciones, formas o métodos que utilizaste para alinear o lograr el objetivo ante dicha situación?

Respuesta: actividades, acciones.

Pregunta: Luego de hacer todas las acciones y tareas mencionadas ¿cuáles fueron los resultados, que sucedió finalmente con el tema?

Respuesta: mención de que resultado se obtuvo, positivo o no, numérico, si ayudo en subir ventas, etc.

2.2 PROPÓSITO DEL PUESTO Y FUNCIONES ASIGNADAS

Como psicóloga profesional mi labor en la empresa importadora fue asesorar a los colaboradores en el fortalecimiento de sus competencias socioemocionales.

Dentro de las acciones que desarrolle en la empresa New Tendency Group en la sede de la Avenida Salaverry, son:

- a. **Reclutación:** Tener claro el perfil y descripción del puesto (requisitos, funciones, experiencia, etc.) público objetivo, etc.
Asimismo, se publica la solicitud en las distintas bolsas de trabajo, unas de ellas eran las de Indeed, Computrabajo, entre otras; como también se captaba personal por medio de las redes sociales.
- b. **Pre-selección:** Seleccionar un grupo de personas acorde al perfil y proceder a las entrevistas escritas y orales, según lo requerido y establecido. Si cumple con el perfil del puesto que se busca se procede a pasar sus datos a un cuadro de Excel. Posteriormente, se procede a las entrevistas escritas y orales.
- c. **Selección:** Según el resultado de las evaluaciones, seleccionar al candidato más orientado para el perfil.

- d. **Contratación:** Se procede a comunicar la selección de la persona para contratarla, indicarle el inicio de sus tareas laborales, funciones y salarios.
- e. **Inducción:** Es el primer día de trabajo, donde se introduce al nuevo colaborador a todo el personal, mostrarle las zonas comunes, áreas, oficinas y herramientas de trabajo que se utilizará, así como sus jefes directos y compañeros de trabajo.

En la siguiente Tabla, se podrá visualizar la distribución de actividades que se realizaban en el área de Recursos Humanos.

Tabla N° 01

Distribución de actividades en el área de Recursos Humanos

	ACTIVIDADES	Julio				Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	ç	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Etapa 1	Reclutación	x					x										x				
Etapa 2	Pre Selección		x					x											x		
Etapa 3	Selección			x					x											x	
Etapa 4	Contratación				x					x											x
Etapa 5	Inducción					x						x									x

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 3

FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

3.1. TEORÍA Y LA PRÁCTICA EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL

La labor profesional en psicología organizacional se efectuó tomando el rol de psicóloga donde, a su vez, se brindó un asesoramiento al cliente interno con un enfoque de coaching para alcanzar las metas de las ventas.

Según García Revillo (2006) define los roles del psicólogo de acuerdo a las funciones que desempeña dentro de una organización; en donde el psicólogo es el encargado de detectar los problemas que se presentan en una organización y utiliza las herramientas como los cuestionarios, entrevistas, técnicas de observación, entre otros.

En el campo organizacional, el psicólogo se enfoca en procesos de reclutamiento, selección, capacitación, desarrollo del personal, análisis del requerimiento de puesto y observaciones del área de trabajo. (Borja y Pérez, 2005). Para ejecutar las mencionadas funciones, el psicólogo organizacional debe tener la formación teórica, ética profesional, técnicas para la resolución de problemas y competencias específicas; de tal manera que se permita elaborar programas que desarrollen las habilidades blandas y competencias.

Considero que mi labor en la empresa, como ha sido desarrollado en el capítulo 2, se relaciona con la teoría y práctica profesional del psicólogo. En efecto, mi labor en la empresa buscó dotar de personal idóneo a la empresa para que logre sus objetivos, lo cual se vincula con la visión de la psicología organizacional, así como el asesoramiento con el enfoque de coaching, como será desarrollado en los párrafos siguientes:

3.1.1. TIPO DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL:

a). Psicología organizacional industrial

Se presenta en los siguientes objetivos:

- Identificar las características de los trabajadores más aptos para cada trabajo.
- Determinar las condiciones que garanticen el más satisfactorio resultado.
- Determinar las motivaciones que brindan a los trabajadores el mejor bienestar laboral.

b). Psicología organizacional positiva

Trata básicamente de un enfoque centrado en el estudio de un buen funcionamiento de los colaboradores en el puesto de trabajo y su entorno laboral. El principal objetivo es potenciar el ambiente de trabajo y de esa manera sacar lo mejor de cada trabajador.

c). Psicología organizacional y laboral

Su principal objetivo es alcanzar su óptima eficiencia de los trabajadores y de la organización, y para lograr dicho objetivo, es necesario estudiar las relaciones que presentan los trabajadores en su centro laboral, así como el desarrollo personal de cada uno de ellos.

d). Psicología organizacional y recursos humanos

Su función es identificar las necesidades de capacitación y desarrollo de una empresa; diseñar y optimizar la calidad de vida laboral para evaluar el desempeño, a través de programas formativos, en los individuos y organizaciones.

3.1.2. ASESORAMIENTO DE CLIENTE INTERNO:

Hablar de cliente interno se puede definir como la persona que labora en una organización y quien igual que los Clientes Externos, tiene necesidades y expectativas por satisfacer en el interior de la Compañía, y que interviene en procesos generadores de resultados (productos y servicios), ya sea para clientes finales o para otros colaboradores.

“Numerosas organizaciones invierten tiempo y esfuerzo en determinar la percepción de los clientes externos, sin darse cuenta de que esta no es sino un reflejo de lo que ocurre internamente entre las personas y los departamentos, a menos que se aborden los problemas relacionados con la calidad del servicio interno, la organización no será capaz de mejorar la calidad de su servicio externo ni de mantener el crecimiento y la rentabilidad” (Cook, 2006).

