

PLANTEL TUXTLA GUTIERREZ CHIAPAS

Licenciatura en:

Lic. Negocios con Enfoque en Emprendimiento

Modalidad:

Vespertino

Materia:

Gestión de Talento.

Docente:

Diego Espinosa Pinto.

Nombre del trabajo:

Caso 1: Panificadora S.A de C.V.

Alumno(a):

Andrea Fernanda Gómez Martínez

“CASO 1: PANIFICADORA S.A DE C.V”

Planeación Estratégica:

Para tener una correcta planeación estratégica es necesaria la definición de una visión de la empresa la cual describe la meta u objetivo al que aspiran llegar, así misma tener una misión que se describe como la razón de ser de la empresa es decir porque hace lo que hace y para quien lo hace y los valores que son los principios fundamentales que guían el comportamiento de la organización a través de sus colaboradores; para la Panificadora S.A de C.V se ha planteado lo siguiente:

Somos una empresa de producción de alimentos de calidad ya que nos avalan años de experiencia, nuestros productos están basados en necesidades y demanda del consumidor comprometidos en satisfacer a las mismas. Para nosotros lo más importante son nuestros clientes y colaboradores que hacen posible la subsistencia de este negocio.

Misión:

Llevar a la mesa productos de calidad especificada en la región con precios accesibles, enfocándonos en un servicio de excelencia a nuestros clientes con la mejor asequibilidad. Colocándonos como la mejor opción para nuestros clientes con los paladares más exigentes.

Visión:

Llegar a ser la empresa panificadora líder en Chiapas, ofreciendo los mejores productos a nuestro mercado partiendo desde la base fundamental de la mejora continua, innovación y desarrollo organizacional. Propiciar el crecimiento económico en el estado estableciendo más sucursales para generar fuentes de empleo en todo el territorio chiapaneco.

Valores:

- Respeto.
- Honestidad.
- Servicio.

- Cortesía.
- Calidad
- Responsabilidad.

Tipos de planeación

Planeación Estratégica

Tiempo: Largo Plazo de 5-10 años

Encargados: CEO y Gerencia SENIOR

Actividades en general a realizar:

- Revisar la posición actual del negocio.
- Encargados de definir (Visión, Misión y Valores).
- Definir Objetivos de largo plazo.
- Elaboración de análisis internos y externos de la compañía.
- Establecer actividades y metas a cumplir en los diferentes departamentos.
- Elaboración del presupuestado para cada departamento.
- Establecimiento de fechas y resultados esperados para cada actividad.
- Establecer metas en ventas y aumento de márgenes.
- Realizar estrategias de expansión.
- Análisis financiero (razones financieras) y medición de los KPI.
- Ejecutar y retroalimentar.

Planeación Táctica

Tiempo: Mediano Plazo de 1-3 años

Encargados: Alta Gerencia y Gerentes de Nivel Medio (Marketing, Ventas, Finanzas, RH, Logística, Almacén, Producción).

Actividades en general a realizar:

- Estrategias de ventas mensuales.
- Estrategias de publicidad (número de audiencia a alcanzar).
- Planes de fidelización.
- Gestión y actualización del CRM.
- Métodos de gestión de inventarios.

- Costeos y negociaciones.
- Unidades de producción diarias.
- Estudios de mercado.
- Presupuestado.
- Contratación de personal.
- Métricas de análisis de ventas.
- Métricas de rotación de personal.
- Acciones para desarrollo óptimo de una cultura organizacional.
- Verificación de canales óptimos para la adquisición de productos.
- Organización de eventos.
- Chek List de colaboradores (operativos).
- Métricas de seguridad.
- Capacitaciones mensuales al personal.

Planeación Operativa

Tiempo: Corto Plazo 1 año o menos.

Encargados: Administrativos en general: Cajeros, Panaderos, Personal de Limpieza, Ayudantes Contables, Equipo de mantenimiento de equipo, Ayudantes de RH, Personal de Marketing

Actividades en general a realizar:

- Ventas diarias.
- Cumplimiento de roles de limpieza.
- Registro de egresos e ingresos.
- Evaluación de persona (actitudes).
- Limpieza de materiales.
- Control de producción y distribución diaria.
- Atención de problemas del personal.
- Proyecciones de ventas.
- Promoción diaria.
- Cumplimiento de reglamento interno.
- Registro de tiempos.
- Optimización en la producción.

Plan Maestro: Adjunto en un documento diferente.

Análisis FODA

Fortalezas:

- Cuenta con 10 años de experiencia.
- Calidad en los productos.
- Buena ubicación de las sucursales.
- Calidad en el servicio.
- Personal capacitado.
- 2 tipos de sucursales.

