

REVISION DOCUMENTAL DE LOS TRABAJOS DE GRADO
DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE INSTITUCIONES DE SERVICIO
-LINEAS DE INVESTIGACION-

NAHYR MARLADY BELTRÁN PAEZ
SILVIA CASTAÑEDA BEJAR
OLGA XIMENA CELY SERRATO
YUDY FABIOLA FANDIÑO GOMEZ

DIRECTOR (a): Dra. AMPARO VELEZ RAMIREZ

SANTAFE DE BOGOTA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACION DE INSTITUCIONES DE SERVICIO
2001

REVISION DOCUMENTAL DE LOS TRABAJOS DE GRADO
DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE INSTITUCIONES DE SERVICIO
-LINEAS DE INVESTIGACION-

NAHYR MARLADY BELTRÁN PAEZ
SILVIA CASTAÑEDA BEJAR
OLGA XIMENA CELY SERRATO
YUDY FABIOLA FANDIÑO GOMEZ

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para obtener el titulo de
Administrador de Instituciones de Servicio.

DIRECTOR (a): Dra. AMPARO VELEZ RAMIREZ

SANTAFE DE BOGOTA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACION DE INSTITUCIONES DE SERVICIO
2001

TABLA DE CONTENIDO

	Pag
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I. ASPECTOS GENERALES	
1. MARCO DE LA REFERENCIA	
1.1. UNIVERSIDAD DE LA SABANA	3
1.2. PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE INSTITUCIONES DE SERVICIO	3
1.2.1. Objetivo del Programa Académico	5
1.2.1.1. Objetivo General	5
1.2.1.2. Objetivo Especifico	5
1.2.1.3. Visión	5
1.2.1.4. Misión	5
1.2.2. Áreas de formación con base en los documentos del programa Académico	6
1.2.2.1. Área Administrativa	6
1.2.2.2. Área Económica y Financiera	6
1.2.2.3. Área técnica	6
1.2.2.4. Área Humanística	7
1.3. LA INVESTIGACIÓN EN EL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE INSTITUCIONES DE SERVICIO.	7
1.4. LINEAS DE INVESTIGACION.	8
1.4.1. Formación de Investigadores	8
1.5. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL, DEFINICIÓN Y FUNCIONES	11
1.5.1. Funciones, recopilar, ordenar y ampliar la información existente sobre un tema específico.	13
1.5.2. Características Epistemológicas.	13
1.5.3. Etapas.	14
1.6. ESTADO DEL ARTE.	15
2. METODOLOGIA	16
2.1. OBJETIVOS	16
2.1.1. Objetivo General	16
2.1.2. Objetivos Específicos	16
2.2. POBLACION	16
2.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	17
2.4. PRESENTACION DEL TRABAJO.	18
3. CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE SERVICIO	18
3.1. SEGÚN AREAS DE FORMACIÓN	18
3.1.1. Según el área de formación administrativa	18
3.1.2. Según el área de formación económica y financiera	18
3.1.3. Según el área de formación técnica	19

3.1.4. Según el área de formación humanística	20
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN SEGÚN SU ESTRUCTURA	20
3.2.1. Según objetivos generales y conclusiones	20
CAPITULO II. ANALISIS GENERAL DE LOS TRABAJOS DE GRADO	21
4. ANÁLISIS DE LOS TRABAJOS DE GRADO DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE SERVICIO	21
4.1. SEGÚN AREAS DE FORMACIÓN	21
4.1.1. Áreas de mayor y menor influencia	22
4.2. SEGÚN TIPO DE INVESTIGACION A PARTIR DE SU ESTRUCTURA DE FORMACION	23
4.3. SEGÚN AREAS DE FORMACION Y ASIGNATURAS	24
4.4. SEGÚN OBJETIVOS GENERALES Y CONCLUSIONES	28
CAPITULO III. SUGERENCIAS Y CONCLUSIONES	65
5. SUGERENCIAS	65
6. CONCLUSIONES	66
LISTA DE ANEXOS	
LISTA DE CUADROS	
BIBLIOGRAFIA	

LISTA DE ANEXOS

- ANEXO 1: LISTA POR ORDEN ALFABÉTICO DE PALABRAS CLAVES O DESCRIPTORES.
- ANEXO 2: INDICE GENERAL POR AUTORES.
- ANEXO 3: LISTA DE DIRECTORES O ASESORES DE LOS TRABAJOS DE GRADO POR ORDEN ALFABETICO.
- ANEXO 4: TRABAJOS DE GRADO DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE SERVICIO SEGÚN ORDEN CRONOLÓGICO Y NUMERO DE RAAS DE LOS AÑOS DE 1993 A 2000.
- ANEXO 5: TIPOS DE INVESTIGACIÓN.
- ANEXO 6: RESÚMENES ANALÍTICOS.

LISTA DE CUADROS

- CUADRO 1: CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO POR AREAS DE FORMACIÓN.
- CUADRO 2: CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO POR AREAS DE FORMACIÓN Y POR AÑOS.
- CUADRO 3: CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO SEGUN TIPO DE INVESTIGACIÓN A PARTIR DE SU ESTRUCTURA DE FORMACIÓN Y POR AÑOS.
- CUADRO 4: CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE SERVICIO POR AREAS DE FORMACIÓN Y ASIGNATURAS.
- CUADRO 5: CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO SEGÚN OBJETIVOS GENERALES Y CONCLUSIONES POR ORDEN DE RAAS.
- CUADRO 6: CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO SEGÚN PRESENTE O NO, EL ENFOQUE INVESTIGATIVO POR AREAS DE FORMACIÓN, POR RAAS Y POR AÑOS.

INTRODUCCIÓN

“La Universidad de la Sabana en su condición de Universidad, es una comunidad de personas vinculadas por el fin participado del crecimiento desinteresado del saber superior gracias al cual se constituye una comunidad de saberes.

La Universidad de la Sabana exige en razón de su carácter institucional una gestión y una organización administrativa eficientes, mediante las cuales la planeación y ejecución estructural y funcional de los medios se supedita y se encamina a la gestión académica y a los fines de la Universidad.

Es una institución integrada que busca alcanzar un elevado nivel del saber, rectitud y servicio buscando siempre el bien común. En el desarrollo de sus actividades proporciona a sus integrantes todos los medios para lograr una verdadera educación superior, en cada facultad se incluyen adecuados contenidos de información científica, humanística, teológica, ética y metodológica en un ambiente en el cual cada alumno es el centro del proceso educativo.

En la Facultad de Ciencias económicas y Administrativas se cuenta con el programa de Administración de Instituciones de Servicio, cuyo interés es el de formar profesionales íntegros al servicio del país, emprendedores, con pensamiento estratégico y visión prospectiva, líderes capaces de elevar el nivel de calidad de vida a través de su gestión, tanto en empresas públicas como privadas de cualquier sector de la economía, o personas con capacidad para crear fuentes de empleo”.¹

Con el fin de contribuir al desarrollo investigativo de dicho programa es importante continuar con el estudio que inicialmente realizaron las alumnas Grace Victoria Quintero y María Antonia Salamanca, según la dirección de la Dra. Amparo Velez Ramírez, donde se clasifica y sistematiza los trabajos de grado presentados por los alumnos de Pre-grado desde 1989 a 1992, esta investigación se continuara con el fin de tener al día esta información, saber la situación actual, identificar los temas, determinar lo que se ha aportado, corregir las fallas y ratificar los aciertos para proporcionar así a los profesionales, docentes y alumnos, sugerencias que permitan elaborar trabajos de grado que enriquezcan el nivel administrativo y el conocimiento investigativo.

La primera parte del trabajo corresponde al marco de referencia que genera la investigación y proporciona los elementos básicos para el desarrollo del mismo, aportando conocimientos, creando expectativas que al desarrollo de esta darán respuesta a las inquietudes y podrá satisfacer enormes necesidades.

La segunda parte, hace referencia al análisis de los trabajos de grado de Administración de Instituciones de Servicio desde 1993 hasta el 2000, teniendo en cuenta las áreas de formación, el tipo de investigación a partir de sus estructura de formación, las asignaturas, objetivos generales, conclusiones y enfoque investigativo; ofreciendo un análisis exacto que ayude a determinar en que áreas de formación se inclinan los estudiantes, para la selección del tema y estructura de sus trabajos de grado.

¹ UNIVERSIDAD DE LA SABANA, PEI, Proyecto Educativo Institucional. Santafé de Bogotá. 1999.

En la tercera parte, las conclusiones y sugerencias, aportan lo necesario para promover nuevas investigaciones a través de la creación e identificación de líneas y sublíneas de investigación, en los diferentes campos de acción que ofrece la carrera de Administración de Instituciones de Servicio mediante la difusión y discusión de temas que justifiquen, garanticen y generen beneficios tanto al futuro profesional, como a la institución y a la comunidad en general.

CAPITULO I. ASPECTOS GENERALES.

1. MARCO DE REFERENCIA

1.1 UNIVERSIDAD DE LA SABANA

“ La Universidad de La Sabana nació a la vida institucional en 1971, con el nombre de Instituto superior de Educación a Distancia (INSE). Fue en 1977, cuando la Asociación para la enseñanza (ASPAEN), que había creado el INSE, hizo de él la Universidad de La Sabana que obtuvo reconocimiento del Ministerio de Educación el 14 de enero de 1980.

El INSE abrió sus puertas en el segundo semestre de 1971 con el programa de Administración Educativa y mas tarde el programa de Ciencias Sociales; y luego vinieron las facultades de Comunicación Social y Periodismo, Ciencias Económicas y administrativas y el Programa de enseñanza de las Bellas Artes.

En 1981 comenzaron labores la Facultad de derecho y posteriormente la de Ciencias de la Salud, Facultad de Educación; y dentro de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas el programa de Administración de Servicios de Bienestar actualmente llamada Administración de Instituciones de Servicio, luego se erigió la Facultad de Ingeniería que inició trabajos con el programa de Ingeniería de producción Agroindustrial. En 1991 nace el programa de Enfermería como parte de la facultad de Ciencias de la Salud y están a la puerta otros programas de Pre-grado y Pos-grado.

También pudo la Universidad ampliar su programa de extensión a la comunidad, surgieron el Instituto de Alta Dirección Empresarial (INALDE), y el Instituto de la familia; y para complemento de su Facultad de Educación, inicio hace ya varios años un programa de Maestría abierto a toda clase de profesionales de la pedagogía y de las ciencias a fines, así como un programa de Especialización en Dirección de Centros Educativos”.²

1.2 PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE INSTITUCIONES DE SERVICIO.

“En el año de 1984 dentro de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas se creo un nuevo programa: Administración de Instituciones de Servicio cuyas raíces se hayan en el Instituto de Ciencias Socio-Económico Familiares (ICSEF), creado por personas cercanas a la Universidad”.³

Es el único en su género en el país, capacita profesionalmente a la planeación, organización, dirección y control de Instituciones de servicio.

“La carrera de Administración de Instituciones de Servicio, es una disciplina que imparte conocimientos administrativos, técnicos y científicos al futuro profesional y desarrolla en él habilidades y destrezas que lo llevan a humanizar el mundo empresarial, a innovar, mejorar, crear y diseñar procesos para proporcionar servicios

² UNIVERSIDAD DE LA SABANA 20 AÑOS 1999. pag. 20, 21 y 22.

³ Idem. Pág. 28.

diferenciados y liderar con calidad y excelencia cualquier organización con enfoque directo al cliente.

Con este programa único en nuestro medio se forman profesionales íntegros al servicio del país, emprendedores, con pensamiento estratégico y visión prospectiva, líderes capaces de elevar el nivel de calidad de vida a través de su gestión, tanto en empresas públicas como privadas, de cualquier sector de la economía, o personas con capacidad para crear fuentes de empleo.

El proceso de formación que se realiza en las aulas y laboratorios es complementado vivencialmente como dos periodos de prácticas. En esta modalidad se lleva a cabo el aprendizaje en la acción.

En el primer periodo tiene como objetivo terminal, desarrollar en el alumno la capacidad de relación con el entorno a través del servicio a la comunidad, se diseña y se presta con responsabilidad social, con espíritu de participación y plena libertad, ayudando así a construir una sociedad más justa, con visión de progreso del hombre.

En el segundo periodo, el futuro profesional de esta disciplina, contrastará su conceptualización teórica con la realidad; desarrollará su capacidad directiva de investigación, análisis, innovación, administración participativa y perfeccionamiento en los procesos empresariales, en el sector servicio y en el sector real de la economía.

Aportará nuevas alternativas de solución a los diversos problemas para lograr una mayor productividad en beneficio de las organizaciones donde desarrollara su semestre de práctica.

El profesional de Administración de Instituciones de Servicio se encontrará en capacidad de:

- ◆ Gerenciar Instituciones de Servicio, con alto grado de contacto con el cliente, como clínicas, hospitales, hoteles, restaurantes, centros de convenciones, centros de recreación, centros asistenciales y culturales, colegios, universidades, entidades financieras, empresas de transporte y comunicaciones.
- ◆ Liderar procesos de calidad y mejoramiento continuo en todo tipo de empresas, con énfasis en el aspecto humano.
- ◆ Desempeñarse como docente en cualquiera de las áreas de su formación curricular.
- ◆ Presentar asesoría y consultoría en el montaje, diseño y rediseño en las empresas en los programas de servicio al cliente.
- ◆ Desarrollarse como investigador en las áreas específicas de formación.
- ◆ Ser gestor de empleo al crear nuevas empresas de servicio”.⁴

1.2.1 Objetivos del Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio.

Los objetivos del programa de Administración de Instituciones de Servicio buscan el bienestar de los miembros de la facultad, docentes, alumnos y demás personas que

⁴ FOLLETO UNIVERSIDAD DE LA SABANA, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Administración de Instituciones de Servicio. 1999.

hagan parte directa o indirectamente de ella; respetando la singularidad de las personas, reconociendo y estimulando su creatividad, su libertad, su sociabilidad y su expresividad.

Objetivo General

Impartir conocimientos administrativos, técnicos y científicos al futuro profesional y desarrolla en el habilidades y destrezas que lo lleven a humanizar el mundo empresarial, a innovar, mejorar, crear y diseñar procesos para proporcionar servicios diferenciados y liderar con calidad y excelencias cualquier organización con enfoque directo al cliente.⁵

1.2.1.1 Objetivos Específicos

1. Mejorar las comunicaciones internas y externas
2. Acreditar la facultad
3. Hacer y ejecutar el plan de formación de profesores.
4. Desarrollar investigaciones a nivel de profesores y alumnos, y publicarlas para que causen el debido impacto en el entorno.
5. Internacionalizar la facultad realizando convenios con otras Universidades, intercambiando alumnos y profesores.
6. Conseguir la participación de los estudiantes en todas las actividades de la facultad.
7. Mercadear y promocionar la Facultad a nivel nacional e internacional en colegios, empresas y sociedad.
8. Alcanzar la rentabilidad mínima de la Facultad cumpliendo el presupuesto.
9. Llevar a cabo programas sociales en la comunidad que ayuden a mejorar el nivel y la calidad de vida de los ciudadanos.
10. Implementar el programa de Finanzas y Negocios Internacionales, la Especialización en Mercadeo de Capitales y la Maestría en Servicio.⁶

1.2.1.2 VISION

Escuela innovadora de pensamiento humanístico, científico y práctico en las Ciencias Económicas y Administrativas, con prestigio nacional e internacional.⁷

1.2.1.3 MISION

Desde una perspectiva cristiana del hombre, la familia y la sociedad, la facultad busca estudiar, generar y difundir el conocimiento del hombre y su acción dentro de las organizaciones y los procesos de naturaleza económica, administrativa y de servicios propios de la gestión empresarial, con un profundo sentido de lo ético, lo trascendente, lo científico y lo técnico, lo humano y lo intelectual.

Todo ello con el fin de construir a través de las organizaciones una sociedad justa, solidaria y respetuosa de su entorno natural y social.⁸

⁵ FOLLETO UNIVERSIDAD DE LA SABANA. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. 1999

⁶ Idem

⁷ Idem

⁸ FOLLETO UNIVERSIDAD DE LA SABANA. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. 1999.