Con esta premisa se puede concluir que el servicio al Cliente interno

tiene tanta importancia como el externo, e incluso podría afirmarse que antes de buscar satisfacer las necesidades de los clientes finales, sería necesario satisfacer las del interno, para así garantizar un mayor compromiso por parte de los empleados, obteniendo mejores resultados en la calidad de servicio que se presta a los consumidores, pues son los trabajadores el motor de los procesos estratégicos, misionales, administrativos y de servicio que mueven a la empresa.

Algunas características del perfil del cliente interno actual se evidencia que presenta un alto nivel de exigencia en términos de condiciones y calidad de servicio, quieren ser valorados como persona y exige trato individualizado, evalúa constantemente el servicio; en conclusión, es un cliente demandante y exigente, razón por la cual se hace necesario conocer sus necesidades y sus comportamientos.

1. Estrategias para ofrecer un buen cliente interno:

- **Optimizar la comunicación interna:** Es fundamental que los trabajadores se sientan con la seguridad de comunicarse de manera efectiva. Una forma de mejorar las comunicaciones dentro de una empresa, es brindándole las herramientas necesarias como los correos electrónicos, entre otros.
- **Reconocer el esfuerzo de los trabajadores:** Una forma que los trabajadores se sienta felices en su trabajo es reconocer y recompensar cuando están haciendo bien su trabajo. Este reconocimiento puede ser monetario o verbal. Es decir, premios, bonos en efectivo, como también, días libres, un diploma o un trofeo, esto les hará sentir que están en el lugar correcto.

3.1.4. COMUNICACIÓN EFECTIVA:

Según, Chiavenato (1998) la comunicación eficaz se da cuando el emisor logra del receptor los resultados deseados. En ella su objetivo es influir en el receptor para conseguir la influencia que quiere.

Con frecuencia bastantes personas han perdido la oportunidad de lograr un buen empleo o un ascenso en el trabajo, o simplemente, mejorar las relaciones interpersonales, por la incapacidad de expresarse oralmente o por escrito. Muchos se han quedado encerrados en sus pensamientos, en sus deseos, en sus intenciones, y los resultados han producido frustraciones, rechazos, dudas, y un demoleedor sentimiento de incapacidad.

En la comunicación se extrae lo esencial y se expresa la situación sin llegar a emitir juicios de valor, la comunicación efectiva prevalece en situaciones laborales para el logro de metas y el desarrollo de actividades. Para lograr una comunicación efectiva existen distintas técnicas, tanto verbal como no verbal:

1. Técnicas de comunicación efectiva verbal:

- **Cuidar las palabras:** Las ideas emitidas deben de ser claras por medio de palabras entendibles y coherentes para evitar posibles interpretaciones.
- **Cuidar el tono y volumen de voz:** Se debe mantener un nivel de voz acorde a la situación en la que se encuentre el emisor.
- **Ofrecer una comunicación constructiva:** Debe generarse el intercambio de ideas objetivas, ya que esto incrementa las posibilidades de obtener un diálogo positivo.
- **Manejar un nivel emocional adecuado:** Se deben adecuar las emociones, sentimientos y pensamientos que se generen durante la conversación para no perder el objetivo principal del diálogo.

2. Técnicas de comunicación efectiva no verbal:

- **Cuidar el lenguaje corporal:** Este punto implica que, tanto los movimientos del cuerpo como la postura del mismo, deben apoyar y enriquecer las ideas que se están comunicando o escuchando.
- **Cuidar el contacto visual:** Mantener el contacto visual muestra interés y seguridad hacia la otra persona.

- **Cuidar los gestos de la cara:** La gesticulación es una de las expresiones más directas de comunicación.
- **Escuchar activamente:** Es importante ser empático con el receptor a pesar de no estar de acuerdo con su punto de vista. Se debe entender su perspectiva y escucharlo sin pensar en cómo argumentar.

3.2. ACCIONES, METODOLOGÍAS Y PROCEDIMIENTOS:

En mi experiencia profesional se desarrollaron diversas actividades en la especialidad de psicología organizacional, donde se realizaron y ejecutaron las funciones asignadas.

Para poder realizar el programa de coaching fue necesario hacer un diagnóstico situacional con los gerentes dentro de la empresa importadora, donde se observó que los colaboradores no se encontraban conformes, ya que habían una serie de problemas personales y laborales que aquejaban al personal interno, como la falta de comunicación entre ellos y áreas. A la vez, conversando también con los gerentes y jefe de ventas, vimos que esos problemas se reflejaban en sus ventas, ya que no llegaban a su meta asignada.

Por este motivo y en conjunto con la Gerencia General y el Gerente Comercial, se coordinó realizar un PROGRAMA PERSONALIZADO CON LA FUERZA DE VENTAS a cada asesor.

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL:**PERCEPCIÓN DE LOS DIRECTIVOS SOBRE LA CAPACIDAD DE VENTAS – PRE INTERVENCIÓN**

<p>Persona1</p> <p>Gerente de Ventas</p>	<p>En la empresa New Tendency, se empezó con 10 asesores de ventas, los cuales no era suficiente y tampoco contábamos con un área de Recursos Humanos, así que decidimos contratar a una persona altamente capacitada en todo el proceso de selección lo cual se logró, porque llegamos a capacitar a 60 asesores en la sede de la Avenida Salaverry, aun así los chicos no lograban su meta asignada, y eso veía reflejado en los objetivos que se les asignaba a cada uno y en la tabla de ventas que solo llegaban a un 10 a 15%.</p>
<p>Persona2</p> <p>Gerente Administrativo</p>	<p>La preocupación de las ventas, empezó desde que se trajo más contenedores y se necesitó más personal para poder cubrir con lo requerido. Es por ello, que se contrató a un personal especializado en Selección de Personal para que pueda contratar las personas idóneas para el puesto que se necesitaba. Sin embargo, cuando llegamos a contar con todo el personal en el área de ventas, los chicos no venían motivados a su centro de labores y producto de ello es que las ventas estaban en un 12 a 15%.</p>

