

2016



## ESTRATEGIA DE LAS COMUNICACIÓN INTEGRADA Seminario

### AUTOR(ES)

Johanna Cardona

Sandra Romero

Marcela Puentes

### PRESENTADO A:

Docentes Seminario



Área de Mercadeo & Publicidad

5AN

Bogotá 2015



## Contenido

SEMIOLOGÍA .....	6
.....	6
.....	6
PROFESOR:.....	6
TEMA (Problema/situación planteado).....	7
OBJETIVO.....	7
OBJETIVOS SECUNDARIOS.....	7
GRUPO OBJETIVO .....	7
OBSERVACIÓN .....	7
CUESTIONARIO .....	8
TOMA DE ENCUESTA CUALITATIVA.....	8
PREGUNTAS.....	8
ENCUESTAS APLICADAS.....	9
MAPA DE EMPATIA.....	16
.....	16
DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN.....	17
.....	17
ASOCIACIÓN DE LA MARCA .....	17
EL MODELO DE LA AGUJA HIPODÉRMICA .....	19
CARACTERÍSTICAS: .....	19
BENEFICIOS:.....	20
DESVENTAJAS .....	20
EL MODELO DE LASWELL .....	22

(Estructura y Función de la Comunicación de Masas).....	22
CARACTERÍSTICAS: .....	22
BENEFICIOS:.....	23
DESVENTAJAS .....	23
EL MODELO DE SHANNON Y WEAVER .....	24
CARACTERÍSTICAS: .....	24
BENEFICIOS:.....	24
DESVENTAJAS .....	25
MODELO DE DAVID K BERLO .....	26
.....	26
CARACTERISTICAS .....	26
BENEFICIOS.....	27
DESVENTAJAS .....	27
COMUNICACION FUNCIONAL .....	28
CARACTERISTICAS .....	28
BENEFICIOS.....	28
DESVENTAJAS .....	28
MODELO DE SCHRAMM .....	29
DESVENTAJAS .....	29
FUENTE.....	30
EL MODELO DE MCLUHAN .....	31
CARACTERISTICAS .....	31
BENEFICIOS.....	32
DESBENTAJAS.....	32

ANALISIS DE LA ORGANIZACIÓN CON REFERENTE A LOS MODELOS DE COMUNICACION .....	33
COMUNICACION INTEGRADA.....	33
SPONSORISMO.....	34
RELACIONES PÚBLICAS.....	34
TECNICAS DE PERIODISMO.....	35
TECNICAS MIXTAS DE PUBLICIDAD.....	36
CONCLUSION .....	39
IDENTIDAD CORPORATIVA .....	39
RESPONSABILIDAD SOCIAL ATLAS .....	41
SEGURIDAD GRUPO ATLAS .....	42
.....	42
Quiénes Somos.....	42
Misión y Visión .....	43
Principios y Valores.....	43
La Integridad como decisión de vida: .....	43
Pasión por el servicio: .....	44
Innovación:.....	44
Responsabilidad Social: .....	44
Profesionalismo:.....	44
Sistema Integrado de Gestión.....	44
Promesa de Valor.....	44
REDES SOCIALES .....	45
FACEBOOK.....	45
.....	45

Comentario:.....	45
TWITTER .....	46
YOUTUBE.....	47
Comentario:.....	47
PAGINA WEB.....	48
.....	48
Comentario:.....	48
CAMPAÑA PUBLICITARIA .....	49
PRODUCTO .....	50
BRIEF .....	51
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO .....	51
BENEFICIOS DEL PRODUCTO.....	51
TARGET .....	52
OBJETIVO DE LA MARCA.....	52
INSIGTHS.....	52
PROMESA DE VENTA.....	53
JUSTIFICACION.....	53
TONO .....	55
REQUISITOS LEGALES.....	55
TEXTOS OBLIGATORIOS.....	55
SLOGAN.....	55
CONSTRUCCION DE MARCA.....	55
FILISOFIA DE MARCA .....	55
VALORES DE MARCA.....	55
COLOR .....	55

TIPOGRAFIA .....	56
LOGOSIMBOLO.....	57
DUMMIE .....	57
CAMPAÑA INTERNA.....	58
AFICHES CAMPAÑAS EXERNAS.....	59
.....	59
COMUNICACIÓN .....	62
REVISTA ATLAS .....	65
TRABAJO AUTÓNOMO.....	72
RESEÑA DE LA COMPAÑÍA .....	73
I A M.....	74
Proceso de investigación .....	74
Técnicas de planificación de ventas .....	80
Recopilar información.....	80
DESARROLLLO DE PROGRAMAS.....	81
Ciclo de responsabilidad social .....	82
Matriz DAFO .....	87
Planeamiento de estrategia .....	89
PRODUCCIÓN DE MEDIOS DIGITALES.....	91
APLICACIÓN WEBSITE .....	92
FOTOGRAFÍA DIGITAL.....	95
Fotomontaje afiches .....	96
Bibliografía.....	99

# SEMIOLOGÍA



**PROFESOR:**  
Jorge Monje

### **TEMA (Problema/situación planteado)**

Cambiarle la imagen que tiene las empresas de seguridad, para que sean más amigables.

### **OBJETIVO**

Como estudiantes de Mercadeo & Publicidad, hemos apreciado que toda la imagen corporativa de las empresas de seguridad son muy planas, sin mensaje, sin color ni estilo. Por lo tanto con esta investigación queremos dar una imagen fresca, llamativa y sobre todo que el cliente cambie la imagen negativa que tienen frente a los señores de seguridad.

### **OBJETIVOS SECUNDARIOS**

Identificar los su valores como persona, las diferentes funciones que desempeñan en su labor diaria y que imagen proyecta frente a sus compañeras de trabajo y clientes.

### **GRUPO OBJETIVO**

Personal de trabajo y clientes de punto de venta Ortopédicos Futuro de las Zonas Norte, Occidente y Sur de la ciudad de Bogotá.

### **OBSERVACIÓN**

Se realizarán las encuetas en los puntos de venta, teniendo en cuenta que primero es la atención al cliente y segundo podemos analizar que el comportamiento del señor guarda de seguridad y sacar nuestro propio concepto.

1. Tener una conversación amena con la entrevistada, donde podamos identificar otras labores que desempeña el señor de seguridad y observar que la opinión que tengan de esta persona sea real.

## CUESTIONARIO



Ilustración 0-1<http://3.bp.blogspot.com/-Mk4KG-EotKI/UnBVC9FWL-I/AAAAAAAAADU/NAI8gEIWUwg/s320/a.jpg>

### TOMA DE ENCUESTA CUALITATIVA

Se realizó la encuesta a seis empleadas de la empresa Ortopédicos Futuro, dividida en el sector norte, Occidente y Sur de la ciudad de Bogotá.

### PREGUNTAS

Nombre

Lugar donde trabaja

Cargo que desempeña

1. ¿Sabe usted cual es el nombre de la persona encargada de seguridad?
2. ¿Ha tenido la oportunidad de hablar con dicha persona?
3. ¿En qué espacios?
4. ¿Qué percepción tiene de él?
5. ¿Qué debe hacer la persona encargada de seguridad?
6. De acuerdo a la información anterior, desde su punto de vista ¿Cómo cree que es el desempeño de dicha persona?
7. Como le parece la forma de dirigirse a ustedes o a los clientes la persona encargada de seguridad

## ENCUESTAS APLICADAS

- **Nombre:** Giseth Salazar
  - **Lugar donde trabaja:** Ortopédicos Futuro Palermo
  - **Cargo que desempeña:** Sub-Administradora
1. **¿Sabe usted cual es el nombre de la persona encargada de seguridad?**  
Si, Víctor Rangel
  2. **¿Ha tenido la oportunidad de hablar con dicha persona?**  
Si
  3. **¿En qué espacios?**  
En los break y en la hora del almuerzo
  4. **¿Qué percepción tiene de él?**  
Es una persona responsable y es un buen compañero
  5. **¿Cuáles son las responsabilidades que tiene la persona encargada de seguridad?**  
Si, él debe estar vigilando la seguridad del almacén, estar pendiente de cuando el almacén está lleno y también nos colabora con otras cosas dentro del almacén en la limpieza
  6. **De acuerdo a la información anterior, desde su punto de vista ¿Cómo cree que es el desempeño de dicha persona?**  
Es una persona responsable y siempre está presente en el momento que se solicita su servicio
  7. **Como le parece la forma de dirigirse a ustedes o a los clientes la persona encargada de seguridad.**  
No, es muy amable y cordial

• **Nombre:** Leidy Pineda

**Lugar donde trabaja:** Ortopédicos Futuro Palermo

**Cargo que desempeña:** Vendedora mostrador

**1. ¿Sabe usted cual es el nombre de la persona encargada de seguridad?**

Si, Víctor Rangel, el que nos colabora

**2. ¿Ha tenido la oportunidad de hablar con dicha persona?**

Si claro, nosotros somos acá compañeros de trabajo, pues él es muy cordial, muy respetuoso, con todas sus compañeras

**3. ¿En qué espacios?**

Durante la jornada laboral, cualquier digamos servicio o ayuda que se requiera dentro del almacén

**4. ¿Qué percepción tiene de él?**

Pues es una persona responsable, muy puntual con su horario de trabajo, pues muy colaborador con las labores que se realizan dentro del almacén

**5. ¿Cuáles son las responsabilidades que tiene la persona encargada de seguridad?**

Pues es la primera cara que ven los clientes en el momento de entrar al almacén, pues él es muy atento él hace seguir al cliente, él es muy servicial si requiere alguna silla, si requiere que lo ayudemos con algún paquete para coger un taxi, para llevarlos a su automóvil

**6. De acuerdo a la información anterior, desde su punto de vista ¿Cómo cree que es el desempeño de dicha persona?**

Pues el ante todo es muy atento, servicial con toda persona no se discrimina y pues muy colaborador con nosotras en cuanto a la atención del cliente

**7. Como le parece la forma de dirigirse a ustedes o a los clientes la persona encargada de seguridad?**

Pues él es muy respetuoso, servicial hacia los clientes, muy atento, es un saludo cordial si cuando entran los clientes igual para la despedida, pregunta si requiere alguna ayuda adicional.

- **Nombre:** Viviana Martínez  
**Lugar donde trabaja:** Ortopédicos Futuro Norte  
**Cargo que desempeña:** Cajera

**1. ¿Sabe usted cual es el nombre de la persona encargada de seguridad?**

La persona encargada Cristian Parra, es la persona que nos ayuda en la logística del almacén

**2. ¿Ha tenido la oportunidad de hablar con dicha persona?**

No, no señora, en ningún momento

**3. ¿En qué espacios?**

“No ha compartido con su compañero”

**4. ¿Qué percepción tiene de él?**

Es una persona que desempeña bien sus labores, nos ayuda siempre a estar pendiente de la seguridad, de la parte de la logística del almacén, de la colaboración para el aseo

**5. ¿Cuáles son las responsabilidades que tiene la persona encargada de seguridad?**

Estar siempre atenta alguna calamidad que se presente, algún problema, algún problema con algún cliente, que nos ponga en riesgo a nosotras las empleadas

**6. De acuerdo a la información anterior, desde su punto de vista ¿Cómo cree que es el desempeño de dicha persona?**

Un comportamiento excelente muy bueno, desempeña muy bien su trabajo.

**7. Como le parece la forma de dirigirse a ustedes o a los clientes la persona encargada de seguridad?**

Una forma respetuosa, amable, cordial, que hace referente a su buen trabajador.

- **Nombre:** Cindy Marcela Gutiérrez Salamanca.
- Lugar donde trabaja:** Ortopédicos Futuro Norte
- Cargo que desempeña:** Vendedora asistente

**1. ¿Sabe usted cual es el nombre de la persona encargada de seguridad?**

Si señora se llama Cristian Parra

**2. ¿Ha tenido la oportunidad de hablar con dicha persona?**

Si, en varias oportunidades

**3. ¿En qué espacios?**

Cuando el cliente lo solicita, le pedimos el favor de que salga pues que le consiga un taxi al cliente, que les ayude a cargar las cosas que adquieren, también cuando nosotras venos que hay una cosa extraña en el almacén le pedimos el favor a él de que nos colabore con eso

**4. ¿Qué percepción tiene de él?**

Es una buena persona, muy responsable, está pendiente y atento de todo lo que hacemos acá en el almacén y de las cosas que necesitamos

**5. ¿Cuáles son las responsabilidades que tiene la persona encargada de seguridad?**

Sí, es cuidar y velar por la seguridad del almacén, por los productos que se encuentra allí, como también pues colaborarnos a nosotras en cuanto bajar las sillas que son muy pesadas, a recoger de pronto cuando lleguen los pedidos todo lo que es lo de los pedidos y pues más que todo es estar pendiente y atento de la seguridad.

**6. De acuerdo a la información anterior, desde su punto de vista ¿Cómo cree que es el desempeño de dicha persona?**

Es excelente ya que él siempre está pues atento a todo y pues no es un buen trabajador y siempre cumple con sus funciones

**7. Como le parece la forma de dirigirse a ustedes o a los clientes la persona encargada de seguridad.**

Él es muy respetuoso, siempre saluda a la gente cuando entra al almacén, se despide de acuerdo a si el cliente necesita va y los acompaña hasta el parqueadero o donde quiera que el cliente necesita de la ayuda de él, es muy cordial

- **Nombre:** Adriana Marcela Toro
- **Lugar donde trabaja:** Ortopédicos Futuro Sur
- **Cargo que desempeña:** Vendedora mostrador

**1. ¿Sabe usted cual es el nombre de la persona encargada de seguridad?**

Si señora se llama John Moncaleano

**2. ¿Ha tenido la oportunidad de hablar con dicha persona?**

Si, en muchas oportunidades

**3. ¿En qué espacios?**

En horas laborales y en algunas oportunidades en hora de almuerzo.

**4. ¿Qué percepción tiene de él?**

Es una persona muy sociable, colaboradora y servicial.

**5. ¿Cuáles son las responsabilidades que tiene la persona encargada de seguridad?**

Él debe estar al tanto de la seguridad del almacén, prestar una buena atención a los clientes que lleguen a visitar nuestra tienda y estar pendiente todo lo que comprende la seguridad de nuestro almacén.