1.2.2. AREAS DE FORMACIÓN CON BASE EN EL PROGRAMA

En términos generales para los siguientes apartados se tomo como base "Documentación del programa de Administración de Instituciones de Servicio", páginas 3, 4 y 5 .

El programa de administración de instituciones de servicio busca formar al estudiante como un administrador generalista , un líder con espíritu emprendedor y con actitud de servicio que desarrolla sentido ético, humano y generador de cambio. En virtud de lo anterior, se debe enfatizar en las diferentes áreas de formación, relacionadas a continuación.

1.2.2.1. AREA ADMINISTRATIVA:

Su objetivo se centra en desarrollar habilidades y capacidades gerenciales a través de los procesos administrativos y de negociación.

Donde se tiene en cuenta lo que concierne al estudio de problemas, organización, actitudes y programas de acción aplicadas a la realización de un propósito.

Cuyas asignaturas como administración general, teoría del servicio, calidad, historia empresarial, gerencia de recursos humanos, dirección general, derecho entre otros, consolidan la teoría y la práctica de tal manera que las habilidades y destrezas que exige el trabajo tengan respaldo en los conocimientos adquiridos.

1.2.2.2. AREA ECONOMICA Y FINANCIERA:

Proporciona las herramientas financieras esenciales en cuanto al sistema económico y financiero para que pueda actuar en escenarios nacionales e internacionales.

Además gracias a estos conocimientos es capaz de entender e interpretar el mundo desde su visión humanística, con habilidades competitivas para crear servicio y generar cambios buscando máximos niveles de calidad con procesos de mejoramiento continuo a nivel económico y financiero.

Esta área además permite prever y crear empresas desarrollando el ámbito financiero y económico ante la actual situación económica que vive el País.

1.2.2.3. AREA TÉCNICA:

Proporciona conocimientos suficientes para que pueda tomar decisiones con criterio científico. Con 14 (catorce) asignaturas, donde es importante destacar asignaturas como gerencia de habitaciones, gerencia de alimentos y bebidas, protocolo y eventos, entre otros de interés general para el negocio específico del hotel.

Además se propone contribuir a la fundamentación científica-teórica de actividades específicas del trabajo profesional al igual que brindar información metodológica para el desarrollo de la investigación.

Esta área ayuda a colaborar en el desarrollo profesional del estudiante, refuerza el campo laboral en este genero ampliando su campo de acción en el mundo actual

1.2.2.4. AREA HUMANISTICA:

Que trasciende a entender al hombre como centro de desarrollo de cualquier tipo de proceso.

Además fundamenta la profesión con elementos suficientes de la cultura general, contribuye a la formación de criterios éticos y visionaria de la función social y humanística del trabajo.

El programa de Administración de Instituciones de Servicio crea una cultura, una cultura de servicio capaz de generar una visión humanista en la actual economía, basándose en materias como psicología organizacional, gerencia del servicio, tecnología del servicio, humanidades, antropología, compartimiento humano y organizacional, entre otros.⁹

1.3. LA INVESTIGACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE SERVICIO

Existen noventa y ocho (98) trabajos de grado de administración de Instituciones de Servicio, correspondientes a ciento sesenta y dos (162) alumnos del programa comprendidos desde 1993 hasta 2000, este número permite iniciar la sistematización del conocimiento disponible para tomar decisiones no solo a nivel administrativo, sino en la formación de la investigación en el campo universitario.

“Esta sistematización garantiza un uso social de la investigación en la administración donde se establece la evolución social de la formación de investigadores y el énfasis temático sobre sus probables esfuerzos, además estimula la producción de nuevas investigaciones o áreas de conocimiento de los trabajos de grado.

Permite además identificar las líneas de investigación que se han seguido y sistematizar el conocimiento acumulado, logros alcanzados, para obtener conclusiones, recomendaciones, sugerencias y propósitos que ayudan a fortalecer el programa de administración de Instituciones de Servicio.

Además gracias a esta investigación se establecen las tendencias mas destacadas y las temáticas en que cada uno de los estudiantes enfatizo para el desarrollo y seguimiento de la investigación que desarrolla, garantiza y estimula al igual nuevas áreas de conocimiento para de esta manera analizar y objetar cada uno de los parámetros que conllevan al enriquecimiento del programa.”¹⁰

1.4. LINEAS DE INVESTIGACIÓN

“Definidas como núcleos estables de investigación conformados por sub-líneas y por proyectos alrededor de un núcleo temático, encaminados a acumular sistemáticamente, en su desarrollo los conocimientos nuevos o disponibles y los que se han obtenido para consolidarlos como soporte teórico y/o aplicado.

Además orienta el desarrollo en lo científico y tecnológico apoyando la función educativa.

⁹ Fuente: Documentación “Programa de administración de Instituciones de Servicio”. Pags 3, 4 y 5 .

¹⁰ VELEZ, R. Amparo y CALVO, Gloria. Análisis de la Investigación en la Formación de investigadores, nueve años de maestría en educación de la Universidad de la Sabana. Santa fé de Bogotá 1999, pag 31.

Se debe tener en cuenta:

- Concepto: se define la temática de investigación y el campo de conocimiento de lo que se pretende desarrollar.
- Sentido : Con el que se caracteriza y especializa al investigador.
- Finalidad : soluciona problemas específicos.
- Exigencia : requiere conocimientos acumulados, estructura temática, apoyo institución, fundamentos metodológicos.
- Tipo: a nivel institucional, de facultad, carrera o programa.
- Actividades: Ofrecen asesoría, consultaría, conferencias proyectos de investigación.

Además estas líneas de investigación prescriben un diseño específico para la realización del trabajo, disponibilidad sobre temas, forma de prepara la síntesis del conocimiento”.¹¹

1.4.1. FORMACION DE INVESTIGADORES ¹²

Teniendo en cuenta el trabajo realizado es necesario conocer todo lo referente a los tipos de investigación, proceso metodológico y objetivos de cualquier investigación a realizar ; ya que esta es una referencia para diseñar y operar cualquier estudio a través de: planear, programar, organizar y ejecutar la grandeza de la creatividad.

El objetivo fundamental de la investigación es obtener datos válido, confiables y seguros. Solo hay una manera de obtener tales objetivos y esta es el método científico de realizar estudios en el área administrativa.

Una explicación de los métodos científicos de investigación empieza con la fundación del proceso del pensamiento racional, o sea discutir acerca de conceptos, conceptualización, definición e inferencias.

Por lo general hay dos tipos de investigación, una se llama investigación aplicada y sirve para tomar acciones y establecer políticas y estrategias. La otra se puede llamar pura, esta sirve para planear y tomar decisiones importantes.

La característica básica de la investigación aplicada es el énfasis en resolver problemas hacia la toma de decisiones importantes a largo plazo.

El concepto clásico del estudio puro científico exige la aprobación de hipótesis, pero en los estudios o investigaciones aplicadas, la investigación defectuosa de la investigación elimina dos tipos de investigaciones frecuentemente realizadas que son altamente valiosas.

¹¹ Idem, pag 35

¹² ICFES, Instituto Colombiano para el Fomento de la educación superior, serie aprender a investigar, módulos 1, 2, 5, Santa fé de Bogotá 1990.

La primera es la investigación exploratoria en donde el investigador conoce poco sobre el área de estudio donde todavía no se ve la necesidad de desarrollar hipótesis. El segundo tipo de investigación donde el investigador busca contestar, quien, que, cuándo, dónde, como de un problema, a este estudio de investigación se le llama investigación científica.

En la investigación científica se requiere que haya una serie de elementos esenciales:

- Problema del cual somos conscientes es una carencia o unos vacíos de conocimiento
- Los antecedentes son conocimientos disponibles.
- La orientación por pistas son hipótesis.
- Los procedimientos de indagación son los diversos métodos y técnicas diseñadas para recolectar y analizar la información necesaria.

De esta manera la investigación se describe como un proceso creativo, objetivo, controlado y crítico que sobre la base del conocimiento, busca resolver problemas produciendo conocimientos nuevos.

La investigación en el área administrativa a nivel mínimo se puede definir de la siguiente manera: " Una búsqueda para llevar información confiable a la solución de problemas ". La complejidad, profundidad y satisfacción dependen de los objetivos, diseño, recursos y herramientas disponibles.

La Ciencia es un cuerpo sistematizado de información que incluye principios, teorías y normas. Este punto de vista enfatiza los resultados acumulativos de la investigación, define la totalidad de nuestro conocimiento actual. La labor del investigador consiste en descubrir hechos y agregarlos al conjunto de información ya existente.

Una de la características del enfoque científico señalan que los procedimientos utilizados en el trabajo científico deben ser conocidos públicamente. Esto quiere decir que los informes de las investigaciones deben contener una completa información de los procedimientos utilizados para hacer posible a otros investigadores en la misma disciplina, seguir cada paso de la investigación. Las definiciones han de ser precisas.

El proceso metodológico debe ser claramente expresado en cuanto se refiere a procedimientos, las variables manejada y la forma como fueron medidas. La información obtenida debe ser objetiva. Los preconceptos en la recolección de información y en la interpretación de resultados, no tienen cabida e el trabajo científico; la objetividad es la clave del trabajo científico.

Un indicativo del valor científico de los resultados de una investigación es la posibilidad de que otros investigadores, en el campo de la administración puedan probar tales resultados, mediante la reproducción de los mismos, el procedimiento seguido ha de ser sistemático y acumulativo, en tal sentido que obedezca a uno de los principios de la ciencia cual es el de corresponder a un campo unificado de conocimientos. Así, el mayor propósito de la investigación ha de ser el de ofrecer un sistema organizado de proposiciones acerca del comportamiento de las investigaciones de trabajos de grado.

Los objetivos de la investigación, han de ser la descripción explicativa, la comprensión y la predicción del campo a desarrollar. el interés científico se centra en el por qué y

el cómo, lo cual hace posible probar y predecir las condiciones las cuales ciertos fenómenos o hechos podrán ocurrir. La predicción es el objetivo final de la investigación.

Existen una serie de actividades que se han emprendido, quienes han trabajado, como lo han hecho y hasta donde han llegado, estas actividades tienen en común un propósito general de desarrollar la ciencia y cada una en forma persigue objetivos específicos, como los son:

- La educación o formación de investigadores. Cuyo objetivo específico es permitir la apropiación de los conocimientos disponibles en la sociedad.
- La investigación, es generar o producir conocimiento nuevo, no disponible aún en la sociedad.
- Los servicios científico técnicos aplican sistemas o conocimientos previamente disponibles para la obtención de datos o conocimientos particulares, estos servicios o actividades pueden ser:
 - a) Actividades de metodología y normalización, como determinación de normas técnicas.
 - b) Actividades de control de calidad de materias primas, de procesos o de productos.
 - c) La recolección de datos, inventarios, registros o elaboración de estadísticas.
- Determinados estudios o servicios de tipo eminentemente descriptivo de casos particulares no generalizables como el estudio de mercadeo, factibilidad, productividad, estudio de casos jurídicos, administrativos, sistematización.
- Los servicios o actividades de consultoría, por medio de los cuales se recomienda frente a un problema específico la utilización de determinados métodos, procesos, informaciones conocidas, como la forma más adecuada de solucionarlo.
- Los servicios de documentación y extensión, con los cuales a través de diversos medios como demostraciones prácticas, cursos etc., facilita la utilización de los, conocimientos disponibles por parte de los usuarios.

La conducción y administración de la ciencia y tecnología, cuyo objetivo específico es la formulación de políticas, instrumentos de desarrollo de ciencia y tecnología.

Cualquiera de estas actividades ha podido comenzar como un simple servicio científico - técnico, y en el desarrollo de la misma puede convertirse en un verdadero proyecto de investigación científica, al ampliarse y modificarse el propósito inicial.

De esta manera podemos destacar que la formación de investigadores constituye un continuo proceso de ajuste, para resolver las contradicciones, problemas propias del descubrimiento de la creatividad de la persona en formular y desarrollar proyectos a reales investigaciones, esta investigación es la referencia para diseñar y operar cualquier estudio a través de: planear, programar, organizar y ejecutar la grandeza de la creatividad.

1.5. INVESTIGACION DOCUMENTAL DEFINICION Y FUNCIONES¹³

Esta investigación ha recurrido a la investigación documental por ello, se entiende, aquella actividad que se realiza antes de la formulación de un problema. Explica los procedimientos que se deben seguir para que una persona enfrente la realidad, la explique y pueda llegar a construir una teoría. Tiene como propósito la construcción y creación de teorías.

Se fundamenta en la interpretación es decir, exige un proceso reflexivo, en consecuencia es hermenéutica ; mientras más explícitos sean sus métodos de interpretación mayores serán sus alcances y logros.

Como meta la investigación documental siempre espera llegar a la síntesis del conocimientos, con el fin de intervenir los fenómenos con un mínimo de error y al menos, con mayor pertinencia y eficacia.

La investigación documental permite una comprensión totalizadora de lo aprendido, recopila evidencias, establece las pruebas, modos de actuación, descubre las flaquezas del saber, abre rutas a nuevas preguntas, deja sentado que se ignora, revisa los distintos modos de aproximación a los fenómenos, concluye y recomienda sobre el modo de afrontar lo cotidiano.

En la investigación documental se pueden caracterizar cinco momentos: La Interpretación, La Compilación de Evidencias, La Recomprensión de los Fenómenos, La Reflexión para la Acción Crítica y la Practica Social del Conocimiento, y, finalmente, la Naturalización de los Objetos de Estudio.

1. La Interpretación: trata de hacer una lectura de los resultados alcanzados en los procesos sistemáticos de conocimientos previos a ella. El conocimiento se logra a través de la observación y aplicación sobre nuevos fenómenos de la reflexión.
2. La Compilación de Evidencias: remite a los procesos alcanzados por la interpretación. En esta etapa se espera que la documentación cumpla su papel protagónico, su interés es hacer ver un fenómeno a través de lo evidente.
3. Recomprensión de Fenómenos: la función de la investigación documental es la búsqueda de la comprensión teórica de los problemas a los que se dirige su análisis o por lo menos el logro de la sistematización de las evidencias.
4. La Reflexión para la Acción Crítica y Practica Sobre el Conocimiento: el acto de la reflexión sobre la teoría es un acto de establecimiento de los límites y posibilidades de una explicación y por lo tanto, esta acción es escrita sobre la producción teórica o la que busca ser explicativa. Toda reflexión conduce a una crítica de la teoría siempre que esta busque ser una reconstrucción de la realidad.
5. La Naturalización de los Objetos de Estudio: es el procedimiento para desarrollar la definición del objeto de conocimiento. Esta se hace posible por la interpretación de los saberes específicos de la realidad.

¹³ VELEZ, R. Amparo y CALVO, Gloria. Análisis de la Investigación en la Formación de investigadores, nueve años de maestría en educación de la Universidad de la Sabana. El estado del arte o del conocimiento , Santa fé de Bogotá .1999 . pag 37

Para nuestro concepto la investigación documental puede definirse como un proceso de recolección de información sobre un tema específico que se ha tratado o al cual ya se ha hecho referencia.

El objetivo es establecer que aspectos se han dado a conocer, que estudios se han llevado a cabo y sobre que bases se han generado esos estudios de manera que pueda estimarse el grado de desarrollo del tema y de origen a la formulación de nuevas alternativas de solución en el orden económico, científico, social e industrial. Se trata entonces de hacer una búsqueda exhaustiva de toda la información concerniente a los objetos de estudio en los 25 trabajos de grado del Programa de Administración de Instituciones de Servicio.

Una vez recopilada la información, se puede analizar y precisar los aspectos tratados por cada autor en cada una de las diferentes fuentes encontradas para mostrar el grado de desarrollo y/o conocimiento del tema.

Posteriormente, se ordenan los datos encontrados, ya sean en orden cronológico o bajo un sistema que facilite su consulta en el contexto determinado.

Finalmente, se hace un análisis detallado de la información encontrada, especificando que facetas se han tratado, cuales son importantes y / o relevante, y de esta forma mostrar nuevas perspectivas de estudio que permitan ampliar su campo de investigación y cuyos resultados den origen a los mencionados Estados del Arte. Dichos Estados comprendían toda la información existente sobre un tema y determinan la condición actual del mismo, dentro de un enfoque específico para crear o llevar a cabo nuevos proyectos de investigación.