Persona 3 Gerente General	Las ventas estaban en un 15%, lo cual cuando arrojaron esos resultados, hicimos una reunión con todos los jefes de áreas para saber qué solución podíamos dar ante esa problemática. Es por ello que se empezó a recopilar información sobre los colaboradores.
----------------------------------	---

PERCEPCIÓN DE LOS DIRECTIVOS SOBRE LA CAPACIDAD DE VENTAS – POST INTERVENCIÓN

Persona 1 Gerente Comercial	Luego de la intervención con el programa personalizado las ventas subieron en un 30 a 35%
Persona 2 Gerente Administrativo	Finalizado el programa personalizado se pudo observar el cambio de los colaboradores, ya que empezó a subir las ventas a un 30 a 35%.
Persona 3 Gerente General	Es por ello que se decidió aceptar el programa personalizado, para poder dar un soporte a los colaboradores, y se realizó con éxito, porque las ventas incrementaron en un 35%.

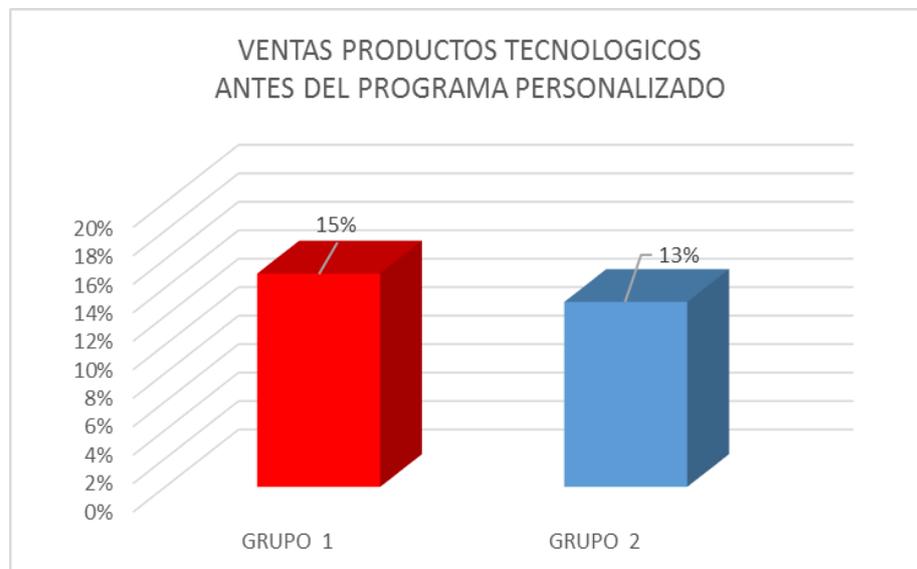
PROGRAMA PERSONALIZADO CON LA FUERZA DE VENTAS

Se implementó un programa personalizado para obtener mayor fuerza de ventas, a fin de mejorar el rendimiento del personal en el desempeño de sus labores. Durante las sesiones el psicólogo se encarga de evaluar sus respuestas y su lenguaje corporal del asesor.

En ese sentido, el programa personalizado brinda mejorar el rendimiento del personal en el desempeño de sus labores y fortalece el clima laboral, volviéndolo más cálido, amigable, participativo y confiable.

Figura N°06

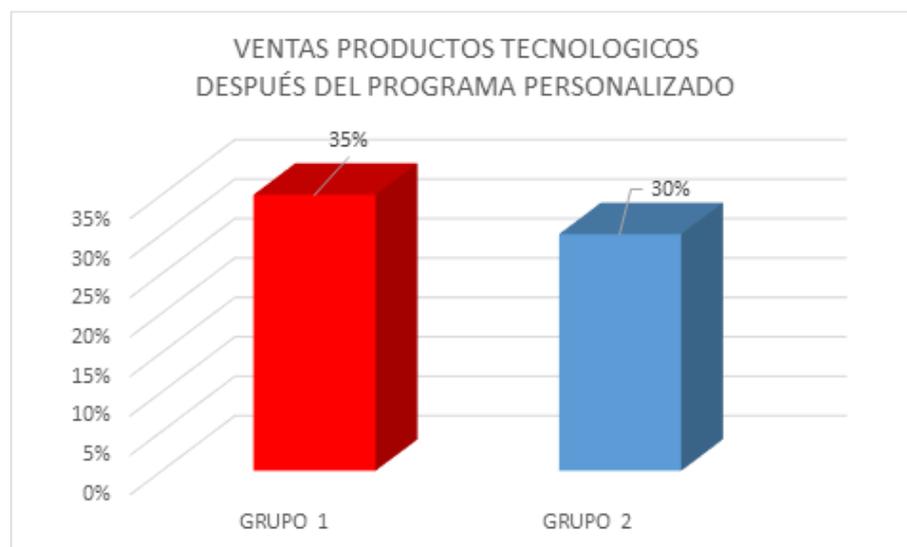
Comparativa de las ventas antes del. Programa Personalizado



Fuente: Elaboración propia

Figura N° 07

Comparativa de las ventas después del. Programa Personalizado.



Fuente: Elaboración propia

3.2.1. Objetivo general

Mejorar el rendimiento del personal en el desempeño de sus labores y tener una mayor fuerza en las ventas.

3.2.2. Objetivos específicos

- Reconocer las fortalezas y debilidades del asesor que busca mejorar su rendimiento en el trabajo.
- Brindar orientación para que esto les ayude a lograr el éxito.

3.2.3. Alcances

El programa personalizado se desarrolló para el mejoramiento del personal dentro del trabajo a través de identificación de fortalezas y debilidades. En ese sentido, este programa se dirigió a todos los trabajadores del área comercial.

3.2.4. Descripción de actividades

- Diseñar el programa personalizado, para mejorar el desempeño dentro del trabajo.
- Definir el objetivo general y específico.
- Realizar talleres grupales con el área comercial.
- Realizar seguimiento una hora semanal con cada participante de cada grupo.
- Plantear herramientas adicionales.

