

# CONDUCTA

“Saber hacer”

## **CONDUCTA INTERNA:**

Dentro de la organización todos los miembros de trabajo de cada sucursal tienen asignadas su respectiva área de desempeño y en conjunto con los demás compañeros logran el cumplimiento satisfactorio de las metas que a cada uno se fueron planteadas desde el inicio.

El Trabajo se realiza en base a los valores que son considerados los más importantes para lograr el funcionamiento de las diversas actividades de trabajo, para que día a día se vean reflejadas en los clientes.

Helados Dolphy, consciente de la actual problemática ambiental lanzó en septiembre del 2009 la campaña ecológica Por un mundo ECONÓmico “COME EN CONO Menos vasitos, menos basura”.

Los valores imprescindibles para nosotros como equipo de trabajo son; pasión, confianza, integridad, trabajo, austeridad entre otros.

Dolphy es una marca con prestigio y reconocida en mercado por su gran experiencia y tradición en la elaboración, servicio y estándares de gran calidad.

## **CONDUCTA COMERCIAL:**

Nuestros productos son helados elaborados con estándares de alta calidad, y diferentes a los de la competencia con gran variedad de sabores y cuidando la relación de precio justo con la calidad adquirida.

Los productos que utilizamos en la publicidad son exactamente fotos reales de los que servimos al cliente, logramos tener la coherencia siempre en lo que decimos y lo que hacemos.

Estamos altamente capacitados para brindar información a las personas del producto que desean adquirir, tenemos el conocimiento de los procesos y los instrumentos que se manejan para lograr ser el producto perfecto.

## **CONDUCTA INSTITUCIONAL:**

Nos basamos en estrategias de trabajo para lograr resultados satisfactorios, adoptamos planes para regular el comportamiento y rendimiento de los empleados, si alguno de estos falla se realizan procesos de revisión y vemos donde está fallando para replantear el cambio hacia nuevas expectativas.

Se toman decisiones de cambio, cuando se cree que van a traer consigo resultados satisfactorios.

Se cuenta con incentivos para mejorar el desempeño de los trabajadores, se les brinda una motivación mediante pequeños detalles, cartas que agradecen su presencia y su colaboración con el funcionamiento de la empresa, y felicitaciones especiales en cumpleaños dependiendo de la persona en cuanto a sus gustos.

## ACCIÓN COMUNICATIVA

“Hacer saber”

### **COMUNICACIÓN INTERNA:**

Mediante una bitácora se marcan las actividades que cada persona debe realizar, existe un reglamento el cual se debe cumplir para tener mejores resultados como empresa. Cuentan con objetivos para siempre mantener la calidad del producto y continúe su venta, se tienen metas a largo y mediano plazo para que el trabajador pueda obtener un mejor sueldo o puesto. El jefe tiene un buen trato con sus empleados lo que ayuda a que ellos se sientan cómodos en su área de trabajo y expresen sus puntos de opinión.

### **COMUNICACIÓN COMERCIAL:**

Para lograr el consumo, la empresa utiliza diversas técnicas de venta, son tácticas para lograr incrementar la venta, ofreciendo un beneficio a cambio.

Dolphy cuenta con promociones tales como “jueves de 2x1 en helados dobles”

Cuentan con la técnica de la probadita ayudando a los clientes en su elección a los sabores. El brinquito, ayuda a incrementar la venta, sugerir un tamaño más grande del producto elegido por el cliente. La técnica 5 minutos es suficientes para atender al cliente, con un pedido combo (helado y café) y 3 minutos si solo es helado. Entre muchas más.

### **COMUNICACIÓN INDUSTRIAL:**

Se busca la integración de todas las áreas de trabajo para que se realice eficazmente, se tiene el contacto con las demás sucursales para que todo esté en control y funcionando, si falla alguna máquina de producción inmediatamente se manda a reparar o reemplazar para seguir produciendo el producto, nunca debe de bajar la calidad del producto por eso siempre se elaboran con ingredientes naturales.

### **COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL:**

Marcamos la diferencia en el mercado ofreciendo productos Premium, innovadores tanto en sabores como en presentación, ofreciendo una imagen fresca y a un precio competitivo. Es de suma importancia para nosotros brindar un servicio de alta calidad a nuestros clientes, siempre con una sonrisa y trato amable.

Athziry Michelle Alvarado Rodríguez  
Comunicación Organizacional  
Universidad Guadalajara Lamar

Dolphy al tener mas de 30 años de experiencia en la industria heladera ha logrado colocarse como una de las favoritas en el mercado, ha alcanzado la aceptación en los clientes al cumplir ampliamente las satisfacciones demandadas.

La empresa heladera Dolphy es reconocida por su imagen en la mayoría de las personas, se han realizado modificaciones en el logo, pero siempre el delfin nos identifica y nos hace estar presentes en la publicidad que se maneja como en los espectaculares y parabus.