

SECRETARIA DE EDUCACION PÚBLICA
DIRECCION GENERAL DE EDUCACION SUPERIOR TECNOLOGICA
INSTITUTO TECNOLOGICO DE TUXTLA GUTIERREZ

Proyecto:

**IMPLEMENTACION DE MEJORA EN LA ORGANIZACIÓN DEL
DEPARTAMENTO, Y CONTROL Y MONITOREO DEL PLAN DE NEGOCIOS**
RESIDENCIA PROFESIONAL
INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL

Presenta:

ALVARADO GOMEZ LUZ DE LOURDES

Asesor Interno:

M.A. LARA MARTINEZ OCTAVIO RONALDO

Asesor Externo:

ING. GAUMET CEDRIC

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México

**IMPLEMENTACION DE MEJORA EN
LA ORGANIZACIÓN DEL
DEPARTAMENTO Y, CONTROL Y
MONITOREO DEL PLAN DE
NEGOCIOS.**

CONTENIDO

INTRODUCCION.....	5
CAPITULO I.- PROBLEMAS A RESOLVER EN EL DEPARTAMENTO DE INGENIERIA DE SAFRAN LANDING SYSTEMS.....	7
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.2 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS.....	8
1.2.1 Objetivo General.....	8
1.2.2 Objetivos Específicos.....	8
1.3 JUSTIFICACION.....	8
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES.....	9
1.4.1 Alcances.....	9
1.4.2 Limitaciones.....	10
CAPITULO II.- INFORMACION SOBRE SAFRAN LANDING SYSTEMS	12
2.1 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	12
2.2 UBICACIÓN GEOGRAFICA	14
2.3 CARACTERIZACION DEL AREA EN QUE SE PARTICIPA	15
2.4 DESCRIPCION DEL TRABAJO ASIGNADO	15
CAPITULO III.- MARCO TEORICO.....	18
3.1 CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LOS GASTOS	18
3.1.1 Key Performance Indicators (KPI)	18
3.1.2 Dashboard	19
3.1.3. Visual Basic (VBA)	21
3.1.4 Finanzas.....	21
3.2 ESTARIZACION Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO DE COMPRAS	24
3.2.1 Órdenes de Compra.....	26
3.2.2 Requisiciones	27
3.2.3 Gestión de Alcance	28
3.2.4 Stakeholder	29
3.3 COMUNICACIÓN INTERNA DEL EQUIPO	31
3.3.1 Código Simbólico.....	31
¿Cuáles son los códigos reptiles en el ser humano?	31
3.3.2 Psicología de Masas	32
3.2.3 Power Point	34

3.4 PROCEDIMIENTOS DE AUDITORIAS INTERNAS	35
3.4.1 Auditoria 5's.....	37
3.4.2 Auditoria de Ergonomía.....	38
3.5 MODELO DE MEDICION DE CALIDAD SERVQUAL	38
CAPITULO IV.- PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS.....	42
4.1 SEGUIMIENTO DE ANTICIPOS, COMPROBACIONES Y REEMBOLSO DE EMPLEADOS EN CAPACITACION EN EL EXTRANJERO.....	42
4.1.1 Proceso de Seguimiento de Anticipos, Comprobaciones y Reembolsos.....	42
4.1.2 Implementación de Mejoras en el proceso de seguimiento de Anticipos, Comprobaciones y Reembolsos	43
4.2 CONTROL DE GASTOS PRESUPUESTADOS MENSUAL Y ANUALMENTE	44
4.2.1 Implementación de Dashboard para el Reporte Mensual de Gastos	47
4.2.2 Beneficios del Dashboard de seguimiento de Gastos	49
4.3 SEGUIMIENTO Y MEJORAS DEL PROYECTO “ABEJA TV”	49
4.3.1 Implementación de Mejoras para el Proyecto.....	50
4.3.1 Resultados y Beneficios de la implementación de “Bee Tv”	50
4.4 SEGUIMIENTO DEL PROCESO DE COMPRAS	50
4.4.1 Proceso de Compra Grupo SAFRAN.....	51
4.4.2 Mejoras y Beneficios de un mejor seguimiento	53
CAPITULO V.- RESULTADOS DE LA IMPLEMENTACION DEL PUESTO “TEAM ORGANIZATION SUPPORT”	55
5.1 DESARROLLO DEL MODELO SERVQUAL PARA MEDIR LA CALIDAD DE TRABAJO	55
5.2 REPORTE DEL COMPARATIVO DEL ESTADO ACTUAL CONTRA EL PASADO EN LA ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO	59
5.2.1 Análisis Inicial de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de Ingeniería SAFRAN LANDING SYSTEMS.....	59
5.2.1 Comparativo de la Situación Actual y Previa de Ingeniería SAFRAN LANDING SYSTEMS.....	60
CONCLUSIONES.....	62
ANEXOS	63
FORMATO DE CUESTIONARIO SERVQUAL.....	63
BIBLIOGRAFIA.....	65

INTRODUCCION

Las empresas como Grupo Safran manejan cada día mucha información relativa no solo a los procesos internos de negocio, sino a las tendencias del mercado y el comportamiento de los consumidores. Administrar una compañía con varias líneas de negocio abiertas no es sencillo, por eso todas aquellas herramientas que permiten realizar una gestión integral de los procesos son una buena alternativa. Los sistemas de gestión empresarial permiten precisamente trabajar en todas las áreas de gestión de la compañía para agilizar los procesos y rentabilizarlos al máximo, por eso muchas empresas ya los han incorporado a su funcionamiento.

Como ocurre en todas las organizaciones, el buen funcionamiento de un proyecto pasa por una buena gestión de los recursos disponibles y una buena organización de las diferentes fases de ejecución de un proyecto, de tal modo cada miembro tendrá clara la función que desempeña y sabrá en qué proyectos está implicado, garantizando que los proyectos quedan bien definidos. Solo así se podrá ahorrar tiempo y recursos económicos, para avanzar hacia la eficiencia empresarial.

Una buena organización empresarial depende de procesos y procedimientos que unidos logran los objetivos que se desean alcanzar dentro de una empresa. La organización es el diseño y mantenimiento de un sistema de funcionamiento basado en la determinación de los roles que debe cumplir cada persona que integra la empresa, así como de las relaciones que se establecen entre ellas.

Con todas las bases de la Ingeniería en Gestión Empresarial notamos la necesidad de todas las empresas y cada uno de sus departamentos de tener una persona quien lleve a cabo todas esas actividades que no se les da seguimiento, por falta de tiempo o por no darle la importancia necesaria, ya que dichas actividades forman parte importante del crecimiento del Departamento y de la mano, el de la Empresa.

CAPITULO I.-

PROBLEMAS A RESOLVES EN EL DEPARTAMENTO DE INGENIERIA DE SAFRAN LANDING SYSTEMS

CAPITULO I.- PROBLEMAS A RESOLVER EN EL DEPARTAMENTO DE INGENIERIA DE SAFRAN LANDING SYSTEMS

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente el sector aeroespacial brinda empleo a más de ocho mil 500 trabajadores en 85 empresas y organizaciones; asimismo, Querétaro ha captado el 50.2% de la inversión extranjera directa aeronáutica en México, donde se coloca –detrás de Francia y Estados Unidos- como el tercer país en importancia para SAFRAN, ya que en la república mexicana existen 11 subsidiarias; cinco de ellas ya instaladas en Querétaro y una más en construcción.

Se logra apreciar un buen departamento, con mucho trabajo en equipo y organización de parte de todos, además de tener un excelente Gerente, sin embargo, ha sido tanto el crecimiento de este departamento, que ha traído como consecuencia más actividades y proyectos, los cuales se les llega a salir de las manos al Gerente, es por esta razón que se requirió de la ayuda de un Ingeniero en Gestión Empresarial para llevar a cabo un manejo, organización y soporte de este Departamento.

Aunque el Departamento está muy bien organizado, se puede apreciar la falta de comunicación, además de una carencia en la planeación de su gastos del año, en el Plan de Negocios del Departamento, también, la presencia de muchos proyectos donde es necesario estandarizar algunos procesos para facilitar la revisión de avances en las Juntas Semanales, además se continuara con la implementación de Abeja TV, Proyecto donde el Gerente lleva trabajando desde tiempo atrás, Abeja TV tiene como objetivo mostrar el progreso del Departamento en tiempo real, donde con la ayuda de un Ingeniero en Gestión Empresarial se busca que el contenido sea más llamativo, fácil de entender y que todos los vean y les sea útil.

1.2 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS

1.2.1 Objetivo General

Organizar y controlar todos los procesos y actividades que se lleven a cabo en el Departamento de Diseño por parte del Gerente y de los Líderes. Además, proponer e implementar mejoras en estos mismos procesos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Implementar una mejora en el proceso y seguimiento de compras.
- Controlar el presupuesto mensual identificando posibles errores y gastos innecesarios
- Si es necesario proponer una mejora al presupuesto del año 2019.
- Organizar el evento Team Building y demás eventos del Departamento.
- Implementar una mejora en la Abeja TV.
- Hacer seguimiento de aquellos que estén fuera del país por parte de la empresa.
- Preparar documentación para las auditorias y seguimiento de las acciones identificadas durante la auditoria.
- Realizar un seguimiento de Capacitaciones y crear un seguimiento de Capacitación del Personal.
- Estandarizar los indicadores de claves de desempeño para los reportes mensuales.
- Mantener revisión de prioridades de los clientes.

1.3 JUSTIFICACION

El Grupo SAFRAN es una multinacional francesa de alta tecnología, especializada en defensa, equipamiento aeronáutico y seguridad, tiene compañías en el estado de Chihuahua, Querétaro y Ciudad de México.

Este Proyecto se llevara a cabo en SAFRAN LANDING SYSTEMS, empresas que forma parte de Grupo SAFRAN, SAFRAN LANDING SYSTEMS fabrica los trenes de aterrizaje de los Aviones, como A320, A321, A330 y el Boing. En el departamento de Diseño es donde se llevan a cabo todas las actividades de

Reparación y Producción de los diferentes partes de los Trenes de Aterrizaje, divididos en dos equipos NLG y MLG, además de haber un equipo de mejora del producto,

- Nose Landing Gear (NLG)
- Main Landing Gear (MLG)

La problemática de este departamento radica en la gerencia, ya que el gerente a pesar de ser un buen líder, tiene demasiadas actividades las cuales las hace descuidar algunas por prioridad, por mencionar algunas de esta actividad son:

- El control de su presupuesto mensual,
- manejo y control del presupuesto Plan de Negocios,
- manejo del Proyecto Abeja TV,
- estandarización de los reportes con el uso de los indicadores de desempeño,
- control de gastos hechos en departamento,
- entre otras actividades.

El objetivo general de este Proyecto es llevar a cabo un buen control de estas actividades, tomando en cuenta llevar a cabo una estandarización y automatización de los procesos, para facilitar la realización de estas actividades de una manera sencilla, práctica y fácil de entender.

1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES

1.4.1 Alcances

El proyecto está enfocado única y exclusivamente a:

- Identificar aquellos gastos que causan una salida de dinero grande para el departamento.
- Establecer cuáles de estos puntos son los más recomendables para mantener una buena organización y comunicación en el equipo.
- Obtener los resultados que gerente desea
- Automatizar y estandarizar procesos como:

Reporte mensual de Gastos

Proyección del próximo año

Reportes semanales de rendimiento

- Mantener una constante comunicación con los demás departamentos y plantas aledañas
- Brindar soporte al equipo cuando necesite apoyo
- Llevar a cabo un proceso de Compras más efectivo
- Proyecto “Abeja Tv”, llevar a cabo un informe de desempeño en tiempo real y que sea llamativo, práctico y fácil de entender.

1.4.2 Limitaciones

Ninguno de los integrantes del departamento de SAFRAN LANDING SYSTEMS, ni cualquiera de sus colaboradores externos asume la responsabilidad de:

- Realizar cambios o mejoras a procesos
- Resistencia al cambio
- Opinar o realizar algún cambio a las actividades programadas a desempeñar
- Desarrollar un nuevo sistema de administración y planeación.

CAPITULO II.-

INFORMACION SOBRE SAFRAN LANDING SYSTEMS

CAPITULO II.- INFORMACION SOBRE SAFRAN

LANDING SYSTEMS

2.1 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

El Grupo SAFRAN es una multinacional francesa de alta tecnología, especializada en defensa, equipamiento aeronáutico y seguridad. Ofrece compañías en el estado de Chihuahua, Querétaro y Ciudad de México.

El grupo surge de la fusión de los grupos SNECMA (Société Nationale d'Étude et de Construction de Moteurs d'Avion) y SAGEM (Société d'Applications Générales de l'Électricité et de la Mécanique, traducido como Compañía de Aplicaciones Generales de Electricidad y Mecánica) en el año 2005. Las oficinas centrales están ubicadas en París.