3.2.5. Duración:

Cada sesión tiene una duración de 60 minutos donde el psicólogo ayuda a formular las preguntas adecuadas al cliente. La sesión es individual y se lleva a cabo en una fecha asignada y con previa coordinación con el jefe comercial.

3.2.6. Metodología

El programa personalizado es un diálogo entre el psicólogo y el cliente, mediante el cual se busca abrir nuevas posibilidades de reflexión y de acción.

Se trata del planteamiento inicial, donde se concretan los objetivos que se desean conseguir. Es donde el psicólogo ayuda al cliente a formular de modo adecuado las preguntas claves de la situación que enfrenta, así como a plantear

y articular el problema de manera poderosa.

3.2.7. Análisis de los resultados

- Los resultados obtenidos con el programa personalizado para que haya un aumento en las ventas, sirvieron en distintas dimensiones como motivación, comportamiento individual y toma de decisiones.
- Después de implementar el programa personalizado, se pudo visualizar un mayor aumento en las ventas del 30% y 35%.
- Se recogieron comentarios de los asesores respecto al programa personalizado, obteniendo una mayor satisfacción por el programa brindado.

CAPÍTULO 4

PRINCIPALES CONTRIBUCIONES

- Luego del resultado del diagnóstico situacional, se procedió a la implementación de un programa personalizado para mejorar el desempeño laboral y tener una mayor fuerza de ventas.
- Se emplearon herramientas útiles y prácticas en su aplicación, para apoyar el crecimiento profesional y personal de los colaboradores.
- Lograr que los asesores comerciales cumplan sus funciones de forma óptima.
- Lograr una comunicación efectiva con el asesor para explicarle lo que se ha observado en sus rasgos de personalidad.

CONCLUSIONES

1. La experiencia ejecutada en el área de recursos humanos resulta necesaria para mejorar la fuerza en ventas, brindando orientación al asesor para que pueda tener un buen desempeño laboral.
2. Una contribución adicional y dentro del campo de psicología organizacional, se realizaron actividades como capacitación, presentación de alto impacto las cuales fueron elaborados y desarrollados para que los colaboradores puedan llevar a cabo un programa de coaching exitoso.
3. Es importante la comunicación efectiva durante el programa personalizado a fin de obtener un resultado exitoso que es altamente valorado en las empresas de ventas.
4. La experiencia profesional como psicóloga en una empresa importadora de productos tecnológicos en la ciudad de Lima representó un aporte en el área de ventas, ya que el programa de coaching, permitió que los colaboradores puedan mejorar su desempeño laboral.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar capacitaciones periódicas a los colaboradores de la empresa importadora de productos tecnológicos, revisando de manera trimestral el plan estratégico de la empresa respecto al área comercial a fin de encaminar un buen desarrollo de actividades.
2. Contar con un equipo de profesionales en comunicación efectiva a cargo de un psicólogo organizacional, en tanto la mayor parte de cargos que se desempeñan son los de asesores comerciales.
3. Continuar implementando los programas personalizados en comunicación efectiva no solo para incrementar las ventas, sino también para el desenvolvimiento de las actividades dentro de la empresa que se labora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gómez, A. (2015). Sobre la psicología organizacional y del trabajo en Colombia. Colombia.
- Álvarez, Estrella, Rosas, S. (2018). Rol del psicólogo organizacional en la gestión de talento humano. Ecuador.
- García, L. (2006). El factor humano en la empresa. Madrid: EOI.
- Cook, S. (2006). Medición de la Eficacia del Servicio al Cliente. Madrid: Aeonor
- Reyes, L. (2018). Cliente Interno como factor clave en la gestión y el éxito organizacional. Bogotá.
- Palomo, M. (2014). Atención al cliente. Madrid
- Harrison, M. (2019). Comunicación efectiva: 5 consejos y ejercicios esenciales para mejorar la forma en que se comunica en este mundo dividido.
- Gonzales, C. (1997). La comunicación efectiva: Cómo lograr una adecuada comunicación en los campos empresarial, social y familiar. México.

Anexo N° 01

SESIONES DEL PROGRAMA GRUPO N° 01

PRIMERA SESIÓN:

1. Objetivos:

- Identificar sus logros alcanzados y que se sientan orgullosos de ellos mismos.
- Reconocer cuáles son sus metas y objetivos que desean alcanzar.

2. Duración: 1 hora (60 minutos)

3. Estrategias:

- **Saludo y presentación**

La psicóloga saluda cordialmente y da la bienvenida al grupo número 1 de colaboradores del área de ventas. Asimismo, se les explicará cuál es objetivo de la sesión y se les muestra un dibujo de una persona, donde se le pide a cada uno de los colaboradores que le coloquen un nombre y qué metas podrían tener esa persona.

- **Desarrollo**

Se les revisa la tarea desarrollada que se les pidió realizar y se comparte con los demás compañeros.

Se les explica que en nuestra vida hemos alcanzado muchas metas o logros, pero pocas veces podemos meditar sobre ello.

Se les entrega una hoja bond donde van a encontrar un cuadro de logros que han alcanzado y que metas quieren conseguir.

Logros alcanzados	Metas que quiero conseguir
1.	1.
2.	2.

3.	3.
4.	4.

4. Aplicación:

- Se concluye con la idea de que la seguridad personal se construye con la valoración de nuestros logros alcanzados y que la persona se plantee nuevas metas a conseguir.

5. Recursos:

- Hojas bond, lapiceros y un dibujo.

SEGUNDA SESIÓN:

1. Objetivo:

- Los colaboradores reconocerán sus fortalezas y debilidades.

2. Duración:

- 1 hora (60 minutos)

3. Estrategias:

- **Saludo y presentación**

La psicóloga saluda cordialmente y da la bienvenida al grupo número 1 de colaboradores del área de ventas. Asimismo, se les explicará cuál es objetivo de la sesión y se les presenta un vídeo.