Debilidades:

- Organización joven.
- Centrado en el cliente.
- No se cuenta con más documentos además del reglamento general y recetas de los productos.
- Pago único de salario mínimo sin prestaciones de ley.
- Valores sin definir.

Oportunidades:

- Extender su mercado.
- Expansión de sucursales.
- Ajustes en los contratos para evitar la rotación constante del personal.
- Cumplir con prestaciones de ley.

Amenaza:

- Multas y cargos por parte del SAT por evitar prestaciones de ley en sus empleados.
- Posibles demandas por incumplimiento de obligaciones patronales.
- Aumento de la tasa de rotación.

Factores internos y externos que impactan a la estrategia de recursos humanos.

Internos:

- Alta rotación de personal.
- Constante capacitación en el personal.
- Negar las prestaciones de ley.

Externas:

- Políticas económicas (SAT y LFT).
- Clima desfavorable.
- Enfermedades o levantamientos que impacten en la organización.

Inventario de empleados.

PUESTO	CANTIDAD DE PERSONAL	HABILIDADES REQUERIDAS	HABILIDADES DESEABLES	FACTORES DEMOGRAFICOS DESEABLES
CEO	1	Liderazgo, gestión financiera, toma de decisiones.	Experiencia internacional.	Edad 30-50 años.
				Sexo: Mujer/hombre.
				Escolaridad: Maestría o doctorado.
Gerente de producción	2	Gestión de operaciones y control de calidad.	Certificación en BPM y alto conocimiento en panificación.	Edad 28-45 años.
				Sexo: Mujer/hombre.
				Escolaridad: Lic en ingeniería de
Operario de producción	100	Manejo de maquinaria y seguimiento de recetas.	Experiencia en la panadería, cursos de seguridad alimentaria e higiene.	Edad:18-45 años.
				Sexo: Mujer/hombre.
				Escolaridad: Secundaria.
Gerente de ventas	2	Estrategias de venta y estudio y análisis de cada contacto	Experiencia en el área de ventas y manejo de softwares (CRM)	Edad 35-50 años.
				Sexo: Mujer/hombre.
				Escolaridad: Lic en mercadotecnia.
Vendedor	50	Atención al cliente y técnicas de ventas.	Cursos de servicio al cliente, capacidad de persuasión.	Edad 20-35 años.
				Sexo: Mujer/ hombre.
				Escolaridad: Lic en mercadotecnia.
Administrativos en general.	50	Organización, manejo de softwares y oficina.	Conocimiento contable y productividad	Edad 25-50 años.
				Sexo: Mujer/ hombre
				Escolaridad: Lic mercadotecnia.
Gerente de finanzas	2	Manejo eficiente de finanzas	Alta experiencia contable.	Edad 25-50 años.
				Sexo: Mujer/ hombre
				Escolaridad: Lic mercadotecnia.

Estructura organizacional funcional:



Se propone utilizar la estructura organizacional por funciones, ya que se mantiene un mejor control y porque en este punto si bien se trata de máximas autoridades ninguna sobre pasa a la autoridad del dueño o CEO ya que cada uno tiene asignadas funciones específicas para llevarlas a cabo, por otra parte, si se pretende un cambio o resultan problemas todos los cargos importantes con el CEO buscan la mejora para la institución.

Prevención de la rotación dentro de la organización

Me parece que para evitar la rotación constante del personal la opción cualitativa es la indicada, porque si bien como su nombre lo menciona podremos observar las cualidades y destrezas que tiene cada trabajador para hacerlas eficientes y mejores aportando conocimiento a los colaboradores, pero que resulta en beneficio de la organización.

Cabe mencionar que el Psicólogo Abraham Maslow realizó un estudio sobre el comportamiento humano de donde deriva la pirámide de las necesidades que consta de 5 peldaños, la primera son las necesidades físicas, seguidas de la seguridad, afiliación, reconocimiento y auto realización; curiosamente se dice que una de las más importantes y vitales para el ser humano son el reconocimiento es decir lo social, esto debido a que el ser humano propia naturaleza necesita ser escuchado, entendido y animado.

Si somos capaces de escuchar a otros y comprender su sentir seguramente podremos encontrar una muy buena solución que no solo se encamine al dinero sino que más bien pueda generar un vínculo de confianza entre obrero y patrón y de esta manera cubrir las necesidades de manera adecuada, cabe recalcar que no se descarta la opción cuantitativa ya que para el caso de la panificadora necesita arreglar ajustes en cuanto sus contratos y los pagos correspondientes que se le debe otorgar a un trabajador según lo estipulado en la Ley Federal del trabajo.