Grupo SAFRAN tiene una presencia global, dando soporte a los principales fabricantes, operadores y clientes. Dispone de tres ramas principales

- Motores y equipamiento aeroespacial; Desarrolla, fabrica y vende motores y sistemas de propulsión para aviones y helicópteros tanto civiles como militares, misiles balísticos, lanzadores de satélites y equipos espaciales.
- Snecma: Motores para aviones civiles y militares, propulsión líquida para lanzaderas espaciales.
- Turbomeca: Motores para helicópteros civiles y militares. Motores de propulsión para jets de entrenamiento. APU (Auxiliar power unit) de la subsidiaria Micro turbo
- Techspace Aero: Componentes y equipamiento aeronáutico y motores cohete.
- Herakles: Motores cohete
- Messier Bugatti Dowty: Trenes de aterrizaje, sistemas de frenado, sistemas hidráulicos (Empresa donde se desarrolla este Proyecto).
- Aircelle
- Defensa: Especializado en equipos de posicionamiento inercial, ópticos, seguridad y guerra electrónica y equipamiento militar.

- Seguridad: Especializado en análisis biométricos, smart cards, creando documentación de viaje y de identificación.

SAFRAN México es una compañía subsidiaria controlada al 100% de SAFRAN.

Sus objetivos son:

- Representar SAFRAN en sus relaciones con todas las instituciones mexicanas y promover al Grupo en el país.
- Coordinar las operaciones de SAFRAN en México y América Central.
- Asistir a las compañías del Grupo en su desarrollo comercial.

Conocimiento compartido SAFRAN está fuertemente involucrado en proyectos de desarrollo sustentable y programas de capacitación. Por ejemplo, está liderando el proyecto de creación de una “Escuela de Aviación” franco-mexicana en Querétaro para desarrollar una fuerza de trabajo altamente capacitada y entrenada para trabajos de aviación. Más aún, el Grupo recibe una cantidad de pasantes y participa en programas de capacitación profesional. También ha sido líder en la creación del complejo aeroespacial en Querétaro.

El Grupo también trabaja con la industria mexicana en varias iniciativas de desarrollo sustentable. En particular, con la aerolínea Interjet en el desarrollo de biocombustible de segunda generación y un A320 propulsado por un motor CFM56 utilizando este combustible. Varias de las compañías del Grupo tienen subsidiarias o afiliadas en México:

- Labinal y SAFRAN Engineering Services (Estado de Chihuahua)
- Snecma, Messier-Bugatti-Dowty, Messier Services Americas y SAMES (Snecma América Engine Services) (Estado de Querétaro)
- Morpho (Estado de México)

Sin embargo, este proyecto está desarrollado la Planta de SAFRAN Landing Systems (Messier Bugatti Dowty), es una empresa líder en la producción de Trenes de aterrizaje, incluyendo: landing gear, wheels y brakes.

El principal cliente para SAFRAN Landing Systems es Airbus, este una división de Airbus group S.E. (Societas Europaea) que construye aviones civiles. Ha sido cliente por más de 30 años y establecidas sociedades con más de 30 aviones civiles y militares:

- Mainline commercial jets (mas de 100 ascents): Airbus (A320, A320neo, A350 XWB, A380); Boeing (737, 737 MAX, 767, 777, 787 Dreamliner, 747).
- Military transports and tankers: Boeing C-17 and KC-135; Airbus A400M; Embraer KC-390.
- Regional and business aircraft: Dassault Falcon and Falcon 7X; ATR 42 and 72; Bombardier Learjet 85, Global 5000/6000 and 7000/8000.
- Combat aircraft: Boeing F/A-18; Dassault Mirage 2000 and Rafale; Eurofighter Typhoon.
- Helicopters: Airbus Helicopters Dauphin, EC175, Puma, Super Puma, Tiger and X4; Boeing V-22; Sikorsky S-92.

2.2 UBICACIÓN GEOGRAFICA



Avenida de la Noria 131
Parque Industrial Querétaro
76220 Querétaro, MEXICO.

Fuente: Google Maps

2.3 CARACTERIZACION DEL AREA EN QUE SE PARTICIPA

El área en el que se desarrollara este Proyecto, es Ingeniería en Diseño, su crecimiento empezó a ser más significativo, desde hace dos años, ya que anteriormente solo contaba con cuatro ingenieros en Diseño. En el año 2014 Cedric GAUMET fue contratado como Gerente de esta área, se había hablado de un Proyecto de crecimiento en el área porque en MEXICO no había área que se dedicara a las actividades que actualmente realiza esta área.

Este Proyecto tenía como meta que el Área tuviera 42 Ingenieros para el 2018, sin embargo, el área comenzó a crecer tanto que se tuvo que hacer una expansión de la oficina, donde ahora tiene una capacidad de 62 Ingenieros. Ingeniería está organizado por equipos y cada equipo tiene un líder:

MGL: Contacto con SAFRAN Glouster, Inglaterra y SAFRAN Montreal, Canadá, con actividades de reparación y producción de piezas.

NGL: Al igual que MGL, NGL tiene actividades de Reparación y Producción de piezas, sin embargo, ellos trabajan junto con Velizy, Paris

2.4 DESCRIPCION DEL TRABAJO ASIGNADO

Mi trabajo en esta área está a la medida para un Ingeniero es Gestión Empresarial. Como tal no tengo un Proyecto enfocado a un solo tema, si no a varios y todos relacionados con la el Perfil de un Ingeniero en Gestión Empresarial.

Soy la asistente del Gerente, Cedric GAUMET, realizo todas las actividades que por diversas razones él no puede realizar, mi puesto lleva por nombre "Team Organization Support (Suporte de Apoyo del Equipo), como mencione anteriormente mis actividades son muy diversas, lo cual hace muy interesante mi trabajo. Las actividades por mencionar alguna son:

- Monitoreo y Control de los gastos del Departamento.
- Automatización y Estandarización de los Reportes Mensuales de Gastos, y Reportes Semanales y Mensuales de Rendimiento.
- Mejora en el Proceso de Compras y Facturación de Horas

- Apoyo en el Team Building del Equipo
- Dar seguimiento al Proyecto “Abeja Tv”
- Documentación para Auditorias
- Control del Plan de Negocios del 2018
- Propuestas de Mejoras en el Plan de Negocios del 2019.

CAPITULO III.- MARCO TEORICO

CAPITULO III.- MARCO TEORICO

3.1 CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LOS GASTOS

3.1.1 Key Performance Indicators (KPI)

Su traducción en español es indicador clave o medidor de desempeño o indicador clave de rendimiento, es una medida del nivel del rendimiento de un proceso. El valor del indicador está directamente relacionado con un objetivo fijado previamente y normalmente se expresa en valores porcentuales, se diseña para mostrar cómo es el progreso en un proceso o producto en concreto, por lo que es un indicador de rendimiento. Existen KPI para diversas áreas de una empresa: compras, logística, ventas, servicio al cliente, etc. Las grandes compañías como los es SAFRAN, disponen de KPI que muestran si las acciones desarrolladas están dando sus frutos o, si, por el contrario, no se progresa como se esperaba.

Los indicadores clave de desempeño son mediciones financieras o no financieras utilizadas para cuantificar el grado de cumplimiento de los objetivos; reflejan el rendimiento de una organización y generalmente se recogen en su plan estratégico. Estos KPI se utilizan en inteligencia de negocios para reflejar el estado actual de un negocio y definir una línea de acción futura.

El acto de monitorear los indicadores clave de desempeño en tiempo real se conoce como «monitorización de actividad de negocio». Los indicadores de rendimiento son frecuentemente utilizados para "valorar" actividades complicadas de medir, como los beneficios de desarrollos líderes, el compromiso de los empleados, el servicio o la satisfacción.

Los KPIs se organizan en un "cuadro de mando" donde se recogen los más importantes, sobre la base de los objetivos de la empresa, y se esquematizan de un modo claro. Es importante escoger los indicadores correctos y que no sean incompletos ya que los resultados se podrían ver afectados o no se alcanzarían los objetivos. Los KPI son "vehículos de comunicación": permiten que los ejecutivos de alto nivel comuniquen la misión empresarial o visión de la empresa a

los niveles jerárquicos más bajos, involucrando directamente a todos los colaboradores en la realización de los objetivos estratégicos de la empresa.

Sus principales características son:

- Medibles. Aunque parezca una obviedad un KPI debe poderse medir.
- Alcanzables. Los objetivos que plantees a la hora de elegir tus KPIs tienen que ser realistas y alcanzables en el periodo que hayamos establecido.
- Relevantes. Elige solo aquellos indicadores más importantes y descarta aquellos que la información que nos ofrecen sea poco interesante o relevante.
- Periódico. El indicador deberá poder ser analizado periódicamente (semanal, mensual, trimestral, etc.) en función de la periodicidad que hayamos determinado.
- Específico. Elige solo la parte o aspecto más interesante de la información recogida.

3.1.2 Dashboard

Un dashboard o cuadro de mando es una herramienta de business intelligence, que representa de manera visual los KPI's que afectan en el logro de los objetivos de tu estrategia de marketing digital. Con los dashboard podemos analizar los datos y detectar los posibles problemas de un negocio, así como las decisiones para solucionarlos.

El dashboard se utiliza como una herramienta de reporting para hacer un seguimiento de los principales factores que contribuyen al funcionamiento y éxito del negocio. Es importante que, para que cumpla con su significado estratégico, los datos y métricas que se contemplen en el dashboard estén vinculados con el crecimiento del negocio.

Un dashboard nos va a servir para tomar decisiones que optimicen la estrategia de la empresa, pero nunca nos servirá para definir la acción correctora concreta que hay que tomar o para poder hacer un estudio detallado de un área en concreto. Con el dashboard lo que vamos a poder ver es si tenemos un problema, nos

servirá para detectarlo y, por consiguiente, nos instará a tomar una decisión, pero no podremos analizar el motivo original o causa última que fue la causante del problema. Para ello, dispondremos de otro tipo de información, casi con total seguridad más detallada, cuyo análisis será quien nos diga, posiblemente, aquello que busquemos con el fin de localizar y determinar el origen del problema.

Para poder llevar a cabo el desarrollo de un dashboard te aconsejamos que tengas en cuenta estos cuatro aspectos, que serán especialmente útiles también para medir el éxito de aquellas acciones de marketing integradas en la estrategia de tu empresa:

- Con las KPI's adecuadas: Realiza una búsqueda exhaustiva y profunda de aquellas palabras clave que añadan valor adicional a tu negocio online. Ellas serán las que te ayuden a posicionarte correctamente en los principales buscadores.
- Visual: Crea un gráfico ilustrativo, claro, bien estructurado y fácil de interpretar al primer golpe de vista.
- Comprensible: EL cuadro de mandos debe facilitarte la contextualización de los datos para su posterior comparación e interpretación, de esta manera podrás hacer valoraciones útiles e interesantes para mantener o redirigir el rumbo de tu negocio.
- Personalizado: Es recomendable elaborar un dashboard acorde a los objetivos específicos establecidos para cada empresa.

Con un dashboard bien confeccionado podremos disponer de una gran herramienta que nos ayudará con el análisis estratégico. Un dashboard puede indicarnos que tenemos un problema o que todo o algo marcha muy bien. Nos presentará un hecho, que nos llevará a un origen global, no particular, que nos pondrá en alerta para, posteriormente, poder llegar al origen último y tomar medidas correctoras, si fuera el caso, o potenciarlo, si el hecho que se nos ha presentado fuera positivo.

3.1.3. Visual Basic (VBA)

Visual Basic (VB) es un lenguaje de programación dirigido por eventos, desarrollado por Alan Cooper para Microsoft. Este lenguaje de programación es un dialecto de BASIC, con importantes agregados. Su primera versión fue presentada en 1991, con la intención de simplificar la programación utilizando un ambiente de desarrollo.

La última versión fue la 6, liberada en 1998, para la que Microsoft extendió el soporte hasta marzo de 2008.

En 2001 Microsoft propuso abandonar el desarrollo basado en la API Win32 y pasar a un framework o marco común de librerías, independiente de la versión del sistema operativo .NET Framework, a través de Visual Basic .NET (y otros lenguajes como C Sharp (C#) de fácil transición de código entre ellos); fue el sucesor de Visual Basic 6.

Aunque Visual Basic es de propósito general, también provee facilidades para el desarrollo de aplicaciones de bases de datos usando Data Access Objects, Remote Data Objects o ActiveX Data Objects.

Visual Basic contiene un entorno de desarrollo integrado o IDE que integra editor de textos para edición del código fuente, un depurador, un compilador (y enlazador) y un editor de interfaces gráficas o GUI.

3.1.4 Finanzas

Las finanzas corresponden a un área de la economía que estudia la obtención y administración del dinero y el capital, es decir, los recursos financieros. Estudia tanto la obtención de esos recursos (financiación), como la inversión y el ahorro de los mismos.