<https://youtu.be/iviftwaJVnU>

- **Desarrollo:**

Se les pide a los colaboradores que hagan una lista de las fortalezas y debilidades que aparecían en el video.

Luego de la participación de los colaboradores, la psicóloga explicará la importancia de reconocer nuestras debilidades y fortalezas.

Posteriormente, se les entrega hojas bond, donde se le pide a cada uno de ellos realizar un cuadro que colocarán sus fortalezas y debilidades.

Reconocer mis fortalezas y debilidades

Fortalezas	Debilidades
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.

4. Aplicación:

- Se concluye con la idea que el reconocer las fortalezas y debilidades, nos ayuda a conocernos a nosotros mismos.

5. Recursos:

- Video, hojas bond y lapiceros de colores.

TERCERA SESIÓN:

1. Objetivo:

- Lograr establecer una comunicación efectiva entre los colaboradores del grupo número 1.

2. Duración:

- 1 hora (60 minutos)

3. Estrategias:

- **Saludo y presentación**

La psicóloga saluda cordialmente y da la bienvenida al grupo número 1 de colaboradores del área de ventas. Asimismo, se les explicará cuál es objetivo de la sesión y se pide voluntarios para poder realizar un sketch de una conversación efectiva y no efectiva.

- **Desarrollo:**

Luego que realizaron el sketch, se les pregunta a cada uno, cómo se sintieron ante las dos situaciones.

Posteriormente, se los invita a escribir como a ellos les gustaría que sean tratados.

4. Aplicación:

- Se concluye con la idea, que una comunicación efectiva en el área laboral, nos permite tener mejores resultados y poder trabajar en equipo.

5. Recursos:

- Hojas bond

CUARTA SESIÓN:

1. Objetivos:

- Que los colaboradores se integren más como equipo de trabajo.

2. Duración: 1 hora (60 minutos)

3. Estrategias:

- **Saludo y presentación**

La psicóloga saluda cordialmente y da la bienvenida al grupo número 1 de colaboradores del área de ventas. Asimismo, se les explicará cuál es objetivo de la sesión, y se les presenta una dinámica “CRUZANDO EL RÍO” donde se necesita hojas bond.

- **Desarrollo**

Se les pide formar subgrupos para poder trabajar la dinámica, donde a cada participante se le entregará una hoja bond, que funcionará como su soporte, como si fuese su piso para que puedan cruzar el río. Ellos tienen que ver qué estrategia o plan utilizar teniendo ese recurso de la hoja.

4. Aplicación:

- Se concluye con la idea que trabajar en equipo es mejor para obtener mejores resultados y poder conseguir el mismo objetivo dentro de lo laboral.

5. Recursos:

- Hojas bond.

SESIONES DEL PROGRAMA GRUPO N° 02**PRIMERA SESIÓN:****1. Objetivos:**

- Identificar sus logros alcanzados y que se sientan orgullosos de ellos mismos.
- Reconocer cuáles son sus metas y objetivos que desean alcanzar.

2. Duración: 1 hora (60 minutos)**3. Estrategias:**

- **Saludo y presentación**

La psicóloga saluda cordialmente y da la bienvenida al grupo número 2 de colaboradores del área de ventas. Asimismo, se les explicará cuál es objetivo de la sesión y se les muestra un dibujo de una persona, donde se le pide a cada uno de los colaboradores que le coloquen un nombre y qué metas podrían tener esa persona.

- **Desarrollo**

Se les revisa la tarea desarrollada que se les pidió realizar y se comparte con los demás compañeros.

Se les explica que en nuestra vida hemos alcanzado muchas metas o logros, pero pocas veces podemos meditar sobre ello.

Se les entrega una hoja bond donde van a encontrar un cuadro de

logros que han alcanzado y que metas quieren conseguir.

Logros alcanzados	Metas que quiero conseguir
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.

4. Aplicación:

- Se concluye con la idea de que la seguridad personal se construye con la valoración de nuestros logros alcanzados y que la persona se plantee nuevas metas a conseguir.

5. Recursos:

- Hojas bond, lapiceros y un dibujo.

SEGUNDA SESIÓN:

1. Objetivo:

- Los colaboradores reconocerán sus fortalezas y debilidades.

2. Duración:

- 1 hora (60 minutos)

3. Estrategias:

- **Saludo y presentación**

La psicóloga saluda cordialmente y da la bienvenida al grupo número 2 de colaboradores del área de ventas. Asimismo, se les explicará cuál es objetivo de la sesión y se les presenta un vídeo.

<https://youtu.be/iviftwaJVnU>

- **Desarrollo:**

Se les pide a los colaboradores que hagan una lista de las fortalezas y debilidades que aparecían en el video.

Luego de la participación de los colaboradores, la psicóloga explicará la importancia de reconocer nuestras debilidades y fortalezas.

Posteriormente, se les entrega hojas bond, donde se le pide a cada uno de ellos realizar un cuadro que colocarán sus fortalezas y debilidades.

Reconocer mis fortalezas y debilidades

Fortalezas	Debilidades
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.

4. Aplicación:

- Se concluye con la idea que el reconocer las fortalezas y debilidades, nos ayuda a conocernos a nosotros mismos.

5. Recursos:

- Video, hojas bond y lapiceros de colores.

TERCERA SESIÓN:

1. Objetivo:

- Lograr establecer una comunicación efectiva entre los colaboradores del grupo número 1.

2. Duración:

- 1 hora (60 minutos)

3. Estrategias:

- **Saludo y presentación**

La psicóloga saluda cordialmente y da la bienvenida al grupo número 2 de colaboradores del área de ventas. Asimismo, se les

explicará cuál es objetivo de la sesión y se pide voluntarios para poder realizar un sketch de una conversación efectiva y no efectiva.