**6. De acuerdo a la información anterior, desde su punto de vista ¿Cómo cree que es el desempeño de dicha persona?**

Me parece muy bueno, excelente el desempeño hace acá en el almacén, aparte de estar encargado de la vigilancia es una persona muy atenta, si miramos el caso de otras personas en el mismo cargo no son tan amables, ni sociales, no son tan entregadas al cargo.

**7. Como le parece la forma de dirigirse a ustedes o a los clientes la persona encargada de seguridad?.**

Es muy buena, muy respetuoso y muy atento a las personas que ingresan al almacén.

- **Nombre:** Jeisy Estefi Carmona Agudelo
- Lugar donde trabaja:** Ortopédicos Futuro Sur
- Cargo que desempeña:** Ventas

**1. ¿Sabe usted cual es el nombre de la persona encargada de seguridad?**

Si, John Moncaleano, él es la persona encargada de la seguridad del almacén.

**2. ¿Ha tenido la oportunidad de hablar con dicha persona?**

Si señora.

**3. ¿En qué espacios?**

En el tiempo de descanso y hora de almuerzo hemos tenido la oportunidad de hablar.

**4. ¿Qué percepción tiene de él?**

Es una gran persona, es responsable, juicioso, dedicado a su familia a su hogar, es bien.

**5. ¿Cuáles son las responsabilidades que tiene la persona encargada de seguridad?**

Brindarles un servicio a los clientes, primero que todo está a cargo de la seguridad el almacén, de los productos que no vayan a perderse o que se los roben, estar pendiente de los clientes y los compañeros de trabajo

**6. De acuerdo a la información anterior, desde su punto de vista ¿Cómo cree que es el desempeño de dicha persona?**

Presta muy buen servicio, en si mantiene pendientes de los clientes cuando necesitan la ayuda de transportar algún producto que se les dificulte, también se les ayuda cuando tienen alguna necesidad o dificultad, por ejemplo si necesita que tenga el cliente una silla para sentarse si tiene alguna discapacidad, también presta su servicio protegiendo el almacén no solo de personas con malas intenciones, sino que alguna compañera se vaya a lesionar con la manipulación de algún producto.

**7. Como le parece la forma de dirigirse a ustedes o a los clientes la persona encargada de seguridad?**

Es una persona muy seria, respetuosa no solo con migo si no también hacia los clientes.

**MAPA DE EMPATIA**

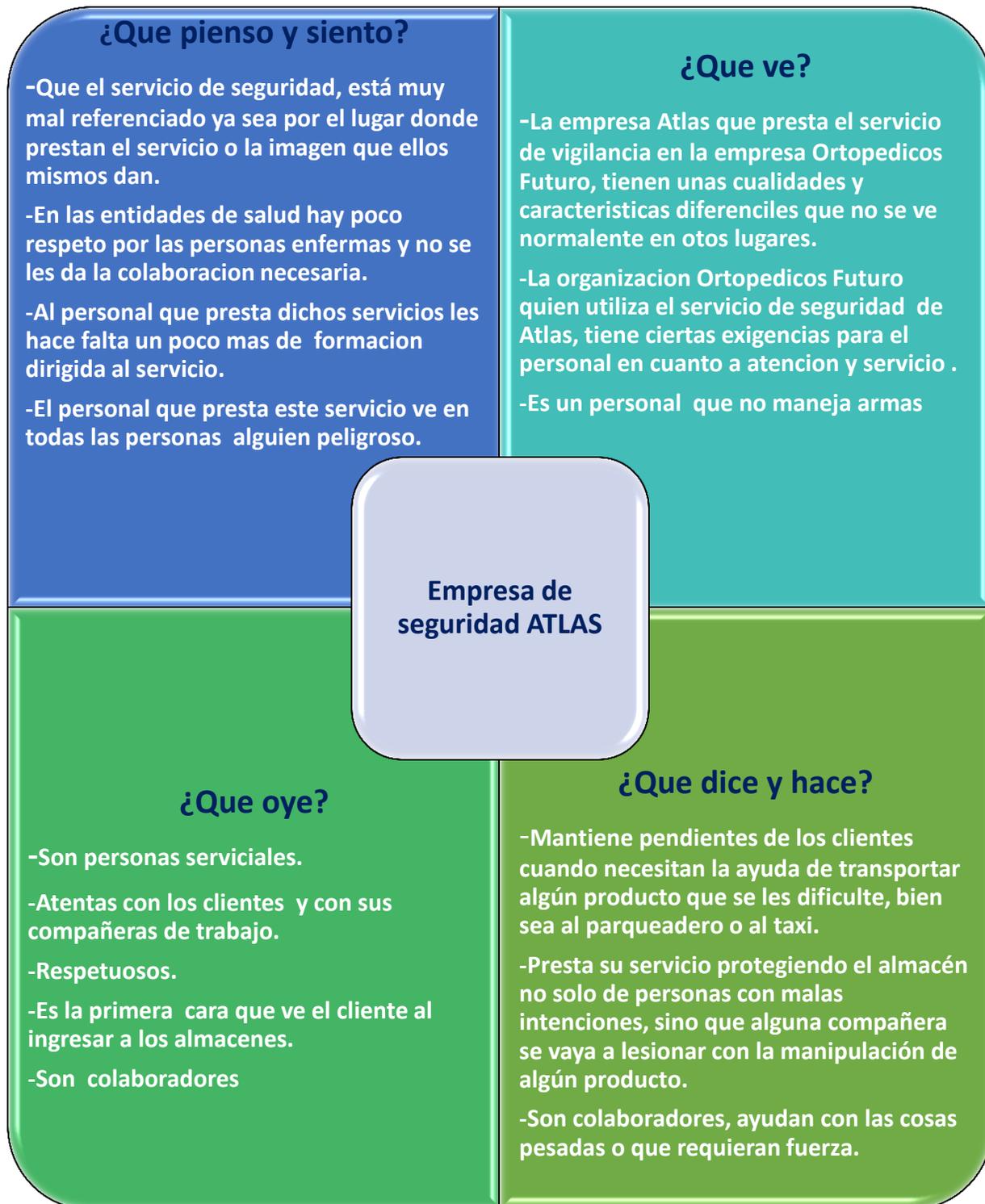


Ilustración 0-1 Mapa de empatía, autores

## DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN

**Denotación**

**Connotación**

Serviciales

Siempre esta dispuesto a servir, es cuidadoso y diligente

Atentos

Presta atención y concentración en lo que observa y escucha

Respetuosos

Hay cortesía y amabilidad al momento de dirigirse a las personas

Colaboradores

Trabajan en equipo con un objetivo en comun, que es prestar un buen servicio



## ASOCIACIÓN DE LA MARCA

De acuerdo a la información que recolectamos decidimos asociar la marca **con la amabilidad y respeto**, consideramos que estos son valores que las personas aprecian y valoran.

## ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN INTEGRADA



Ilustración0-1 <http://diversaconsultores.com/wp-content/uploads/2013/12/comunicacion-redes-sociales-669x272.png>

**PROFESOR:**  
Pedro Mauricio Torres

## EL MODELO DE LA AGUJA HIPODÉRMICA

### CARACTERÍSTICAS:



- Wolf concluye que “el ámbito de los estudios sobre los más media se está re consolidando bajo el impulso de una perspectiva sociológica que plantea como cuestión central las relaciones entre estructura social, sistemas de poder y modelos de valor”.

- Segunda guerra mundial. Importancia de la efectividad de los mensajes. Auge de la psicología experimental.

- Análisis de contenido. Estudios de opinión pública. Líderes de opinión.

- Estudio de los efectos a partir de la persuasión. Estudio de las audiencias.

Aplicado a las campañas (políticas y publicitarias).

- Factores estructurales y culturales que orientan el comportamiento del público.
- Investigación de los medios orientada hacia la teoría social. Interacción comunicativa Teoría matemática de la comunicación Análisis de Contenido Modelo semiótico informacional.
- “Captar el significado de la comunicación de masas” centrándose en las relaciones, conexiones y mediaciones entre las líneas de análisis tanto sociológico, como comunicativo. “No se trata de invertir la relación entre tendencia sociológica y tendencia comunicativa en la actual investigación medio lógica, sino de hallar y profundizar las integraciones, las referencias y las asimilaciones entre las dos perspectivas”.

- Describe los criterios relativos al producto, al medio, al público y a la competencia, los cuales determinan finalmente las rutinas productivas de recogida, selección y edición de la información.
- La sociología, la filosofía y la teoría de la comunicación, se centra en la elaboración, producción y recepción de los mensajes de los medios tratando de reconstruir sus características.

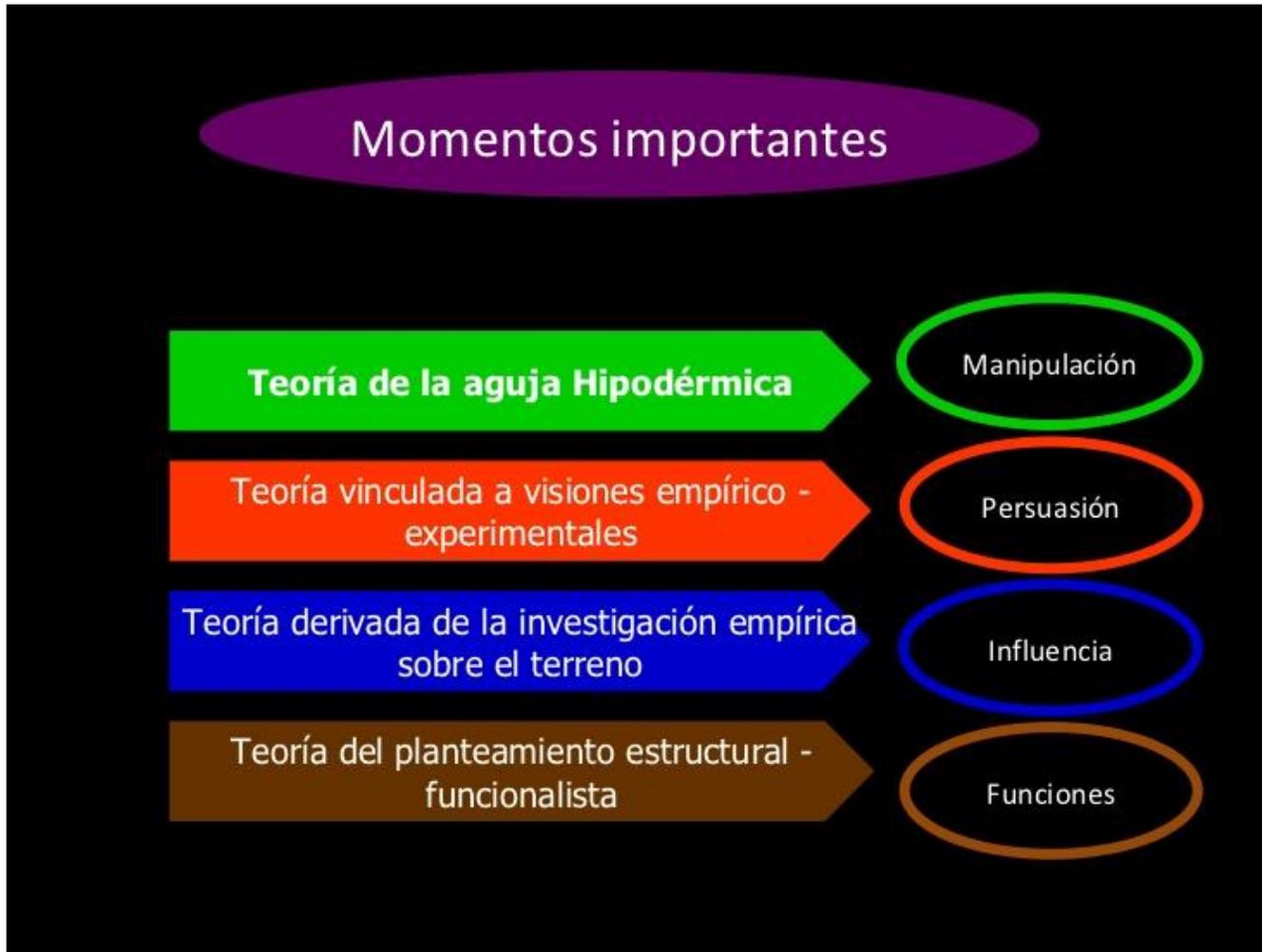
### **BENEFICIOS:**

- Estudios sobre los media.
- Análisis del tema específico de los efectos y las influencias, centrándose en el poder real de la televisión para modelar en el público la percepción de la realidad social.
- Las tendencias actuales más visibles giran en torno a la internacionalización del mercado de medios.
- **Opinión:** El modelo de la aguja hipodérmica, lo aplica mucho las redes sociales, los canales tradicionales y prensa. Éste modelo a través de los años ha mejorado y modificado su forma de comunicarse, teniendo en cuenta que la población joven está a la vanguardia con la tecnología, es por eso las noticias y muchas empresas, hobbies, etc.; estos están llegando directamente al consumidor.

### **DESVENTAJAS**

- Hipótesis de la agenda-setting que plantea básicamente que la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social es modificada por los media.
- El acceso al campo, el tiempo de estancia y la subjetividad son para Wolf los principales problemas de estos estudios.
- Las tendencias actuales más visibles giran en torno a la internacionalización del mercado de medios, la integración de diferentes tecnologías de comunicación en la dinámica productiva de los medios y el aumento vertiginoso de la oferta de programas y de canales de difusión, lo que a la vez conlleva a la lucha por el rating.
- **Opinión:** los medios tradicionales poco a poco están perdiendo fuerza, los publicistas de hoy tienen que ser más estrategas para no permitir que se pierda la tradición comunicativa. Así como va avanzando la tecnología es más complicado manipular la mente del considera, ya

que en este momento uno es quien decide que quiere ver, compartir o rechazar algún tema, oferta, producto, noticia, comerciales, etc.; sólo con dar un click.