El estudio académico de las finanzas se divide principalmente en dos ramas,⁴ que reflejan las posiciones respectivas de aquel que necesita fondos o dinero para realizar una inversión, llamada finanzas corporativas, y de aquel que quiere invertir su dinero dándoselo a alguien que lo quiera usar para invertir, llamada valuación de activos[cita requerida]. El área de finanzas corporativas estudia cómo le

conviene más a un inversionista conseguir dinero, por ejemplo, si vendiendo acciones, pidiendo prestado a un banco o vendiendo deuda en el mercado. El área de valuación de activos estudia cómo le conviene más a un inversionista invertir su dinero, por ejemplo, si comprando acciones, prestando/comprando deuda, o acumulado dinero en efectivo. Estas dos ramas de las finanzas se dividen en otras más. Algunas de las áreas más populares dentro del estudio de las finanzas son: Intermediación Financiera, Finanzas Conductistas, Microestructura de los Mercados Financieros, Desarrollo Financiero, Finanzas Internacionales, y Finanzas de Consumidor. Una disciplina recientemente creada son las neurofinanzas, rama de la macroeconomía, encargada del estudio de los sesgos relacionados con el manejo de la economía.

El origen de las finanzas puede encontrarse alrededor del siglo XV, con el surgimiento del capitalismo. Es en esta época cuando comienzan a desarrollarse los bancos comerciales que ofrecen servicios de intermediación, préstamo y ahorro.

Con el paso del tiempo, las instituciones financieras y sus productos se han ido evolucionando y modernizando. Han aparecido nuevos intermediarios distintos a los bancos tradicionales (como por ejemplo sociedad gestoras de carteras, instituciones de inversión colectiva, etc.) y también nuevos productos financieros que ofrecen multitud de opciones a los clientes.

3.1.4.1 Crédito y Debito

El crédito y débito son dos de los términos más básicos que se utilizan en contabilidad. Comprenden las dos partes de cada transacción financiera: el aumento de valor para una parte y la reducción de valor en la otra. A pesar de sus diferencias, el crédito y débito realizan la misma función de controlar las transacciones financieras.

Para seguir correctamente las finanzas, las pequeñas empresas deben utilizar un sistema de contabilidad. Una de las herramientas más importantes de un sistema de contabilidad es el uso de los débitos y créditos. Los contadores utilizan los

débitos y créditos en un asiento de diario para cambiar la cantidad de dinero en una cuenta. Dependiendo del tipo de cuenta a ser cargada o abonada, la cuenta aumenta o disminuye. El tipo de cuenta es el factor principal que determina las diferencias entre los créditos y débitos. También es importante recordar que, por cada entrada del diario, el importe cargado será igual al importe abonado.

- Activos

Un débito aumentará normalmente una cuenta de activo. Un crédito reducirá una cuenta de activo. Por ejemplo, si un contador debita "Caja" por US\$ 50.000 y acredita "Cuentas por cobrar" por US\$ 50.000, hay un aumento de US\$ 50.000 en efectivo y una disminución de US\$ 50.000 en cuentas por cobrar.

- Pasivo

Un débito reducirá un pasivo. Un crédito incrementará un pasivo. Por ejemplo, un contador debita, "Cuentas por pagar" por US\$ 20.000 y acredita "Caja" por US\$ 20.000. En este caso, las cuentas por pagar se reducen en 20.000 dólares debido a que la empresa está pagando 20.000 dólares en efectivo para reducirla. Si el asiento era de débito "Compras" en US\$ 20.000 y crédito "Cuentas por pagar" por US\$ 20.000, entonces las cuentas por pagar aumentan 20.000 dólares para cubrir el costo de las compras.

- Cuentas de resultados

Las cuentas de resultados incluyen los ingresos, ganancias, gastos y pérdidas. Si un contador debita una cuenta de ingresos, está aumentando un gasto o pérdida. Si un contador acredita una cuenta de ingresos, está aumentando los ingresos o ganancias. Por ejemplo, una empresa vende equipos por dinero en efectivo con pérdidas. Él debitaría "Pérdida en equipo" y "Caja", luego de acreditaría "Equipo". El débito "Pérdida por equipos" reconoce una pérdida. Como se dijo anteriormente, debitando "Caja", muestra un aumento en efectivo porque la empresa recibe dinero en efectivo. Luego de acreditar "Equipo" muestra una disminución en el activo porque el equipo se vende.

3.2 ESTARIZACION Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO DE COMPRAS

El proceso de compra es una serie de actividades que permiten poder realizar efectivamente la compra de un producto específico o de varios. Habitualmente realizar este procedimiento conlleva tener en mente varios pasos como una idea del producto que vas a comprar; la selección de la marca o el modelo del artículo que cubrirá la necesidad que posee una empresa o persona, teniendo desde un principio las especificaciones del mismo para que no exista equivocaciones en el momento de la adquisición.

- La determinación estándar

Es el proceso de analizar los precios que se obtienen por parte de los proveedores, los cuales permiten una evaluación y a la final una decisión de que es lo más correcto a elegir según el presupuesto y las necesidades a cubrir.

- Planificación de las compras

Consiste en realizar un análisis de las carencias que necesitan ser cubiertas en una empresa, en este caso se debe tener en cuenta cuales son los productos que pueden cubrir dicha carencia. En el proceso se deben identificar cuáles son los proveedores adecuados a los que se le debe realizar la compra y en cuanto tiempo es necesario que la mercancía sea traída, evaluando relativamente el precio y la calidad que poseerá la misma.

- Desarrollo de las especificaciones

Son aquellas características establecidas por el comprador de la mercancía, es uno de los detalles que todo proveedor debe tomar en cuenta, para evaluar que su producto cubre la necesidad del cliente. Generalmente muchos proveedores piden a detalle las especificaciones que quiere que cumpla el producto para mantener al cliente satisfechos con lo adquirido.

- La investigación y selección de proveedores

Consiste en una búsqueda exhaustiva de los suministradores de mercancía, para comenzar con una investigación seria, se debe empezar preguntado a conocidos, amigos, revistas o internet, de las empresas más importantes. Tener presentes

como criterios la calidad, los precios y los plazos de solicitud y entrega del producto. Al finalizar la búsqueda, se emplea un análisis de las referencias que posee el proveedor, así como una visita a las instalaciones estableciendo una idea clara de si la empresa es fiable o no.

- Análisis de valor

Es la evaluación del precio que posee una mercancía o producto. Este procedimiento se lleva a cabo a partir de las opiniones o criterios que existe entre el fabricante y el cliente. De tal manera, que se pueda establecer el obtener un producto con un valor mayor o menor al preestablecido por el fabricante. Optimizando las funciones y el coste que posee el mismo al final en una nueva venta o utilización.

- La financiación

Es la entrega de un pago al distribuidor que produce la mercancía. Este aspecto puede ser establecido en un corto o largo plazo, dependiendo en este caso de los plazos de entrega o devolución del producto. Es importante tener desde un principio los criterios necesarios establecidos para no realizar una financiación errónea a empresas sin valor.

- La negociación de precios

Consiste en obtener los precios deseados a partir de una discusión entre proveedor y cliente, de tal forma que se llegue a un convenio que satisfaga a una de las partes. Para conseguir esto se debe tener en cuenta una preparación, evaluando los objetivos y descuentos que pretendes conseguir en el acuerdo.

- Generar la compra

La compra es realizada, de acuerdo al presupuesto que posee la empresa y si el producto está en buenas condiciones, además de cubrir las necesidades que la persona requiere. Es importante destacar que es necesario tener presente varios criterios para genera satisfactoriamente la compra de la mercancía o producto. En este otro artículo se habla del documento esencial en esta etapa, la orden de compra.

- Contrato de suministro de administración

Son una serie de acciones que están apegadas a la ley, de tal manera que no se ejecute ningún proceso delictivo. Algunas actividades consideradas contratos de suministro son el arrendamiento financiero, la adquisición u otras tareas que poseen o no la posibilidad de compra de algunos bienes muebles o algunos productos. Además, es importante recalcar que, los que no son considerados en este aspecto son tratados que poseen valores negociables.

- El control de inventarios y almacenes

Es una serie de funciones que consisten en mantener un conocimiento constante de los productos que se mantienen en los almacenes. Primeramente, en los almacenes se debe poseer una seguridad que mantenga a la mercancía en buen estado desde su entrada a la empresa, hasta la salida de la misma para ser usada por un usuario final o industria. Mientras que el control de inventario, permite tener presente al director de la empresa que los productos están vigentes o se presentan en buen estado, es necesario que esta evaluación sea seguida correctamente para que la empresa no presente problemas con la mercancía y a la final aparezcan pérdidas monetarias. Dentro de este ámbito está el control de los mínimos y máximos para asegurar el stock.

- Enajenaciones y otras funciones relacionadas

Consiste en la venta de una mercancía a un cliente, donde se contemplan una serie de procedimientos de acuerdo a las políticas que posee la empresa. De tal manera que el cliente debe firmar y establecer que por donde quiere el producto, ya sea por vía marítima o terrestre. Todo es cuestión de poseer una logística adecuada.

3.2.1 Órdenes de Compra

La orden de compra es un documento que emite el comprador para pedir mercaderías al vendedor; indica cantidad, detalle, precio, condiciones de pago y forma de entrega, la orden de compra establece las descripciones de los productos que se van a comprar, las cantidades, precios, descuentos, condiciones

de pago, fecha de entrega, y otros términos y condiciones que cualquiera de las partes especifique.

Una orden de compra es una solicitud escrita a un proveedor, por determinados artículos a un precio convenido. La solicitud también especifica los términos de pago y de entrega. La orden de compra es una autorización al proveedor para entregar los artículos y presentar una factura. Todos los artículos comprados por una compañía deben acompañarse de las órdenes de compra, que se enumeran en serie con el fin de suministrar control sobre su uso.

Generalmente estos documentos son firmados por el comprador y el vendedor y los precios son respaldados por la cotización que ha realizado el proveedor previamente. Además, en el caso de que el comprador se niegue al pago, el vendedor está protegido debido a que la orden de compra es un contrato vinculante entre ambas partes.

3.2.2 Requisiciones

Requisición de compra es una forma correcta de llamar a una autorización al Departamento de Compras con el fin de abastecer bienes o servicios, o Requerimiento de compra. Ésta a su vez es originada y aprobada por el Departamento que requiere los bienes o servicios.

Un requerimiento de compra puede ser emitida por cualquier área de la empresa tal como: Producción, Marketing, Almacén, Logística, etc.

Este documento es interno por lo que no debe ser utilizada como Orden de Compra.

- Un requerimiento de compra es propiedad del Departamento que la origina y no debe ser cambiada por el Departamento que compra sin antes obtener la aprobación del Departamento de abastecimiento.
- En algunos "ambientes" industriales (ej. la línea de producción), al Departamento que compra le puede ser asignada la responsabilidad de solicitar y comprar bienes. Esto es especialmente cierto para las compras de

materia prima donde el Departamento de Compras también es responsable de la administración del inventario.

- Un requerimiento de compra no es una orden de compra y por lo tanto nunca debe ser usado para comprar bienes o servicios. Tampoco debe ser usado como autorización de pago para una factura proveniente de un proveedor de bienes o servicios.
- Siempre se debe decir Requerimiento de Compra y no Requisición de Compra.

3.2.3 Gestión de Alcance

El Plan de Gestión del Alcance es un componente del plan para la dirección del proyecto o programa que describe cómo será definido, desarrollado, monitoreado, controlado y verificado el alcance, es decir, cómo se llevarán a cabo los procesos del área de conocimiento de alcance. Se debe describir cómo se va a definir, validar y controlar el alcance del proyecto.

- Los componentes del Plan de Gestión del Alcance son:
- El proceso para elaborar un enunciado detallado del Alcance del Proyecto
- Establecer los roles y responsabilidades sobre el Alcance del Proyecto
- El proceso que permite la creación de la EDT/WBS a partir del Enunciado detallado del Alcance del Proyecto;
- El proceso que establece cómo se mantendrá y aprobará la EDT/WBS.
- El proceso que especifica cómo se obtendrá la aceptación formal de los entregables del proyecto que se hayan completado.
- El proceso para controlar cómo se procesarán las solicitudes de cambio relativas al enunciado del alcance detallado del proyecto (Proceso de Realizar el Control Integrado de Cambios).

El alcance del producto son las características y funciones principales del producto, servicio o resultado que será desarrollado por el proyecto.

El alcance del proyecto es todo el trabajo que se tiene que realizar. Consiste en definir todos los procesos y el trabajo necesario para que el producto tenga todas las características y funciones requeridas.

3.2.4 Stakeholder

Stakeholder palabra en inglés que significa “interesado o parte interesada” usada dentro del ámbito empresarial, para hacer referencia a todas aquellas organizaciones o personas afectadas por las diferentes decisiones y actividades de una empresa, que pueden impactar económica, ambiental y socialmente a dichas grupos., también conocidos como “multistakeholders” o “constotencies” por la similitud que existe con los ciudadanos respecto a los asuntos del estado.