- **Desarrollo:**

Luego que realizaron el sketch, se les pregunta a cada uno, cómo se sintieron ante las dos situaciones.

Posteriormente, se los invita a escribir como a ellos les gustaría que sean tratados.

4. Aplicación:

- Se concluye con la idea, que una comunicación efectiva en el área laboral, nos permite tener mejores resultados y poder trabajar en equipo.

5. Recursos:

- Hojas bond

CUARTA SESIÓN:

1. Objetivos:

- Que los colaboradores se integren más como equipo de trabajo.

2. Duración: 1 hora (60 minutos)

3. Estrategias:

- **Saludo y presentación**

La psicóloga saluda cordialmente y da la bienvenida al grupo número 2 de colaboradores del área de ventas. Asimismo, se les explicará cuál es objetivo de la sesión, y se les presenta una dinámica “CRUZANDO EL RÍO” donde se necesita hojas bond.

- **Desarrollo**

Se les pide formar subgrupos para poder trabajar la dinámica, donde a cada participante se le entregará una hoja bond, que

funcionará como su soporte, como si fuese su piso para que puedan cruzar el río. Ellos tienen que ver qué estrategia o plan utilizar teniendo ese recurso de la hoja.

4. Aplicación:

- Se concluye con la idea que trabajar en equipo es mejor para obtener mejores resultados y poder conseguir el mismo objetivo dentro de lo laboral.

5. Recursos:

- Hojas bond.

SESIONES INDIVIDUALES

1. Objetivos

- Establecer sintonía para ganar confianza entre psicóloga y colaborador.

2. Duración:

- 45 minutos con cada colaborador.

3. Estrategia:

- **Saludo y presentación:** La psicóloga da un cordial saludo y se presenta con el colaborador y le pide que por favor que él haga lo mismo.

4. Aplicación:

- Explicándole de una manera cordial, el por qué es que ha sido elegido para estar en una sesión individual. Y se realiza la primera pregunta para que empiece un diálogo.

5. Recursos:

- Un espacio acorde para la sesión.

Anexo N° 02

	FICHA DE TRABAJADOR	
	Fecha Inicio Labores:	Página: 1 de 4

1. **DATOS PERSONALES DEL TRABAJADOR**

Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres

Estado Civil	Fecha Matrimonio	DNI/ C.E/Pasaporte	Lugar Expedición	Grupo Sanguíneo

Lugar de Nacimiento	Fecha de Nacimiento	País de Nacimiento

Sexo (Masculino/ Femenino)	Nacionalidad	Teléfono/Celular

Teléfonos de Referencia	Persona de Contacto	Parentesco
Casa		
Familiar		
Emergencias		

Correos Electrónicos

Correo 1		Correo 2	
----------	--	----------	--

2. **DIRECCIÓN:**

INDICAR TIPO DE VIVIENDA (MARCAR CON ASPA SOLO 1 OPCIÓN)

Alquilada	<input type="checkbox"/>	Propia	<input type="checkbox"/>	De familia	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	--------	--------------------------	------------	--------------------------

INDICAR DIRECCIÓN:

Dirección			
Distrito		Provincia	

La dirección que se señala líneas arriba; es mi domicilio real, actual efectivo y verdadero donde tengo vivencia real, física y permanente, en caso de comprobarse falsedad alguna estoy sometiéndome a las sanciones contempladas en el código penal. Para mayor constancia y validez y en cumplimiento firmo y pongo mi huella digital al pie del presente documento para fines legales correspondientes.

	FICHA DE TRABAJADOR	
	Fecha Inicio Labores:	Página: 2 de 4

3. **PENSIONES:**

Mediante el presente declaro que me encuentro afiliado en:

Sistema Privado de Pensiones - AFP **Sistema Nacional de Pensiones - ONP**

Actualmente estoy afiliado a la AFP:

INTEGRA **PROFUTURO** **HABITAT** **PRIMA**

Fecha de Afiliación a la AFP **Código CUSSP**

*Si no pertenece a la ONP ni a la AFP marque la opción en la que desea inscribirse (Llenado obligatorio)

Deseo pertenecer a: ONP: **AFP:**

*En caso haya marcado AFP completar página 6

Se encuentra discapacitado: SI **NO** **N° de resolución**

¿Es usted pensionista? SI **NO**

*En caso haya marcado SI, marcar el régimen pensionario (llenado obligatorio)

Régimen Pensionario	N° de Resolución	Fecha Resolución
D.L. 19990 – SNP		
D.L. 20530 – SNP		
Caja de Beneficios de Seguridad Social del Pescador		
Caja de Pensiones Militar Policial		

4. **BREVETE**

Categoría	Fecha de Renovación	Nro. Brevete

5. **REMUNERACIONES**

Deseo que mis remuneraciones sean abonadas en cuenta de ahorros en:

Banco de Crédito BCP **Banco Interbank** **Banco Continental BBVA** **Banco Scotiabank**

De tener cuenta de ahorros en los Bancos antes mencionados, indicar el N° de cuenta y anexar un documento del banco de procedencia donde se encuentre indicado:

6. **CTS**

Deseo que mi Compensación por Tiempo de Servicios sea depositada en la moneda y Banco seleccionados:

Soles **Dólares**

Banco de Crédito BCP **Banco Interbank** **Banco Continental BBVA**



FICHA DE TRABAJADOR	
Fecha Inicio Labores:	Página: 3 de 4

Otro Banco, indicar:

7. ESTUDIOS REALIZADOS

Estudio	Centro de Estudios	Año Inicio	Año Fin
Primaria			
Secundaria			

Estudio	Centro de Estudios	Año Inicio	Año Fin	Profesión y/o Especialidad
Técnico				
Superior				

8. TALLAS Y MEDIDAS (marcar según sus medidas)

Prendas	Talla (en Nro.)
Camisa/Blusa/Polo	
Pantalón	
Saco/Casaca	
Zapatos de Seguridad	