## EL MODELO DE LASWELL

(Estructura y Función de la Comunicación de Masas)



### CARACTERÍSTICAS:

- Laswell ideó un modelo de comunicación basado en la metodología conductista, que como dice la palabra estudia la conducta a partir de la relación que se da entre los estímulos y las respuestas que se dan a éstos.
- **¿Quién?:** Corresponde al emisor, es decir, que estudia la procedencia del mensaje.  
**¿Canal? O ¿Cómo?:** Los medios de comunicación.  
**¿A quién?:** Quién recibe el mensaje, el receptor, la audiencia.  
**¿Efecto?:** Estudia lo que produce el mensaje, el objetivo

- La teoría de Lasswell considera que cuando se pretende llegar con un mensaje a una gran cantidad de personas, se debe tener muy claro quién va a codificar ese mensaje, cuáles son sus intenciones (el por qué y el para qué).

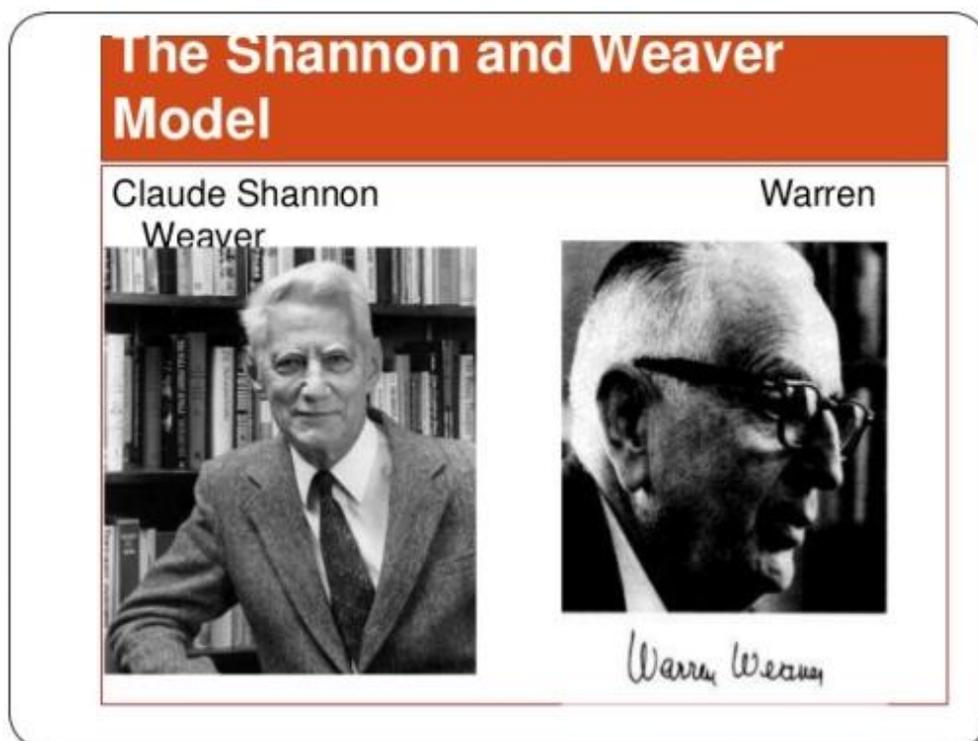
### **BENEFICIOS:**

- Este modelo le interesa estudiar todos los aspectos de la comunicación que conocemos, además, se preocupa por las intenciones del mensaje y el medio por el que se transmite.
- **Opinión:** Este modelo está enfocado en ciencias políticas y la teoría de la comunicación en medios. El modelo de la aguja hipodérmica y el modelo de Lasswell van de la mano.

### **DESVENTAJAS**

- Crítica hacia los medios de comunicación de masas, ya que estos transmitían mensajes, en el ámbito político y propagandístico, delante de los cuáles los receptores siempre reaccionarán del mismo modo.

La teoría de Laswell ha sido víctima de una crítica constante dada su naturaleza unidireccional, que no permite la interacción entre los distintos protagonistas del acto comunicativo. Igualmente, esta teoría sigue siendo válida y ha sido utilizada por los medios de comunicación tanto en prensa escrita como en formatos audiovisuales.



## EL MODELO DE SHANNON Y WEAVER

### CARACTERÍSTICAS:

La propuesta de Shannon y Weaver, basada en el paradigma de la teoría matemática de la comunicación,

### BENEFICIOS:

Aula abierta. Lecciones básicas.  
6

FORMA DE LA comunicación  
INCOM UNB

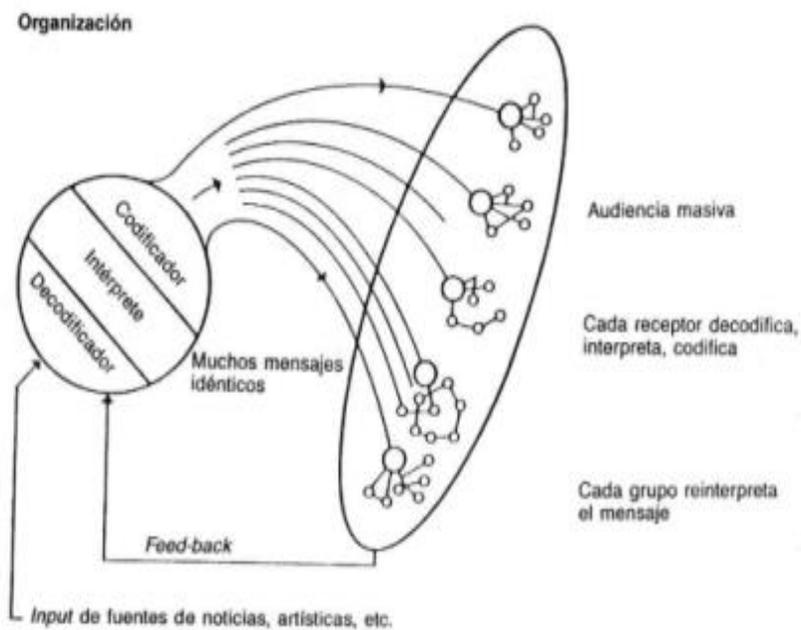


Ilustración 0-1Fuente/<http://portalcomunicacao.com/download/20.pdf>



## MODELO DE DAVID K BERLO



### **CARACTERISTICAS**

Utilizar un mensaje con un propósito específico como medio influenciador para comunicar de manera intencional

A menor ruido mayor fidelidad

**FUENTE:** Aquellos factores tales como: las habilidades, el conocimiento, las actitudes y la posición socio-cultural.

**CODIFICADOR:** es el encargado de idear el propósito del mensaje y como crearlo

**MENSAJE:** Es el propósito de la fuente creado con un fin específico

**CANAL:** Es el vehículo de transporte el cual habrá de dirigirse a uno de los sentidos o varios para su percepción.

**RECEPTOR - DECODIFICADOR:** Es a quien se dirige el mensaje, comprender el mensaje que se quiso enviar. La decodificación de alguna manera resulta determinada por las actividades que el

receptor guarde para sí mismo, hacia la fuente y hacia el contenido por su nivel de crecimiento del código.

<http://www.infoamerica.org/teoria/berlo1.htm>

### BENEFICIOS

se crea un mensaje con un propósito, si se hace de esta manera, la comunicación será efectiva

## La acción comunicativa según Berlo

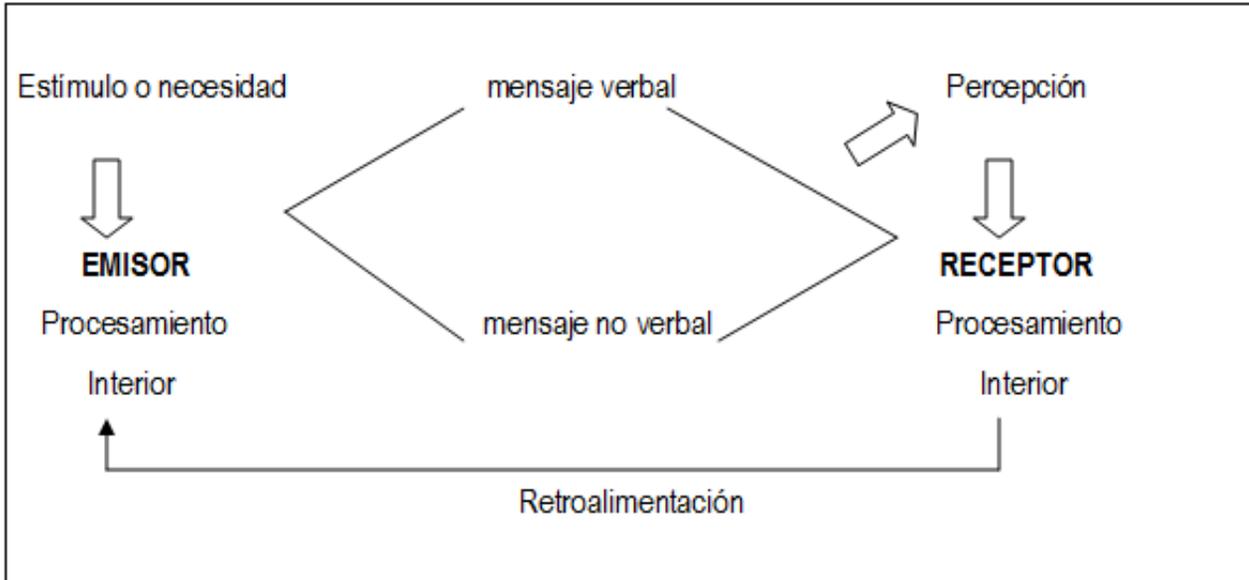


### DESVENTAJAS

el mismo autor reconoce que el proceso de influenciar puede fallar, por dos simples razones: si el público desconoce el propósito del mensaje y si el público interpreta de manera errónea el mensaje

FUENTE/Process of Communication, Holt, Rinehart, and Winston, Nueva York, 1960

## COMUNICACION FUNCIONAL



### CARACTERISTICAS

manejar de manera clara y precisa el ambiente

la función que aporta es a los efectos que provocan los medios en la sociedad.

si una parte de la sociedad deja de cumplir su función, se entra en un desequilibrio en la comunicación

conocer lo que se siente y escucha

### BENEFICIOS

se puede dar un tipo de comunicación funcional innovador

### DESVENTAJAS

la competencia sabrá todos los procesos de comunicación de nuestra organización.

## MODELO DE SCHRAMM



### **CARACTERISTICAS**

Mensaje - fuente - destino

mientras mayor sea la experiencia compartida, mas fácil será la comunicación modelo de Tuba de Schramm" en el que define un proceso de comunicacion colectiva

### **BENEFICIOS**

De muchos mensajes, que hay en el medio, el receptor es quien recibe el mensaje que más le parece importante, el que más le llama la atención cuando se emite un mensaje, el codificador intenta predecir que pasara con ese mensaje comunicación bidireccional, se emiten varios grupos de mensajes emitidos por códigos verbales y no verbales interacción entre la fuente y el destinatario

### **DESVENTAJAS**

Elementos no controlados son: la situación en que se recibe la comunicación y en la que va a tener lugar la respuesta, la personalidad del receptor y, las normas y relaciones grupales del receptor.

cada medio de comunicación tiene sus propias características y así mismo se aportan de manera diferente al proceso de comunicación

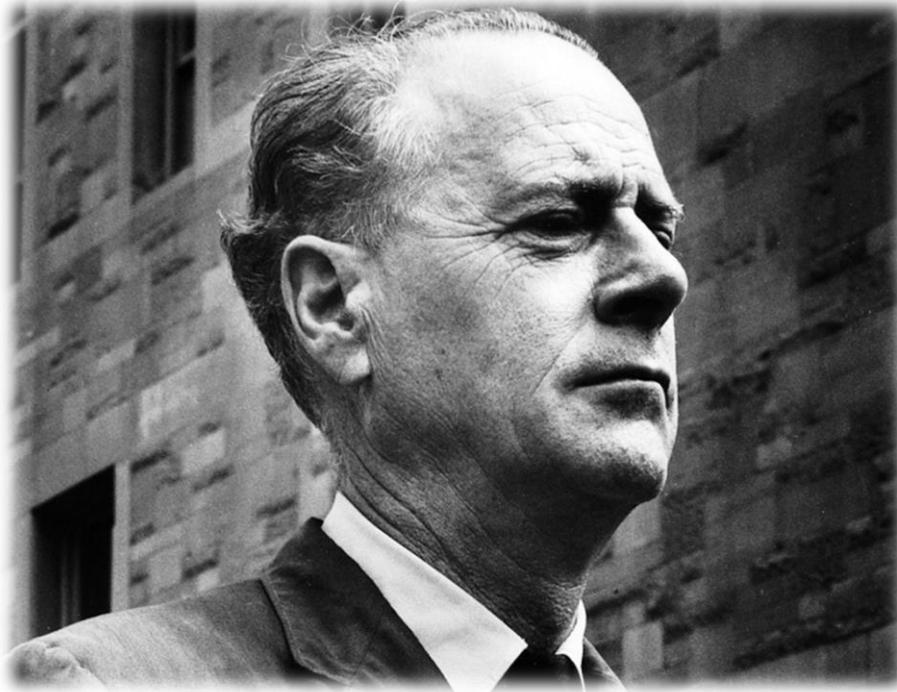
FUENTE

Modelo de Tuba de Schramm" en el que define un proceso de comunicación colectiva.

## El modelo de Schramm



## EL MODELO DE MCLUHAN



### CARACTERISTICAS

**EL MEDIO ES EL MENSAJE:** El medio resulta más poderoso para la audiencia, dando como resultado que el mensaje sea mucho menos poderoso en nosotros.

**LA ALDEA GLOBAL:** Mc Luhan dice que la palabra "ambiente" hubiera sido preferible para describir el período... pero luego reflexiona: El término galaxia expresa perfectamente al conjunto simultáneo y recíproco de diversos factores no directamente relacionados entre sí.

**MEDIOS FRIOS Y CALIENTES:** se definen como medios calientes son los de alta definición y los medios fríos son de poca definición.

Serían pues medios calientes la radio, la imprenta, las fotografías, las conferencias... y medios fríos el teléfono, el habla, la televisión, los seminarios...etc.



Ilustración 0-1 Fuente/<http://mmcluhan.galeon.com/>

## **BENEFICIOS**

1. Los medios de comunicación son una extensión de los sentidos o capacidad psíquica del hombre.
2. Hace la diferencia entre medios calientes, los cuales están plenos de información y por tanto reducen la participación,

Ejemplos: la fotografía y la radio. Los medios fríos, los cuales no tienen mucha información y motivan a la participación,

Ejemplos: el comic y el teléfono.

