

BOLETÍN NOVIEMBRE 2021

SDCC COMUNICA REVISTA INTERNA

CONOCIENDO UN POCO MÁS A:
ALTAGRACIA GARCIA CONCEPCIÓN

PROMOCIONES OCTUBRE

CAPACITACIONES EN OCTUBRE

PROGRAMA DE EMPLEADO BIMESTRAL

PRINCIPIOS PARA EL CONTROL DE LA ACTITUD

CULTURA ORGANIZACIONAL DE SERVICIO



CONOCIENDO UN POCO MÁS A ALTAGRACIA GARCIA CONCEPCIÓN



Les compartimos la historia de Altagracia, conocida por todos como Tatica, quien cumple con nosotros 12 años de trayectoria este 01 de noviembre.

Oriunda de La Vega, es la tercera de seis hermanos, su madre ama de casa y su padre celador en una finca de arroz, a sus nueve años, su padre logra una mejor oportunidad laboral como

supervisor de seguridad y se muda toda la familia a Santo Domingo, en busca de una mejor calidad de vida.

Luego de finalizar sus estudios, y trabajar en servicio al cliente de una tienda de ropa, realiza dos cursos técnicos de cajera computarizada, lo que la ayudó a conseguir su primer trabajo como cajera, en el Food shop de una estación de combustible.

Su trayectoria en el Club inicia en el año 2009, gracias a la recomendación de una compañera de trabajo, ingresa como cajera. Con motivación de seguir creciendo profesionalmente, sigue preparándose de manera técnica y enfocándose en su trabajo, logra que la tomen en consideración para cubrir los días libres de las supervisoras y cuando se presentó la vacante, fue promovida a supervisora, posición que lleva desempeñando desde el año 2013.

Lo que más disfruta de trabajar en la institución, es la relación con su equipo, se siente en familia y agradece inmensamente por la oportunidad de desarrollo y aprendizaje, sobre todo lo que más aprecia es que el Club se preocupa genuinamente por sus colaboradores y se toma realmente en consideración a todos, con formaciones, beneficios adicionales y facilidades, con las cuales logró completar el inicial de su próximo hogar.

¡Muchas gracias **Altagracia**, por tu vocación de servicio! Sigue siendo ejemplo de disposición y compromiso!.

PERSONAL PROMOVIDO EN EL MES DE OCTUBRE

NOMBRE	POSICIÓN ANTERIOR	NUEVA POSICIÓN
MIGUEL, ÁNGEL RAMÍREZ	CAMARERO EXTRA FIJO	CAMARERO

MUCHAS GRACIAS POR SU EMPEÑO Y DEDICACIÓN.
¡SIGAN SIENDO EJEMPLO DE ENTREGA Y COMPROMISO!



CAPACITACIONES EN OCTUBRE

ORATORIA Y MAESTRÍA DE CEREMONIAS
CULTURA ORGANIZACIONAL DE SERVICIO
ALTA GERENCIA EN IMPUESTOS SOBRE LA RENTA





PROGRAMA DE EMPLEADO BIMESTRAL

Felicidades a los ganadores del Programa de Empleado Bimestral, de las Gerencias de **Alimentos y Bebidas, Campo y Jardinería, Deportes, Mantenimiento y Tesorería**, correspondientes al período julio - agosto 2021:

NOMBRE	POSICIÓN	ÁREA
MERCEDES ACOSTA MARTINEZ	COCINERO 3	COCINA
PEDRO DE MORLA DE LEÓN	AYUDANTE GENERAL	CAMPO Y JARDINERÍA
FRANCISCO ESTEBAN MATOS SORIANO	STARTER GOLF CAMPO SENIOR	GOLF
JOSE RONARDY ORTIZ MARTINEZ	CONSERJE	CONSERJERÍA Y LIMPIEZA
WENDY MIGUELINA SEGURA REYES	AUXILIAR DE TIENDAS	TIENDAS



PRINCIPIOS PARA EL CONTROL DE ACTITUD

CÓMO CONTROLAR LAS PREOCUPACIONES Y DISFRUTAR DE LA VIDA



Por Dale Carnegie

1. Viva en el presente. No permita que los éxitos o fracasos pasados o éxitos o dificultades futuras anticipados influyan en el desempeño actual.