1.5.1. Funciones. Recopilar, ordenar y ampliar la información existente sobre un tema específico.¹⁴

Dar las razones pertinentes por las cuales se llevan a cabo un nuevo proyecto de investigación con base en estudios realizados anteriormente.

Presentar un nuevo material documental cuyo aporte, evite la repetición de estudios en áreas determinadas, amplíe la concepción del tema y detecte variables relacionadas con el mismo.

Facilitar la explicación de los resultados obtenidos en descubrimientos previos mediante el análisis comparativo de cada uno de ellos.

Comprender el sentido o significado teórico de los análisis realizados.

Buscar ser un punto de partida real o valiosos de conjeturas en torno al objetivo de estudio, para determinar posteriormente consecuencias que conlleven a nuevas y mejores soluciones.

Permite tener una visión global de los hallazgos encontrados en el área de estudio, sentando la posibilidad de formular nuevas preguntas o estableciendo los aspectos ignorados.

¹⁴ Idem, pag 38

1.5.2. Características epistemológicas

Germán Vargas Guillén, plantea como principal característica de la investigación Documental: “Que se fundamenta en la interpretación como modo de conocimiento y como método de trabajo científico”.

Es decir, busca explicar el sentido de una cosa o suceso que puede ser entendido de diferentes modos, es así como basándose en propuestas ya existentes, se determinan nuevos elementos confiables que sirvan de apoyo a posteriores investigaciones con relación a un problema definido y delimitado.

La Investigación Documental se basa en la información ya existente y/o en documentos pretéritos cuya importancia determinan la validez y confiabilidad del material que va a elaborarse constituyéndose así en una técnica de índole histórica que facilita la comprensión del fenómeno investigativo.

Al registrar la conformación concerniente a un tema, permite no solo conocer qué aspectos se han tratado sino que aporta algo nuevo a este conocimiento previo.

Esta investigación emplea básicamente el método deductivo, o de otra forma, de lo general a lo particular, tomando como origen los documentos conocidos para llegar a producir un aporte que clarifique o amplíe la concepción del objeto de estudio.

Teniendo en cuenta que la Investigación Documental parte de propuestas existentes o de trabajos de documentos ya elaborados en los que los autores han tratado aspectos diferentes, siempre está en un proceso de perfeccionamiento que permite la actualización o innovación del tema en cuestión.

1.5.3. Etapas¹⁵

“Según Germán Vargas Guillén, formulación, definición y delimitación del problema. La formulación consiste en expresar formalmente el problema que surge de la necesidad de estudiar nuevas facetas de un asunto ya tratado.

La definición por su parte, precisa que aspectos específicos de ese problema se quieren tratar o dar a conocer en la investigación.

La delimitación, precisa de donde parte y hasta donde puede llegar el estudio, sobre qué aspectos se quiere profundizar y en que contexto (s) (histórico, geográfico, económico, industrial, etc.) se va a ubicar el problema de investigación.”

Indagación o búsqueda de información existente.

En esta etapa se hace la recolección de toda la información que pueda ser de utilidad para el estudio, siempre y cuando provenga de fuentes confiables. Estas fuentes pueden ser primarias o secundarias.

Las fuentes primarias son aquellas que hacen referencia a los estudios hechos directamente por el autor. A este grupo pertenecen libros, artículos científicos, revistas,

¹⁵ Idem, Pag 38

boletines, tesis, diccionarios, y registros gráficos y sonoros como micropelículas, microfichas, planos, diapositivas, discos, cintas y películas.

Las secundarias, son todas aquellas que han sido elaboradas por otras personas. Entre ellas están revistas de resúmenes, catálogos, revisiones y reseñas bibliográficas y de tesis.

En general debe consultarse toda variedad de material que pueda encontrarse sobre el tema, para hacer más efectivo y profundo el proyecto de investigación.

Recopilación de información.

Empieza por hacer una selección de los temas tratados y realizados con el objeto de estudio, para descartar aquellos que contribuyen a complementar o ampliar la investigación y a compilar, aquellos que verdaderamente son esenciales para el proceso investigativo.

Esta información se consigna posteriormente en las fichas bibliográficas y de contenido, y en los respectivos resúmenes analíticos.

Ordenación.

Es la etapa en la que se hace una disposición metódica de la información encontrada y ya compilada en las fichas bibliográficas y de contenido y en los resúmenes analíticos. Los criterios de ordenación para las publicaciones pueden ser tomadas de algún texto o mediante un método propio que contribuya a hacer una consulta ágil, dinámica y sencilla.

Comparación o análisis y formulación de nuevas alternativas de solución al problema planteado.

Se basa en la contrastación o confrontación de los aspectos a que se hacen mención cada trabajo, observando las facetas de contacto y oposición que hayan para establecer así un punto de convergencia específico de cada una de estas facetas.

Este análisis es la parte fundamental en el trabajo de la Investigación Documental y donde se muestra el verdadero aporte del investigador al campo en el que está trabajando, para concretar bajo cada aspecto una sola información de los dichos por cada autor y reunirlos en un solo documento que sirva de apoyo a posteriores proyectos de investigación.

La información así analizada y comprendida en un solo texto, facilita al investigador la consulta de todo lo existente sobre un tema, además que le permite no solo conocer qué se ha hecho, sino que también, los sitios de localización del material encontrado para remitirse a él si así lo estima conveniente, para profundizar o mirar en detalle cada una de las facetas de cada trabajo.

Por otra parte, la información estructurada de esta manera, evita o disminuye el tiempo empleado por el investigador en la búsqueda de información sobre el tema, agilizando así el proceso de investigación.

De otra manera, el tiempo que el investigador gana con un documento de esta índole, le permitirá concentrar sus energías en el perfeccionamiento de su proyecto de

investigación o en el planteamiento de nuevas alternativas de solución al problema formulado.”

1.6. ESTADO DEL ARTE¹⁵

Consiste en reconstruir una situación, sacar unas conclusiones y sugerir o proponer mejoras en el área estudiada.

Para preparar un Estado del Arte se debe tener en cuenta:

- La contextualización: Determina el objeto del estudio, los límites del mismo, los recursos documentales seleccionados y los criterios para la misma.
- La clasificación: de la información según parámetros de análisis que pueden incluir el tipo de documento, el año de publicación, objetivos del estudio, disciplinas que sustentan dichos trabajos, nivel conclusivo de los estudios.
- La categorización: Fundamentan el trabajo de ordenación interpretativa tendiente a establecer las prácticas de investigación en relación con el tema. Pueden ser internas lo cual quiere decir que se destacan o explicitan a partir de un estudio de la documentación desde el punto de vista de las temáticas las metodológicas, los hallazgos, las teorías los estudios prospectivos o retrospectivos; o bien pueden ser externos con la cual el Estado del Arte tiene una tercera actividad consistente en ver el tipo de aparte que ofrece desde la panorámica sociocultural en el que un área de investigación se desarrolla.
- El análisis: intenta buscar cuáles son los centros fundamentales de producción de saber en un área o en un problema; cuál es la tendencia de crecimiento futuro de la investigación, cómo podría lograrse que la comprensión de una problemática llegue a traducirse en decisiones. De este modo, de constituirse y de prever alternativas para probar lo ya conocido, pero no es capaz de generar nuevas estrategias metódicas.

2. METODOLOGIA

Este proyecto se desarrolló con base en la Investigación Documental: “Estado del Arte o del Conocimiento”: por ser esta la más adecuada para lograr el desarrollo de los objetivos.

2.1. OBJETIVOS

2.1.2. Objetivo General.

Analizar los trabajos de grado que han presentado los alumnos de Administración de Instituciones de Servicio de la Universidad de la Sabana a partir del año 1993, con el fin de identificar las líneas de investigación que se han sugerido y sistematizar el conocimiento acumulado y los logros alcanzados, para obtener conclusiones, recomendaciones y sugerencias que ayuden a fortalecer el programa.

¹⁵ Nota: Este apartado está tomado en su totalidad de, VELEZ R. Amparo y CALVO, Gloria. Análisis de la investigación en la formación de Investigadores. 9 años en la Maestría en Educación de La universidad de la Sabana, El Estado del Arte y del Conocimiento. Universidad de la Sabana, Santafé de Bogotá, 1992

2.1.3 Objetivos Específicos.

- Analizar los trabajos de grado, con el fin de realizar una descripción por temas, metodologías y propuestas de acción del mismo.
- Identificar líneas de investigación que se han utilizado en los trabajos de grado para sistematizar el conocimiento acumulado y determinar los logros alcanzados.
- Recomendar y sugerir alternativas de investigación sobre temáticas en la Administración de Instituciones de Servicio, de acuerdo a las políticas establecidas por la Investigación Universitaria.

2.2. POBLACIÓN

Esta constituida por noventa y ocho (98) trabajos de grado elaborados por los alumnos de Pregrado del programa de Administración de Instituciones de Servicio, desde 1993 hasta el 2000. (Ver anexo 4)

2.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION Y PROCESAMIENTO DE DATOS

“Para la sistematización de los trabajos de grado de Administración de Instituciones de Servicio, se utilizaron los Resúmenes Analíticos de Administración de Instituciones de Servicio (RAAS), que se presentan de la siguiente forma:

TITULO: Nombre del documento.

AUTOR: Nombre del autor o autores.

PUBLICACION: Se enuncia el tipo de documento, editorial, ciudad, fecha, número de páginas, y demás apartes que forman parte del contenido del documento, páginas, anexos, figuras, tablas.

DESCRIPCION: Da una idea general y completa sobre el documento. Quien lea la descripción debe formarse una primera visión global de su contenido. Muchas veces conviene redactarlo de último cuando se tenga precisado el Resumen Analítico total. De tal manera que la información consignada pueda formar parte del resumen de manera de resumen del resumen.

PALABRAS CLAVES: Son de gran importancia para la ubicación y recuperación de la información. Deben estar expresados según como buscaría el usuario el documento a que hace referencia esa palabra clave. Mínimo cuatro palabras claves por documento.

FUENTES: Son de gran importancia para conocer y mostrar tanto la teoría y la metodología que alimenta el documento así como para saber cual es el carácter de la fundamentación del autor. Se elabora un listado de los principales documentos o fuentes de información, describiendo el nombre del autor, nombre de la obra, editorial, ciudad, fecha.

CONTENIDO: Aquí se señalan los pasos de la investigación, estudio, objetivos y principales elementos que aluden al contenido del mismo documento. A veces se utiliza enunciar los títulos de los capítulos destacando lo principal de cada uno de

ellos. Se realiza un resumen del contenido del documento informando los aspectos más relevantes.

METODOLOGIA: Señala los pasos y técnicas metodológicas empleadas en el trabajo realizado por el autor tales como métodos de investigación empleados (encuestas, entrevistas, tesis, etc.). El autor puede especificarlo en la introducción o en el desarrollo y contenido del mismo. Así mismo puede no encontrarse y en este caso se omitirá del resumen Analítico.

CONCLUSIONES: Destacar aquellas que señalan en el documento consultado para ellos el final de cada capítulo, el resumen o al final del documento mismo. Así mismo pueden destacarse citas de autor, cifras o datos y recomendaciones si estas aparecen. Se omitirán del resumen si en el texto no se incluyen.

NUMERO DE ACCESO: Corresponde a la numeración dada por la entidad, Biblioteca, Centro de Investigación; y al nombre de la Entidad de donde se extrajo la información.

AUTOR DEL RESUMEN ANALITICO: Se escribe el nombre de la persona que realiza el resumen.¹⁶

2.4. PRESENTACION DEL TRABAJO

Para ello se siguió el modelo utilizado la tesis titulada “Revisión Documental de los Trabajos de Grado del Programa Académico de Administración de servicios de Bienestar” estudio realizado por Grace Victoria Quintero y María Antonia Salamanca. “El Estado del Arte o del Conocimiento” ISBN 958-12-0113-0. Estudio realizado por las Doctora Amparo Velez Ramírez.

3. CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE SERVICIO.

Para la adecuada organización de la población, objeto de la investigación, se requiere una clasificación de acuerdo a diferentes criterios que permitan manejar adecuadamente la información recopilada durante el trabajo de campo y de esta manera facilitar la interpretación de la misma, así:

3.1. SEGÚN AREAS DE FORMACIÓN

Las áreas de formación se encuentran determinadas dentro de la estructura misma del programa de Administración de Instituciones de Servicio.¹⁷

- Administrativa y de servicio
- Económica – Financiera
- Técnica
- Humanística

3.1.1. SEGÚN EL AREA DE FORMACIÓN ADMINISTRATIVA¹⁸

¹⁶ Criterios modelos tomados por VELEZ, A; y CALVO, G. Análisis de la investigación en la formación de investigadores, nueve años de la maestría en la educación de la Universidad de la Sabana, El Estado del Arte y del Conocimiento, 1992, Santafé de Bogotá, Colombia.

¹⁷ Datos suministrados por pésum académico del programa de Administración de Instituciones de Servicio. 1999.

Esta área de formación ocupa el mayor porcentaje de asignaturas dentro del programa de Administración de Instituciones de servicio, con un 39%.

Comprende específicamente las siguientes asignaturas:

- Introducción a la administración
- Introducción a la teoría del servicio
- Administración general
- Administración de la producción
- Organización y métodos
- Administración de servicios generales
- Gerencia de habitaciones
- Calidad y mejoramiento continuo I y II
- Psicología Organizacional
- Historia Empresarial
- Protocolo y eventos
- Seminario de práctica I y II
- Microempresarios I y II
- Taller de creatividad y logros
- Instituciones políticas
- Derecho laboral
- Gerencia de Recursos Humanos
- Gerencias de Alimentos y Bebidas
- Dirección General I y II
- Gerencia del servicio
- Administración pública
- Derecho comercial
- Auditoria y control de gestión
- Seminario de organizaciones exitosas
- Seminario de derecho tributario

3.1.2. SEGÚN ÁREA DE FORMACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA¹⁹

Esta área de formación se encuentra conformada por el 22% del total de las asignaturas del programa:

- Matemáticas
- Contabilidad I y II
- Estadística
- Sistemas I y II
- Costos
- Mercadeo
- Análisis financiero
- Economía general
- Evaluación de proyectos
- Mercadotecnia de servicio
- Economía colombiana
- Mercadeo y negocios internacionales
- Economía Internacional

¹⁸ Idem.

¹⁹ Idem

3.1.3. SEGÚN AREA DE FORMACIÓN TÉCNICA²⁰

Esta área de formación comprende el 19% de las asignaturas:

- Química general
- Mantenimiento y equipos
- Bioquímica
- Química aplicada
- Análisis de espacios
- Bromatología
- Nutrición
- Conservación de prendas
- Conservación de alimentos y bebidas
- Técnicas de alimentos I y II
- Enología
- Menús
- Técnica de servicio de alimentos y bebidas

3.1.4. SEGÚN AREA DE FORMACIÓN HUMANÍSTICA²¹

Esta área de formación comprende el 19% de las asignaturas:

- Antropología
- Filosofía
- Metodología
- Técnicas de expresión oral y escrita
- Teología
- Inglés I, II y III
- Pensamiento social y contemporáneo
- Filosofía, familia y sociedad
- Ética general
- Ecología
- Ética profesional
- Trabajo de grado

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN SEGÚN SU ESTRUCTURA.²²

Para esta clasificación se determinó la investigación que se aplicó en cada uno de los trabajos de grado analizados teniendo en cuenta el objetivo general, metodología y conclusiones.

Esto permite distinguir ocho tipos de estudios a saber:

- Descriptivos
- Tendencias
- Predictivos o de factores
- Explicativos

²⁰ Idem

²¹ Idem

²² QUINTERO, Grace Victoria, SALAMANCA, María Antonia, Revisión Documental de los trabajos de grado de Administración de Servicios de Bienestar, 1989-1992.