3. El medio es el mensaje, donde la tecnología modifica al hombre, ya que el medio de comunicación influye, determina y nos moldea.

## **DESBENTAJAS**

- Excesiva insistencia en el concepto de equilibrio social lleva a definir cualquier alteración del orden como una disfunción.
- Prefabrican el concepto de sociedad, ya que somos una copia de otros países.

- El funcionalismo requiere que todo sea expresado en términos de números.
- Solo se fundamenta en el modelo cuantitativo.
- El nivel de interacción disminuye ya que la sociedad esta físicamente separada de los unos con los otros.
- Las instituciones sociales utilizan su poder para la manipulación, ya sea para crear un pensamiento colectivo frente a los receptores
- El capitalismo como herramienta para persuadir.
- La ambigüedad que se crea en el contexto latinoamericano.

## **ANALISIS DE LA ORGANIZACIÓN CON REFERENTE A LOS MODELOS DE COMUNICACION**

Al iniciar las lecturas y analizar la solicitud del profesor Pedro encontramos que el pensamiento estratégico, la planificación estratégica y la operacionalización son tres en uno, esta es una herramienta que permite el desarrollo de estrategias de comunicación que están ligadas a los objetivos del negocio u organización.

Consideramos que el modelo de comunicación que utiliza Atlas es el de Scrhamm, apreciando su página web encontramos que es su fuente de comunicación directa con los clientes y externos.

### **COMUNICACION INTEGRADA**

El grupo Atlas, tiene como modelo actual el modelo de Scrhamm, manejan una comunicación totalmente integrada a través de su sitio web <https://www.atlas.com.co/>

Poseen un link de MEDIOS en el cual se integran todas sus comunicaciones, sean internas o externas. <https://www.atlas.com.co/medios>

Encontramos noticias, portales que enlazan información de interés.

INICIO NOSOTROS SERVICIOS SOLUCIONES A LA MEDIDA GESTIÓN DE RIESGOS RESPONSABILIDAD SOCIAL MEDIOS CONTACTO Español | Inglés



de nuestra compañía, enlace al Servicio de Información Atlas – SIA y posibilidad de descargar el Boletín Interno NOTIATLAS y el QAP de disponibilidad de los ejecutivos de Seguridad Atlas para los fines de semana.

**Noticias**

Ejército da de baja a alias "Marlon" cabecilla del Eln y a otros cinco integrantes del reduto guerrillero

Entérese de las noticias de seguridad, novedades tecnológicas, administración y manejo de riesgos más importantes del día y las últimas horas originadas en las principales ciudades y regiones de Colombia. Panorama regional en Español e Inglés.

**Portal SIA**

Últimas noticias y hechos de interés encuentralos aquí

Encuentre AQUÍ las ultimas noticias y hechos de interés en materia de seguridad, incidentes de los grupos armados, actividad delictual etc.

**Prensa**

**NotiAtlas**

Síguenos en:

f t You Tube

## SPONSORISMO

Realmente es una empresa bastante autónoma, no tienen patrocinadores, o lo poco que podemos determinar es que toda la publicidad que hacen la realizan ellos mismos.

Cuentan con portal propio de YouTube en el que comparten noticias de interés de su tipo de negocio y así mismo comparten información para su cliente interno y externo.

## RELACIONES PÚBLICAS

Tienen bastante comunicación por medio de su página web, relacionan links de capacitaciones, conferencias, es una empresa bastante comunicativa.

víctima.



**LUIS CARLOS BARÓN OREJUELA**

Abogado de la Universidad Libre de Cali, Maestrante en la Facultad de Criminalística y Ciencias Forenses de la Universidad Libre de Cali. Estudios de Maestría en Administración de Empresas de la Universidad del Valle. Especialista en Criminalística y Ciencias Forenses de la Universidad Libre. Detective Investigador del D.A.S



**IVAN ANDRES OCAMPO RENGIFO**

Ingeniero en Electrónica y Telecomunicaciones de la Universidad del Cauca, especialista en Seguridad Informática de la Universidad Autónoma de Occidente y Administración de la Seguridad de la Universidad Militar Nueva Granada. Certificado como Auditor Interno ISO 27001. Certificado como Offensive and Defensive Security Professional. Certificado como Accessdata Certified Examiner. Certificado en Navegación Segura Plataforma ESET.

Inscríbese y confirme su asistencia en:

☎ 3923000 ext: 2107 - 3910090 ext. 2328 – 2314

☎ 3108276886

✉ [semanadelriesgo@atlas.com.co](mailto:semanadelriesgo@atlas.com.co)

🌐 [www.atlas.com.co](http://www.atlas.com.co)

**Cupos limitados  
Entrada sin costo**

Ver las próximas conferencias programadas en Pereira, dar [CLICK](#).

Ver las próximas conferencias programadas en Bogotá, dar [CLICK](#).

Ver las próximas conferencias programadas en Ibagué, dar [CLICK](#).

Ver las próximas conferencias programadas en Bucaramanga, dar [CLICK](#).

Podemos observar que sostienen relaciones públicas sierpe presentándolas en su página WEB y enlazándolas con sus redes sociales.

### TECNICAS DE PERIODISMO

Relacionan noticias de seguridad en sus portales, tratan de mantener a su público informado con noticias actuales. Se confirma nuevamente la intención de generar una estrategia de comunicación, muy bien estructurada.

La empresa Atlas aprovecha su buen nombre en el mercado y las noticias que la prensa hace sobre ellos y las enlazan y comunican en sus portales, para que sea información que pueda tener el público en todo momento

Síguenos en:



## TECNICAS MIXTAS DE PUBLICIDAD

Podemos concluir mostrando los diferentes medios de comunicacional que integran la estrategia comunicativa de la empresa.

Atlas seguridad siendo una empresa bien posicionada en el mercado colombiano, logra a través de toda su comunicación, informar y mantener tanto a su cliente interno (organización), como a todos sus clientes externos( proveedores, clientes, gobierno) y hasta a su misma competencia; lo lograr siendo una empresa bastante abierta a la información que pauta, ya que entrega de manera libre toda la información a cualquier persona que, entrando a su sitio web a sus redes sociales, se encuentra con noticias de interés relacionada con la seguridad actual colombiana, noticias internas, premios, condecoraciones, certificaciones y un sin fin de novedades que día a día alimentan en sus medios de comunicación para que todos estén enterados y nunca sientan que ATLAS deja a un lado la comunicación con su público,

**Portafolio.co**

Martes 15 de Diciembre 2015

Negocios Economía Internacional Finanzas Personales Indicadores Opinión Port

Acciones	EXITO	+0.75%	PFBCELOM	-1.76%	GRUPOARGOS	+0.53%	EC
Mis acciones	\$13,430.00		\$20,140.00		\$15,100.00		\$1,

Publicidad

portafolio.co **Economía**

### Grupo Atlas de seguridad se alista para llegar a 5 países

Mayo 13 de 2012 - 5:42 pm

[Compartir](#) [Tweet](#) [Enviar](#) [Comentarios](#)



**Con 38 años de experiencia en el mercado, las tres empresas que conforman el Grupo Seguridad Atlas se preparan para expandirse en la región.**

Primero llegarán a Ecuador y luego hay un grupo de cinco países que verán arribar a la colombiana con todas sus marcas.

El presidente del Grupo de Seguridad Atlas, Ricardo Quintero, habla de ese mercado en Colombia y de cómo

Ricardo Quintero dice que sus empresas se internacionalizarán en el segundo semestre.

## ¡Seguridad Atlas recibe premio CEMEFI como empresa ejemplar en RSE!



SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO RECONOCIENDO NUESTRA LABOR  
**SEGURIDAD ATLAS RECIBE PREMIO CEMEFI  
COMO EMPRESA EJEMPLAR EN RSE**



Portafolio.co Negocios Economía Internacional Finanzas Personales Indicadores Opinión  
Suscríbete a Portafolio

Grupo Atlas de seguridad es lista por Hoopra 5

## Medios

Bienvenidos a la sección de medios de Seguridad Atlas, que contiene comunicados de prensa, noticias de nuestra compañía, enlace al Servicio de Información Atlas - SIA y posibilidad de descargar el Boletín Interno NOTIATLAS y el QAP de disponibilidad de los ejecutivos de Seguridad Atlas para los fines de semana.

### Noticias



Justicia: Así serán las penas por ataques con ácido en Colombia

Entérese de las noticias de seguridad, novedades tecnológicas, administración y manejo de riesgos más importantes del día y las últimas horas originadas en las principales ciudades y regiones de Colombia. Panorama regional en Español e Inglés.



Fuente:

<http://images.google.de/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fwww.scielo.org.ar%2Fimg%2Fvistas%2Fccedce%2Fn34%2Fa12f14.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.scielo.org.ar%2Fscielo.php%3Fpid%3DS1853->

## CONCLUSION

Podemos concluir básicamente que la empresa ATLAS maneja un sistema de comunicación bastante estructurado, en el que integran de manera articulada, todos los mensajes que quieren transmitir, no solo a los clientes de la organización, sino también a su cliente interno, proveedores, gobierno y hasta a su misma competencia.

Encontramos que este modelo de comunicación es limitado, en cuanto a los medios que lo integran, ya que basan su estrategia a solo su página web y sus redes sociales (FACEBOOK, TWITTER Y YOU TUBE), lo cual genera para nuestra investigación un plus y es hacer que esta comunicación pueda llevarse a acabo de manera masiva, incluyendo a la estructura y las técnicas de publicidad y promoción, mas medios de comunicación.

## IDENTIDAD CORPORATIVA

Portal Atlas | identidad corporativa gru... | Resultados de la Búsqueda: | Resultados de la Búsqueda: |

images.google.de/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fwww.scielo.org.ar%2Fimg%2Frevistas%2Fccedce%2Fn34%2Fa12f14.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.scielo.org.ar

Malinowsky, White, Plog y Bates, consideran tanto lo intangible como también lo material, artefactos, ornamentos, vestimenta, herramientas y obras.

Otros, Kottak, Keesing, además de lo anterior, sostienen que la cultura es aprendizaje social.

**El concepto de Cultura**

**Cultura Ser humano**

- Dimensión Intelectual (Williams) → Medios - (artes, obras)
- Dimensión Psicológica - simbólica (Freud) → Procesos (actividades, intereses)
- Dimensión Espiritual (Dhewntzer-Moles) → Productos de la técnica y la ciencia
- Dimensión Social (García Caucías) → Productos materiales; Productos culturales (organización)

**Lo intangible**  
Creencias, valores, lenguaje, conocimientos, técnicas, hábitos, costumbres, conductas (Taylor, Kroeber, Bates)

**Lo tangible**  
Artefactos, ornamentos, vestimenta, herramientas, obras (Malinowsky, White, Plog, Bates)

**Aprendizaje**  
Tiene un agente  
Relación dinámica con el entorno  
Necesita de desarrollo y de progreso  
No hay una única cultura

**Fig. 3 El concepto de cultura: Construcción Propia**

De lo expuesto, se pueden sacar varias cosas en claro respecto de la cultura:

- Abarca los planos físico, mental, psicológico y espiritual del ser humano e ideológicos y tecnológicos de la sociedad.
- Corresponde a la valoración y significación que la gente da a todas las cosas.
- Cambia permanentemente y es aprendida.
- Regula las diversas actividades de la sociedad.
- Se asocia a la noción de progreso.
- Tiene que ver con el desarrollo intelectual y la realización espiritual de las personas.
- Se objetiva a través de los productos culturales.

Google Imágenes

Sitio web de esta imagen  
Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación  
scielo.org.ar

Tamaño completo  
521 x 285

Más tamaños  
Buscar por imagen  
Imágenes similares

Tipo: 75KB JPG

Las imágenes pueden estar protegidas por derechos de autor

El Grupo Atlas de seguridad no cuenta con una identidad corporativa interna.

Analizando, planteando y plasmando la investigación, se puede resaltar que esta empresa involucra a sus empleados, les ofrece calidad de vida, tiene tradición, objetivos, valores definidos, realmente lo que comunicase cumple.

En el caso del servicio de seguridad que le brinda a la empresa Ortopédicos futuro, se ve claramente reflejado en su labor constante, son personas serviciales, con muchas aptitudes positivas, son dinámicos, multifacéticos, etc.



The screenshot displays the website for Grupo ATAS, featuring a navigation menu at the top with options like 'INICIO', 'NOSOTROS', 'SERVICIOS', 'SOLUCIONES A LA MEDIDA', 'GESTIÓN DE RIESGOS', 'RESPONSABILIDAD SOCIAL', 'MEDIOS', and 'CONTACTO'. The main content area is titled 'RECONOCIMIENTOS' and highlights '4 AÑOS' of 'RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL' (Corporate Social Responsibility). It lists numerous certifications and awards, including ASIS, ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, and others. A central graphic shows a large number '4' with 'AÑOS' underneath, surrounded by icons representing different areas of CSR. The website also includes a search bar, a 'Nosotros' section with links to 'Quiénes Somos', 'Misión y Visión', 'Principios y Valores', 'Sistema Integrado de Gestión', 'Historia', and 'Promesa de Valor', and a 'REALICE PAGO DE SU FACTURA AQUÍ' button with the 'pse' logo.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL ATLAS



**Ilustración 0-1 Fuente.** [https://www.atlas.com.co/noti-atlas/NotiAtlas\\_Edicion66.pdf](https://www.atlas.com.co/noti-atlas/NotiAtlas_Edicion66.pdf)

El verdadero éxito en los 40 años de existencia de Seguridad Atlas Ltda. se debe al desarrollo sostenible materializado en su crecimiento económico y su posicionamiento en el mercado como la empresa líder del sector de la seguridad privada en Colombia, lo que ha permitido garantizar que hoy día más de 35 mil personas entre trabajadores y sus familias, sean beneficiados con los programas de RSE..