Este término fue presentado en 1984 por Edward Freeman en su libro Strategic Management: A Stakeholder Approach, en el cual sostenía que estos grupos de interés son un elemento que debe tenerse en cuenta en la planificación estratégica de los negocios de cualquier empresa, pues bien el éxito o fracaso de la empresa concierne y afecta a sus dueños, pero de igual manera incidirá en la vida de los trabajadores y sus familias, en los proveedores, la competencia, en los clientes y la comunidad en general donde se localiza y desempeña.

Existen dos tipos de grupos de interés:

Primarios: Los stakeholders primarios, son fundamentales para las operaciones de una organización, este grupo incluye a todos aquellos que disfrutan de alguna relación económica con la organización, como, por ejemplo, los accionistas, los trabajadores, los proveedores y los clientes.

Secundarios: Los stakeholders secundarios, son todos aquellos grupos que no participan directamente de algún intercambio con determinada empresa, pero de alguna manera se pueden ver afectados por las acciones de ésta ejecuta. En esta categoría se encuentran: las empresas de la competencia, los medios de comunicación y las organizaciones no gubernamentales, entre otros.

Se han priorizado algunos grupos generales de “stakeholders” basándose tanto en el impacto como en la influencia que tienen en las empresas.

- Inversores y Entidades Financieras: Creación de valor para ambas empresas, es decir los inversores y las entidades financieras con la empresa.
- Clientes: La empresa tendrá que mantener un contacto sostenido con sus clientes y hacer participe en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial.
- Empleados: La empresa tiene un compromiso con sus empleados, buscando la calidad de vida y defendiendo sus derechos laborales.
- Aliados Estratégicos y Proveedores: La empresa crea alianzas estratégicas con la finalidad de crear valor agregado con sus aliados y proveedores.
- Administraciones y Reguladores: Crear compromiso con el medio ambiente y un compromiso con la sociedad donde desarrolla su actividad empresarial.
- Propietarios y Comunidades de Vecinos: Ver el compromiso con el medio ambiente y el compromiso con la sociedad involucrada.
- Sociedad y Público en General: Tiene un compromiso con el medio ambiente” y con la sociedad donde trabaja.
- Creadores de Opinión y Conocimiento: Tiene un compromiso con la sociedad, tratando de mejorar la calidad vida dentro de la comunidad o ámbito donde desarrolla su actividad empresarial.

3.3 COMUNICACIÓN INTERNA DEL EQUIPO

3.3.1 Código Simbólico

Hay quienes dicen que la emoción mata a la razón. Yo digo que el instinto mata a las dos. Cuando estás frente a un comprador, más allá que tú o él mismo se considere muy racional e inteligente, lo que determina su decisión de compra es su biología, su parte más instintiva y primitiva. No lo digo yo, lo dice la ciencia.

Entonces, más allá de los beneficios y utilidad de tu producto, debes encontrar el código reptil de él y vendérselo al cerebro reptiliano. Es decir, encontrar aquella parte instintiva que puede satisfacer tu producto.

¿Cuáles son los códigos reptiles en el ser humano?

La lista no es muy larga, no alcanza ni siquiera los 30, a continuación una lista de los más elementales:

- Anarquía
- Libertad
- Felicidad
- Control
- Dominación
- Reproducción
- Placer
- Seguridad
- Protección
- Trascendencia
- Unión de la tribu
- Exploración y movimiento

Para ilustrarte mejor este punto te daré dos ejemplos:

Malboro

Fumar tiene como código reptil la rebeldía. No en vano, Malboro en sus primeros comerciales siempre usaba la imagen de un vaquero solitario. Con el pasar de los

años modernizaron el concepto y fue un hombre con chaqueta de cuero, en una motocicleta recorriendo el desierto a toda velocidad.

Coca Cola

El código simbólico de esta gaseosa es felicidad. Si ves todos sus comerciales notarás que más allá de la botella o lata, otra cosa que no puede faltar son las sonrisas. Sonrisas de una pareja, sonrisas de una familia alrededor de una mesa, sonrisas debajo de un árbol de navidad.

Ahora bien, seguro te estarás diciendo “Pero es que esos productos, o más bien marcas, son muy conocidos y es más sencillo identificar el código reptil” Pues bien, aquí te pongo otros ejemplos de productos y servicios de diferentes rubros:

- La publicidad – dominación
- Servicios turísticos – exploración
- Un hotel en vacaciones – placer
- Un hotel para negocios – control
- Servicios de información o comunicación – dominación
- Ropa – protección/ dominación
- Televisión – explorar/ sentir/ vivir
- Estudio o educación – poder
- Inmobiliaria – resguardo/ unión de la tribu
- Combustible – libertad
- Planes de pensión – seguridad

En ocasiones un servicio o producto tiene más de un código reptil, la idea siempre es buscar el más dominante.

3.3.2 Psicología de Masas

Todos nuestros actos derivan del inconsciente creado por las influencias hereditarias que son las huellas ancestrales que forman el alma de las razas. Como consecuencia los motivos de nuestros actos son: desconocidos, secretos, profundos y ocultos.

Según Le Bonn en la masa deja funcionar la peculiaridad de cada individuo, aflorando el inconsciente racial que es uniforme en todos los individuos- lo heterogéneo se vuelve homogéneo- aparece un carácter promedio en los individuos de la masa con nuevas propiedades:

- Primera Causa:
 - ✓ En la masa el individuo adquiere un sentimiento de poder invencible (porque son muchos).
 - ✓ Desaparece la responsabilidad individual el hombre en la masa es anónimo.
 - ✓ En la masa puede exteriorizar sus mociones pulsionales inconscientes de su disposición que reprime aislado, ya que desaparece la conciencia moral cuyo núcleo es la angustia social.
- Segunda Causa:
 - ✓ Contagio de sentimientos y actos. Se aplaza el interés personal por el de la masa. El contagio hace que en las masas los rasgos especiales se exterioricen y los oriente.
- Tercera Causa:
 - ✓ Sugestionabilidad: Provoca características particulares al individuo en la masa.

La fisiología descubrió que el hombre puede ser hipnotizado y en este estado empujarlo a cometer actos contrarios a él este fenómeno se compara con lo que le sucede al hombre en la masa- se pierde la conciencia, desaparecen la voluntad y el discernimiento, el sujeto queda en mano del hipnotizador. Algunas aptitudes en la masa pueden neutralizarse o exaltarse por sugestión. Los impulsos irresistibles traducen en actos (y son más fuertes en la masa que en el hipnotizado, porque en la masa son sugestionados muchos individuos hay mayor reciprocidad (influencia que ejercen los otros).
*rasgos del hombre en la masa: -Desaparece la personalidad consciente por sugestión y contagio.
-Transformación inmediata de las ideas en actos.

Como consecuencia el individuo cae en estado hipnótico dentro de la masa y baja su rendimiento intelectual. La masa es impulsiva e incitarle; guiada por el inconsciente; no tiene voluntad perseverante ni soporta dilatar la satisfacción de sus necesidades es omnipotente todo es posible para los individuos de la masa, es influirle y crédula, es acrítica (no analiza), lo improbable no existe para ella, es voluble (cambia facial de pensamiento).

3.2.3 Power Point

PowerPoint es un programa de presentación con diapositivas que forma parte del conjunto de herramientas de Microsoft Office. Con PowerPoint, es fácil crear y presentar ideas, así como colaborar en ellas, de una forma visualmente atractiva y dinámica.

PowerPoint es uno de los programas de presentación más extendidos. Es ampliamente utilizado en distintos campos de la enseñanza, los negocios, entre otros. Según cifras de Microsoft, cada día son realizadas aproximadamente 30 000 000 de presentaciones con PowerPoint (PPT).

Es un programa diseñado para hacer presentaciones con texto esquematizado, así como presentaciones en diapositivas, animaciones de texto e imágenes prediseñadas o importadas desde imágenes de la computadora. Se le pueden aplicar distintos diseños de fuente, plantilla y animación. Este tipo de presentaciones suelen ser más prácticas que las de Microsoft Word.

Con PPT y los dispositivos de impresión adecuados se pueden realizar muchos tipos de resultados relacionados con las presentaciones: transparencias, documentos impresos para los asistentes a la presentación, notas y esquemas para el presentador, o diapositivas estándar de 35mm.

Algunas características de PowerPoint son:

1. El uso de plantillas; que se pueden hacer por el usuario, además de las que ya están preestablecidas.

2. Poder introducir textos variando el color y el tamaño de las letras conforme a las necesidades y gustos del usuario.
3. Se pueden insertar imágenes con las que se da una mejor presentación a la diapositiva, facilitando comprender mejor a aquello de lo que trata la diapositiva, además de poderse insertar textos a las imágenes complementándose la exposición.
4. Posee herramientas de animación, con las que se puede dar efectos a los textos e imágenes, dándole una mejor apariencia.
5. Realizar gráficos.
6. Añadir videos y audios.
7. Posee la cualidad de abrir formatos de otras plataformas e incluso nos permite guardarlos en formatos diferentes al PowerPoint, por ejemplo, extensiones como: PPT o PPS, entre otras.
8. Puedes poner hipervínculos.

3.4 PROCEDIMIENTOS DE AUDITORIAS INTERNAS

La auditoría, etimológicamente viene del verbo latino audire, que significa 'oír', que a su vez tiene su origen en los primeros auditores que ejercían su función juzgando la verdad o falsedad de lo que les era sometido a su verificación, principalmente mirando. Sin embargo, también se dice que viene del verbo en inglés to audit, que significa 'revisar' o 'intervenir'.

Generalmente, es la acción de verificar que un determinado hecho o circunstancia ocurra de acuerdo a lo planeado, pero si se habla de la auditoría en una organización, se refiere a las pruebas que se realizan a la información financiera, operacional y/o administrativa con base en el cumplimiento de las obligaciones jurídicas o fiscales, así como de las políticas y lineamientos establecidos por la propia entidad de acuerdo a la manera en que opera y se administra.

La finalidad de una auditoría es el certificar la confiabilidad de los Estados Financieros para los usuarios, para lo que el auditor tiene que diseñar y aplicar procedimientos que le ayuden a obtener la información apropiada para después

generar conclusiones razonables y emitir una opinión independiente sobre la presentación de las cifras que aparecen en dichos estados.

La auditoría más habitual es la auditoría obligatoria de las cuentas anuales de una sociedad, y también es obligatoria la auditoría de cuentas anuales consolidadas cuando se superan los parámetros indicados para las individuales, en este caso, multiplicados por cuatro.

La auditoría nació con la necesidad que tenía el Estado de mantener controladas y vigiladas a las entidades en aspectos como:

- Emisión de acciones y valores entre las personas inversionistas.
- Expansión empresarial en el país propio o exterior (empresas transnacionales).
- Intentar mantener una homogeneidad en el registro de las operaciones.

Ante este ambiente los auditores de despachos y contadores públicos de Estados Unidos comenzaron a tomar el control al revisar la información financiera de las entidades filiales, subsidiarias, sucursales, empresas transnacionales, entre otras; sin embargo, no obtuvo mucho éxito debido a que no se tenían las mismas reglas, fundamentos o lineamientos en cuanto a la aplicación de la auditoría, ni de la teoría y técnica contable ejercida en Estados Unidos y otros países.

Después de esto, algunas empresas transnacionales y despachos examinaban la situación financiera e iniciaron una ideología que les permitiera tanto homologar como comparar la información en términos contables y de auditoría. Fue hasta la década de los años treinta donde los despachos mexicanos fueron invitados a unirse a despachos de contadores públicos estadounidenses con el propósito de auditar a las empresas transnacionales.

3.4.1 Auditoría 5's

La técnica o método de las 5s comenzó a aplicarse en Japón y su denominación proviene de las cinco iniciales de los diferentes pasos de su implantación, es decir, seiri, seiton, seiso, seiketsu y shitsuke.

Su objetivo es ayudar a alcanzar un entorno de trabajo seguro, limpio y organizado que incida de forma positiva en el desarrollo de las diversas tareas, así como que colabore en la mejora de la eficiencia y en el aumento de la calidad de los productos y/o servicios.

Normalmente las empresas tratan auditorías de 5S como una actividad para sorprender las áreas como están en su día a día. Los resultados numéricos muchas veces sirven apenas para “juzgar”, para premiar y/o hacer comparaciones entre las áreas. Algunas veces sirven también para mostrar la evolución del 5S en la empresa, independientemente si las mismas extraen la situación real de las áreas y, por lo tanto, de la empresa.

Las auditorías de 5S deben tener los siguientes objetivos:

- Servir como retroalimentación para evaluación del plan de implantación;
- Presentar las oportunidades de mejoras para las áreas auditadas;
- Medir el nivel actual de 5S para posteriormente evaluar su evolución;
- Verificar el nivel actual de 5S para comparar con la meta establecida;
- Servir como herramienta de promoción continua de las 5S;
- Comparar la evolución del proceso de 5S por toda la empresa;
- Verificar el nivel de consolidación de la implantación de las 5S.