- Comprensivos
- Estandarización, normalización o valoración
- Estadísticos
- Investigación sobre la investigación

3.2.1. SEGÚN OBJETIVO GENERAL Y CONCLUSIONES.

Implicó una consideración de tipo (o nivel) de conocimientos que los estudiantes tratan de establecer, esta clasificación se refiere a los resultados a los cuales llegan los autores de cada uno de los trabajos de grado respecto al objetivo, y el desarrollo de todo el trabajo. De las diferentes conclusiones se seleccionaron las que de acuerdo al objetivo presentaron un balance final de la investigación y demostraron su alcance y calidad, a la vez presenta en forma lógica, clara y concisa los resultados de la investigación.

CAPITULO II. ANÁLISIS GENERAL DEL TRABAJO

4. ANÁLISIS DE LOS TRABAJOS DE GRADO DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE SERVICIO.

A continuación se presentarán los datos obtenidos de los resúmenes analíticos teniendo en cuenta: áreas de formación, tipo de investigación, asignaturas, objetivos generales, conclusiones y enfoque investigativo.

De tal forma que se pueda desarrollar e incentivar investigaciones por parte de los alumnos en las diferentes áreas de formación, para que causen un impacto en el entorno tanto universitario como profesional.

4.1. SEGÚN AREAS DE FORMACIÓN.

En este numeral se exponen los resultados obtenidos del análisis documental de los trabajos de grado según las cuatro áreas de formación expuestas anteriormente.

CUADRO N° 1.
CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO POR AREAS DE FORMACION.

AREAS	TOTAL	%
ADM INI STRATI VA	69	70.40
ECONOMI CA Y FI NANCI ERA	16	16.32
TECNI CA	7	7.14
HUMANI STI CA	6	6.12
TOTAL	98	99.98

El cuadro 1 presenta la clasificación general de los 98 trabajos de grado así:

En el área administrativa 69 RAAS Números: 049, 052, 053, 054, 055, 056, 059, 060, 061, 062, 063, 064, 065, 066, 067, 068, 070, 071, 072, 073, 075, 078, 079, 081, 082, 083, 084, 085, 086, 087, 088, 089, 090, 092, 093, 094, 095, 097, 098, 099, 100, 103, 105, 107, 108, 109, 110, 111, 113, 115, 117, 119, 121, 123, 126, 128, 129, 130, 131, 132, 134, 135, 136, 137, 139, 142, 143, 145, 146; en el área económica y financiera fueron 16 RAAS números: 050, 077, 080, 091, 102, 106, 112, 114, 116, 120, 122, 124, 125, 133, 140, 141; en el área técnica fueron 7 RAAS números: 051, 057, 058, 076, 138, 096, 127; en el área Humanística fueron 6 RAAS números: 069, 074, 101, 104, 118, 144.

La distribución por años de las áreas de formación se pueden observar en el cuadro N° 2:

CUADRO N° 2.
CLASIFICACIÓN DE LOS TRABAJOS DE GRADO POR AREAS DE FORMACION
Y POR AÑOS

AREAS DE FORMACION	AÑOS								
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	TOTAL
ADMINISTRATIVA	15	8	18	8	11	6	1	2	69
ECONOMICA Y FINANCIERA	1	2	1	3	6	3	0	0	16
TECNICA	3	1	1	0	1	1	0	0	7
HUMANISTICA	0	2	1	1	1	0	1	0	6
TOTAL	19	13	21	12	19	10	2	2	98

4.1.1 AREAS DE MAYOR Y MENOR INFLUENCIA

Los alumnos de Administración de Instituciones de Servicio se encaminan más a realizar sus trabajos de grado en el área Administrativa, ya que teniendo en cuenta el programa académico, el nivel de asignaturas es mayor con 69 trabajos de grado, equivalentes al 39%, con relación a las demás áreas de formación; por tal motivo se podría inferir que los alumnos se sienten mejor preparados, en la realización de sus trabajos, otro factor que influye para determinar el área de enfoque, lo constituye la práctica administrativa empresarial; la cual muchos de los estudiantes descubren su campo de acción.

En el ámbito humanístico se destaca la falta de interés por parte de los estudiantes para la realización de sus trabajos de grado, el cual se nota en los únicos seis (6) trabajos de grado que representan el 6.12%; es importante analizar los factores por los cuales no se han presentado temas que colaboren al desarrollo de los principios éticos, filosóficos, humanos, familiares y sociales que garanticen el respeto a los valores del hombre y de la comunidad, ya que ampliando conocimientos en las asignaturas de relaciones humanas Etico – Profesional, Ética General, Filosofía, Educación en la familia, etc., se lograría alcanzar algunas metas fundamentales para la institución, logrando así su misión, la cual expone, que la “Universidad de la Sabana, Institución Civil de Educación Superior, procura que profesores, alumnos y demás miembros del claustro universitario se comprometan libremente, en unidad de vida, con coherencia de pensamiento, palabra y acción, a buscar, descubrir, comunicar, y conservar la verdad, en todos los campos del conocimiento, con fundamento en una concepción cristiana del hombre y del mundo, como contribución al progreso de la sociedad. Promueve el respeto a la dignidad trascendente de la persona humana y, en un ambiente de libertad responsable, propicia el funcionamiento

integral de todos los miembros de la comunidad universitaria, con una atención personalizada y un ejercicio académico, creativo, riguroso e interdisciplinario”.²³

“Su visión la cual se proyecta hacia el futuro teniendo como punto de partida su realidad interna y las fuerzas externas que gravitan en el presente. Desde esta perspectiva, se quiere hacer de la Universidad de la Sabana un foco del saber superior, de primer orden, al servicio de la persona, de la familia y de la sociedad. Fomentando así hombre doctos con sentido cristiano de la vida”,²⁴ el programa y el profesional quienes tienen la obligación de servicio a la sociedad haciendo el mejor uso del recurso y de las oportunidades por ello es importante, promover y motivar a los alumnos a promover la investigación en el ámbito humanístico.

4.2. SEGÚN TIPO DE INVESTIGACIÓN A PARTIR DE SU ESTRUCTURA DE FORMACIÓN Y POR AÑOS.

CUADRO N° 3.

CLASIFICACIÓN DE LOS TRABAJOS DE GRADO SEGUN TIPO DE INVESTIGACION A PARTIR DE SU ESTRUCTURA DE FORMACION Y POR AÑOS.

SOBRE LOS FENOMENOS DE LOS HECHOS		AÑOS								TOTAL
		1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	
1. DESCRIPTIVOS	DI FERENCIALES	050			108					2
	CORRELACIONAL	055		096, 099	110	114	136			6
	DE CASO	049, 052, 053, 054, 056, 057, 058, 060, 061, 062, 064, 065, 066, 067	068, 070, 071, 072, 073, 074, 075, 076, 077, 078, 079, 080.	081, 082, 083, 084, 085, 086, 088, 089, 090, 091, 092, 093, 094, 097, 098, 100	102, 103, 104, 106, 107, 109, 113,	115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 128, 129, 130, 131, 132	133, 134, 135, 137, 138, 139, 141, 142,	143	145, 146	77
2. TENDENCIAS	RETROSPECTIVO						140			1

²³ Universidad de la Sabana, P.E.I. Proyecto Educativo Institucional, Págs. 3. Santafé de Bogotá 1999.

²⁴ Idem. Pág. 8

	PROSPECTIVO				111					1
3. PREDICTIVOS	CORRELACIONAL									0
	REGRESION									0
4. EXPLICATIVA	EXPERIMENTAL									0
	CAUSAL COMPARATIVA					127				1
	CUASI -EXPERIM									0
5. COMPRESIVOS	ANALISIS DE CONTENIDO									0
	SEMI OLOGICOS									0
	ETNOGRAFICOS			101						1
	HISTORICOS									0
6. ESTANDARIZACION	NORMALIZACION									0
7.EVALUATIVOS		051, 063.	069	095	105, 112,	119				7
8. INVESTIGACION SOBRE LA INVESTIGACION	BIBLIOGRAFIAS SISTEMATICAS			087						1
	RESEÑA									0
	ESTADO DEL ARTE	059						144		2
TOTAL		19	13	21	12	20	10	2	2	98

En este numeral se presenta un análisis descriptivo en el que se ubican y clasifican los trabajos de grado de acuerdo al tipo de investigación utilizada por los estudiantes (ver cuadro numero 3), la mayoría de los estudios corresponden, según la clasificación del tipo de investigación de los mismos, a los descriptivos de caso que cubren el 78.57% de la totalidad de los trabajos de grado.

Se encuentran 7 estudios en el tipo de investigación evaluativo el cual representa el 7,14% de los mismos, existen 6 estudios en la investigación descriptiva correlacional con un 6,12%, se encuentran 2 estudios en el tipo de investigación diferencial y estado del arte que corresponde al 2,04%, los demás tipos de investigación son menos significativos como se destaca en el cuadro anterior, por ejemplo: el de tipo comprensivo etnográfico, tendencias retrospectivo y prospectivo, explicativo causal comparativo y bibliografía sistemática. (Ver anexo 5)

4.3. SEGUN AREAS DE FORMACION Y ASIGNATURAS.

CUADRO Nro. 4

CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO DE ADMINISTRACION DE INSTITUCIONES DE SERVICIO POR AREAS DE FORMACION Y ASIGNATURAS

AREA ASIGNATURA	ADMINISTRATIVA	ECONOMICA Y FINANCIERA	TECNICA	HUMANISTICA
Introducción a la administración	131			
Introducción a la teoría del servicio				
Administración General	126			
Administración de la Producción				
Organización y metodos	053,078,095,098,100,108,115,137			
Administración de Servicios Generales	060,071,079,082			
Gerencia de Habitaciones Calidad y Mejoramiento continuo I y II	054,059,087,109135,136			
Psicología organizacional				
Historia empresarial				
Protocolo y eventos	055,134			
Seminario de prácticas I y II				
Microempresarios I y II				
Taller de creatividad y				

logros				
Instituciones políticas				
Derecho laboral				
Gerencia de Recursos Humanos	052,061,063, 064073,075,0 81,083084,08 6,089, 093,097,103, 105129,132,1 42,145			
Gerencia de alimentos y bebidas	056,070,072, 117119,123,1 30,139, 146.			
Dirección General I y II	111			
Gerencia del servicio	049,062,065, 066,067,068, 085,088,090, 099,107,110, 121, 128			
Administración pública	143			
Derecho Comercial				
Auditoría y control de Gestión	092,094,113			
Seminario de organizaciones exitosas				
Seminario de Derecho tributario				
Matemáticas				
Contabilidad I y II				
Sistemas I y II		112		

Costos		141		
Mercadeo		050,080,091, 102106,116,1 20,133		
Análisis financiero		122,124		
Gerencia de Banca		125		
Economía General				
Evaluación de proyectos		114		
Mercadotecnia del Servicio		077		
Economía Colombiana Mercadeo y Negocios internacionales		140		
Economía internacional				
Química general				
Mantenimientos u equipos				
Bioquímica				
Química aplicada				
Análisis de espacios				
Bromatología			138	
Nutrición			058, 076	
Conservación de prendas			096, 127	
Conservación de				

alimentos y bebidas				
Técnicas de alimentos I y II			051,057	
Enología				
Menús				
Técnicas de servicio de alimentos y bebidas				
Antropología				
Filosofía				
Metodología de la investigación				069,118,144
Técnicas de expresión				
Teología				
Ingles I, II y III				
Pensamiento social y contemporáneo				
Filosofía, familia y sociedad				101
Ética general				
Ecología				074,104
Ética profesional				
TOTAL	69	16	7	6

En el siguiente análisis se relacionan las asignaturas con los datos obtenidos en cuadro Nro. 1. "Clasificación de los trabajos de grado de Administración de Instituciones de Servicio", en el cual se exponen los porcentajes obtenidos de los trabajos de grado según las áreas de formación.

SEGÚN EL ÁREA ADMINISTRATIVA: Se analizan 69 RAAS, equivalentes al 70.4% del trabajo. Estos datos reflejan claramente el interés de los estudiantes por las asignaturas que comprenden procesos de recursos humanos con 19 RAAS, seguido de gerencia del servicio con 14 trabajos analizados, siguen en su orden gerencia de alimentos y bebidas con 9 trabajos analizados, organización y métodos

con 8 trabajos , calidad y mejoramiento continuo 6 trabajos, administración de servicio generales 4 trabajos, auditoria de control y gestión 3 trabajos.

El análisis de estos trabajos enfatiza el desarrollo cognoscitivo de la administración aplicada en diferentes niveles de las instituciones u organizaciones de servicios como hoteles, clínicas, hogares geriátricos, centros de convenciones, restaurantes y lavanderías.

SEGÚN EL ÁREA ECONÓMICA Y FINANCIERA: Se analizan 16 RAAS, equivalentes al 16,3% del total del trabajo. Reflejando el interés de los estudiantes por realizar sus trabajos de grado en las asignaturas de mercadeo con un 50% con respecto al total de trabajos realizados en esta área, análisis financiero con dos trabajos, correspondientes al 12,5%.

SEGÚN EL ÁREA TÉCNICA: Se analizan siete RAAS, equivalentes al 7,1% con respecto a la totalidad de los trabajos . Estos datos reflejan el poco interés del estudiante por asignaturas que comprenden: bromatología, nutrición, conservación de prendas y técnicas de alimentos entre otras.

SEGÚN EL ÁREA HUMANÍSTICA: Se analizan 6 RAAS, equivalentes al 6,1% de la totalidad de los trabajos , las asignaturas de mayor aceptación para realizar sus trabajos de grado en esta área son : Metodología de la investigación, ecología y filosofía y familia respectivamente.

Es necesario que los docentes de la Universidad de la Sabana del programa académico de Administración de Instituciones de Servicio, incentiven y motiven a sus alumnos a realizar sus trabajos de grados en las asignaturas correspondientes a las áreas técnica y Humanística.

4.4. SEGÚN OBJETIVOS GENERALES Y CONCLUSIONES POR ORDEN DE RAAS

CUADRO Nro. 5: CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO SEGÚN OBJETIVOS GENERALES Y CONCLUSIONES POR ORDEN DE RAAS

<i>RAAS</i> <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
49 COMO LLEGAR A LA GERENCIA DEL SERVICIO A TRAVES DE UN ESQUEMA TEORICO	lograr recopilar un esquema teórico y que se lleve a una organización a orientarse hacia el servicio , que incremente una cultura, cree nuevas expectativas de calidad, propicie un tema de motivación, suministre recursos necesarios para la solución de problemas y se pueda por medio de éste la ejecución de un trabajo de alta calidad que reporte resultados beneficiosos a una empresa. En segunda instancia descartar el vacío que en mi concepto existe teóricamente en el tema de gerencia del servicio y que por medio de esta recopilación, se mostrará una guía de referencia para mejorar el servicio de una manera eficaz y novedosa.	- poner en práctica un modelo como el planteado en gerencia del servicio , es un componente esencial en todas las decisiones importantes de una organización . Brindar ese servicio es una actividad continua que lleva la competitividad profesional. -Encontramos que los servicios son un costo para las compañías , pero en cambio se mejora el paquete total de servicios y esta cultura permite tener una relación directa entre su productividad y rentabilidad. -La necesidad de alcanzar la excelencia en lo que estamos haciendo nos lleva a poner en práctica todos los sistemas , métodos y políticas que existan en cuanto al servicio , por eso con ese trabajo presentado se pretende alimentar a la gente que se ocupa de los servicios	ADMINISTRATIVA
50 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DE ADMINISTRACIÓN DE PROPIEDAD HORIZONTAL.	El presente trabajo tiene como objetivo la realización de un estudio de factibilidad para el montaje de una empresa de administración de propiedad horizontal; esta información permite ubicar al lector con respecto a las etapas a seguir en el desarrollo de dicho estudio.	Por el gran numero de conjuntos residenciales existen y en construcción, se terminan que la demanda potencial es favorable para el montaje de la empresa.	ECONÓMICO Y FINANCIERA
51 ESTUDIO TECNICO Y ADMINISTRATIVO PARA LA OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO	Este trabajo pretende efectuar un estudio que conlleve a la optimización del servicio de cafetería de la Universidad de la Sabana (Campus Universitario), teniendo en cuenta parámetros de mercado, técnicos y administrativos. Propone la planeación de parámetros mercadológicos y	La mayor parte de la población de la Universidad de la Sabana prefiere: El consumo de comidas rápidas al almuerzo completo, por el sometimiento al tiempo y poca variedad de los	