La implementación de un modelo de desarrollo sostenible ha logrado conseguir para Seguridad Atlas no solo que la organización se fortalezca, crezca y perdure, sino que ha contribuido a que sus grupos de interés encuentren un genuino compromiso que genere un intercambio de beneficios y un crecimiento mutuo con la organización, es por esto que la Responsabilidad



Social ha tomado una gran importancia para la empresa y es considerada como un objetivo estratégico para la organización.

## **SEGURIDAD GRUPO ATLAS**



### **Quiénes Somos**

Desde 1974 Seguridad ATLAS se ha caracterizado por ser una organización sólida, integra, socialmente responsable con nuestra gente, clientes, proveedores, comunidad, medio ambiente, bajo el marco de nuestro programa de responsabilidad social único en el sector de la seguridad privada, adherido al Global Compact de la ONU, permitiéndonos ser reconocidos como el 3er. Mejor lugar para trabajar en América Latina y el 2do. en Colombia, por la firma internacional Great Place to Work®, al que se suma el premio Honor al Mérito 2011 en la categoría de “Mejores Prácticas en Gestión Humana” otorgado por la Asociación de Gestión Humana – ACRIP-

## Misión y Visión



### Misión

Somos una organización de seguridad privada con credibilidad en la Gestión Integral de Riesgos; ofrecemos soluciones innovadoras, actuamos con responsabilidad social y generamos valor para nuestros clientes y socios.

### Visión

Consolidarnos en América Latina como una organización de seguridad privada de clase mundial en la Gestión Integral de Riesgos.



## Principios y Valores

### **La Integridad como decisión de vida:**

Somos personas confiables, cumplimos los deberes como trabajadores, miembros de familia y buenos ciudadanos. Rechazamos toda forma de corrupción, actuamos con honestidad, lealtad y con respeto a las leyes.

### **Pasión por el servicio:**

Los clientes son nuestra razón de ser, los escuchamos y comprendemos, queremos ser sus socios comerciales preferidos, crecer con ellos y mantenerlos en un grado de satisfacción que permita desarrollar una relación de largo plazo.

### **Innovación:**

Cultivamos la capacidad de visualizar una oportunidad antes que los demás y el coraje de plasmarla en un producto o servicio real, tangible y deseable por nuestros clientes.

### **Responsabilidad Social:**

Generamos valor económico y social para nuestros socios, colaboradores, clientes, proveedores y para las comunidades en donde operamos, preservando el planeta para futuras generaciones, contribuyendo al desarrollo económico y al fomento del bienestar.

### **Profesionalismo:**

Seguridad Atlas es una organización que preserva su solidez y credibilidad, se mantiene como una empresa digna de toda la confianza. Nos creen y legitimamos este principio con todos nuestros actos.

### **Sistema Integrado de Gestión**

Contar con un Sistema Integrado de Gestión certificado nos permite el desarrollo de políticas de mejora continua, encaminadas al diseño de productos y servicios de alta calidad, consolidándonos como el Aliado Estratégico que garantiza la continuidad de su negocio.

### **Promesa de Valor**

“Apoyamos la continuidad del negocio y generamos valor a nuestros clientes a través de la Gestión Integral de sus riesgos, el diseño de soluciones para control, prevención, protección y predicción; para Incrementar la costó-efectividad de sus procesos mediante la combinación de tecnología, conocimiento y talento humano

## REDES SOCIALES

### FACEBOOK



#### Comentario:

En esta página su última actualización el 4 de enero de 2016, cambio de imágenes e incentiva e interacción con el empleado.

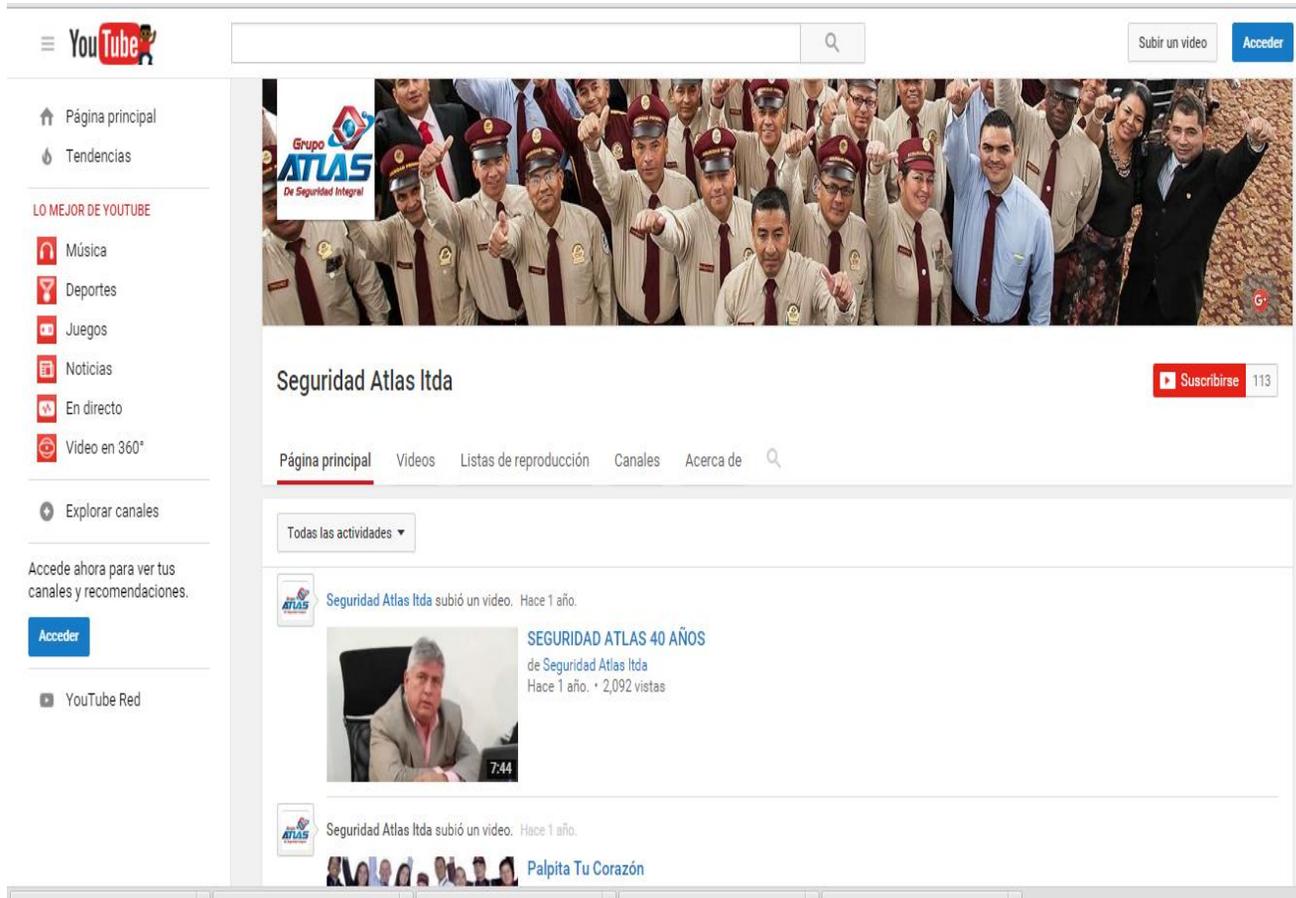
## TWITTER



**Ilustración 0-1**[https://twitter.com/Seguridad\\_Atlas](https://twitter.com/Seguridad_Atlas)Comentario:

Esta red la utilizan como la parte informativa y comparten las noticias, para que sus clientes y empleado estén enterados, lo malo es que desde el 30 de Noviembre de 2015 no realiza ningún movimiento.

## YOUTUBE



The screenshot shows the YouTube channel page for "Seguridad Atlas Ltda". The channel banner features a group of employees in uniform, some in military-style caps, pointing towards the camera. The channel name "Seguridad Atlas Ltda" is displayed prominently, along with a "Suscribirse" (Subscribe) button showing 113 subscribers. Below the channel name, there are navigation tabs for "Página principal", "Videos", "Listas de reproducción", "Canales", and "Acerca de". A dropdown menu for "Todas las actividades" is visible. The main content area shows two video uploads from "Seguridad Atlas Ltda":

- The first video is titled "SEGURIDAD ATLAS 40 AÑOS de Seguridad Atlas Ltda" and was uploaded "Hace 1 año" with 2,092 views. The video thumbnail shows a man in a suit speaking.
- The second video is titled "Palpita Tu Corazón" and was also uploaded "Hace 1 año". The thumbnail shows a group of people.

### Comentario:

Esta red realizó su último movimiento hace un año, cuando celebraron sus 40 años de labor, solo subieron entrevistas, felicitaciones, etc. Hablan muy bien y sobre todo se refiere a sus empleados como un equipo. Lo malo es que están desaprovechando la oportunidad que más empresas los conozcan y puedan hacer grandes alianzas.

**PAGINA WEB**



**Comentario:**

Esta página mantiene en constante movimiento, mostrando sus triunfos, bien diseñada, con información clara y concisa, reúne los conceptos básicos de una imagen corporativa.

## CAMPAÑA PUBLICITARIA



Ilustración 0-1[http://www.photo-design.es/wp-content/uploads/2012/11/campanas\\_publicitarias.jpg](http://www.photo-design.es/wp-content/uploads/2012/11/campanas_publicitarias.jpg)

De acuerdo al modelo de comunicación que escogimos (Schramm) y dando le continuidad al concepto de comunicación integrada que se quiere manejar, el tipo de campaña que vamos a utilizar es el de según el receptor de la comunicación, este tipo de campaña nos permite dirigirnos tanto al consumidor final como a los empleados.

Mediante el diseño de un Dummie publicitario buscamos con un personaje representativo que es el guarda de seguridad, personalizar la imagen corporativa, esto ayudara a mejorar el posicionamiento de la compañía Atlas, este puede ser reutilizado en diversas campañas, la terea de las empresas de seguridad es un tema que implica seriedad, en algunas oportunidades la labor se asocia con la rudeza, dicho personaje permite de una forma más amigable y respetuosa dirigirnos a los clientes (internos y externos) con mensajes que tengan solicitudes, indicaciones, recomendaciones, sugerencias o para ofrecer nuevos y mejores servicios

## **PRODUCTO**

Grupo Atlas de seguridad integral



## **BRIEF**

### **CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO**

El grupo Atlas es una empresa de seguridad integral cuyo fin es atender la demanda de seguridad y protección de los diferentes sectores económicos de Colombia.

Compañía respetuosa del ser humano como pilar de la prestación de su servicio, pero lo cual se han incorporado políticas de:

- Buenas prácticas de administración
- Código de un buen gobierno corporativo
- Código de ética
- Protocolo de familia

### **BENEFICIOS DEL PRODUCTO**

De acuerdo al sector económico, Seguridad Atlas ha creado y diseñado soluciones únicas a la medida de cada organización, con el fin de satisfacer las necesidades específicas de cada negocio, optimizar los procesos, incrementar la eficiencia de la toma de decisiones, mejorar la calidad de las operaciones, impactar en la continuidad del negocio y reducir los riesgos en negocios ofreciendo servicios en:

- Riesgos
- Investigaciones
- Tecnología
- Protección
- Transvalores

## TARGET

Organizaciones de los diferentes sectores económicos de Colombia

- Alimentos
- Laboratorios farmacéuticos
- Retail
- Centros comerciales
- Educación
- Hotelería
- Salud



## OBJETIVO DE LA MARCA

Posicionar seguridad Atlas en el mercado colombiano, como una empresa en el que su principal valor para trabajar es el respeto, este será inculcado a los colaboradores con el fin de que sea su sentir, de esta manera lo exteriorizaran a proveedores, compañías a las que se les preste el servicio y al público en general.

## INSIGHTS

- Reconocimiento como una de las mejores empresas para trabajar.
- Responsabilidad.
- Tecnología.
- Reconocimientos en responsabilidad social, innovación y servicio al cliente.

Posicionando como empresa líder de seguridad en Colombia.

## **ESTRATEGIA CREATIVA**

### **PROMESA DE VENTA**

Apoyamos la continuidad del negocio y generamos valor a nuestros clientes a través de la gestión integral de sus riesgos, el diseño de soluciones para control, prevención, protección y predicción, incrementando la efectividad de sus procesos mediante la combinación de tecnología, conocimiento y talento humano.

Todo esto acompañado de nuestro principal valor que es el respeto, el cual confirma el compromiso de tener organizaciones en continuo crecimiento.

### **JUSTIFICACION**

Con el fin de aprovechar el desarrollo de cada sector económico, Seguridad Atlas, ha creado soluciones únicas a la medida de cada organización, con el fin de satisfacer las necesidades específicas de cada negocio.

#### Riesgos

- ✓ Asesorías y consultorías en gestión integral de riesgos
- ✓ Outsourcing en gerencia de riesgos
- ✓ Auditorías a sistemas de gestión de riesgos y seguridad
- ✓ Evaluación a planes de emergencia y continuidad del negocio
- ✓ Capacitación, formación y entrenamiento en riesgos y seguridad integral

#### Investigaciones

- ✓ Investigación específica
- ✓ Estudio de confiabilidad
- ✓ Prueba psicofisiológica forense o polígrafo
- ✓ Medios técnicos probatorios y ciencias forenses

- ✓ Métodos tecnológicos de apoyo
- ✓ Informática forense
- ✓ Outsourcing de seguridad en procesos de selección
- ✓ Acompañamiento integral en procesos judiciales

#### Tecnológica

- ✓ Ingeniería de proyectos
- ✓ Monitoreo de alarmas
- ✓ Gestión de movilidad (GPS)
- ✓ Verificación de video remoto (VVR)
- ✓ Mantenimiento preventivo

#### Protección

- ✓ Caminos especializados
- ✓ Escoltas
- ✓ Seguridad física

#### Transvalores

- ✓ Transporte de valores y servicios complementarios
- ✓ ATM solución
- ✓ Pagos & recaudos integrados
- ✓ Administración integral de peajes con transporte y procesamiento de valores
- ✓ Gestión de información y títulos valores
- ✓ Compras online

## **TONO**

Racional, ya que el enfoque de la campaña busca encontrar los orígenes del respeto, a las personas, a la profesión y al servicio.