Estas auditorías pueden ser de rutina o provocadas por cambios significativos en el ambiente de trabajo y son hechas por profesionales debidamente calificados para auditorías de 5S (auditores de 5S) y que no tienen relación directa con las áreas auditadas.

Una diferencia básica entre auditorías de 5S y auditorías de normas es que generalmente no hay necesidad del área auditada en 5S, de definir plazos para la corrección de los problemas levantados por el auditor. En la próxima auditoría, el

auditor utilizará los registros de la auditoría previa como referencia, pero no se limitará en la evaluación de estos registros. El mantenimiento del problema anterior será simplemente registrado en la nueva auditoría, solicitando al responsable del área justificar a su líder, y no al auditor.

3.4.2 Auditoria de Ergonomía

La Ergonomía, es el término aceptado mundialmente para definir el conjunto de conocimientos multidisciplinarios que estudia las capacidades y habilidades de los humanos, analizando aquellas características que afectan al diseño de productos o procesos de producción.

En todas las aplicaciones, el objetivo es común; adaptar productos, tareas, entorno y herramientas a las necesidades y capacidades de las personas, mejorando la eficiencia, seguridad y bienestar de usuarios y trabajadores. En definitiva, el planteamiento ergonómico consiste en diseñar los productos y los trabajos de manera que éstos se adapten a las personas.

La ergonomía puede ayudar a mejorar las condiciones de trabajo y por tanto la salud de los trabajadores. Las mejoras ergonómicas reducen las demandas físicas del trabajo dando como resultado menos lesiones o dolencias. Otro efecto beneficioso de la ergonomía es, que la mejora del entorno laboral, repercute positivamente en la eficiencia y la productividad.

3.5 MODELO DE MEDICION DE CALIDAD SERVQUAL

El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario tipo que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones:

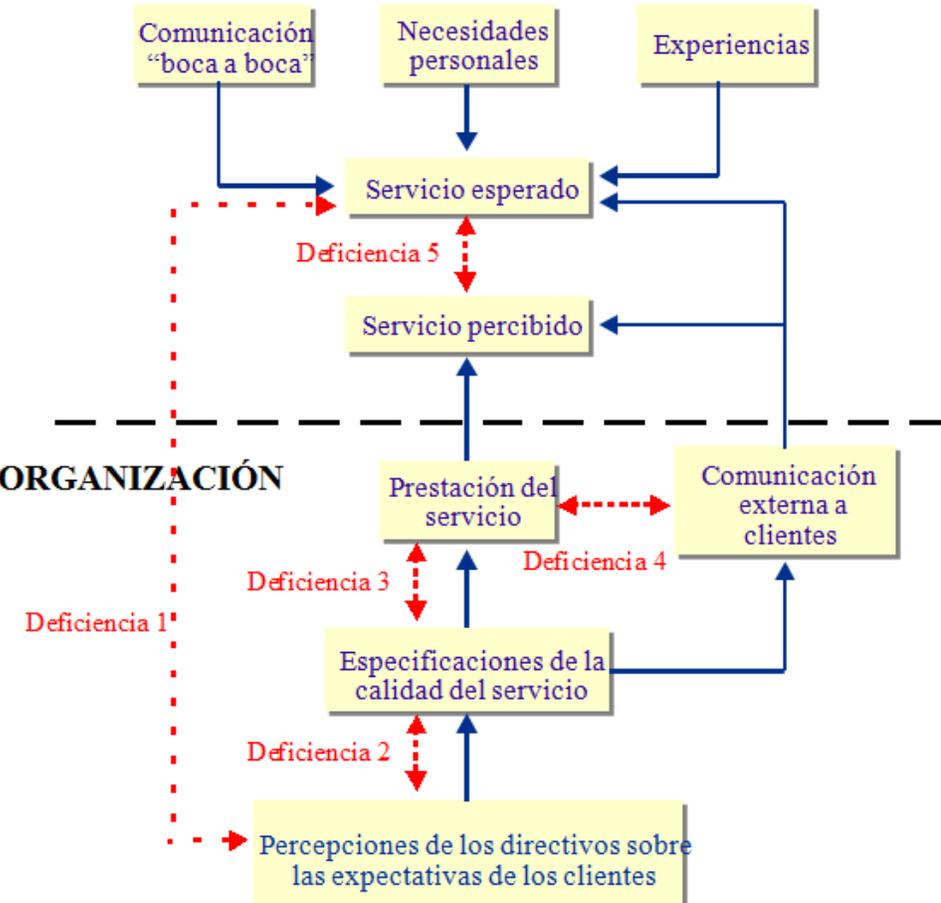
- Fiabilidad.
- Capacidad de respuesta.
- Seguridad.
- Empatía.
- Elementos tangibles.

Está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora. Y de comparación con otras organizaciones.

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio mide lo que el cliente espera de la

organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas. De esta forma, contrasta esa medición con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones.

CLIENTE



Por consiguiente, determinando el gap o brecha entre las dos mediciones (la discrepancia entre lo que el cliente espera del servicio y lo que percibe del mismo) se pretende facilitar la puesta en

marcha de acciones correctoras adecuadas que mejoren la calidad.

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio está basado en un enfoque de evaluación del cliente sobre la calidad de servicio en el que:

1. Define un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes. De este modo, un balance ventajoso para las percepciones; de manera que éstas superaran a las expectativas, implicaría una elevada calidad

percibida del servicio. Ello implicaría una alta satisfacción con el mismo.

2. Señala ciertos factores clave que condicionan las expectativas de los usuarios:

- Comunicación “boca a oreja”, es decir, opiniones y recomendaciones de amigos y familiares sobre el servicio.
- Necesidades personales.
- Experiencias con el servicio que el usuario haya tenido previamente.
- Comunicaciones externas. Que la propia institución realice sobre las prestaciones de su servicio y que incidan en las expectativas que el ciudadano tiene sobre las mismas.

3. Identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

- Fiabilidad: Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.
- Capacidad de Respuesta: Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
- Seguridad: Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.
- Empatía: Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.
- Elementos Tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

CAPITULO IV.-

PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

CAPITULO IV.- PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS.

4.1 SEGUIMIENTO DE ANTICIPOS, COMPROBACIONES Y REEMBOLSO DE EMPLEADOS EN CAPACITACION EN EL EXTRANJERO

El gerente y los Lideres dedicaban mucho tiempo a esta actividad, además, de en situaciones no estaban al tanto del estado de los gastos de ese tipo.

4.1.1 Proceso de Seguimiento de Anticipos, Comprobaciones y Reembolsos

Este proceso de Seguimiento es muy tardado, ya que influye el apoyo de muchos Departamentos (Recursos Humanos y Finanzas) y una Empresa Corporativa Externe sin embargo, pertenece al mismo Grupo SAFRAN.

El seguimiento de este tipo de Gastos de los empleados se lleva acabo de la siguiente manera:

- a) En empleado debe de entregar los comprobantes de sus gastos en Original o en Scan y quedar a la espera de entregarlos en original, en el caso de que el empleado vaya a estar fuera del País por más de 30 días por cuestiones laborales. Estos comprobantes se deben de entregar junto con un Formato de Comprobación, proporcionado por SAFRAN Recursos Humanos, y si es el caso mencionado anteriormente, se debe agregar un Formato de Anticipo del siguiente mes, ambos formatos deberán de ir firmados por el empleado.
- b) El Formato de Comprobación es revisado y comparado con los comprobantes, verificando que cumpla con todas las Políticas de Viajes, por mencionar algunas:
 - ✓ No Bebidas Alcohólicas
 - ✓ No excederse de los Límites en Gastos en Comidas, Transporte y Hospedaje.
 - ✓ En el caso de que el gasto se halla hecho en México, es obligatorio anexar la factura del mencionado anteriormente.

Además, se debe de verificar el Tipo de Cambio y que las Operaciones Aritméticas estén realizadas correctamente.

- c) Si todos los puntos mencionados anteriormente están correctos, estos documentos pasan al Gerente para que los Firme.
- d) Después, pasa al departamento de Finanzas donde darán una revisión más meticulosa de dichos comprobantes. Cuando Finanzas allá finalizado y dado el visto bueno, lo firmaran.
- e) Teniendo las Firmas del Gerente del Área y Finanzas, se pasa a un Punto Focal (Recursos Humanos).
- f) Teniendo estas tres firmas, finalizamos con este proceso de manera interna, entonces, debemos de llevar mencionados formatos a Share Services Corporative (Corporativo de Servicios Compartidos). Ellos darán de alta la comprobación y nos informaran del Saldo Neto de la Comprobación del Empleado.
 - ✓ Si el Saldo Neto es Negativo el empleado deberá devolver el monto final (Saldo Neto).
 - ✓ Si el caso es contrario y el Saldo Neto es Positivo la empresa deberá devolver ese monto al empleado.

Este proceso se lleva a cabo de manera mensual, ya que si no se entrega los Comprobantes y los Formatos, no será procesado el pago mensual del empleado.

4.1.2 Implementación de Mejoras en el proceso de seguimiento de Anticipos, Comprobaciones y Reembolsos

Hubo una mejora notoria en el seguimiento de dicho proceso, ya que el Gerente y los Líderes podían dedicar tiempo a otras actividades que podían llegar a tener más importancia que esta. Además, se tiene un mejor control de los Anticipos, los Comprobantes pendientes y los Reembolsos que los empleados tengan.

4.1.2.1 Actividades Implementadas para la mejora y estandarización del Proceso de Seguimiento

- Recordatorio mensual a cada empleado sobre la entrega de sus anticipos.
- Compartir información de ayuda para los empleados que puedan facilitar este proceso, información como; Cambios de Política, formas de entrega, fechas de entrega de comprobantes y de depósito de anticipos.
- Tener un reporte mensual del Estado de Cuenta de cada uno de los empleados, los que están de Viaje y los que ya regresaron pero tienen algún saldo pendiente.
- Mantener informados a los empleados de algún saldo pendiente por comprobar o monto a reembolsar por parte de la empresa.

4.1.2.2 Mejoras y Beneficios en el Proceso de Seguimiento

- Un panorama más claro de los gastos de viaje de los empleados.
- Disminución de Carga de Trabajo para los Líderes y el Gerente del Área.
- Una mayor fluidez y facilidad en el proceso.
- Incrementación de la Comunicación entre Departamento relacionados.

4.2 CONTROL DE GASTOS PRESUPUESTADOS MENSUAL Y ANUALMENTE

El control presupuestario se refiere a las actividades, controles y herramientas para mantener las cuentas públicas de una administración saldadas, de tal forma que los gastos no superen a los ingresos, originándose déficit público, y de la misma forma, no existan más recursos de los necesarios para financiar las partidas de gasto (superávit público).

El presupuesto es el elemento principal y básico en la planificación de las cuentas de una organización o administración, de tal forma que a partir de éste es posible prever los gastos que vamos a tener en un ejercicio a partir de las acciones que se tengan planificadas y la forma en la que éstas van a ser financiadas, vía impuestos y otros ingresos de tipo tributario, recurrente o extraordinarios.

A partir del control presupuestario, es posible anticipar y estudiar las desviaciones que puedan surgir en la ejecución del presupuesto, tomando medidas

periódicamente cuando se vayan produciendo desequilibrios e inestabilidades en la obtención de ingresos o en gastos que se hayan disparado.