9. SALUD

	Si	No	¿Cuál?
¿Tiene alguna enfermedad crónica?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
¿Sufre algún tipo de alergia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Solo para mujeres: ¿Actualmente está embarazada?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	¿Cuántos meses?
Indicar grupo sanguíneo			

 soluciones múltiples	FICHA DE TRABAJADOR	
	Fecha Inicio Labores:	Página: 4 de 4

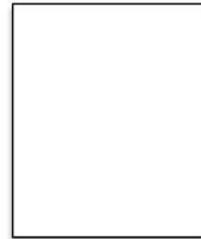
Yo.....declaro que la información consignada en todas las páginas que componen la ficha de ingreso a planillas es verdadera y puede ser verificada por la empresa cuando ésta crea conveniente y admito mi retiro de la empresa en caso de que la información sea falsa. Asimismo, doy fe de haber recibido y leído el Reglamento Interno de Trabajo (cual puede ser visualizado en la web <https://www.modogamers.com/reglamento-interno> usando la clave modogamers2021) de NEW TENDENCY GROUP S.A.C.

FIRMA: _____

NOMBRE COMPLETO: _____

DNI: _____

FECHA: _____



Dedo Índice

Anexo N° 03



INFORME PSICOLABORAL
DOCUMENTO CONFIDENCIAL

EDAD :
GRADO DE INSTRUCCION :
PUESTO AL QUE POSTULA :
FECHA DE EVALUACION :

Recursos Personales Evaluados:

<i>FACTORES EVALUADOS</i>	<i>FACTORES</i>	MUY POR DEBAJO DEL PROMEDIO	POR DEBAJO DEL PROMEDIO	PROMEDIO	POR ENCIMA DEL PROMEDIO	MUY POR ENCIMA DEL PROMEDIO
HABILIDADES INTERPERSONALES	RELACIONES INTERPERSONALES					
	EMPATIA					
	ORIENTACION AL CLIENTE					
	SEGURIDAD					
HABILIDADES INTRAPERSONALES	MOTIVACION POR EL LOGRO					
	INDEPENDENCIA					
	DINAMISMO					
	ASERTIVIDAD					
ADAPTABILIDAD	SOLUCION DE PROBLEMAS					
	FLEXIBILIDAD					
MANEJO DE TENSION	TOLERANCIA A LA TENSION					
	SUPERACION DE DIFICULTADES					
	CONTROL DE IMPULSOS					

Conclusión Final:**Recomendaciones:****Consideraciones Finales:**

1. Cabe indicar que el presente informe es aplicable únicamente para el puesto requerido por el cliente y no debe entregársele o dársele a conocer al candidato vinculado al proceso.
2. La información contenida en el presente documento debe mantener la confidencialidad, a fin de evitar de terceros puedan beneficiarse con la información vertida en el mismo.

Anexo N° 04

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Conste por el presente un Contrato de Locación de Servicios que celebran de una parte, la empresa **NEW TENDENCY GROUP S.A.C.**, con RUC N° 2060709346, representado por su Gerente General **RANDALL'S PETTER'S GASTULO PACHECO** identificado con **D.N.I. N° 47231450**, señalando domicilio Av. Salaverry Nro. 2991, Distrito San Isidro, Departamento y Provincia de Lima; en adelante **EL CONTRATANTE**; y de la otra parte la señorita **YAMILET DEL VALLE MORENO MALDONADO** identificado con CE. N° 002055983 de nacionalidad venezolana, de estado civil soltera, con domicilio en Av. Del Parque Sur 490 Dpto. 301, en el Distrito San Borja, provincia y departamento de Lima; en adelante **EL CONTRATISTA**. En los términos y condiciones siguientes:

CLÁUSULA PRIMERA. – ANTECEDENTES

EL CONTRATANTE tiene por objeto dedicarse a realizar actividades de importación, distribución y comercialización de diversos productos como bioseguridad, gaming, Smart, bicicletas y más. Somos una empresa virtual con una nueva forma de organización funcional que se describe entorno a la evolución dinámica de la tecnología y la globalización.

EL CONTRATANTE a la fecha desarrolla diversos trabajos de distribución por la diversidad de productos que importa, cuenta con colaboradores especialistas en diversas áreas. Por lo que, requiere de una persona natural o jurídica especializada en el servicio de asesoría en administración.

CLÁUSULA SEGUNDA. - OBJETO DEL CONTRATO:

EL CONTRATISTA es una persona natural que se dedica habitualmente al ejercicio de su actividad en forma individual e independiente.

EL CONTRATISTA se compromete a prestar a favor de **EL CONTRATANTE**, el siguiente servicio:

- **ASESORAR DE MANERA AUTONOMA AL CONTRATANTE EN MATERIA EN EL SERVICIO ADMINISTRATIVO EN EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE TIENDA** a cargo de **EL CONTRATANTE**, en adelante **EL SERVICIO**.

CLÁUSULA TERCERA. - FECHA DE INICIO DEL SERVICIO:

EL CONTRATISTA se compromete a iniciar el cumplimiento del mencionado servicio, el 01 de diciembre del 2021.

CLÁUSULA CUARTA. - FECHA DE FINALIZACIÓN DEL SERVICIO:

EL CONTRATISTA se compromete a prestar el servicio descrito en la cláusula segunda hasta el 31 de diciembre del 2021.

CLÁUSULA QUINTA. - VALOR Y FORMA DE PAGO:

EL CONTRATANTE pagará a **EL CONTRATISTA** un honorario bruto por el importe de **S/ 3,000.00 (Tres mil con 00/100 Soles)**, el cual se encontrará afecto a los impuestos de Ley, y se pagaran en forma quincenal hasta la conclusión del servicio. Para lo cual, **EL CONTRATISTA** deberá presentar el último día hábil de cada mes un recibo por honorarios previa coordinación con personal de dirección de **EL CONTRATANTE**.