## **REQUISITOS LEGALES**

## **TEXTOS OBLIGATORIOS**

## **SLOGAN**

“Respeto por ti, por ellos, por todos”

## **CONSTRUCCION DE MARCA**

### **FILISOFIA DE MARCA**

Organización sólida, integra, respetuosa y socialmente responsable con los empleados, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente.

Mediante soluciones innovadoras las cuales se estructuran de acuerdo a la necesidad de la organización, generamos valor para nuestros clientes y socios

### **VALORES DE MARCA**

- La integridad como decisión de vida
- Pasión por el servicio
- Innovación
- Responsabilidad social
- Profesionalismo

## **COLOR**

Logo

	C	97		C	94		C	6
	M	84		M	9		M	92
	Y	37		Y	11		Y	70
	K	3		K	0		K	0

Dummie

	C	0		C	25		C	0
	M	100		M	82		M	0
	Y	60		Y	64		Y	0
	K	0		K	0		K	100
	C	2		C	0			
	M	2		M	20			
	Y	11		Y	20			
	K	0		K	0			

**TIPOGRAFIA**

Logo

Kaleko 205 Heavy Oblique

Afiche

Berlin Sans FB Demi

Kozuka Gothic Pr6N B

**LOGOSIMBOLO**



**DUMMIE**

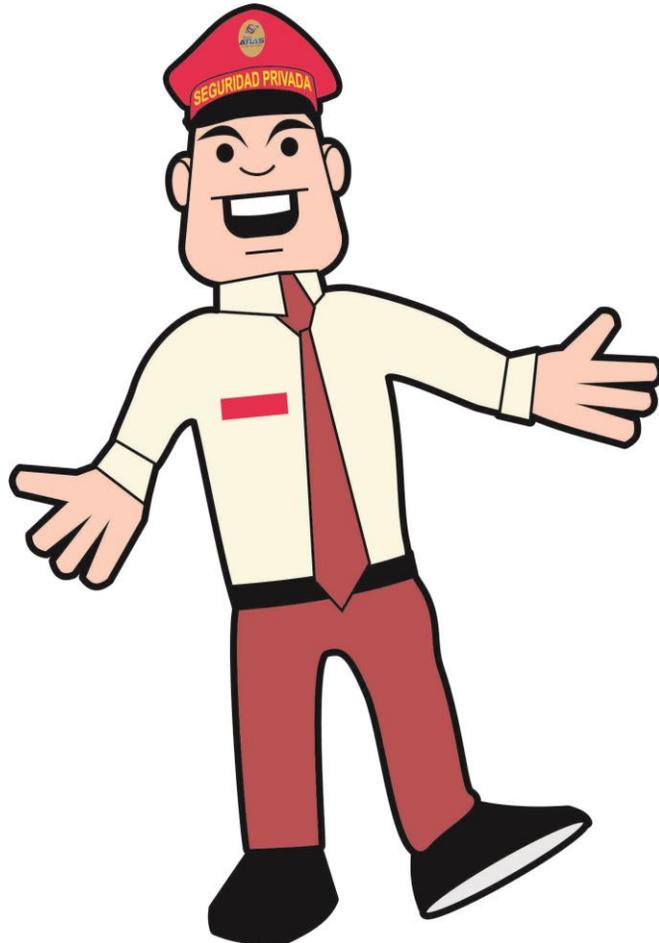


Ilustración 0-1AUTORAS

**CAMPAÑA INTERNA**

**Grupo ATLAS**  
*De Seguridad Integral*

Te estamos invitando a que conozcas y aproveches los beneficios que te da la empresa Atlas seguridad integral

Benificación Quinquenios  
 Aquí Valoramos tus Buenas Acciones  
 Cuadro de Honor  
 Auxilio Anteojos  
 Matrimonio Permiso y auxilio  
 Auxilio Lactancia  
 Auxilio Nacimiento  
 Permiso y auxilio Defunción familiares  
 Auxilio Muerte del trabajador  
 Auxilio Kit Escolar

SI QUIERES MAS INFORMACIÓN  
ACERCATE A LAS OFICINAS DE BIENESTAR

Comprometidos con la  
**R**esponsabilidad Social

SIGUENOS EN:  
 f SEGURIDAD ATLAS COLOMBIA  
 @SEGURIDAD\_ATLAS  
 SEGURIDAD ATLAS LTDA

WWW.ATLAS.COM.CO

Ilustración 0-2AUTORAS

AFICHES CAMPAÑAS EXERNAS



Ilustración 0-1AUTORAS



**Grupo**  
**ATLAS**  
*De Seguridad Integral*

Porque eres única, eres especial,  
eres mujer;  
por estas y más razones Atlas  
apoya a las mujeres cabeza de  
familia.

**ATLAS**

# SERVICIOS

seguimos en:

- f
- t
- ▶

**Investigaciones**

**Riesgos**

**Tecnológica**

**Protección**

**Transvalores**

**RESPETO POR TÍ**  
**POR ELLOS, POR TODOS.**  
**ENCUENTRANOS EN TODO EL PAÍS**

## COMUNICACIÓN

Usaremos Facebook y nuestro sitio web para implementar las campañas de respeto que queremos inculcar tanto a la comunidad, como también a nuestros empleados



The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Grupo ATLAS De Seguridad Integral'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and the page name 'ATLAS SEGURIDAD' with options to search for friends and go home. The main cover photo features the company logo and the text 'Grupo ATLAS De Seguridad Integral'. Below the cover photo, there is a profile picture of a cartoon character, the page name 'ATLAS SEGURIDAD', and a message button. The page has 93 likes and 1 person talking about it. The 'About' section includes the website URL 'https://www.atlas.com.co/'. The main content area shows a post from 'Atlas seguridad' stating they changed their cover photo 34 minutes ago. The right sidebar shows a 'Panel para administradores' with options for 'Ahora', 'enero', and 'Fundación'. Below the main content, there are sections for 'Lo más destacado', '21 amigos' who liked 'Social Farma', and 'Me gusta' for 'Cocineros.info' and 'Euro Bolvares'.

www.facebook.com

facebook

Buscar

Inicio Perfil Cuenta

Atlas seguridad  
Editar mi perfil

**Noticias**

Mensajes 18

Eventos 5

Amigos

Mancha

Tacna Sour

PROMOCIÓN 2006 E...

Discover Finance...

Crear un grupo...

Ver todos

Anuncios y páginas

Solitudes de Aplicaciones 1

RSS for Pages

YouTube for Pages

Invitaciones a juegos 3

Ver más

**Noticias** Titulares · Más recientes

Compartir: Estado Foto Enlace Video

¿Qué estás pensando?

**Publicaciones eliminadas**  
Las publicaciones de Richard Pigs Guevara no aparecerán más en tu boletín de noticias. Editar las opciones de la sección de noticias

Atlas seguridad  
Editar mi perfil

**Cargas móviles**

**SABÍAS QUE...**  
RESPETO es el primer poder  
En nuestra experiencia  
RESPECTO Y HALLAZGOS  
DESTE UNA OJADA  
Grupo ATAS

Respeto por ti, por ellos, por TODOS!

Hace 7 horas a través de BlackBerry · Me gusta · Comentar · Compartir

A 6 personas les gusta esto.

**Próximos eventos** Ver todos

What's the event?

5 invitaciones a eventos

"Corazon Sorpresas" en Ab...  
En este momento

**Ayuda a un amigo**

Ydelma Kruger  
Escribe en su muro

Jose M Palza Vargas  
Sugérole amigos

**Patrocinado** Crear un anuncio

**Facebook en Español**  
Haz clic en "Me gusta" y deja que Facebook. En Español te brinde toda la información que necesitas en tu idioma.

facebook 1 Chat (sin conexión)

## PRODUCCIÓN DE MEDIOS IMPRESOS



PROFESOR

Yesid Cancino

**REVISTA ATLAS**



<p><b>EDITORIAL</b></p> <p>Nadie está salvo de las derrotas. Pero es mejor perder algunos combates en la lucha por nuestros sueños, que ser derrotado sin saber si quizás por qué se está luchando.</p> <p style="text-align: right;"><i>Enrique Ciroña</i></p> <p><b>DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN</b></p> <p>Marcela Puentes Johanna Cardona</p> <p><b>CORRECCIÓN</b></p> <p>Marcela Puentes Sandra Romero Johanna Cardona</p> <p><b>AGRADECIMIENTOS</b></p> <p>Yesid Cansino Profesor</p>	<p><b>INDICE</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. PORTADA</li> <li>2. EDITORIAL - INDICE</li> <li>3. POSICIONAMIENTO Y PUBLICIDAD INTERNA</li> <li>4. RECONOCIMIENTOS</li> <li>5. PUBLICIDAD</li> <li>6. SERVICIOS</li> <li>7. SERVICIOS</li> <li>8. QUIENES SOMOS</li> <li>9. PUBLICIDAD</li> <li>10. SOLUCIONES</li> <li>11. PIEZA CLIENTE EXTERNO</li> <li>12. CONTÁCTENOS</li> </ol>
--	---



**POSICIONAMIENTO**

\* Puesto 187 en el Estado de las 1.001 compañías del atlas en Colombia.  
\*\* Puesto 1 en el Sector de la Seguridad en el Estado de las 1.000 empresas.

Portafolio en su edición de las **Mejores Empresas y Líderes de Colombia**  
Viernes, 12 de junio del 2015.

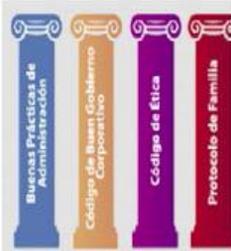
**Reconocimiento a Seguridad Atlas como:**

- \* Responsable social y ambiental, innovadora.
- \* Admitida en Colombia.
- \* Mejor servicio al cliente.
- \* Uno de los mejores gerentes del país.

## RECONOCIMIENTOS



ISO 9001



INNOVACIÓN

DE GESTIÓN

GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

SISTEMA INTEGRADO

Cuidar nuestro dinero ahorrado esta navidad es clave para vivir unas fechas memorables.

Hoy **{entre amigos}** lo orientamos con algunos consejos que debe tener en cuenta.

Los delincuentes pueden estar acechando los cajeros. Tenga cuidado. No comunique a nadie los retiros que vaya a realizar en ellos.

Recuerde que si va a retirar cantidades muy elevadas de dinero para sus compras navideñas, puede solicitar ayuda de las autoridades encargadas.

No acepte ayuda de nadie ni se sienta presionado en el cajero.

Tómese su tiempo y realice su transacción tranquilamente Entre Amigos

Medias medicadas de compresión graduada

¡Su mejor elección, para la prevención y manejo de las várices!

Desarrollar empresa en un ambiente de inseguridad, hace que las compañías deban afrontar amenazas que atentan contra la integridad de su personal, instalaciones, productos, servicios y procesos. Esto ha hecho que contar con el respaldo de empresas de seguridad expertas y con profesionales idóneos y preparados en la Gestión Integral del Riesgo se convierta en una prioridad

Contamos con personal altamente calificado, con experiencia necesaria para desarrollar e implementar sistemas de protección, prevención y control de las amenazas que atentan contra los bienes y recursos más importantes para nuestros clientes.

- Caninos especializados
- Escoltas
- Seguridad Física



Durante más de 15 años, nuestra Unidad de Negocio ATLAS Tecnológica ha diseñado, instalado y puesto en marcha soluciones costo – efectivas, basadas en sistemas electrónicos de seguridad.

- Ingeniería de Proyectos
- Monitoreo de Alarmas
- Gestión de Movilidad (GPS)
- Verificación de Video Remoto (VVR)
- Mantenimiento Preventivo

Servicios altamente calificados en el campo de la investigación y áreas forenses; cuyos objetivos son el estudio, descubrimiento, explicación y pruebas de actos delictivos a personas naturales y/o jurídicas, mediante la verificación de información y pruebas para construir hechos que ayuden a la toma de medidas preventivas, acciones administrativas y/o legales.

- Investigación específica
- Estudio de confiabilidad
- Prueba psicofisiológica forense o polígrafo
- Medios técnicos probatorios y ciencias forenses
- Métodos tecnológicos de apoyo

## Quiénes somos

Desde 1974 Seguridad ATLAS se ha caracterizado por ser una organización sólida, íntegra, socialmente responsable con nuestra gente, clientes, proveedores, comunidad, medio ambiente, bajo el marco de nuestro programa de responsabilidad social (único en el sector de la seguridad privada, adherido al Global Compact de la ONU), permitiéndonos ser reconocidos como el 3er. Mejor lugar para trabajar en América Latina y el 2do. en Colombia por la firma internacional Great Place to Work®, al que se suma el premio Honor al Mérito 2011 en la categoría de "Mejores Prácticas en Gestión Humana" otorgado por la Asociación de Gestión Humana - ACRIP..

Contar con un Sistema Integrado de Gestión certificado nos permite el desarrollo de políticas de mejora continua, enfocadas al diseño de productos y servicios de alta calidad, consolidándonos como líderes en Gestión Integral de Riesgos, a través de nuestra metodología ADMIRA® (Administración Integral de Riesgos Atlas), creada por expertos bajo normas internacionales, ratificándonos como el Aliado Estratégico que garantiza la continuidad de su negocio a través de nuestro portafolio de servicios, agrupado en 4 divisiones:

**ATLAS RIESGOS**

**ATLAS AT TECNOLOGIA**

**ATLAS PROTECCIÓN**

**ATLAS INVESTIGACIONES**



## Misión

Somos una organización de seguridad privada con credibilidad en la Gestión Integral de Riesgos; ofrecemos soluciones innovadoras, actuamos con responsabilidad social y generamos valor para nuestros clientes y socios.

## Visión

Consolidarnos en América Latina como una organización de seguridad privada de clase mundial en la Gestión Integral de Riesgos.

## Principios corporativos

- Innovación.
- Responsabilidad social.
- Profesionalismo.
- Integridad.
- Pasión por el servicio.