RAAS	TITULO	OBJETIVOS GENERALES	CONCLUSIÓN	AREA DE FORMACION
	<p>DE CAFETERIA DE LAS INSTALACIONES DEL CAMPUS UNIVERSITARIO UNIVERSIDAD DE LA SABANA.</p>	<p>administrativos y programación de menú patrón, preparaciones, requerimientos y especificaciones de menaje con un equipo basado en las exigencias del servicio, determina las actividades de dirección de personal de servicio de alimentos que conlleve al desarrollo y conservación del recurso humano.</p>	<p>últimos. Los productos de pastelería a las golosinas, ya que son más nutritivas y apetitosas Las bebidas frías a las bebidas calientes, por la labor que se realiza durante el día y el ambiente donde se desarrolla.</p> <p>Los alimentos que la mayor parte de la población considera poco aceptables en cuanto a carnes, tubérculos, hortalizas, verduras, frutas y cereales son respectivamente: vísceras, arracacha, nabos, rábanos, piña, garbanzo, por sus características físico – organoléptico. Siendo de mayor preferencias alimentos como: pollo, papa, apio, melón y arroz, los cuales se toman como base para la planeación de menús y garantizan variedad en las preparaciones</p> <p>La capacidad y funcionalidad del equipo en un servicio de alimentos depende exclusivamente del tipo de servicio y el menú planeado que se pretende brindar, lo que permite un ofrecimiento eficiente y eficaz.</p> <p>Para asegurar la calidad en el servicio es necesario entender las tareas que se van a desempeñar y los objetivos que se pretenden lograr enfocados a la satisfacción del cliente.</p>	AREA DE FORMACION
52	<p>MANUAL DE FUNCIONES PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO QUE LABORA EN HOGARES GERATRICOS</p>	<p>Este trabajo pretende establecer la correspondencia entre los perfiles de los diversos cargos administrativos y operativos que constituyen la organización de los Hogares Geriátricos en Bogotá, y el nivel de capacitación de las personas que los desempeñan, a fin de aportar las herramientas administrativas que faciliten la selección y contratación de un personal comprometido con la búsqueda del bienestar que el adulto mayor requiere y merece.</p>	<p>Actualmente los hogares Geriátricos son una solución para los ancianos y sus familias, día a día se perfeccionan los servicios que allí se presentan. De acuerdo con el estudio realizado, se infiere que el costo de la atención en una institución de este tipo, esta directamente relacionada con el personal que se cuenta.</p> <p>Es de vital importancia tener políticas claramente definidas como es la de contratar personas plenamente capacitadas y comprometidas con el objetivo principal de este tipo de organización que se dedica a vender un servicio.</p> <p>Con este estudio se pudo detectar que la situación económica de la población anciana del país, esta</p>	ADMINISTRATIVO

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		determinada por la estructura laboral tradicional, que a su vez se origina en los patrones culturales; ya que ha sido el hombre el directamente vinculado al mercado de trabajo doméstico no remunerado.	
53 REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA Y PUESTA EN MARCHA DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PUBLICAS DEL CLUB S.A.S. (SOCIEDAD AMIGOS DE SIBATE)	reestructuración administrativa del CLUB S.A.S. (Sociedad Amigos de Sibaté), destacando la importancia de implantar el Departamento de relaciones públicas en su organización, pues el éxito de una empresa de servicios depende de la calidad de su gente, la forma en que se brinda el servicio y su eficiencia.	-Diseñar el departamento de relaciones publicas en el Club S.A.S. para alcanzar y mantener las relaciones públicas entre el entorno y la A sociedad en general. - Dada la importancia que tiene para el Club ,los socios, su grupo familiar y los que aspiran a ingresar a el , se ve necesario desarrollar una tarea de información y formación amplia y permanente. - Es de vital importancia determinar diagramas de procedimientos en la organización ya que establece los pasos a seguir para llevar a cabo los trabajos a desarrollar en las actividades administrativas del Club.	ADMINISTRATIVA
54 DISEÑO DEL MANUAL ADMINISTRATIVO DE CALIDAD Y DEL PROGRAMA DE SERVICIO AL CLIENTE PARA BARNES DE COLOMBIA S.A.	diseñar el manual administrativo de calidad y el programa de servicio al cliente en Barnes de Colombia S.A. para asegurar y garantizar los procesos que implican calidad total, manteniendo la satisfacción de los deseos necesidades y expectativas acionales del cliente.	- la empresa BARNES DE COLOMBIA S.A. necesita una organización administrativa como medio inicial para desarrollar un sistema de calidad total . - el manual administrativo de calidad establece la estructura conceptual y operativa de la empresa. -Los procesos y procedimientos son necesarios para la estandarización del trabajo. - Es un sistema de calidad se enfatiza en la prevención para no incurrir en los errores comunes que producen retrasos inconsistencias de actividades. -El programa de servicio al cliente se desarrolla basado en la investigación de mercados necesaria para conocer las necesidades y expectativas de los distribuidores de Barnes S.A.	ADMINISTRATIVA
55 TRADICIONES EN EL	hacer una recopilación de datos y hechos sobre		ADMINISTRATIVA

RAAS	TÍTULO	OBJETIVOS GENERALES	CONCLUSIÓN	AREA DE FORMACION
	PROTOCOLO DE ACTOS ACADÉMICOS SANTAFÉ DE BOGOTÁ 1623 - 1993	tradiciones en los protocolos de actos académicos, los cuales después de ser analizados y con la mete abierta a este tema, servirán para elaborar y proponer un modelo para la realización de la ceremonia de grados profesionales que se llevan a cabo en la Universidad de la Sabana.		A
56	DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIAS PARA LOGRAR LA EXCELENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL COMEDOR INDUSTRIAL DE "INTEREC S.A."	lograr la excelencia en la calidad del servicio de un comedor industrial, especialmente en las áreas de recibo, compras, almacenamiento, producción y servicio, manteniendo la higiene y salubridad ; logrando así la calidad de vida del trabajador para obtener un mayor rendimiento del mismo.	De acuerdo al análisis realizado a los trabajadores - usuarios, se establece que en A cuanto a la imagen del comedor el índice de calidad promedio es positivo en un 52% y es negativo en un 41,6% lo que indica que es deficiente. Se establecieron políticas estándares y formatos para controlar los procesos y procedimientos llevados a cabo en cada una de las áreas y así lograr la calidad en el comedor industrial.	ADMINISTRATIV
57	INTERVENTORÍA ADMINISTRATIVA AL SERVICIO DE ALIMENTOS DEL CENTRO DE REHABILITACIÓN PARA ADULTOS CIEGOS CRAC.	Realizar una interventoria a la prestación del servicio de alimentos del centro de rehabilitación para adultos ciegos CRAC, cubriendo los aspectos de la planta física, técnicos y administrativos para la satisfacción de una de sus necesidades básicas, puesto que en el momento se presentan anomalías que impiden el correcto funcionamiento del servicio.	El objetivo del servicio esta mal planteado, puesto que no responde a las necesidades del servicio. El proceso actual de distribución de alimentos puede parecer el ideal teniendo en cuenta el tipo de personas que lo reciben, pero la realidad es otra.	TECNICA
58	TEXTO BÁSICO DE ESTUDIO DE NUTRICIÓN Y TÉCNICAS CULINARIAS. 1993	diseñar un texto de nutrición y técnicas culinarias para alumnos que cursan esta asignatura en los establecimientos de educación formal y no formal, y para el personal auxiliar que trabaja en el servicio de alimentos a nivel institucional, que les sirva como instrumento de estudio y de aprendizaje, con el fin de orientarlos hacia un nivel de desarrollo óptimo en el desempeño de sus funciones y de sus ocupaciones diarias.	La excelencia y la calidad de un servicio de alimentos, no son obra de improvisación, pero si de un proceso de estudio y actualización por parte de los administradores que tienen bajo su responsabilidad la dirección y buena marcha del establecimiento a su cargo, en el mercado competitivo. El libro servirá de apoyo a los administradores tanto en la organización de los talleres de	TECNICA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		capacitación y aprendizaje para el personal que labora en el área de alimentos, como de ayuda para corregir fallas, ampliar conocimientos técnicos, mejorar la eficiencia del servicio, lo cual redundará en beneficio de la propia institución.	
59 REVISION DE LITERATURA Y CONSIDERACIONES SOBRE LAS PRINCIPALES OBRAS ACERCA DEL TEMA DE CALIDAD TOTAL.	Con el presente trabajo se espera proporcionar un instrumento que permita determinar cual o cuales son los libros o documentos disponibles en español más relevantes sobre calidad total, así se podrá planear su consulta de una manera mucho más expedita de lo que significa tener que revisar cada uno detalladamente; segundo realizar una constatación inicial entre los autores más reconocidos y aprovechar la revisión literaria, necesaria en todos aquellos casos en los cuales se vallan a realizar los trabajos aplicados al medio Colombiano.	El empresario contemporáneo requiere un manejo diferente de lo existente. Igualmente exige una gerencia con objetivos, organizada, sistemática y que este consiente de que la razón de ser de su organización es la satisfacción de las necesidades razonables de sus clientes internos y externos, principio fundamental de la calidad total.	ADMINISTRATIVO.
60 ORGANIZACION DE LOS SERVICIOS GENERALES EN UNA EMPRESA COMERCIAL	Diseñar e implementar la sección de servicios Generales en la Fábrica de condimentos "PRODUCTOS ALIMENTICIOS MILANES" incluyendo mensajería, mantenimiento de Maquinaria y Equipo, almacén, cafetería, vigilancia, transporte y adquisición y suministros, con el fin de mejorara el funcionamiento e impedir fugas de capital que afecten la estabilidad económica de la empresa.	A nivel personal, además de afianzar los conocimientos ya existentes sobre servicios generales en las investigaciones, se ha adquirido nuevos sobre planeación, organización, ejecución y control de cada uno de ellos, determinando el objetivo y la función que deben cumplir dentro de la empresa.	
61 ESTUDIO DE SERVICIO AL CLIENTE Y NORMAS BÁSICAS DE COMPORTAMIENTO PRESENTADAS POR EL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO DE LA CORPORACIÓN COLOMBIANA DE AHORRO Y VIVIENDA	analizar los aspectos concernientes a la atención de la corporación de ahorro y vivienda Davivienda, tomando como punto de partida los recursos humanos y físicos de la sucursal Bogotá y las oficinas y dependencias que la componen, aplicando todas las técnicas necesarias para hacer de la gerencia del servicio, parte integral de la cultura organizacional, con el fin de desarrollar	- A través del desarrollo de la tesis : estudio de servicio al cliente y normas básicas de comportamiento presentadas por el personal administrativo y operativo de la corporación colombiana de ahorro y vivienda Davivienda, se pudo concluir que los procesos inductivos de los empleados, deben incluir la preparación del personal en las áreas de servicio al cliente,	ADMINISTRATIVO

<i>RAAS</i>	<i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	<i>AREA DE FORMACION</i>
	DAVIVIENDA.	estrategias que permitan mejorar y afianzar estos nuevos conceptos en el personal administrativo y operativo de la empresa, logrando de esta forma una ventaja competitiva.	presentación personal y temas de motivación y desarrollo integral. -El trabajo utilizó todas las herramientas cognoscitivas recogidas a través de los años de estudio , para trasladarlas de principio a fin , al proyecto de grado y a al empresa en mención.	
62	CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE INTERNO EN LA EMPRESA PROYECTO 2000 LTDA.	proporcionar ala sociedad PROYECTO 2000 LTDA – TUPPERWARE COLOMBIA, la estructura teórica que requiere para la creación del Departamento de Servicio al Cliente interno presentada de tal forma que facilite su aplicación en la empresa en el momento y la magnitud que este estime conveniente.	-Para aumentar la productividad y efectividad de una empresa, la dirección debe darle un énfasis especial a todos aquellos aspectos que de una u otra forma afectan el desarrollo y desempeño de sus clientes internos. -La planeación estratégico es una herramienta indispensable para la creación de un departamento dentro de la organización puesto que contribuye a definir la dirección que este debe tener para satisfacer las necesidades de la empresa -El proceso de contratación constituye una garantía tanto para la empresa como para el empleado puesto que refleja formalmente el Acuerdo entre las dos parte estableciendo los derechos y deberes contemplados por la ley - mantener un programa de seguridad industrial refleja el interés de la alta dirección por el bienestar físico menta y emocional de sus colaboradores lo que se traduce en una mayor eficiencia y productividad de los mismos	ADMINISTRATIV A
63	PLAN PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN EL SERVICIO AL USUARIO, DIRIGIDO A LOS INSTRUCTORES DEL ROYAL CENTER.	Crear conciencia a través de un clima organizacional motivador que se ha de contemplar con un adecuado plan de capacitación.	De acuerdo al análisis efectuado en el primer capitulo se concluyó que para solucionar el problema de servicio al cliente, no basta la capacitación, aunque esta redunde en importancia es fundamental su éxito comenzar a corregir las fallas administrativas.	ADMINISTRATIV