Anteriormente no se tenía un buen control del Presupuesto, ya que no existía una comunicación clara entre los Departamentos de Ingeniería y Finanzas, por la falta de tiempo de parte del Gerente. Sin embargo, con mi contratación hubo una mejora en el seguimiento y control de los mencionados. Esta actividad se realiza de la siguiente manera:

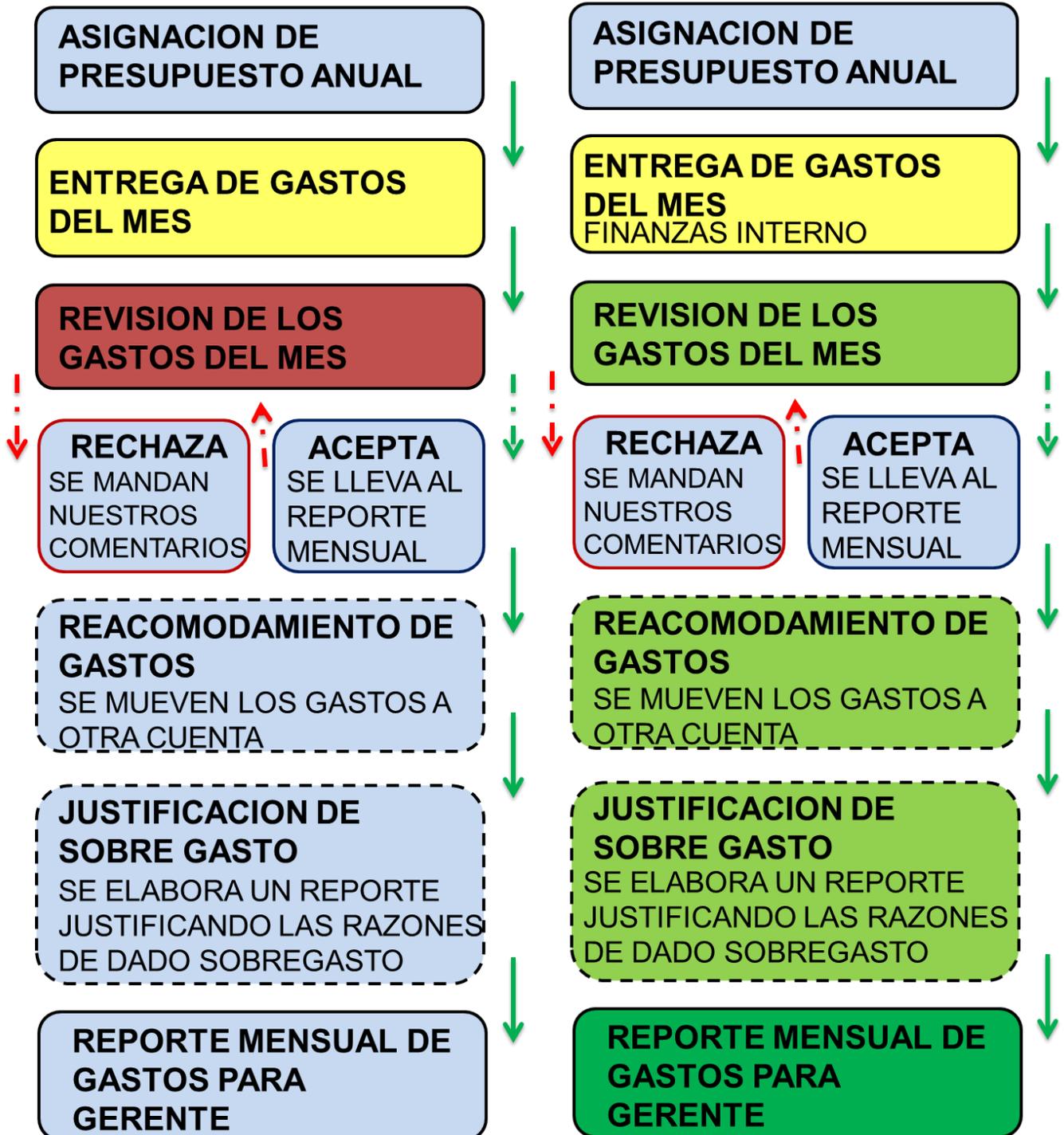
1. Mensualmente el Departamento de Finanzas me proporciona un Informe de lo que se gastó ese mes.
2. Ingreso todos estos gastos a una base de Datos que comencé a implementar, con esta base de datos podemos ver todos los gastos de una manera más clara.
3. Teniendo en orden todos los gastos, con el uso de un Dashboard elaboro un reporte que sea claro, útil y fácil de entender.
4. Reviso cualquier costo anormal que no pertenezca a la cuenta del Departamento, además dar explicación en el caso de que haya habido un gasto mayor al presupuestado.

A continuación, en el Diagrama podemos apreciar un comparativo de la situación actual y antes de mi ingreso al departamento.

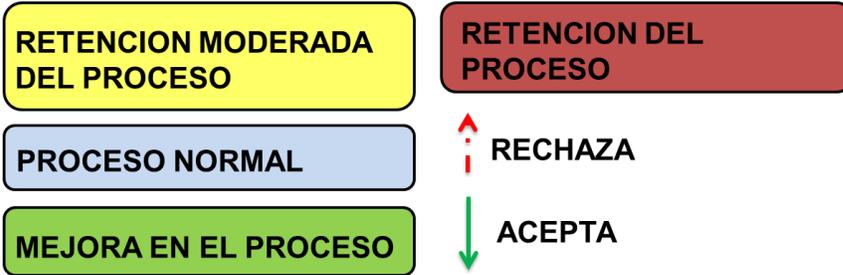
La etapa de Entrega de Gastos continua del mismo color, ya que esta depende del Departamento de Finanzas Interno, este es el que proporciona dicha información. Se una mejoría y eficacia de la Revisión y entrega de un reporte de gastos (Dicho reporte no existía como tal), dando como resultado un mayor control y monitoreo.

ANTES

ACTUALMENTE



COLOMETRIA



Fuente: Propia

4.2.1 Implementación de Dashboard para el Reporte Mensual de Gastos

Cuando hablamos de un Dashboard, tablero o cuadro de mandos, nos estamos refiriendo a un documento en el que se reflejan, mediante una representación gráfica, las principales métricas o KPI que intervienen en la consecución de los objetivos de una estrategia. De ahí la importancia y su significado estratégico.



Lo que buscaba con la implementación de un Dashboard, era demostrar con más claridad y utilidad los Gastos para una Persona que no tiene tanta disponibilidad de tiempo, además que en muchas ocasiones le es difícil de entender términos de Contabilidad. Este Dashboard se ve así:

Tiene varias secciones y terminologías:

Sección 1: Muestra de una manera atractivo las Cuentas en las que ha gastado. Se hizo el uso de una Imagen que identifique a cada Cuenta y así hacer más fácil la ubicación de cada una.

Sección 2: Top 5 de los empleados con más gastos, en su mayoría son los empleados que han estado o están de viaje, ya que en este Dashboard también esta incluidos los Gastos de Viajes.

Sección 3: Una gráfica general, esta da un panorama de los que se ha gastado, el sobregasto y lo disponible, además se segmento la Información en Categorías, donde se separan las cuentas y se agregan a una Categoría conforme a sus Características.

Sección 4: Grafica General por cuenta, usando los mismos datos que la de la sección anterior.

Sección 5: Comparación grafica de en qué cuenta se ha gastado en el mes anterior y el presente.

Se tienen en cuenta tres segmentaciones para poder filtrar la información:

1. Mes: Esta cambia la gráfica de la Sección 2 y la Sección 3.
2. Categoría: Solo aplica para la Gráfica de la Sección 2.
3. Cuenta: Segmentación que aplica para la Gráfica de la Sección 3.

Finalmente la Colimetría y Terminología de este Dashboard es la siguiente:

- Verde/Alive: Cuenta con Saldo Disponible.
- Roja/Dead: Cuenta al Límite de Gasto.
- Negro/Zombie: Cuenta sobre gastada.
- Amarillo: Precaución o advertencia.

4.2.2 Beneficios del Dashboard de seguimiento de Gastos

- Coordinar de manera guiada las estrategias y acciones a seguir permitiéndote integrar todas las áreas de la empresa entre ellas así como con los objetivos de la empresa.
- Controlar y comparar los resultados obtenidos para saber en qué áreas o actividades existen desviaciones o variaciones.
- Brinda a la dirección una visión integral de las operaciones y resultados permitiendo tomar decisiones informadas y oportunas.
- Traduce los objetivos de la empresa en acciones al especificar los recursos, ingresos y actividades requeridas para llevar a cabo el plan estratégico del año presupuestado.
- Es una herramienta útil para medir la eficiencia de los mandos medios a cargo al otorgarles responsabilidad tanto operativa como financiera.
- Facilita el control administrativo y obliga a realizar evaluaciones periódicas de la gestión empresarial.
- Fomenta una estructura correcta determinando responsabilidad y autoridad de cada uno de los miembros de la organización.
- Ayuda al manejo financiero de la empresa.
- Compromete a mantener un archivo de datos históricos controlables.
- Permite conocer con anticipación los excedentes o faltantes de fondos y detectar cuándo es conveniente recurrir a la obtención de préstamos.
- Es una herramienta idónea para el control de la posición de efectivo.
- Motiva a la planeación y seguimiento oportuno de la situación de la empresa.

4.3 SEGUIMIENTO Y MEJORAS DEL PROYECTO “ABEJA TV”

El Proyecto de la Abeja Tv se ha venido trabajando antes de mi ingreso. Lo que buscaba el Gerente con mi apoyo para este Proyecto, era hacerlo más llamativo, la Abeja TV es una serie de presentaciones que se están constantemente transmitiendo en tres pantallas que están por toda el área, las presentaciones

contienen tablas que informan al equipo sobre su desempeño, además tienen un parte informativa.

4.3.1 Implementación de Mejoras para el Proyecto

- Cambio de Nombre “Bee Tv”
Sugerí la idea de cambiar el nombre a uno más llamativo y cortó, para hacerlo fácil de recordar, Además, hice un logo:



- “Bee Tv Told me”: Sección de Comunicación. Esta es la sección en donde yo trabajo más, aquí se presenta información sobre cultura general, información de ayuda, comunicados internos, cumpleaños, próximos eventos a realizarse y demás cosas.
- Estandarización de la Información del desempeño del equipo: Se empezaron a usar tablas más simples, claras, llamativas y más fáciles de entender.
- Un diseño más llamativo: Se hizo uso de colores más llamativos y hacer la información más agradable.

4.3.1 Resultados y Beneficios de la implementación de “Bee Tv”

La Información comenzó a ser más apreciada por el Equipo y por personal externo al departamento. Además, comenzaban a complementar información y también a sugerir temas o información que les gustaría ver en “Bee Tv”.

Provoco reacciones positivas, como risas o interés por conocer más sobre ciertos temas.

4.4 SEGUIMIENTO DEL PROCESO DE COMPRAS

El proceso de compras es un modelo sistemático, que representa las etapas por las que pasa un consumidor desde que toma la decisión de adquirir tu producto o servicio. En otras palabras, es la ruta que toman tus clientes mientras deciden hacer negocios contigo. Es similar a un embudo de compra en el sentido de que se trata de un camino que fluye hacia abajo en la parte superior (a medida que los

prospectos toman conciencia de tu marca) y termina más estrechamente en la base (mientras tus clientes potenciales se convierten en clientes de pago).

4.4.1 Proceso de Compra Grupo SAFRAN

El Proceso de Compras para SAFRAN se lleva de la siguiente manera:

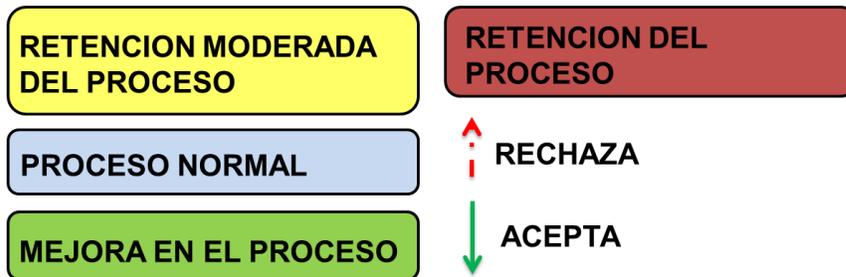
1. Se debe de reconocer la necesidad que se va cubrir con esa compra.
2. Solicitar una Cotización al Proveedor por medio del Departamento de Compras, del ya antes mencionado Share Services Corporative.
3. Teniendo esta Cotización, se levanta una Requisición en el Syteline, donde debes de estar previamente dado de Alta para realizar este tipo de Actividad. Una Requisición lleva los siguientes datos:
 - Nombre de quien la Solicita.
 - La Autorización del Gerente, Finanzas y Compras
 - Fecha
 - Código o Nombre de la Requisición
 - Líneas: Son todas los Bienes que se piden bajo esa Requisición.
 - El costo de cada línea y el costo total de toda la requisición.
 - Nombre y Código del Proveedor
 - Nombre y Código del Comprador Oficial de la Planta
4. Con todos estos datos en orden, Finanzas interno nos proporciona una Orden de Compra, en cuanto tengamos la mencionada, se lo comunicamos a Compras y ellos se comunican con el Proveedor.
5. Finalmente de obtiene el bien.

ANTES

ACTUALMENTE



COLOMETRIA



Fuente: Propia

Como podemos ver en el comparativo del Diagrama del proceso de compras, mencionada proceso se ha hecho más eficiente desde mi llegada, esto por diversos factores, como dedicar una parte de mi día solo a esta actividad, además de monitorear constantemente el proceso, ya que anteriormente lo hacia cualquier colaborador del Departamento y en muchas ocasiones perdían el seguimiento de dicha actividad.

4.4.2 Mejoras y Beneficios de un mejor seguimiento

Con un mejor monitoreo de este proceso de obtuvieron muchas mejoras, tales como:

- ✓ Mayor eficacia en la entrega de los productos que solicitábamos.
- ✓ Mejor comunicación entre los Departamentos involucrados.
- ✓ Te permite hacer una mejor definición de los requerimientos de cada compra.
- ✓ Amplía las posibilidades de tener los productos y materiales que necesitas de manera oportuna.
- ✓ Te permite tener una mejor distribución de la carga de trabajo tanto en el departamento de compras como en otros que también participan en el proceso, ya que ya se tiene estimado en qué momento se deben realizar las compras y las actividades relacionadas a éstas.