**Grupo ATLAS**  
De Seguridad Integral

estamos invitando a que conozcas y aproveches los beneficios que te da la empresa Atlas seguridad integral

- 5 años de experiencia en Quintanías
- Aquí Ya creamos tus Bienes Acreditados
- Cuadro de Honor
- Avales Antiquos
- Matrimonio Forzoso y más
- Avales Lactancia
- Avales Nacimiento
- Avales Defunción familiares
- Avales Muerto del trabajador
- Avales Kit Escolar

SI QUIERES MAS INFORMACIÓN  
ACERCATE A LAS OFICINAS DE BIENESTAR

Comprometidos con la  
**Responsabilidad Social**

**SIGUENOS EN:**

- f SEGURIDAD ATLAS COLOMBIA
- @SEGURIDAD\_ATLAS
- ▶ SEGURIDAD ATLAS LTDA

## Soluciones a la medida

Para aprovechar al máximo el desarrollo de cada sector económico, Seguridad Atlas, ha creado y diseñado soluciones únicas a la medida de cada organización, con el fin de satisfacer las necesidades específicas de cada negocio, optimizar los procesos, incrementar la eficiencia de la toma de decisiones, mejorar la calidad de las operaciones, impactar en la continuidad del negocio y reducir los riesgos.

### ALIMENTOS

En Seguridad Atlas reconocemos que las compañías con operaciones en el sector de alimentos poseen necesidades específicas alineadas con sus modelos estratégicos y operativos.

Nuestra amplia experiencia en Gestión Integral de Riesgos en la cadena de abastecimientos y suministros del sector de alimentos nos permite diseñar estrategias y soluciones para impactar todos los recursos de su empresa.



### LABORATORIOS FARMACÉUTICOS

Seguridad Atlas tiene presente que el sector de farmacéuticos sufre una continua transformación, evolución de nuevos modelos operacionales y lanzamientos de medicamentos personalizados para suplir la demanda de los consumidores.

Con personal capacitado y especializado en Gestión Integral de Riesgos optimizamos el diseño e implementación de estrategias y soluciones a la medida de su laboratorio, enfocándonos en mejorar los procesos en el cumplimiento de normas regulatorias, impactar positivamente la cadena de valor, controlar de manera eficiente la cadena de suministros y administrar el riesgo organizacional con la misión de lograr la protección de la propiedad intelectual y controlar los costos operativo de su organización.



# SERVICIOS



**RESPECTO POR TÍ**

**POR ELLOS, POR TODOS.**

**ENCUENTRANOS EN TODO EL PAÍS**



## CONTÁCTENOS



**Seguridad Atlas Ltada.**  
**Dirección: Calle 20 B No 44**  
**- 52 Interior 3 Bogotá**  
**Teléfonos: 595 1280**  
**Fax: 1 595 1280**  
**Sitio Web: [www.atlas.com.co](http://www.atlas.com.co)**

**Síguenos:**



**pagosonline**

# TRABAJO AUTÓNOMO



Ilustración 0-1 <http://3.bp.blogspot.com/-3FslkDom7sQ/UzShfSbTxYI/AAAAAAAAAHNA/yB5oIOFk1IE/s1600/79282.gif>

## RESEÑA DE LA COMPAÑÍA

Desde 1974 Seguridad ATLAS se ha caracterizado por ser una organización sólida, integra, socialmente responsable con nuestra gente, clientes, proveedores, comunidad, medio ambiente, bajo el marco de nuestro programa de responsabilidad social único en el sector de la seguridad privada, adherido al Global Compact de la ONU, permitiéndonos ser reconocidos como el 3er. Mejor lugar para trabajar en América Latina y el 2do. En Colombia, por la firma internacional Great Place to Work®, al que se suma el premio Honor al Mérito 2011 en la categoría de “Mejores Prácticas en Gestión Humana” otorgado por la Asociación de Gestión Humana – ACRIP-.

Contar con un Sistema Integrado de Gestión certificado nos permite el desarrollo de políticas de mejora continua, encaminadas al diseño de productos y servicios de alta calidad, consolidándonos como líderes en Gestión Integral de Riesgos, a través de nuestra metodología ADMIRA® (Administración Integral de Riesgos Atlas), creada por expertos bajo normas internacionales, ratificándonos como el Aliado Estratégico que garantiza la continuidad de su negocio a través de nuestro portafolio de servicios, agrupado en 5 divisiones:



## I A M

### Proceso de investigación



1. Se realizó una entrevista personal, con el fin de detectar las falencias que se están presentando, estas son las insatisfacciones de los clientes

#### **Clientes externos**

- Falta de amabilidad y respeto por los usuarios
- En algunas oportunidades hay poco tacto para dirigirse a las personas
- Falta de consideración a la condición de embarazo, discapacidad u otros

#### **Clientes Internos Vendedores**

- Son buenos compañeros y respetuosos
- Hay cierta rudeza en su actitud, pero lo relacionan con su labor

## 2. Áreas problemáticas

#### **De clientes internos**

- Gerencia
- Coordinadores y jefes de área
- Dto. Talento humano (principios y valores)

### 3. Problemas más importantes y recurrentes

#### Cliente externo

- Falta de tacto, se evidencia rudeza para dar indicaciones de seguridad o información relacionada con el lugar

### 4. Hipótesis

#### Cliente externo

- El personal es nuevo
- No hay interés de estudiar y de capacitarse
- No hay un procedimiento o protocolo a seguir

#### Cliente Interno

- No hay programas de capacitación
- Hay falta de liderazgo

### 5. Selección de una hipótesis por cliente

#### Cliente externo

- El personal es nuevo

#### Cliente Interno

- No hay programas de capacitación



### 6. Evidencias de la problemática

- Quejas de los clientes
- Inquietudes de los clientes
- Correos de notificación con la descripción de lo sucedido

## **7. Validez de la evidencia**

La evidencia encontrada es muy dicente ya que inquietudes formales dadas por los clientes externos, adicionalmente coincide con la queja por parte del gerente quien afirma evidenciar falta de capacitación y compromiso por prestar un servicio de manera respetuosa que le dé más valor al lugar.

## **8. Conclusiones de la observación**

De acuerdo a las entrevistas realizadas, las evidencias encontradas y las hipótesis planteadas se determina la situación actual.

Es evidente que el personal de seguridad contratado en algunas oportunidades también se siente agredidos por el público, todos desean ser atendidos con rapidez, tener respuestas inmediatas o ingresar a determinados lugares sin ser vistos como malas personas.

Pese a que hay unas indicaciones para que el personal sea capacitado ellos manifiestan seguir ordenes que refieren al cuidado y seguridad de las instalaciones o áreas que les han sido asignadas, lo cual el usuario final a veces no comprende.

## **Soluciones a las problemáticas**

### **1. Problematización**

Teniendo en cuenta que esta labor se realiza en establecimientos comerciales, organizaciones, bancos, colegios etc. y que el cliente es nuestra razón de ser, se evidencia reclamos o inquietudes de clientes externos que manifiestan ser mejor tratados.

### **2. Diagnostico**

- Carencia de un procedimiento con un programa de capacitación definido el cual se relacione un poco más con los valores, como el respeto y la amabilidad, que le permitan al colaborador continuar siendo eficiente en su labor.

### 3. Propuesta de cambio

- ✓ Se sugiere que el departamento de talento humano incluya dentro de sus programas de capacitación cursos presenciales y virtuales que estén direccionados con la atención al cliente.
- ✓ Se sugiere implementar una campaña interna direccionada al respeto, con el fin de hacerle ver al colaborador lo importantes que somos cada uno como personas, para ello se podrían implementar:
  - programas de salud para empleados y sus familias
  - programas de recreación
  - cursos presenciales
  - cursos virtuales
  - capacitaciones enfocadas al respeto y a la amabilidad
- ✓ Se sugiere hacer un instructivo básico de atención al cliente, donde el colaborador encuentre las normas de comportamiento básico en su labor

### Venta Personal

#### Spin

1. La compañía ATLAS realizara visita comercial con el objetivo de dar a conocer más su portafolio de productos y ampliar los clientes.

El objetivo de estas visitas será la venta del servicio, el cual se hará de manera personalizada y se organizara de acuerdo a la necesidad del lugar a donde se prestara dicho servicio de seguridad.

En principio se cuenta con el manual básico de funciones, allí se podrán mostrar las normas básicas enfocadas en el buen trato y el respeto que se está implementando, adicional mete se procederá a solicitar las sugerencias que requiera la organización para que les apoyemos en el área de seguridad.

- Dotaciones
- Ubicación del colaborador
- Tono de comunicación con los colaboradores de la organización
- Tono de comunicación con los usuarios
- Trato al cliente en general
- Recomendaciones especiales de acuerdo al perfil del negocio
- Horarios
- Consideraciones con los usuarios o clientes
- Faltas que ameriten ser sancionadas
- Información relevante que deba ser suministrada
- Normas de seguridad
- Normas de cortesía

## **2. Fase de investigación**

De acuerdo a la visita que realiza al cliente y dándole a conocer claramente el modelo de servicio implementado, respaldados con el nuevo modelo de comunicación interna establecido en la compañía ATLAS, el cual refiere al respeto.

El comprador del servicio de seguridad podrá implementar su modelo personal, esto genera confianza y le permite a la compañía no seguir parámetros desconocidos para ellos que afecten el negocio, todo lo contrario poder configurar un propio modelo de servicio le generara más seguridad ya que no perderá la esencia de su negocio.

Adicionalmente para ATLAS como compañía le permitirá recolectar información valiosa del mercado que cada día le permitirá ofrecer y mejorar modelos de servicio que superen expectativas

### 3. Fase demostración

Invitación a la compañía para por sí mismo evidencie los programas que se manejan al interior de la organización, esto hará transparente cualquier negociación que se consolide.

Permítale en lo posible interactuar con el personal y que realice preguntas a los encargados de la zona, hágale sentir importante.

Aproveche el recurso de enseñarle las compañías u organizaciones para las que actualmente se encuentre trabajando, esto generara más confianza en el momento de tomar una decisión

### 4. Cierre de la venta

Después de la demostración de los servicios con los que se cuenta, procedemos a explicarle al cliente nuestra propuesta comercial, sea organizado y calcule de forma correcta las propuestas, ofrezca lo mejor, esto justificara el valor del mismo, sea claro por favor con:

- Valor del servicio solicitado
- Tabla con descuentos
- Servicios y apoyo adicionales prestados
- Estudio del personal solicitado para que ellos tomen la decisión
- Horarios de atención
- Formas de pago

### 5. Fase de post venta

- Aplicar encuesta pos venta, como le ha parecido el servicio prestado
- Preguntarle si se ha sentido cómodo con la labor desempeñada de los colaboradores contratados
- Preguntar si desea generar cambios a su propuesta inicial
- Preguntar si requiere incluir más servicios de los solicitados anteriormente en su paquete inicial.

## Técnicas de planificación de ventas

### Recopilar información

Recolectar un listado que contenga la información de las compañías, organizaciones, colegios, entidades de salud que requieran este servicio como:

- Empresas de alimentos
- Laboratorios farmacéuticos
- Retail
- Centros comerciales
- Colegios, universidades, institutos educativos
- Hotelería
- Entidades que presten cualquier tipo de servicio de salud
- Empresas y compañías en general que requieran por su estructura el servicio de vigilancia



#### 1. Fijar objetivos de ventas

- Fortalecer y continuar las actividades que nos permitan aumentar el flujo de clientes en la compañía de seguridad ATLAS

#### 2. Definición de la estrategia de venta

- La estrategia estará direccionada a la personalización del servicio, con la creación de paquetes que el cliente podrá organizar de acuerdo a su necesidad, este plus le permitirá al cliente crear su propio concepto de seguridad el cual no afecte o desentone con el modelo de servicio que ellos presten
- Adicionalmente todo el tiempo se resaltará el valor que inculca la compañía ATLAS con referente al respeto y amabilidad por el personal, esto con el fin de que ellos

reflejen lo mismo en el momento de prestar el servicio para el que han sido contratados

- Participar en feria y actividades de seguridad

### **3. Definir políticas de ventas**

- Estructurar los paquetes de servicios por separado con el fin de no generar costos extras inesperados para el cliente
- Ofrecer los servicios y asesorías adicionales que no tiene costo

## **DESARROLLO DE PROGRAMAS**

La compañía ATLAS comprometida con la formación de personal de seguridad con un enfoque más amable y respetuoso tiene implementado un programa de responsabilidad social que les permite a los colaboradores sentirse personas importantes, respetadas y que contribuyen de manera importante a cambios para cada día ser y estar mejor, como lo son:

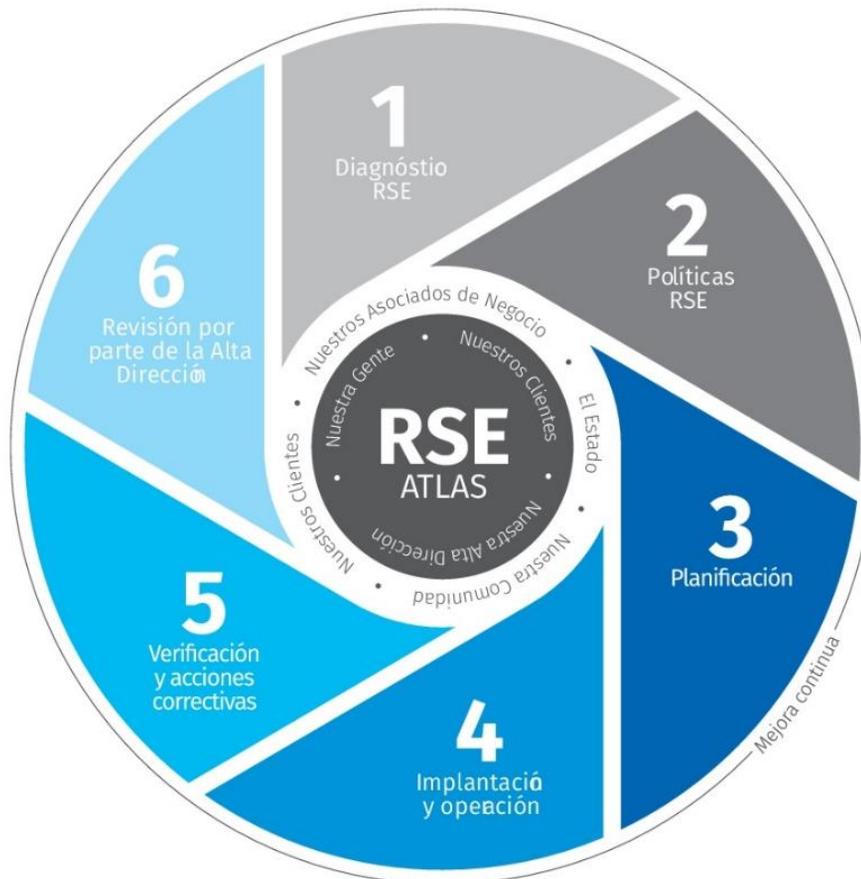
### **Promesa de venta**

Apoyamos la continuidad del negocio y generamos valor a nuestros clientes a través de la gestión integral de sus riesgos, el diseño de soluciones para control, prevención, protección y predicción, incrementando la efectividad de sus procesos mediante la combinación de tecnología, conocimiento y talento humano.