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		El material de apoyo se debe escoger teniendo en cuenta su utilidad y adaptabilidad al tema y como su nombre lo indica, sea un apoyo para el desarrollo del mismo.	
64 CREACION Y DESARROLLO DEL DEPARTAMENTO DE BIENESTAR PARA LA EMPRESA CENTRAL DE MEZCLAS S.A.	Con este trabajo se tratará de descubrir y cultivar aptitudes en los trabajadores mediante el seguimiento continuo en la ejecución de la investigación interna en cuanto a los programas culturales, deportivos, recreativos, de salud, educación etc. A la vez se realizará visitas de observación que permitan ubicar a los trabajadores en el medio socio - cultural en el que se desarrollan.	Las empresas que hoy día están esforzándose por trabajar con y para sus empleados buscan un mejoramiento continuo no solo a nivel empresarial si no a nivel integral dando mayor importancia la trabajador, enfocan el nivel de vida y satisfacción de necesidades a la calidad integral para su personal y a su vez integrar a la familia para lograr una incorporación de todos los factores que interviene le bienestar de los colaboradores de una gran empresa.	ECONOMICA Y FINANCIERA
65 PLAN ESTRATÉGICO PARA GERENCIAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA AEREOLINIA SATENA.	realizar una planeación estratégica eficaz para gerenciar el servicio en la aerolínea Satena, gracias esta planeación se establecerá la misión, visión, cultura corporativa y los más importante un sentido de servicio que busque la conquista de clientes potenciales.	-La gerencia del servicio se está convirtiendo en la nueva arma corporativa para ganar clientes, haciendo necesaria su implementación en las organizaciones con visión futurista. -La gerencia del servicio está estrechamente ligada a la planeación estratégica , ya que esta es una herramienta de manejo del cambio aspirado a crear o construir un futuro deseado previendo lo que la organización deberá ser para adaptarse a la inestabilidad del ambiente, teniendo en cuenta la voluntad de los directivos y considerando el servicio como estrategia de diferenciación.	ADMINISTRATIVA
66 VIVIR LA EXCELENCIA ,MODELO DE SERVICIO AL CLIENTE APARTA-HOTEL RESIDENCIAS TEQUENDAMA.	establecer un modelo de servicio al cliente en el apartotel residencias Tequendama, basado en la Gerencia del servicio y apoyado en la filosofía de calidad total que permita a la empresa hacer de la excelencia el principio de acción en el desarrollo de las actividades de servicio.	-En la actualidad los motivos que impulsan a trabajar son: la realización personal, la familia profesional, el servicio de los demás . -Las virtudes más importantes en el campo familiar son: 1. respeto 2. justicia 3. responsabilidad 4. laboriosidad	ADMINISTRATIVA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		5. solidaridad -Las virtudes más importantes en el campo familiar son: 1. responsabilidad 2. respeto 3. laboriosidad 4. solidaridad 5. justicia	
67 PROPUESTA SOBRE UN DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE	Este trabajo esta enfocado a la implementación de un departamento de servicio al cliente en la Funeraria La Paz, teniendo en cuenta estudio bibliográfico, análisis de la situación actual, elaboración de encuestas de calidad de servicio y diseño real del departamento.	El Departamento de Servicio al cliente es el encargado de hacer duradera la calidad del servicio, mediante la persistencia y liderazgo competitivo. La Funeraria la Paz aumentará sus ventas, utilidades y su participación en el mercado, por medio de un plan marketing propuesto por el departamento. Las encuestas de calidad de servicio son un medio de evaluación para descubrir fortalezas y debilidades enriqueciendo el servicio.	ADMINISTRATIVA
68 MANUAL DE SERVICIO AL CLIENTE EN INSTITUCIONES DE SALUD	El principal propósito del trabajo es presentar un manual sobre el modo de actuar de los funcionarios frente a los clientes que acuden a las instituciones de salud. El manual va dirigido principalmente a las áreas de recepción, hospitalización, teléfonos, alimentos y bebidas, habitaciones y aseo, considerando que son las que más momentos de verdad presentan dentro de sus procesos de servicio.	No existe una norma o política general sobre el trato a los pacientes y visitantes de las instituciones de salud, y si en algunas existe no se aplica en su totalidad. De igual forma algunos funcionarios tratan de aplicar una atención tipo "Hotel". No es fácil la tarea de iniciar o sembrar la inquietud sobre la mejor manera en que se debe tratar y atender especialmente a los pacientes. No hay una conciencia clara sobre la forma de atender a los cliente.	ADMINISTRATIVA
69 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN EN LA	diseñar, ajustar y validar los instrumentos de información mediante el estudio y análisis de las técnicas de elaboración de estos instrumentos como su aplicación a la	-La observación de entrevistador sirve de complemento para la aplicación de los instrumentos	HUMANISTICA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
INFORMACIÓN EN LA INVESTIGACIÓN PROYECTO DE NORMALIZACIÓN DE LAVANDERIAS HOSPITALARIAS	muestra piloto, con el fin de corregirlos y ajustarlos a la realidad de la investigación " PROYECTO DE NORMALIZACION DE LAVANDERIAS HOSPITALARIAS" y así obtener éxito en los resultados. Además este instrumento técnico de recolección de información adecuado determina el logro de la calidad en la información que se recoja contra la flexibilidad a fin que de que se adapte a todo tipo de institución (hospital, clínica, institutos), por ello es indispensable tener un diseño y una estructura adecuadas y adaptados a las necesidades particulares del macroproyecto.	instrumentos. -la aplicación de los instrumentos en diferentes instituciones hospitalarias permite crear estándares de medición para el sector salud. -El resultado de este proyecto garantiza la confiabilidad de la información para el desarrollo del proyecto macro. -Los instrumentos de recolección de datos deben ir siempre enfocados hacia las necesidades y propósitos de la investigación	
70 REESTRUCTURACION DEL DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL CLUB DE SUBOFICIALES DE LA POLICIA NACIONAL (CLUSUPOL)	analizar los diversos controles que orientan el manejo de alimentos y bebidas , a través de la evaluación de los recursos con que se cuenta para optimizar el servicio, minimizar los costos y así lograr que la gestión empresarial se logre dentro de los parámetros de calidad total en el CLUB DE SUBOFICIALES DE LA POLICIA NACIONAL.	no hacen referencia ninguna conclusión.	ADMINISTRATIVA
71 MANUAL TÉCNICO OPERACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES DE LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA	dar respuesta a las necesidades de los clientes(empresas, Consumidores actuales) tal satisfacción requiere un resultado positivo alcanzable en la utilización de ciertos objetos o la realización de determinados actos alternativos. Considerando los servicios generales como un departamento que puede ser el fin o medio para el desarrollo de la vida organizacional propia de la universidad y encontrándose en el sector terciario de la economía ,puesto que presta servicios en forma directa al cliente interno y externo y reconociendo la importancia de la Universidad de la Sabana como una institución que desempeña funciones técnicas relacionadas con la parte académica, es necesario que dentro de la programación y evolución que presenta la	-el área de mantenimiento es el motor del departamento de servicios generales ya que es donde se desenvuelven la mayoría de los proceso y procedimientos que permiten el mejor y mayor desempeño de la universidad. -La calidad en los servicios que la universidad presta se ve directamente afectado si el departamento de servicios generales no cumple con los requerimientos que la universidad necesita. -El éxito del equipo de servicios generales se basa en la confianza y entendimiento lo cual permite que resistan las presiones y demandas de los demás miembros de la organización.	ADMINISTRATIVA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
	<p>universidad a nivel de infraestructura física, los servicios generales deben ir creciendo a la par con la organización creando nuevas necesidades a esta dependencia al brindar la ayuda necesaria en cuanto a montajes, mantenimiento, aseo, seguridad, adecuación de espacios y demás aspectos que influyen en el desarrollo y buen marcha de la gestión táctica.</p>		
<p>72 INVESTIGACION PARA EL MONTAJE DEL SERVICIO DE BANQUETES DE LA EMPRESA CARULLA & CIA EN SANTAFE DE BOGOTA, D.C.</p>	<p>El principal propósito del trabajo es determinar las características administrativas y operativas para el montaje del servicio de banquetes de la empresa Carulla & Cía. S.A. Realiza una investigación de mercados para determinar las características del mercado potencial, además establece una estructura organizacional del servicio de banquetes con el propósito de determinar el grupo humano con el cual se trabajará.</p>	<p>En este proyecto la investigación de mercado fue un proceso que permitió conocer la demanda del mercado, determinando en forma específica las expectativas del cliente y el nivel de aceptación de la empresa Carulla, como entidad suministradora de un servicio de banquetes.</p> <p>El alcance de la realización de este trabajo espera llegar a contribuir de manera significativa al llevar al buen termino el montaje del servicio de banquetes la empresa Carulla y Cía. S.A. con la certeza de augurar el éxito del proyecto.</p> <p>La proyección de crecimiento de la demanda en el grupo de empresas y en el grupo de hogares, estuvo determinado por el crecimiento registrado por la cámara de Comercio y el DANE de los respectivos grupos; el cual sirvió de base para proyectar la demanda a cinco años en términos de cubiertos demandados.</p>	<p>ADMINISTRATIVA</p>
<p>73 CREACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA BRINDAR UN MEJOR SERVICIO A LA CLIENTE EXTERNO EN LA CORPORACIÓN DE AHORRO Y VIVIENDA COLMENA</p>	<p>la corporación social de ahorro y vivienda Colmena, ha tomado como política diseñar y desarrollar herramientas que contribuyan a optimizar la capacitación y motivación, especialmente de los nuevos colaboradores, así mismo se realiza un análisis sobre los productos de captación, diferenciando las modalidades que autoriza la Superintendencia Bancaria para captar ahorro, se definen las ventajas, beneficios y características de cada uno de los productos ofrecidos como</p>	<p>-Ser autentico, empático, y respetuoso con la gente, todo el que tenga una verdadera habilidad para hacer que los demás se sientan importantes, tiene una ventaja de base para establecer líneas de comunicación con otras persona.</p> <p>-El recurso humano es el más importante dentro de la organización de servicio como esta, donde el comportamiento y el desempeño de los individuos afectan directamente el servicio</p> <p>-La corporación tiene responsabilidad por los</p>	<p>ADMINISTRATIVA</p>

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
	<p>alternativas de los ahorradores , facilitando el manejo de objeciones ofrecidas en el medio., el mejor conocimiento de la Corporación permitirá identificar, en mayor grado, los objetivos y las labores que se desarrollan en los diferentes cargos , logrando así una mejor calidad personal y profesional.</p>	<p>productos y servicios que ofrece -los clientes, ya que es una obligación responder por los daños y perjuicios causados por la deficiencia en los servicios.</p> <p>-La misio fundamental en la corporación es prestar el mejor servicio , esto se refleja en el alto número de clientes potenciales que utilizan sus servicios y que cada día va en ascenso.</p> <p>-Se esta en la capacidad de brindar ejemplo y mejora continua en los procesos y organización de la entidad con mayor eficacia</p>	
74 MANUAL DE HUERTA Y JARDINERIA	<p>incrementar y generar los trabajos del campo enseñando las técnicas del cultivo de la huerta casera y de la jardinería, conocer los recursos naturales del medio y las posibilidades de cultivo y explotación de las distintas especies, al igual inculcar la importancia de mantener el control de calidad en los productos de huerta y jardinería.</p>	<p>-Se promueve la creación de fuentes de trabajo para la mujer mediante la explotación de recursos naturales.</p> <p>-La producción de cultivos de calidad influye en la sana competencia comercial y por lo tanto en beneficio de la economía familiar, local, nacional.</p> <p>-El estudio de este trabajo estará proyectado para lograr unos conocimientos, a la vez científicos, prácticos y accesibles para las personas que se dedican al manejo de huertas y jardines.</p>	HUMANÍSTICA
75 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL RECURSO HUMANO EN PLASTICHEM DE COLOMBIA LTDA. 1994	<p>realizar un manual de procedimientos del proceso de selección y contratación, escrito en forma lógica siguiendo los pasos que ocurren normalmente en este proceso, estableciendo y unificando políticas y procedimientos claros que permitan agilizar y racionalizar la prestación del servicio, definiendo la participación de quienes intervienen en él.</p>	<p>El personal constituye un tipo especial de recursos. A diferencia de otros las personas A tienen personalidad, pueden pensar, tienen creencias y ejercen alguna influencia sobre su trabajo : como y cuando lo hace.</p> <p>Toda empresa depende de seres humanos, es muy difícil concebir una en que no participen las personas.</p>	ADMINISTRATIVA
76 DIAGNOSTICO DEL FUNCIONAMIENTO DE LOS	<p>Este trabajo pretende efectuar un diagnóstico del funcionamiento de los restaurantes escolares a través de la</p>	<p>La principal causa de los problemas que se presentan dentro de los procesos del servicio de alimentos radica en</p>	TÉCNICA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
RESTAURANTES ESCOLARES EN LA ZONA URBANA DEL MUNICIPIO DE LA PALMA, CUNDINAMARCA.	observación y análisis de cada uno de los procesos y los procedimientos que integran el aspecto nutricional y administrativo, para establecer alternativas que permitan un aprovechamiento total de los recursos físico, alimentario y del potencial humano.	<p>al falta de aplicación del proceso administrativo en cada una de las áreas iniciando desde la misma etapa de compra en donde no se asegura el flujo apropiado de insumos que se requieren en cuanto a calidad y cantidades específicas.</p> <p>La motivación laboral es bastante deficiente iniciando por la calidad remunerativa y por la falta de capacitación técnico operacional a través de cursos, seminarios o material especial, además no se le esta brindando la dotación ni elementos necesarios, ni un ambiente laboral con las condiciones adecuadas.</p> <p>Los restaurantes escolares están contribuyendo a disminuir los índices de desnutrición, pero con mayores esfuerzos institucionales a nivel administrativo su función social puede ser mucho mejor y efectiva.</p>	
77 PAUTAS PARA LA CREACIÓN DE LA DECANATURA DE ADMISIONES CON ORIENTACIÓN AL MERCADEO EN LA UNIVERSIDAD DEL SABANA.	definir la estructura organizacional de la decanatura de Admisiones para la Universidad de la Sabana a nivel pregrado , teniendo en cuenta las funciones de mercadeo que aplican las instituciones dentro de sus actividades administrativas.	Promocionar y vender un producto o servicio no basta para obtener resultados favorables en las utilidades de una empresa. Tampoco es suficiente producir algo de muy buena calidad, si no se cumple con las necesidades, deseos y demandas del mercado , si se da a conocer. Por eso existe el mercadeo: para anticiparse a las necesidades del mercado , produciendo un bien tangible o intangible con la mejor calidad que cumpla con las especificaciones del cliente para finalmente dárselo a conocer.	ECONOMICA-FINANCIERA
78 FORMULACION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EN J.E. RUEDA Y CIA LTDA.	Este trabajo pretende estudiar los aspectos administrativos y operativos, y de esta manera concreta determinar el personal humano con que cuenta en la actualidad la empresa J.E Rueda y Cia. Ltda. Teniendo en cuenta sus necesidades de ubicación y personales y así presentar una propuesta administrativa de manera práctica.	<p>Una perfecta ampliación del proceso administrativo es punto clave para el logro de los objetivos generales y específicos de la cía.</p> <p>Se dispone de un documento de consulta permanente a quienes tienen como funciones las tareas administrativas y tomas de decisión de la Cía.</p>	ADMINISTRATIVA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		Permite a la organización realizar evaluaciones periódicas sobre la eficiencia de los empleados, replantear cambios necesarios sobre diagnósticos plenamente identificados, previniendo resultados.	
79 LOGÍSTICA DE ALMACENAMIENTO	analizar la logística de almacenamiento de la empresa, para describir procedimientos para el manejo del almacenamiento de materiales y productos mediante la administración del flujo de materiales , el lugar de consumo, la cantidad requerida, las condiciones adecuadas, el lugar físico, el tiempo justo y aun costo mínimo .	<p>-un almacenamiento racional consiste en asegurar el máximo aprovechamiento de espacio, A compatible con un buena conservación y protección de la mercancía</p> <p>-mediante un buen almacenamiento se consigue entregar al consumidor final artículos a tiempo , en la cantidad indicada, en buen estado y al menor costo.</p> <p>-Mediante un adecuado control de inventarios se conoce: qué producto pedir, cuando pedirlo y cuanto pedir.</p> <p>-Un buen almacenamiento ayudará al desarrollo de los siguientes factores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Técnico: porque se mejorar el sistema de almacenamiento y control - Económico lo cual se reflejará en un ahorro en los costos de operación. - Operativo: se optimizarán los métodos de almacenamiento. 	ADMINISTRATIV
80 MONTAJE DE UNA EMPRESA DE PRODUCCION Y DISTRIBUCIÓN DE CHOCOLATES PARA EL SECTOR HOTELERO	establecer las necesidades creadas por el crecimiento de la industria dedicada a la hotelería y gastronomía (hoteles, restaurantes y clubes) de alto nivel social, impulsadas por dar un mejor servicio a sus clientes, con la elaboración de un producto alimenticio acorde a las necesidades presentes en cada institución , para lo cual se creará una mediana empresa productora y distribuidora de chocolates con el fin de suplir dichas necesidades.	<p>este proyecto de grado ser de gran utilidad para todas aquellas personas que se encuentran interesadas en montar alguna mediana empresa , quienes podrán utilizarlo como manual de consulta.</p> <p>-Actualmente el sector hotelero ha tenido vertiginosos crecimiento , lo que hace necesario cada día con más intensidad la creación de empresas que sirvan de medio de unión entre las industrias y sus visitantes.</p>	ACONOMICO - FINANCIERO.