CAPITULO V.-

RESULTADOS DE LA IMPLEMENTACION DEL AREA “TEAM ORGANIZATION SUPPORT”

CAPITULO V.- RESULTADOS DE LA IMPLEMENTACION DEL PUESTO “TEAM ORGANIZATION SUPPORT”

Antes de mi ingreso a Ingeniería SAFRAN LANDING SYSTEMS no existía un puesto que estuviera al tanto de actividades que quizá no eran de mucha importancia para la mayoría del equipo pero eran muy necesarias para una buena organización.

5.1 DESARROLLO DEL MODELO SERVQUAL PARA MEDIR LA CALIDAD DE TRABAJO

El cuestionario SERVQUAL consta de tres secciones:

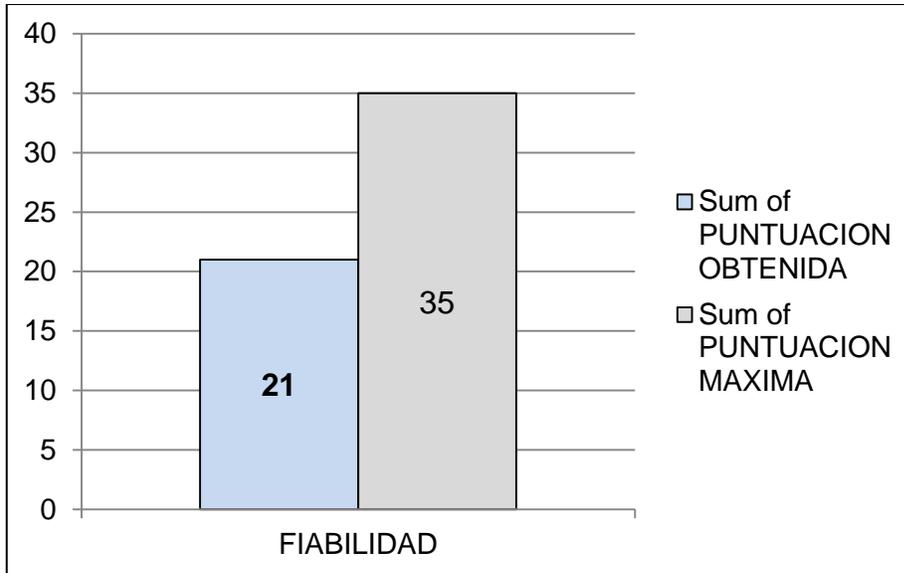
1. Se interroga al cliente sobre las expectativas del cliente. Lo que éste opina sobre lo que un servicio determinado debe ser. Esto se hace mediante declaraciones. Sobre ellas, el usuario debe situar, en una escala de 1 a 7, el grado de expectativa para cada una de dichas declaraciones.
2. Se recoge la percepción del cliente respecto al servicio que presta la empresa. Es decir, hasta qué punto considera que la empresa posee las características descritas en cada declaración.
3. Situada entre las dos anteriores, cuantifica la evaluación de los clientes respecto a la importancia relativa de los cinco criterios, lo que permitirá ponderar las puntuaciones obtenidas.

Las declaraciones que hacen referencia a las cuatro dimensiones de evaluación de la calidad citadas, son agrupadas de la siguiente manera:

- ✓ Fiabilidad: Items de 1 al 5.
- ✓ Sensibilidad: Items del 6 al 9.
- ✓ Empatía: Items del 10 al 14.
- ✓ Elementos Tangibles: Items del 15 al 19.

Graficas e Interpretación de los Resultados Obtenidos:

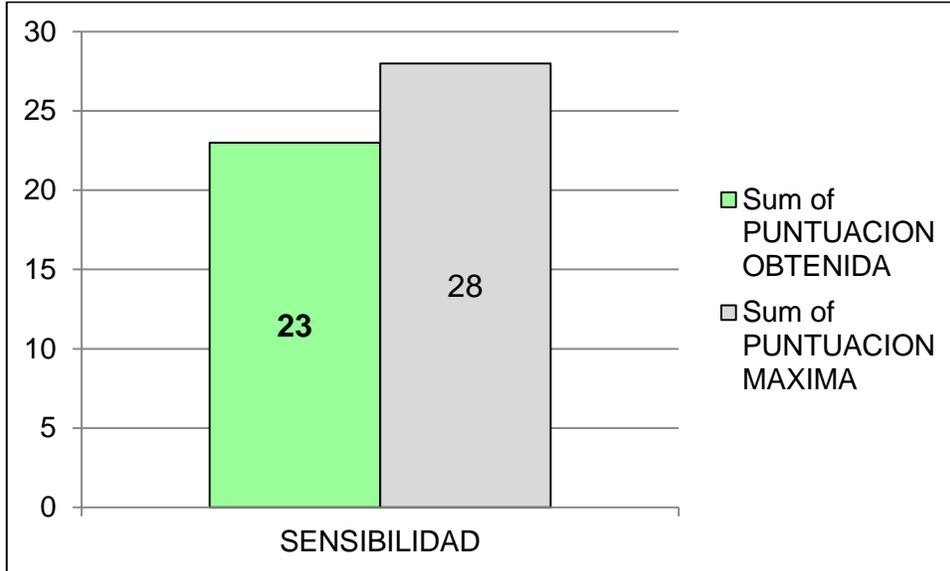
DIMENSION DE FIABILIDAD



Fuente: Propia

En la Dimensión de Fiabilidad se obtuvo 21 puntos de 35, podemos llegar a la conclusión de que se tiene Fiabilidad pero no al 100%, si no un 60% lo que se entiende, ya que se llega a manejar información muy importante o confidencial para la empresa que no puede llegar a las manos de cualquier persona.

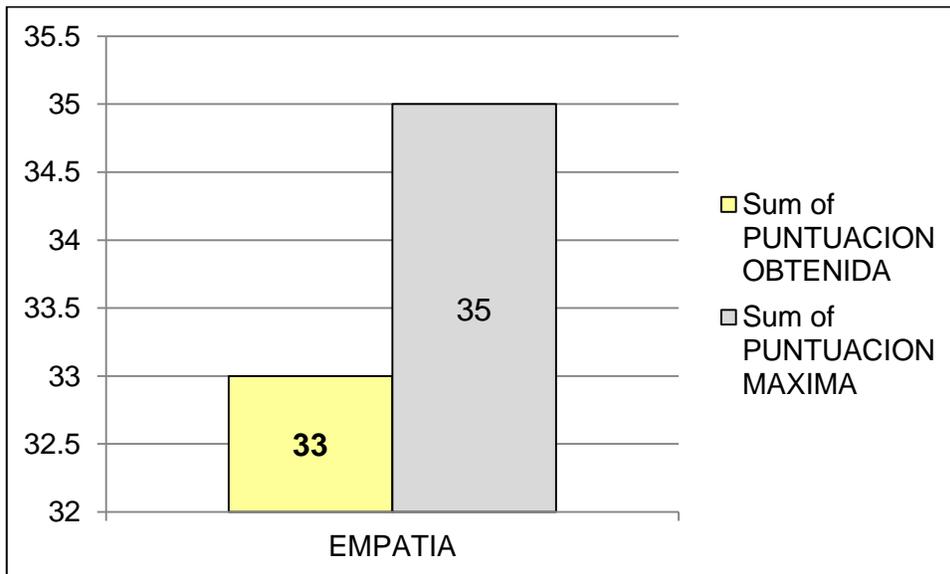
DIMENSION DE SENSIBILIDAD



Fuente: Propia

En esta Dimensión, se obtuvo un 82% de 100%, resultado bastante favorable. Podemos resaltar que nuestro servicio es bueno, tengo una gran capacidad de resolver dudas y de ofrecer un buen trabajo.

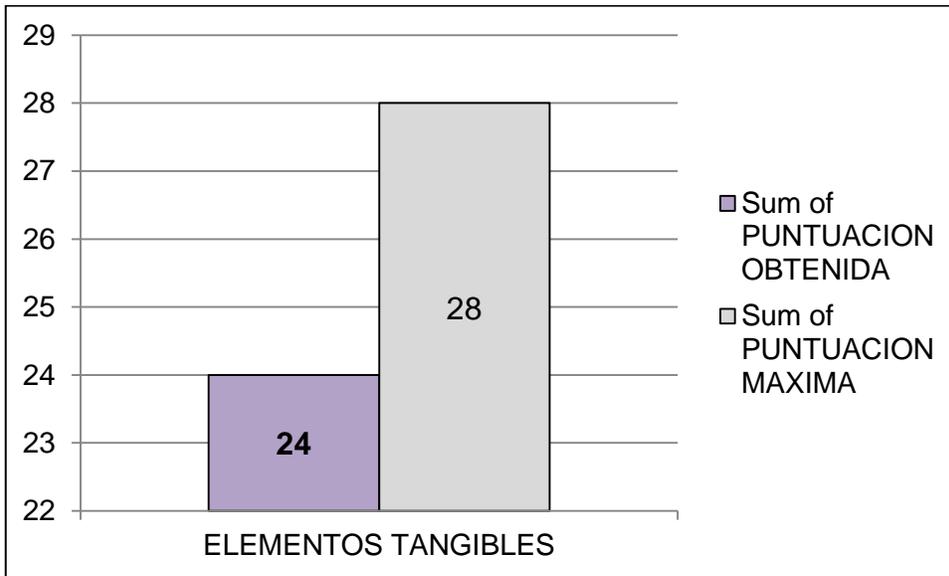
DIMENSION DE EMPATIA



Fuente: Propia

33 de 35 puntos en Empatía, esta puntuación se traduce como una gran capacidad de aceptación de Criticas Contractivas, y una gran capacidad de atención, factor muy importante para este puesto de nueva creación, el nombre en sí mismo menciona esta característica “Suporte de Organización del Equipo”.

DIMENSION DE ELEMENTOS TANGIBLES



Fuente: Propia

En la Dimensión de Elementos Tangibles encontramos todos aquello que tiene que ver con la presentación e imagen, en este caso la mía, ya que yo soy la que está desarrollando este servicio.

La puntuación obtenida para esta dimensión es muy buena, si traducimos esta puntuación, nos señala que en cuanto a imagen Publica Tangible (Vestimenta, orden de lugar de trabajo) e Intangible (Amabilidad, Respeto) es positiva.

5.2 REPORTE DEL COMPARATIVO DEL ESTADO ACTUAL CONTRA EL PASADO EN LA ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO

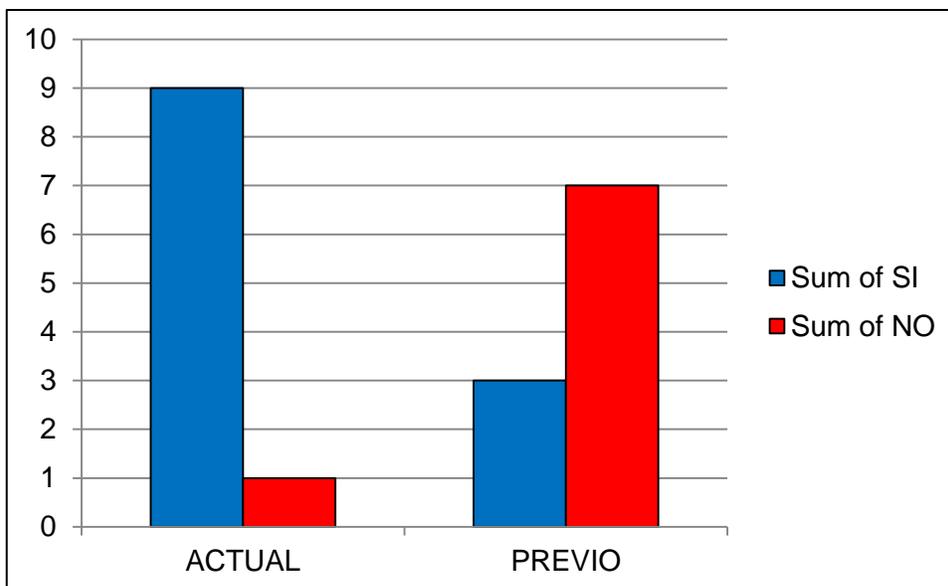
5.2.1 Análisis Inicial de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de Ingeniería SAFRAN LANDING SYSTEMS

<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento no planeado, de tal manera que lo presupuestado no sea suficiente. - Falta de Interes por parte de los Lideres. - Liderazgo poco efectivo. - Reuniones poco efectivas. - Individualismo. 	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se aprovecha de manera positiva el talento de sus colaboradores. - Constante motivacion del Gerenta hacia sus colaboradores. - Mejora Continua. - Buena priorizacion de tareas.
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mala Comunicación. - Falta de Seguimiento de Presupuestos y Gastos. - Poco control en los Gastos que se otorgan. - Inconformidades de parte de los empleados hacia su salario. - Division de Equipos y falta de cooperacion. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad de Crecimiento y tener mayor efeciencia y productividad. - Mayor efeciencia en la entrega de concesiones. - Colaboradores Bilingues.