Todo esto acompañado de nuestro principal valor que es el respeto, el cual confirma el compromiso de tener organizaciones en continuo crecimiento.

## Ciclo de responsabilidad social

### Ciclo de Responsabilidad Social



### Personal de ATLAS seguridad

- Inversión para los colaboradores, en seguridad ATLAS no existe discriminación de salario por género
- Se apoya el progreso y estabilidad de los hogares liderados por las madres cabeza de familia

- Se fortalecen los valores y derechos humanos (colaboración, capacitación, ética, participación, formación y el más importante el Respeto)
- Capacitación continua
- Inversión y apoyo educativo
- Programas de bienestar y desarrollo
- Plan de incentivos
- Seguridad y salud en el trabajo

#### **4. PROCEDIMIENTOS**

1. Con el fin de mejorar la calidad de nuestro servicio se ha realizado el diseño de una encuesta con el fin de conocer la imagen y nivel de satisfacción en relación con:

- Servicio y atención prestado con referente te a su solicitud

El obtener información, mediante la opinión de los clientes o personas que visiten las entidades de servicio para las que laboramos, permitirá hacer retroalimentación, en cuanto a la imagen y calidad del servicio.

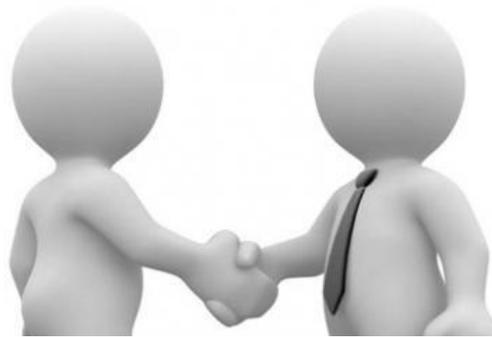
La firma Sfera Consultores llevó a cabo a nivel nacional la medición de satisfacción de cliente externo bajo los aspectos de:

- Ofrecimiento de un producto integral
- Implementación de tecnología avanzada
- Desarrollo de soluciones innovadoras a partir de la gestión integral de riesgos
- Aplicación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial
- Incorporación de múltiples canales de comunicación
- Imagen general de la compañía

2. Con el fin de conocer la opinión de los clientes internos también se cuenta con una encuesta que permite tener un acercamiento a su relación y compromiso con la compañía ATLAS, con el fin de continuar con el ideal de mejorar continuamente:

Por medio de la firma Great Place to Work® Institute se realizó la medición de la encuesta de clima organizacional y satisfacción del cliente interno bajo el enfoque de 5 dimensiones básicas que debe desarrollar toda organización:

- Credibilidad
- Respeto
- Imparcialidad
- Camaradería
- Orgullo



## 5. PRESUPUESTOS

- Elaboración de las encuestas
- Elaboración del buzón para recolección
- Creación de espacio por medio digital para el envío de las encuestas
- Contratación de las firmas especializadas (Sfera Consultores y Great Place to Work)

### **Planeamiento estratégico**

#### **Misión**

Somos una organización de seguridad privada con credibilidad en la Gestión Integral de Riesgos; ofrecemos soluciones innovadoras, actuamos con responsabilidad social y generamos valor para nuestros clientes y socios.

## Visión

Consolidarnos en América Latina como una organización de seguridad privada de clase mundial en la Gestión Integral de Riesgos.

## Grupos implicados

- Clientes internos
- Clientes externos
- Autoridades locales
- Sociedad en general.

## Factores Claves

### Factores Positivos

**Buena disposición para aprender por parte de los empleados**

**Buen reconocimiento en el mercado**

**Portafolio de productos amplio**

**Personal antiguo que tiene conocimientos, capacitación y formación**

**Cuenta con un programa muy completo de responsabilidad social**

### Factores Negativo

Personal nuevo que no cuenta con toda la capacitación del portafolio

La competencia de otras empresas dedicadas a la misma labor

Hay quejas por servicio

Reforzar los valores deseados con el fin de que su compromiso sea mayor toma tiempo con los empleados

El nivel de estrés y preocupación que genera los índices inseguridad en el país

**Unidad de acción estratégica o Áreas claves**

# Estructura organizacional



## Matriz DAFO

<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La compañía ATLAS cuenta con personal nuevo que aún no tiene todos los conocimientos</li> <li>• Se evidencian quejas por servicio</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La competencia que existe en el sector, los cuales también están en pos de mejorar sus portafolios</li> <li>• El índice de inseguridad del país</li> </ul>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de más de 30 años en el mercado</li> <li>• Cuenta con muy buenas bases de datos de las entidades de salud del sector</li> <li>• Cuenta con empleados antiguos con excelentes conocimientos</li> <li>• Clima laboral alto</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cuentan con recursos para darle capacitación y formación a los nuevos colaboradores</li> <li>• El reconocimiento positivo que se tiene con las compañías a las que se les presta el servicio</li> </ul>

### Problema estratégico general

El sector de seguridad tiene una imagen negativa en cuanto al servicio que se presta, ya que se refieren a poca amabilidad y respeto.

## Alcance la solución estratégica general

Apoyarse con el programa integrado que combina tecnología, conocimiento y talento humano.



### RELACIONES

- ✓ Excelencia en servicio
- ✓ Conectividad con el cliente
- ✓ Socio de largo plazo



### ATRIBUTOS DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

- ✓ Integrador de tecnología, conocimiento y talento humano
- ✓ Gestión de Riesgos y continuidad de negocios
- ✓ Innovación
- ✓ Amplio Cubrimiento
- ✓ Costo-efectividad



### IMAGEN

- ✓ Integridad
- ✓ Responsabilidad social
- ✓ Credibilidad
- ✓ Dinamismo

## **Planeamiento de estrategia**

### **Paso 1 formulación de metas u objetivos**

- Aprovechar el reconocimiento de la compañía con respecto al sector
- Mejorar la capacitación de los empleados
- Realizar campañas de promoción por medios digitales ofreciendo los diferentes servicios
- Continuar con la propuesta enfocada al respeto y amabilidad desde el interior de la organización

### **Paso 2 análisis de objetivo y metas**

- Ofrecer a los empleados un programa de capacitación y atención al cliente intensiva que permita mejorar la calidad del servicio
- Utilizar los recursos dispuestos por la compañía ATLAS
- Aprovechar el buen nombre de la compañía para fortalecer la relaciones comerciales

### **Paso 3 análisis del entorno y macro entorno**

- La competencia que se tiene en el sector
- La disposición de los empleados para formarse
- El buen clima laboral

### **Paso 4 análisis de recursos fortalezas y debilidades**

La compañía ATLAS cuenta con un reconocimiento e imagen importante ya que sus instalaciones y personal y servicios ofrecidos son de excelente calidad, pese a que se realiza la contratación de personal nuevo este tiene el deseo de aprender, gracias al programa que está retomando los valores del respeto y amabilidad las personas entienden que la organización tiene un sentido muy humano tanto para el cliente interno como externo.

### **Paso 5 amenazas y oportunidades estratégicas**

- Capacitar a los empleados no solo en los requerimientos básicos de seguridad, también en el sentido humano inclinado al respeto y la amabilidad
- Realizar campañas de promoción en el sector
- Aprovechar los recursos dispuestos para la promoción del negocio
- Inscribir a los empleados en cursos de atención al cliente

### **Paso 6 análisis de la brecha objetivos Vs realidad**

La meta es totalmente alcanzable trabajando en equipo y con disposición los objetivos serán alcanzados, el mejoramiento continuo y la disciplina permitirán con los días observar como el valor agregado surge efecto entre los clientes, ya que al mejorar la calidad del servicio este será evidenciado por los usuarios finales.

### **Pasó 7 desarrollo estratégico**

- Desarrollo del programa de capacitación
- Fortalecer la campaña de respeto y amabilidad por medio de talento humano y los programas implementados para los colaboradores
- Utilizar las encuestas diaria para verificar si se está cumpliendo la meta de mejorar la calidad del servicio

### **Paso 8 Ejecutar estrategias**

Comunicados escritos para los empleados notificándolos de los objetivos y alcances de la compañía, la motivación es para el grupo entero, de esta manera se fomenta el trabajo en equipo y el crecimiento es continuo.

Comprometer al colaborador con la labor realizada con énfasis en el respeto y amabilidad, entendiendo que como resultado habrá más generación de empleo y posibilidades de crecimiento dentro de la organización

# PRODUCCIÓN DE MEDIOS DIGITALES



**PROFESOR:**

Jorge Monje

## APLICACIÓN WEBSITE

Nuestro propósito con la campaña tanto interna como externa, es invitar a los clientes a velar siempre por el valor del respeto; gracias a esto tenemos como objetivo crear una página en la que por medio de juegos, revivamos este valor, como lo haremos?, en nuestra página agregaremos una nueva ventana de “EL RESPETO”-

## QUE TENDRA LA PÁGINA



## EL JUEGO

Consiste en generar a través de aventuras, un juego en el que bien sea el cliente, el proveedor y hasta el mismo empleado, pasen mundos de acuerdo al objetivo, ganar el respeto de la comunidad

## LOS VALORES

Una breve y dinámica descripción de los valores que tanto hemos perdido en nuestro país, no solo comunidad sino también como amigos, familiares, esposos y trabajadores.

## Y EN COLOMBIA???

Planes de apoyo, cultura y planes que combinan el respeto dentro de sus actividades

## INGRESO

Se generara una clave de acceso para la persona que quiera ingresar al juego

# URBANIDAD DE CARREÑO

Encontraremos didácticamente, un mundo lleno de valores, de respeto, enfocados en las buenas prácticas de la “URBANIDAD DE CARREÑO”



En cifras explicaremos como nuestra empresa a crecido aplicando esta estrategia de respeto hacia todo nuestro público.

Estamos convencidos de que esto traerá a la empresa, no solo un incremento en las ventas, sino también, lo más importante para nosotros: un cliente que está feliz y que siente que nuestra empresa le brinda tranquilidad, amor y respeto desde el momento en el que ingresa a un hospital y el celador lo saluda, desde el momento en el que el guarda de seguridad ayuda a una persona de la tercera edad a agarrar el ascensor de un centro comercial.

Es básicamente, nuestra estrategia y mes a mes estaremos publicando casos que nos lleguen en el que el mismo público interactúe con nosotros, entregándonos su experiencia.



# FOTOGRAFÍA DIGITAL



**PROFESORA:**

Gloria Otalora

**Fotomontaje afiches**



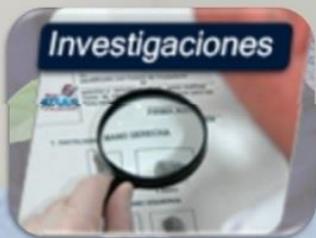
**Grupo**  
**ATLAS**  
*De Seguridad Integral*

Porque eres única, eres especial,  
eres mujer;  
por estas y más razones Atlas  
apoya a las mujeres cabeza de  
familia.



# SERVICIOS

síguenos en:



**RESPECTO POR TÍ**  
**POR ELLOS, POR TODOS.**  
**ENCUENTRANOS EN TODO EL PAÍS**

## Bibliografía

- <https://www.atlas.com.co/promesa-de-valor>
- <https://www.facebook.com/SeguridadAtlasColombia/>
- <https://www.youtube.com/user/SeguridadAtlasLtda/>
- [https://twitter.com/Seguridad\\_Atlas](https://twitter.com/Seguridad_Atlas)
- <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706034>.
- <https://winnercromenauer.wordpress.com/2009/03/06/modelos-de-comunicacion-lasswell>.
- <http://portalcomunicacao.com/download/20.pdf>.
- [https://www.atlas.com.co/noti-atlas/NotiAtlas\\_Edicion66.pdf](https://www.atlas.com.co/noti-atlas/NotiAtlas_Edicion66.pdf).
- <http://www.comunicologos.com/teor%C3%ADas/modelo-de-la-tuba-de-schramm/>
- [http://es.slideshare.net/vinilinzandro/e-fundamentos-delacomunicacionmodelos?next\\_slideshow=1](http://es.slideshare.net/vinilinzandro/e-fundamentos-delacomunicacionmodelos?next_slideshow=1)
- <http://www.infoamerica.org/teoria/berlo1.htm>
- <http://teocomi.weebly.com/modelo-de-david-k-berlo.html>
- <http://cursopymes.blogia.com/2008/031904-conceptos-i-comunicacion-funcional.php>
- <https://www.google.com/url?sa=t&ret=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwinn-6lnt7JAhVI2SYKHUhQADYQFghFMAk&url=http%3A%2F%2Fwww.otros.cl%2FCE%2FCOMUNICACION%2520EFECTIVA%2FComunicaci%25F3n%2FLa%2520comunicacion%2520funcional.doc&usq=AFQjCNF9PX9AbdyXmsvS7JskrgXTgFBFzg>
- <https://www.google.com.co/search?q=cultura+organizacional+de+una+empresa&biw=1517&bih=741&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwiemoLTgd3JAhUJOCYKHeOFDtkQsAQIIg&dpr=0.9#tbm=isch&q=EL+MODELO+DE+LA+AGUJA+HIPOD%C3%89RMICA+wolf&imgc=PyncrONbDDUN6M%3A>
- <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706034>
- <https://winnercromenauer.wordpress.com/2009/03/06/modelos-de-comunicacion-lasswell>.

- <http://portalcomunicacao.com/download/20.pdf>
- [http://teoriac.blogspot.com.co/2008/10/funcionalismo\\_26.html](http://teoriac.blogspot.com.co/2008/10/funcionalismo_26.html)