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		-La creación de esta empresa va ser un aporte a la sociedad y economía colombiana ya que contribuirá por un lado al mejoramiento de la actual problema de desempleo , ya que será una fuente generadora de empleos tanto directos como indirectos , y por otro lado contribuirá al crecimiento de la economía del país	
81 PLANEACION Y DISEÑO EN UN PROGRAMA DE CAPACITACION ESTUDIO DE CASO -COMPAÑIA AGRÍCOLA DE SEGUROS S.A. 1993- 1994	diseñar y proponer un programa de capacitación que contribuya a la formación y el desarrollo integral del recurso humano de la compañía agrícola de seguros S.A. con el propósito de lograr un mejor desempeño de funciones , por parte de todos y cada uno de sus colaboradores.	NO PRESENTA CONCLUSIONES	ADMINISTRATIVA
82 MANUAL DE LA ALUMNA DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO	Este trabajo tiene como objetivo ubicar a la alumna en su sitio de trabajo para que adquiera seguridad e ilusión por el servicio a prestar. También pretende dar conocimiento en forma teórica y practica lo referente al servicio. Estimular la capacidad de observación, memoria, iniciativa por medio de los ejercicios y autoevaluaciones.	Aprender viendo - aprender - haciendo permiten la valoración del talento humano. Saber que el conocimiento aplicado al trabajo genera calidad, productividad y reflexión, permite una toma de decisiones conjunta que repercute en un mejor servicio.	ADMINISTRATIVO.
83 DIAGNOSTICO Y PROGRAMA DE CAPACITACION PARA LAS PROMOTORAS DE VENTAS EN EL NEGOCIO DE CARNES DE CARULLA EN SANTAFE DE BOGOTA.	Este trabajo pretende evaluar el servicio de ventas del negocio de carnes y elaboración de un programa de capacitación para la prestación de dicho servicio en los Carulla en Santafé de Bogotá	El trabajo de la promotora "servicio al cliente", es indispensable para la empresa porque el servicio es el nuevo estándar por medio del cual los clientes están midiendo la actuación de una organización; es el límite competitivo. Los clientes no solo quieren y esperan un buen servicio, lo exigen; por eso la promotora no debe limitarse a dar degustación sino brindar la información y la asesoría según las necesidades de cada cliente. El buen desempeño de la promotora depende de la capacitación y del sentido de pertenencia con la compañía y su trabajo.	ADMINISTRATIVO
84 LA GERENCIA DEL	Este trabajo esta enfocado al análisis de la calidad en los servicios de atención de comedor, Limpieza, huerta y	En la presentación de este trabajo, se involucro a todo el personal de la Administración del Centro de	ADMINISTRATIVO

RAAS	TITULO	OBJETIVOS GENERALES	CONCLUSIÓN	AREA DE FORMACION
	SERVICIO APLICADA A LA ATENCION DEL CLIENTE DEL CENTRO DE CONVENCIONES TORREBLANCA	Jardinería, que servirá de base para la elaboración de los manuales de supervisión de limpieza y de capacitación profesional para personal auxiliar de servicios generales en las áreas mencionadas.	Convenciones Torreblanca y a las alumnas del centro de Educación familiar, lo que dio ocasión a una mayor participación dentro de la filosofía de calidad y una mayor identificación con la misión y políticas de la institución. Al conocer y analizar los principios de la gerencia del Servicio se ha establecido la mejor forma de aplicarlos a través de una capacitación adecuada y continua al personal operativo.	A
85	MODELO DE GERENCIA DE CALIDAD Y SERVICIO APLICADO AL DEPARTAMENTO DE REGISTRO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA	Este trabajo pretende analizar la situación actual del servicio de atención a usuarios del registro académico, mediante una evaluación detallada de los procesos, procedimientos, calidad de vida en el trabajo y controles administrativos, para emitir un diagnóstico que contribuya al mejoramiento de la calidad del mismo. Además señala las causas que impiden desarrollar eficaz y efectivamente los procesos y procedimientos mediante un seguimiento detallado del registro académico para satisfacer las necesidades de los usuarios de la Universidad de la Sabana.	Se presenta deficiencia en el servicio que ofrece el Registro Académico debido a un factor primordial para toda actividad, como es el tiempo, el cual para ser bien manejado se necesita primero saber en que se va a emplear dando prioridad a los procesos que lo requieran y evitando al máximo las interrupciones que no aporten nada a las actividades en ejecución. El registro académico no tiene definido para la prestación del servicio objetivos orientados hacia la calidad del servicio, esto influye en la demanda del mismo debido a que no se satisfacen las expectativas de los usuarios. Los estudiantes no están de acuerdo con el horario de atención al público con el que cuenta actualmente el Registro Académico porque consideran que la jornada es muy corta, lo que causa fila y demora en la atención.	ADMINISTRATIVO O
86	DETERMINACION DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN EL BIENESTAR Y DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS DE SERVICIOS GENERALES DE LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA.	Este trabajo pretende brindar a los Directivos del departamento de Recursos Humanos y el Area de Servicios Generales de la Universidad de la Sabana, unas pautas prácticas y comprobadas para mejorar la productividad de los empleados durante todo el ciclo de empleo. Las pautas se basaron en una revisión de lo que se ha investigado, en el campo de la administración del recurso Humano, que ha concentrado la atención en los factores que inciden en el Bienestar y Desarrollo Humano de los empleados del área de Servicios Generales, y así alcanzar una mayor productividad, a través del uso racional del ente potencial.	El nivel de satisfacción general se encuentra en un nivel alto, sin embargo esto es susceptible de mejorar, lo que implica un notable interés por parte de las directivas del Area de Servicios Generales y el Departamento de Recursos Humanos en promover, impulsar y fortalecer la capacitación, evolución y desarrollo de sus trabajadores apoyando siempre sus necesidades y expectativas, lo que permite un mejor y mayor desempeño en las labores asignadas, mejorando de esta forma la prestación de un servicio de calidad a nivel interno y externo. El área de Servicios Generales se hace necesaria dentro de la Universidad de la Sabana, para asegurar el bienestar y desarrollo de esta, lo que contribuye a que el personal	ADMINISTRATIVO A

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		<p>adquiere un mayor sentido de potencia con la entidad; elevando de esta forma su participación en los procesos y procedimientos de dicha área.</p> <p>El bienestar aparece como una de las variables, con la que los empleados se sientan más satisfechos, ya que a través de esta, les permite una estabilidad personal y familiar que conlleva a mantener una excelente imagen de la Universidad en cuanto este aspecto.</p>	
87 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL, SOPORTE AL PROGRAMA DE NORMALIZACIÓN PARA LAS LAVANDERÍAS HOSPITALARIAS, NORMA ICONTEC SOBRE TEXTILES. 1995	Realizar un rastreo bibliográfico de las normas ICONTEC sobre textiles y determinar su pertinencia para la dotación de prendas hospitalarias, con el fin de establecer el estado del conocimiento en este campo de la normalización del servicio de lavanderías hospitalarias.	<p>Las normas ICONTEC que existe en el campo de los textiles son de aplicación general para toda clase de hilazas, telas y confecciones.</p> <p>El administrador de instituciones de servicio es un profesional cuyo perfil le permite desempeñarse con eficiencia en todos los campos del saber humano, ya que tiene una sólida formación humana, administrativa, científica y técnica que le facilita brindar bienestar en cualquier campo.</p>	ADMINISTRATIVA
88 DIAGNOSTICO Y PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE SERVICIO AL CLIENTE EN UN FONDO DE PENSIONES Y CESANTIAS	El trabajo de grado tiene como fin primordial establecer por medio de instrumentos de tipo encuesta la prestación de un servicio en un fondo de pensiones y cesantías, con el fin de facilitar un diagnostico y dar las soluciones para una excelente atención al cliente.	<p>La presente investigación permitió cumplir un objetivo que llevará a contribuir en el desarrollo de un proceso trascendental como lo es el servicio al cliente.</p> <p>La apropiada elaboración de instrumentos así como la aplicación y posterior análisis y sugerencias, denotan que éste tipo de procesos tienen fundamento para la exploración o comportamiento que requieren depuración y mejoramiento y que el mejor método es el que se aplica directamente en el terreno sin desconocer naturalmente los antecedentes teóricos y empíricos.</p> <p>Es importante destacar que el papel como Administrador de Servicios no se debe limitar al desarrollo de una función meramente administrativa, por el contrario, el campo de la investigación le permite tener un espacio muy amplio para revisar, crear y sugerir nuevos métodos en todo lo relacionado con la prestación de servicio.</p>	ADMINISTRATIVA

RAAS	TITULO	OBJETIVOS GENERALES	CONCLUSIÓN	AREA DE FORMACION
89	MANUAL DE AUTO CAPACITACIÓN PARA CONSULTAR DE MAX FACTOR INTERNACIONAL.	El trabajo de grado tiene como finalidad, la capacitación de las consultoras por cuenta y riesgo de la empresa, la cual en este asunto gastaba considerables sumas de dinero y se sentía bastante Incomoda ya que el desarrollo de esta capacitación también requería un gran espacio. La empresa decidió que las aspirantes a cargo de consultora debería auto capacitarse, para lo cual forzosamente tuvo que elaborarse y publicarse un manual de autocapacitación, para posteriormente desarrollar un riguroso y serio examen de admisión teórico y practico.	La literatura de la cosmetología es muy escasa y sumamente costosa así que la persona que aspira a ser consultora de Max Factor en "PREBELL" realmente no puede gastar grandes fortunas en adquirir dicha literatura, así que la empresa ha elaborado y publicado un manual, mínimo necesario y suficiente para que las futuras consultoras puedan prepararse bien para el examen de admisión a la empresa.	ADMINISTRATIVO.
91	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DE TURISMO PERSONALIZADO.	Este trabajo pretende exponer el proceso de formación, constitución y desarrollo de una empresa de Turismo Personalizado, mediante el análisis de la parte legal, el estudio de mercado, estructura organizacional, planta física y finalmente el estudio financiero del mismo.	<p>Gracias a las investigaciones realizadas, se puede concluir que en la prestación de cualquier tipo de servicio, especialmente en el turístico, lo más importante es el cliente; sin embargo no se le ha dado la importancia que merece.</p> <p>La oferta de servicios que plantea la empresa pretende cubrir las necesidades de personas de todas las edades y condiciones, por tal razón se crearon programas de turismo integrales y a precios cómodos.</p> <p>Después de evaluar todo lo concerniente al estudio financiero, se puede concluir que con una mínima inversión y un máximo aprovechamiento de los recursos aportados por los socios, se puede recuperar rápido la inversión y obtener un alto nivel de rentabilidad.</p>	ECONOMICA Y FINANCIERA
92	MODELO DE INVENTORIA PARA EL SERVICIO DE ALIMENTOS DE LA CLINICA HOSPITAL FRAY BARTOLOMÉ DE LAS CASAS.	diseñar un modelo de interventoría que permita establecer estándares de calidad destacando los factores claves presentes en cada subsistemas, lo mismo que proporcionando indicadores útiles en el análisis de los diferentes aspectos de éstos , en búsqueda de optimizar la prestación de un servicio de alimentos en el área hospitalaria : clínica Hospital Fray Bartolomé de las casas.	<p>-Dentro de la administración interna de una institución siempre la auditoria ha sido considerada como una herramienta de control , la cual , ha seguido vigente en cuanto a la parte financiera se refiere .</p> <p>Actualmente el concepto de auditoria ha sido concebida bajo otra denominación llamada interventoría , la cual no cumple con funciones</p>	ADMINISTRATIVO

<i>RAAS</i> <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		<p>solamente fiscalizadoras , pues también se tiene la oportunidad de brindar asesoría sobre aspectos a mejorar en la prestación de un servicio.</p> <p>-La función de quien lleva a cabo una interventoría no se limita a aplicar ciertas herramientas administrativas , sino a tener un conocimiento integral de los procesos y procedimientos de un servicio, por tal razón el profesional administrador de instituciones de servicios es la persona idónea para plantear cualquier proyecto de interventoría .</p>	
93 MANUAL DE RECURSOS HUMANOS (FORTE TRAVELODGE HOTEL ORQUIDEA REAL)	<p>Este trabajo pretende elaborar el manual de Recursos Humanos, que recopile ordenadamente la información referente a la administración de personal, y sirva de guía para el departamento de Recursos Humanos del Forte Hotel Orquídea Real, de la ciudad de Santafé de Bogotá. Quiere identificar los aspectos más importantes que deben interesar al departamento de Recursos Humanos, en lo referente a la calidad de vida del trabajador y su permanencia en la institución.</p>	<p>Con el apoyo de los manuales de procesos y procedimientos se logra una mejor evaluación y análisis de los puestos de trabajo ya que se cuenta con un perfil de cargos para este departamento, en el que además de determinarse las características que deben el candidato, se describe en forma general las relaciones que el cargo tiene a nivel jerárquico y funcional; las funciones específicas, las responsabilidades y los diferentes procesos que integran las funciones.</p> <p>La visión de la organización hotelera: Hoteles Ltda. Es la de participar en el desarrollo económico del país, promoviendo la Industria Hotelera y turística; consolidando la más importante hotelería nacional con alta tecnología y liderazgo en busca del bienestar del huésped.</p> <p>La seguridad social integral es el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, de que dispone la persona y la comunidad para gozar de una calidad de vida, mediante el cumplimiento progresivo de los planos y programas que el estado y la sociedad desarrollen para proporcionar la cobertura integral de las contingencias especialmente las que menoscaban la salud y la capacidad económica de los habitantes del territorio nacional.</p>	ADMINISTRATIVA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
94 REDI SEÑO DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS E IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO EN LA DIVISIÓN DE FINANZAS DEL MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL. 1995	Diseñar manuales de funciones y procedimientos, su fin es de constituirse en elementos de consulta y apoyo permanentes, logrando así el rediseño e implementación de dichos manuales.	Las políticas establecidas en la institución sufren constantes cambios en razón a la influencia de los factores internos y externos que afectan el país. El trabajo elaborado es elemento fundamental del sistema de control interno de la División Financiera del Ministerio de Defensa Nacional, por lo cual se constituye en herramienta necesaria y de consulta permanente para el cabal desempeño de las actividades desarrolladas, la cual es de gran importancia para el logro de los objetivos y metas de esta institución.	ADMINISTRATIVA
95 REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA DE UNA INSTITUCION DE SALUD PUBLICA	Este trabajo nos diseña una propuesta para la reestructuración administrativa a una entidad del estado en el campo de la Salud por medio de la creación de un programa de mejoramiento continuo y aplicación de las nuevas tecnologías administrativas a fin de que se presten servicios integrales a los usuarios. Se evalúa las ventajas de la viabilidad de rediseñar los procesos de la institución para lograr una mayor efectividad en el desarrollo de sus actividades. Formula estrategias para implantar una cultura de calidad en toda la institución.	Los servicios de atención médica se están enfrentando a los mayores retos por el incremento de la demanda de un servicio caracterizado por la calidad y responsabilidad de su atención. Esto porque el hombre tiene ahora mayores posibilidades de ser y porque la sociedad presente empieza a darse cuenta de que el logro del bienestar humano debe ser un fin consciente. En el caso concreto que nos ocupa, la presentación del servicio de salud en el hospital San Rafael de Fusagasugá, de segundo nivel de atención, los datos recolectados, y los análisis muestra que la institución presenta serias deficiencias por diversas razones. Es necesaria la reestructuración administrativa por medio de la implantación de un programa de mejoramiento continuo cuyos lineamientos obedezcan ala cultura de la calidad del servicio y a la eficiencia, que deberá actuar en todos los niveles de la organización, haciendo especial énfasis en los elementos de cambio (liderazgo, comunidad y un ambiente adecuado).	ADMINISTRATIVA
96 DISEÑO DE UN MANUAL EN TECNICAS	Este trabajo pretende diseñar un Manual de Técnicas de Lavandería dirigido a las personas que reciben capacitación en el área, planteles educativos como el Secretario Social de Salud, entre la división Familiar y Comunitaria de	Un Administrador de Servicios debe tener conceptos claros en cuanto al servicio de lavandería, puesto que uno de los campos de desenvolvimiento radica allí. Ha de	TÉCNICA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
DE LAVENDERIA	de Soacha, centro de educación Familiar "La Casona" y el centro de capacitación norte; por otra parte el personal que opera en instituciones de servicio, como hospitales, lavanderías comerciales, y hogares de familia, a través de la investigación realizada como tesis de grado con la finalidad de que sirva de guía de estudio y aplicación a dicho personal para así lograr un excelente desempeño en el área.	<p>tener un excelente manejo del área para saber guiar a las personas que tiene su cargo, logrando excelencia y eficiencia, elevando a la vez la calidad del servicio.</p> <p>En cuanto al estudio realizado, son muy pocas las personas que han adquirido sus conocimientos a través de estudios en área: en la mayoría han surgido por experiencias adquirida, simplemente con lo que ven aprendiendo a través de su trabajo día a día.</p> <p>El mantenimiento preventivo de maquinaria utilizada no se lleva a cabo. Ya que las personas encargadas de su manejo no saben con certeza la importancia de realizarlo.</p> <p>De lo relatado anteriormente, se puede concluir que se necesita con bastante urgencia de un texto de técnicas de lavandería que sirva de apoyo a la capacitación en el área.</p>	
97 PATRON MODELO DE CAPACITACION PARA EL PERSONAL EN EL SERVICIO DE ALIMENTOS	brindar una adecuada capacitación del personal en el sistema de alimentos y sobre el que se ha diseñado un patrón modelo de capacitación teniendo en cuenta la inducción, la capacitación como tal y la evaluación de esta. Se apoya en la gerencia del servicio y las fases que esta estudia para ponerla en marcha	<p>-Para mejorar el trabajo se debe mejorar las habilidades y actitudes de quien lo realiza por sí mismo; por su naturaleza el hombre está hecho para trabajar y tienen en potencia todas las condiciones necesarias para hacerlo con eficiencia.</p> <p>-El papel del capacitador o instructor es definitivo es este camino, ya que u programa de capacitación no puede marchar ni entregar resultados positivos si al frente del mismo no se ubican las personas idóneas para dirigirlos y orientarlos.</p> <p>-Este patrón modelo fue diseñado para ayudarle a cada empleado a conocer sus tareas , buscando convertirlo en un libro de consulta permanente para cada proceso.</p> <p>-El administrador de instituciones de servicio gracias a la capacitación que recibe durante la carrera puede desempeñar con eficiencia</p>	ADMINISTRATIV