CLÁUSULA SEXTA. - Obligaciones de EL CONTRATISTA:

Son obligaciones de **EL CONTRATISTA**, lo siguiente:

- 1.- Proponer los cronogramas para la ejecución de **EL SERVICIO**
- 2.- Presentar mensualmente informes sobre la asesoría brindada y la ejecución de los mismos, al personal de dirección de **EL CONTRATANTE**.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - Resolución Del Contrato

Las partes acuerdan, sin perjuicio de lo establecido en la cláusula cuarta, que el presente contrato se considerará resuelto de pleno derecho, conforme a lo establecido por el artículo 1430° del Código Civil, en cualquiera de las siguientes situaciones:

- 8.1. **EL CONTRATISTA** utiliza información privilegiada y confidencial para su propio beneficio y o para beneficio de un tercero, o revela dicha información sin autorización previa de **EL CONTRATANTE**.
- 8.2. Si **EL CONTRATISTA** no completa alguno de los servicios o entregas de informes, expresamente señalados en el contrato o que pueden ser inferidos en el contrato, o que deban adherirse de conformidad con la ley, o si existen faltas o demoras sustanciales en la ejecución del trabajo o el desempeño insatisfactorio de **EL CONTRATISTA**.
- 8.3. En caso que cualquiera de las partes presentara, tuviera o se encontrara en condiciones de insolvencia o en un procedimiento concursal, incluyendo el procedimiento concursal preventivo y la quiebra judicial.
- 8.4. La falta de veracidad y transparencia en la información obtenida por **EL CONTRATISTA** en la ejecución de los servicios objeto del presente contrato.
- 8.5. Si alguna de las partes incumple cualquier otra de las obligaciones que asumidas en el presente contrato que no constituya causal de resolución automática del mismo y no la subsana dentro de los diez (10) días calendarios siguientes a la fecha en que es requerido por la otra parte.

La resolución de este contrato se notificará de una parte a la otra mediante la remisión de una comunicación escrita, en el domicilio señalado en la parte introductoria del presente contrato.

CLÁUSULA OCTAVA - Ampliaciones:

Toda ampliación del plazo de ejecución del servicio, salvo cuando dicha ampliación obedezca a culpa o disposición de **EL CONTRATANTE**, debería ser autorizada por este en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - Otras modificaciones:

Cualquier modificación a este documento deberá hacerse por escrito con las firmas de las dos (2) partes.

CLÁUSULA DÉCIMO. - Independencia de EL CONTRATISTA:

EL CONTRATISTA actuará con absoluta autonomía en el sentido de no estar sometido a subordinación laboral con **EL CONTRATANTE** y sus derechos se limitarán, de acuerdo con la naturaleza del presente contrato, a exigir el cumplimiento de las obligaciones de **EL CONTRATANTE** y al pago de los honorarios estipulados por la prestación del servicio.

CLÁUSULA DÉCIMO PRIMERA. - Exclusión de la relación laboral:

Queda claramente entendido, según la cláusula anterior, que no existirá relación laboral alguna entre **EL CONTRATANTE** y **EL CONTRATISTA**, o entre **EL CONTRATANTE** y el personal que **EL CONTRATISTA** utilice en la ejecución del objeto del presente contrato, por tanto, es claro que la naturaleza de la relación jurídica que vincula a las partes en ningún evento será de tipo laboral, esta solamente será de tipo civil y comercial, en virtud de la prestación del servicio contratado.

CLÁUSULA DÉCIMO SEGUNDA. - Cesión de Posición Contractual:

EL CONTRATISTA no podrá ceder parcial ni totalmente su posición contractual del presente documento a un tercero salvo previa autorización y aceptación expresa y escrita de **EL CONTRATANTE**.

CLÁUSULA DECIMO TERCERO: Acuerdo De Confidencialidad

En virtud al presente documento, las partes acuerdan expresamente que toda información que **EL CONTRATANTE** suministre a **EL CONTRATISTA** respecto de **EL CONTRATANTE**, sus clientes, empresas vinculadas, filiales o subsidiarias, proveedores, directivos, funcionarios y demás personal, de carácter comercial, administrativo, crediticio, contable, métodos, sistemas, procedimientos, fórmulas, estructura de costos y similares, o de la que **EL CONTRATISTA** llegue a conocer en la prestación de sus servicios o fuera de éstos, tendrá el carácter de confidencial y reservada.

En tal virtud, **EL CONTRATISTA** se obliga a no divulgar, la información referida en el punto anterior, a terceros directa o indirectamente bajo ninguna modalidad o circunstancia sin reserva ni limitación alguna. Esta obligación será exigible a **EL CONTRATISTA** durante la vigencia del presente contrato y se extenderá inclusive después de su finalización.

En caso de incumplimiento de la obligación de confidencialidad expresamente asumida por **EL CONTRATISTA**, éste se obliga a responder, sin reserva ni limitación alguna, por la indemnización de daños y perjuicios y por el daño ulterior y por la responsabilidad penal que pudiera haberse originado en la omisión del compromiso de confidencialidad establecido en la presente cláusula.

CLÁUSULA DECIMO CUARTA. - Domicilio contractual:

Para los efectos del presente contrato las partes dejan expresa constancia que renuncian expresamente al fuero judicial de sus domicilios y se someten a la jurisdicción de los jueces de Lima para resolver cualquier controversia que el cumplimiento del presente contrato pudiera originar

En constancia de lo anterior y una vez leído, discutido, acordado y aprobado, se firma por las partes del presente contrato en dos ejemplares idénticos y del mismo tenor, en la ciudad de Lima, al día 01 del mes de diciembre del año 2021.

EL CONTRATANTE
NEW TENDENCY GROUP S.A.C
GERENTE GENERAL
RANDALL 'S PETTER 'S GASTULO PACHECO

EL CONTRATISTA
YAMILET DEL VALLE MORENO MALDONADO
CE. N° 002055983