Fuente: Propia

5.2.1 Comparativo de la Situación Actual y Previa de Ingeniería SAFRAN LANDING SYSTEMS

CONCEPTOS	PERIODO			
	PREVIO		ACTUAL	
Control de Gastos positivo y eficiente	Si	No	Si	No
Buena comunicación con el Equipo	Si	No	Si	No
Comunicación Positiva entre departamentos	Si	No	Si	No
Motivación Alta en el Área	Si	No	Si	No
Multitasking	Si	No	Si	No
Eficiencia y Estandarización en los Procesos de Compras	Si	No	Si	No
Seguimiento y constante mejoras del "Abeja Tv"	Si	No	Si	No
Proceso de entregas de Anticipos y Reembolsos Eficiente	Si	No	Si	No
Team Building	Si	No	Si	No
Ambiente Laboral Positivo	Si	No	Si	No



Fuente: Propia

Podemos apreciar una amplia diferencia y mejora en la situación actual del Departamento de Ingeniería de SAFRAN LANDING SYSTEMS, un factor donde se pudo apreciar una amplia mejora en la relación con los Departamentos de Finanzas SAFRAN LANDING SYSTEMS y, Compras y Finanzas del Share Services.

Todos los procesos en los que intervengo de manera directa y de tiempo completo son más eficientes y rápidos, respetando las Jerarquías entre Departamentos y Colaboradores.

CONCLUSIONES

La información interna hace que los empleados siempre estén al tanto de los éxitos o problemas de la compañía, compartiendo con ellos tanto alegrías como tristezas, generando en los individuos motivación y sentido de pertenencia con el sitio de trabajo. Además, siempre se debe mantener al tanto a los empleados acerca de los objetivos y metas de la compañía, y la forma más apropiada para conseguir los mejores resultados.

Al ser quien inicie con el Puesto de Team Support Organization, me es de suma importancia tener una buena comunicación con todos los colaboradores, compartir toda información útil para los mismo, para que todos vayamos en el mismo canal y halla mal entendidos.

Muchas veces se generan múltiples problemas por no existir un correcto flujo de información o ideas. Actualmente, mantener a los empleados de una compañía informados acerca de decisiones y acciones que toma la gerencia, crea en los individuos un sentido de pertenencia y mucha motivación, al sentir éstos que hacen parte importante de la empresa y que se cuenta con ellos para decisiones trascendentales que determinarán el futuro de la compañía.

Soy una de los canales de comunicación más inmediatos en muchos procesos del Departamento, razón por la que es importante que existan los canales adecuados para que el personal interno esté al tanto de lo que pasa en una empresa, ya sea por medio de correo electrónico, comunicados en carteleras, reuniones, etc., y así mismo que el mensaje que se vaya a transmitir sea lo más claro posible y de importancia para el personal de la compañía.

Como conclusión final, podemos decir que una buena comunicación dentro de una empresa, hará que siempre todo el mundo luche y trabaje por conseguir un objetivo en general. Comunicar distintas ideas o reportes, es contar con el personal para que éste sienta que no está aislado y que hace parte importante del buen funcionamiento para alcanzar el éxito deseado, juntando esfuerzos y mirando siempre hacia el mismo sitio donde se quiere llegar.

ANEXOS

FORMATO DE CUESTIONARIO SERVQUAL

Instrucciones: Para cada cuestión indique hasta qué punto considera que el Área Team Organization Support posee las características descritas para cada cuestión. Marcar el numero 1 significa que estas Totalmente en Desacuerdo y el numero 7 significa que estas Totalmente De acuerdo con la cuestión, puedes trazar un circulo alrededor de cualquiera de los números intermedios que mejor represente tus convicciones al respecto.

Me interesa mucho tu respuesta y conocer la percepción que tienes sobre mi desempeño.

DIMENSION DE FIABILIDAD							
Cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple	1	2	3	4	5	6	7
Cuando tiene algún problema , muestra interés para resolverlo	1	2	3	4	5	6	7
El desempeño de mi trabajo es bueno a la primera	1	2	3	4	5	6	7
Proporciono mis habilidades y servicios en el momento que debo hacerlo	1	2	3	4	5	6	7
Resultados entregados libres de error	1	2	3	4	5	6	7
DIMENSION DE SENSIBILIDAD							
Mi comportamiento influye en tu confianza hacia mi	1	2	3	4	5	6	7
Te sientes seguro de mi manejo de información confidencial	1	2	3	4	5	6	7
Mi actitud es cortés y con respeto hacia ti y los demás colaboradores	1	2	3	4	5	6	7
Tengo el conocimiento de responder a tus preguntas	1	2	3	4	5	6	7
DIMENSION DE EMPATIA							
Ofrezco atención individualizada a nuestros colaboradores y a ti	1	2	3	4	5	6	7

Me preocupo por los intereses de los demás	1	2	3	4	5	6	7
Estoy abierta a Críticas constructivas de parte tuya y colaboradores	1	2	3	4	5	6	7
Entiendo las necesidades específicas de cada colaborador y tuyas	1	2	3	4	5	6	7
Ofrezco disponibilidad para atender todo tipo de dudas o aclaraciones	1	2	3	4	5	6	7
DIMENSION DE ELEMENTOS TANGIBLES							
Estoy en constante actualización e investigación	1	2	3	4	5	6	7
Mi Imagen Publica Física en presentable, acorde al trabajo que realizo	1	2	3	4	5	6	7
Mi Imagen Publica Intangible es Positiva	1	2	3	4	5	6	7
Visualmente los aspectos de organización son positivos	1	2	3	4	5	6	7

*Este cuestionario fue adaptado para evaluar el nivel de satisfacción con respecto a la implementación y desarrollo del puesto de Team Support Organization.

BIBLIOGRAFIA

CASTRO, J.

4 tips para optimizar tu proceso de planificación de compras

En el texto: (Castro, 2018)

Bibliografía: Castro, J. (2018). 4 tips para optimizar tu proceso de planificación de compras. [online] Blog.corponet.com.mx. Available at: <https://blog.corponet.com.mx/4-tips-para-optimizar-tu-proceso-de-planificacion-de-compras> [Accessed 26 Nov. 2018].

CASTRO, J.

10 Beneficios de elaborar un presupuesto para tu empresa

En el texto: (Castro, 2018)

Bibliografía: Castro, J. (2018). 10 Beneficios de elaborar un presupuesto para tu empresa. [online] Blog.corponet.com.mx. Available at: <https://blog.corponet.com.mx/10-beneficios-de-elaborar-un-presupuesto-para-tu-empresa> [Accessed 26 Nov. 2018].

DASHBOARD Y SU SIGNIFICADO ESTRATEGICO

En el texto: (El blog de Kyocera: soluciones para digitalizar tu negocio, 2018)

Bibliografía: El blog de Kyocera: soluciones para digitalizar tu negocio. (2018). Dashboard y su significado estrategico. [online] Available at: <https://smarterworkspaces.kyocera.es/blog/dashboard-significado-estrategico/> [Accessed 26 Nov. 2018].

FASES DEL PROCESO DE COMPRAS

Proceso de Compras: ¿Qué es y cuáles son sus Fases? - Blog de Marketing

En el texto: (Fases?, 2018)

Bibliografía: Fases?, P. (2018). Proceso de Compras: ¿Qué es y cuáles son sus Fases? - Blog de Marketing. [online] Blog de Marketing. Available at: <https://www.genwords.com/blog/proceso-de-compras> [Accessed 26 Nov. 2018].

KLARIĆ, J.

Descubre el código reptil de tu producto con esta guía básica | Jürgen Klarić

En el texto: (Klarić, 2018)

Bibliografía: Klarić, J. (2018). Descubre el código reptil de tu producto con esta guía básica | Jürgen Klarić. [online] Jürgen Klarić. Available at: <https://blog.jurgenklaric.com/descubre-el-codigo-reptil-de-tu-producto-con-esta-guia-basica/> [Accessed 26 Nov. 2018].

CEUPE, E.

¿Qué es una encuesta de satisfacción?

En el texto: (Ceupe, 2018)

Bibliografía: Ceupe, E. (2018). ¿Qué es una encuesta de satisfacción?. [online] Ceupe.com. Available at: <https://www.ceupe.com/blog/que-es-una-encuesta-de-satisfaccion.html> [Accessed 26 Nov. 2018].

HERRAMIENTAS PARA EVALUAR PROYECTOS I

En el texto: (Blog.masterinprojectmanagement.net, 2018)

Bibliografía: Blog.masterinprojectmanagement.net. (2018). Herramientas para evaluar proyectos I. [online] Available at: <http://blog.masterinprojectmanagement.net/herramientas-para-evaluar-proyectos-i/> [Accessed 26 Nov. 2018].

MICROSOFT POWERPOINT

En el texto: (Es.wikipedia.org, 2018)

Bibliografía: Es.wikipedia.org. (2018). Microsoft PowerPoint. [online] Available at: https://es.wikipedia.org/wiki/Microsoft_PowerPoint [Accessed 26 Nov. 2018].

PSICOLOGIA DE LAS MASAS

En el texto: (Rrppnet.com.ar, 2018)

Bibliografía: Rrppnet.com.ar. (2018). psicología de las masas. [online] Available at: <http://www.rrppnet.com.ar/psidelasmassas.htm> [Accessed 26 Nov. 2018].

¿QUÉ ES POWERPOINT Y QUÉ PUEDE HACER POWERPOINT? | OFFICE

En el texto: (Products.office.com, 2018)

Bibliografía: Products.office.com. (2018). ¿Qué es PowerPoint y qué puede hacer PowerPoint? | Office. [online] Available at: <https://products.office.com/es-mx/what-is-powerpoint> [Accessed 26 Nov. 2018].

ANÓNIMO

En el texto: (Redalyc.org, 2018)

Bibliografía: Redalyc.org. (2018). [online] Available at: <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf> [Accessed 26 Nov. 2018].

EL MODELO SERVQUAL DE CALIDAD DE SERVICIO - AITECO CONSULTORES

En el texto: (Aiteco Consultores, 2018)

Bibliografía: Aiteco Consultores. (2018). El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio - Aiteco Consultores. [online] Available at: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/> [Accessed 26 Nov. 2018].

MATSUMOTO NISHIZAWA, R.

Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto

En el texto: (Matsumoto Nishizawa, 2018)

Bibliografía: Matsumoto Nishizawa, R. (2018). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda

Experto. [online] Scielo.org.bo. Available at: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005 [Accessed 26 Nov. 2018].

MORALES, J.

7 causas por las que fallan los equipo de trabajo

En el texto: (Morales, 2018)

Bibliografía: Morales, J. (2018). 7 causas por las que fallan los equipo de trabajo. [online] Entrepreneur. Available at: <https://www.entrepreneur.com/article/278995> [Accessed 26 Nov. 2018].

8 VENTAJAS DE LOS SISTEMAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL

En el texto: (Blog.es.logicalis.com, 2018)

Bibliografía: Blog.es.logicalis.com. (2018). 8 ventajas de los sistemas de gestión empresarial. [online] Available at: <https://blog.es.logicalis.com/analytics/8-ventajas-de-los-sistemas-de-gestion-empresarial> [Accessed 26 Nov. 2018].

BENEFICIOS GESTIÓN EMPRESARIAL | BLOG QUONEXT

En el texto: (Blog Quonext, 2018)

Bibliografía: Blog Quonext. (2018). Beneficios gestión empresarial | Blog Quonext. [online] Available at: <https://www.quonext.com/blog/optimizar-gestion-proyectos-beneficios/> [Accessed 26 Nov. 2018].

MARTÍNEZ, J.

Organización empresarial y su dinámica

En el texto: (Martínez, 2018)

Bibliografía: Martínez, J. (2018). Organización empresarial y su dinámica. [online] GestioPolis - Conocimiento en Negocios. Available at: <https://www.gestiopolis.com/organizacion-empresarial-y-su-dinamica/> [Accessed 26 Nov. 2018].

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

En el texto: (Visaempresarial.com, 2018)

Bibliografía: Visaempresarial.com. (2018). Organización Empresarial. [online] Available at: https://visaempresarial.com/mx/noticias/organizacion-empresarial_912 [Accessed 26 Nov. 2018].

SALINAS, O.

Ventajas de una buena comunicación interna en la empresa

En el texto: (Salinas, 2018)

Bibliografía: Salinas, O. (2018). Ventajas de una buena comunicación interna en la empresa. [online] GestioPolis - Conocimiento en Negocios. Available at: <https://www.gestiopolis.com/ventajas-buena-comunicacion-interna-empresa/> [Accessed 26 Nov. 2018].