2. No le de importancia a las pequeñeces. Una pequeñez es

algo que es insignificante en comparación con otras cosas en nuestra vida. Cuando estamos enfocados en pequeñeces, perdemos la perspectiva. Tenga en mente la imagen global y eso lo ayudará a sortear las pequeñeces.

3. Coopere con lo inevitable. Cuando la situación por la que estamos preocupados es inevitable y en realidad, sucederá, utilizar este principio nos da cierto control sobre los aspectos emocionales. Cooperando con la situación, estamos haciendo una elección consciente.

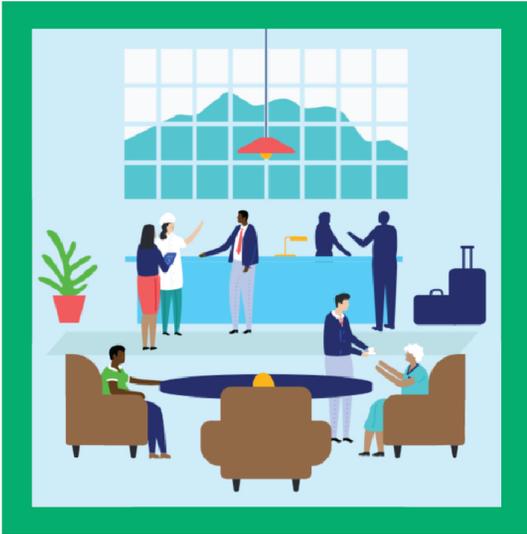
4. Decida cuánta ansiedad merece un problema y niéguese a concederle más. Esta decisión debemos tomarla nosotros y a veces aclara nuestra mente. Esto nos ayuda a encontrar maneras de mejorar en la situación, o dejarlo ir y seguir adelante.

5. De felicidad a los demás. Este principio apela a nuestros motivos más nobles. Es difícil mantener una actitud negativa cuando estamos haciendo algo bien o estamos ayudando a alguien más.

6. Ponga entusiasmo en su trabajo. El entusiasmo es la energía positiva y el esfuerzo sostenido que nos mantiene dirigidos hacia nuestras metas. Tomar una decisión para tener una perspectiva positiva puede ser esencial para disfrutar de nuestros logros y trabajar con nuestros clientes internos y externos.

7. Haga lo mejor que pueda. Puede ser difícil enfrentar las críticas, especialmente si sentimos que no las merecemos o hieren nuestra autoestima. Una manera de poner las críticas en perspectiva es preguntarnos si estamos haciendo lo mejor que podemos con lo que sabemos o podemos hacer. Si la respuesta es un "sí" honesto, eso ayuda a no tomar la crítica personalmente. Si hay espacio para mejorar, nos estamos haciendo responsables por nuestro desempeño.

CULTURA ORGANIZACIONAL DE SERVICIO



¿Qué es cultura de servicio?

La cultura de servicio es el sistema de creencias y valores que comparten los colaboradores de una organización con respecto a las relaciones que establecen con el cliente.

Se trata de una filosofía empresarial puesta en práctica. No basta con

que esté escrita en la visión o misión de la organización, la cultura orientada al cliente externo e interno, debe reflejarse en la interacción cotidiana de los colaboradores y clientes.

Una de las lecciones más importantes aprendida por las empresas al comienzo del siglo 21 es que para continuar creciendo y prosperar, los clientes necesitan estar primero. Suena simple, pero las empresas exitosas reconocen que la satisfacción al cliente proviene de una serie de eventos interconectados y la lealtad del cliente lleva a la rentabilidad y al crecimiento. Esta experiencia completa puede hacer que un cliente se convierta en un campeón para nuestra empresa.

Las estadísticas demuestran que la ausencia de una cultura organizacional de servicio, puede hacer que se pierdan clientes. Una investigación de Zendesk (a través de software de servicio de atención al cliente) reveló que el 40% de los clientes comienzan a ir y comprar en la competencia porque se enteran de su excelente servicio al cliente.

Por esta razón, la cultura de servicio al cliente adquiere una relevancia extraordinaria. Las expectativas del cliente se han incrementado y la cultura de la personalización se impone.



Debemos asumir el compromiso y el 100% de la responsabilidad por nosotros mismos. Cada vez que nos ponemos en contacto con un cliente externo e interno, se muestran nuestras actitudes. El desafío es mantener un ambiente amigable y alto servicio para nuestros clientes y mantenernos productivos y orientados al servicio durante todo nuestro día.