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		funciones de dirección , administrativas, operativas, y técnicas que por razón de su cargo le son exigidas , combinándolas y sin parcializar su trabajo.	
98 REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA DE ACUEDUCTO CORINTO LTDA.	Este trabajo pretende diseñar la reestructuración administrativa y organizacional de la empresa de acueducto Corinto Ltda, ubicado en el Municipio de Melgar (Tolima), con base en las pautas dadas por la planeación estratégica para evitar de esta manera la desorganización que se presenta, con el fin de fortalecer la compañía brindándole una seguridad futura en el sector económico en el que se desarrolla, al igual que la satisfacción de las necesidades de sus clientes.	<p>Con la aprobación de la nueva ley de servicios públicos la compañía se vio en la obligación de modernizar no solo en su estructura administrativa para un mejor funcionamiento, sino también en su parte operativa lo que dio lugar a encontrar que a pesar que el servicio como tal se estaba prestando esto demandaba altos costos lo que no permitía ver la capacidad de autonomía y futuro que esta tenía.</p> <p>Cuando se inició este trabajo se encontró que debido a una falta de comunicación entre las directivas operacionales y los ejecutivos de la compañía, muchas de las fallas no eran conocidas por estos últimos, lo que daba la impresión de que todo estaba funcionando bien aunque en la realidad era todo lo contrario.</p> <p>Con los resultados y la ayuda de la empresa específicamente la gerencia, será la encargada de tomar las decisiones respectivas para el mejoramiento de la misma.</p>	ADMINISTRATIVA
99 PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN UNA CORPORACIÓN DE AHORRO Y VIVIENDA.	realización de un diagnostico que pretenda conocer el estado del servicio al cliente en una Corporación de ahorro y vivienda , aplicando 2 elementos de encuesta , uno para los empleados o cliente interno, otro para los clientes externos o usuarios. La cual sirve de fundamento para incentivar estudios de la misma índole hacia un futuro, de manera tal , que se incremente el conocimiento específico en lo que respecta la administración de un servicio.	<p>-Con la realización de este trabajo se proporciono un bosquejo sobre como logra con éxito el servicio al cliente en una corporación de ahorro y vivienda ya que lo cierto es que la calidad en la interacción entre el cliente y los servicios, no sucede al azar.</p> <p>Surgieron una serie una serie de cambios que se plantean como métodos de contribuir al mejoramiento como lo son la capacitación, el servicio al cliente y mas elementos de importancia que contribuyen a enriquecer el sistema financiero.</p>	ADMINISTRATIVA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
100 PROPUESTA ADMINISTRATIVA PARA EL HOGAR GERIÁTRICO MADRE MARCELI NA.	establecer una propuesta administrativa que mejore el funcionamiento y organización del área administrativa, realizando un análisis de la actual estructura, para de esta manera poder plantear una organización eficiente y a la vez la definición de funciones para cada empleado con su respectivo manual, el cual deberá involucrar la estructura orgánica y la redefinición de los procesos que afronta actualmente la entidad.	<p>Se presenta una estructura administrativa que integra la organización siendo favorable para la organización y control de cada una de las actividades que realiza la institución.</p> <p>- Con este proyecto se lograron definir las funciones más importantes , además de los requisitos para lograr el perfil adecuado de los empleados que integran el hogar geriátrico.</p> <p>-El manual de funciones y procedimientos constituye la mejor herramienta , para el análisis de cargos y procesos que se requiere para el cambio de su estructura así como para la selección y contratación del personal que se requiera.</p>	ADMINISTRATIV A
101 INTERACCION FAMILIA Y TRABAJO UN PROYECTO VITAL DE LA PERSONA	analizar y evaluar la interacción de las variables familia y trabajo en hombres y mujeres casados de diversas profesiones pertenecientes a las clases socioeconómicas media- media y media – alta.	<p>-En la actualidad los motivos que impulsan a trabajar son: la realización personal, la familia profesional, el servicio de los demás .</p> <p>-Las virtudes más importantes en el campo familiar son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. respeto 2. justicia 3. responsabilidad 4. laboriosidad 5. solidaridad <p>-Las virtudes más importantes en el campo familiar son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. responsabilidad 2. respeto 3. laboriosidad 4. solidaridad 	HUMANÍSTICA

RAAS	TITULO	OBJETIVOS GENERALES	CONCLUSIÓN	AREA DE FORMACION
			5. justicia	
102	PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO PERSONALIZADO A EXTRANJEROS	Establecer la demanda y aceptación del mercado hacia los servicios que ofrece A. I. L. El desarrollo de esta propuesta contiene la investigación, estudio de la demanda, la planeación y desarrollo del producto, al igual que su promoción y distribución, asimismo se plantea la estructura organizacional, la estructura física y la correspondiente inversión y estudio financiero de la empresa, todo esto con el fin de determinar la afluencia de extranjeros a la ciudad	En cuanto a la parte organizacional, se consideró que los cargos implementados fueron suficientes, ya que A.I.L. es una empresa intermediaria de servicios.	ECONÓMICA Y FINANCIERA
103	CREACION DE UNA OFICINA DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE EN MERCADOS ROMI	El trabajo de grado tiene como finalidad identificar elementos importantes de mercados Romi, como empresa y además, medir y evaluar aspectos claves relacionados con sus clientes y la calidad en la prestación del servicio por medio de la creación de una oficina (Calidad y servicio).	Los directivos de mercados Romi han de ser conscientes que, para el logro de sus objetivos O. necesita y tiene a su disposición uno de los recursos más importantes su personal.	ADMINISTRATIVA
104	EVALUACIÓN Y PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL MANEJO DEL SERVICIO DE RESIDUOS SÓLIDOS EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL EL DORADO. 1996	evaluar y realizar una propuesta de mejoramiento del manejo del servicio de residuos sólidos en el Aeropuerto Internacional El Dorado.	Limpieza constante de las áreas donde están ubicadas tanto las empresas como los contenedores. Hacer uso correcto y obligatorio de las bolsas teniendo en cuenta la clase de vuelo y el tipo de residuo sólido.	HUMANÍSTICA
105	PLAN DE FORMACIÓN INTEGRAL PARA EL PERSONAL OPERATIVO DE LOS HOTELES BARRANQUILLA	Diseñar un plan de formación integral dirigido al personal femenino que labora en hoteles Barranquilla, a partir del estudio de sus necesidades de formación e identificar los requerimientos de las empresas en que trabajan, con el fin de contribuir a su desarrollo personal y a un mejor desempeño.		ADMINISTRATIVA
106	ANÁLISIS DEL MERCADO PARA LA ESPECIALIZACIÓN EN	Determinar si las empresas de diferentes sectores económicos de la ciudad de Santafé de Bogotá	La especialización en Gerencia del Servicio es una necesidad prioritaria para las empresas de	ECONÓMICA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
GERENCIA DEL SERVICIO EN LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA EN SANTAFE DE BOGOTA.	tienen necesidad de profesionales especializados en Gerencia del Servicio. Determinar los requerimientos académicos para el programa de especialización en gerencia del servicio.	diversos sectores económicos de Santafé de Bogotá.	
107 PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO AL SERVICIO AL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO EN LA COMPAÑÍA WORLD COURIER DE COLOMBIA S.A.	Promover la creación del departamento de servicio al cliente en la compañía World Courier de Colombia, a fin de percibir cuales son los requerimientos por parte de los clientes.	Para World Courier de Colombia la calidad del servicio va ser responsabilidad de toda la organización, se trabajará en equipo en una permanente búsqueda organizada de la excelencia del servicio, la cual conllevará a la satisfacción de los clientes.	ADMINISTRATIV
108 HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS Y ADMINISTRATIVAS EN UN PLAN DE MEJORAMIENTO CONTINUO EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS. 1996	aplicar las herramientas administrativas y estadísticas en un plan de mejoramiento continuo en una empresa de servicios. Utilizando un ejemplo práctico.	La aplicación de las herramientas estadísticas y administrativas demuestran como cualquier organización puede, si los líderes están verdaderamente dispuestos convertirse en un ejecutor sobresaliente del servicio, con la implementación de programas de mejoramiento continuos de calidad en los sistemas, procesos y procedimientos de un trabajo específico. Las herramientas estadísticas y administrativas se pueden aplicar a cada uno de los pasos de ciclo Deming, según el objetivo que se quiera lograr y para cada uno de estos se determinan diferentes herramientas.	ADMINISTRATIV
109 GESTION DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS HOTELEROS BRINDADOS AL PACIENTE HOSPITALIZADO EN LA FUNADACION INSTITUTO NEUROLÓGICO DE COLOMBIA	analizar el funcionamiento de los procesos que componen el servicio hotelero, en la etapa en que permanece hospitalizado el paciente y hacer las recomendaciones del caso para el mejoramiento en la prestación de estos servicios, al igual las instituciones que buscan la calidad como estrategia competitiva han visto como avanzan mano a mano el mejoramiento de la calidad la reducción de costos y la mayor satisfacción del cliente cuyo único deseo es de incrementar la efectividad y eficacia de los procesos.	-Mantener una cultura organizacional es punto primordial que contribuye a tener en alto el mejoramiento continuo propuesto, y esto se logra a través de una permanente actualización y retroalimentación que destaque el liderazgo de los directivos, en donde juega un papel muy importante la administradora de servicios. -Este proyecto permite ampliar un plano investigativo en el área de indicadores gerenciales, que contribuyan al control y evaluación de la aplicabilidad, en busca de	ADMINISTRATIV

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		<p>brindar un mejor servicio hotelero que beneficia a la institución.</p> <p>-Al poseer el dominio de las diferentes áreas que conforman los servicios hospitalarios se permite trabajar a la administradora de servicios en coordinación con el personal médico y no médico , en la búsqueda del fin común encaminado a lograr la plena satisfacción y total recuperación de los pacientes</p>	
<p>110 PROPUESTA PARA OPTIMIZAR LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ALIMENTOS PARA NIÑOS ENTRE 6 Y 12 AÑOS.</p>	<p>Este trabajo pretende presentar una propuesta para optimizar la prestación del servicio de alimentos para niños entre 6 y 12 años mediante la investigación, la realización de encuestas y la aplicación de conocimientos adquiridos en la universidad.</p>	<p>Hoy en día la mayor parte de los servicios de alimentación no dan la suficiente importancia a la atención para niños. Solo una pequeña participación del mercado ofrece algunas condiciones especiales para los pequeños. Esto obedece a que la mayoría de estos son franquicias de grandes cadenas de restaurantes de otros países, los cuales aprecian los beneficios que trae un servicio especial para niños.</p> <p>La encuesta que se desarrollo en las 50 familias permitió la situación actual en que se encuentra el servicio de los niños en los establecimientos del norte de Bogotá. Y es que los padres de familia no están satisfechos con la atención que le dan a sus hijos, aunque se complacen de encontrar en el mercado algunos establecimientos que satisfacen los gustos de sus hijos.</p> <p>La planeación estratégica, la calidad total y la filosofía Administración del servicio, fueron el eje central para desarrollar la propuesta que se plantea como solución a aquellos establecimientos que pretenden ofrecer un óptimo servicio para niños.</p>	ADMINISTRATIV A
<p>111 ADMINISTRACION DE PROPIEDAD HORIZONTAL DEL SECTOR VIVENDA.</p>	<p>El objetivo de este trabajo es identificar unos criterios básicos que permitan la implantación de una Administración de la Propiedad Horizontal en el Sector Vivienda, orientada al diseño de un modelo que cumpla la total satisfacción de los copropietarios y/o arrendatarios.</p>	<p>Para lograr este diseño se tuvieron en cuenta entre otros: los procesos, pasos, criterios O. exigencias, pautas y análisis requeridos en pro de una efectiva investigación dando como resultado la creación de un proyecto.</p>	ADMINISTRATIV O.
<p>112 GUÍA PRACTICA: SOFTWARE</p>	<p>crear una guía que permita a administradores o</p>	<p>Los hoteles y hospitales son instituciones que</p>	ECONOMICA Y

RAAS	TITULO	OBJETIVOS GENERALES	CONCLUSIÓN	AREA DE FORMACION
	DE APLICACIONES DE SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO EN EL ÁREA HOTELERA Y HOSPITALARIA. 1996	gerentes (hoteleros y hospitalarios) el conocimiento y empleo del software de aplicaciones existente, para la prestación de un servicio con mayor calidad dentro de un contexto de sistemas de información, como apoyo a la organización.	<p>están sometidas a continuos cambios por exigencias externas a la organización o las cambios internos de planeación y ejecución.</p> <p>La necesidad de un medio de información apropiado ha provocado que las instituciones hoteleras y hospitalarias creen sus propias vías de acceso a ella. Esto se percibe claramente en los hospitales, donde los programas de aplicación comercial existentes no cubren con las expectativas ni requerimientos que varían de institución a institución debido a los servicios que ofrece, por lo que han creado su propio software, el cual es sometido a mejoramiento continuo, es decir, que es implementado constantemente. En los hoteles el programa de aplicaciones es adquirido comercialmente.</p>	FINANCIERA
113	AUDITORÍA DE SERVICIO A BI PERMAX S.A. 1996	implantar una estrategia de servicio por medio de la auditoria para llegar a prestar un servicio excelente, satisfaciendo de esta manera las necesidades y expectativas de los clientes.	<p>Proponer una nueva visión en la que este implícita una cultura corporativa orientada hacia el A mejoramiento del servicio para ejecutivos, jefes, empleados y supervisores.</p> <p>Plantear un servicio con excelente calidad desde el punto de vista costo - inversión tomándolo como un parámetro de productividad que se verá reflejado en una mayor rentabilidad.</p>	ADMINISTRATIV A
114	ANÁLISIS DEL PROCESO DE INNOVACION EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS INDUSTRIAS DEL SECTOR GRAFICO EN SANTAFE DE BOGOTA	Este trabajo pretende estudiar los aspectos del proceso de innovación en las pequeñas y medianas industrias del sector gráfico mediante un estudio económico y un análisis de corte transversal del año 1996, para identificar los procesos tecnológicos y de innovación en estas empresas.	<p>A la industria le va como le vaya al país; ya que es difícil encontrar una actividad económica o industrial que no tenga que ver con ella directa o indirectamente. En este momento la transformación que ha sufrido la industria de artes gráficas en Colombia esta influenciada por la apertura económica, la cual se vio afectada por la competencia internacional.</p> <p>Las PYMES han sufrido un golpe fuerte como consecuencia de la desaceleración de la economía</p>	ECONÓMICA Y FINANCIERA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		<p>consecuencia de la desaceleración de la economía colombiana, causando esto que el nivel competitivo que afrontan, aumente notablemente en los últimos años creando una inestabilidad y desconcierto a nivel empresarial.</p> <p>Se destaca la escasa participación del sistema científico técnico en la innovación realizada por las empresas estudiadas. No solo no participan, sino que las empresas aún desconocen qué les pueden aportar los centros de investigación, universidades, para su desarrollo tecnológico.</p>	
115 EL ADMINISTRADOR DE SERVICIOS EN LA EJECUCIÓN DE EVENTOS EN LOS AUDITORIOS DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.	El trabajo de grado tiene como finalidad, analizar y evaluar los procesos actuales de la Universidad Javeriana teniendo en cuenta: el Recurso Humano, el Equipo técnico y la Planta física, cuando se prestan servicios de orden académico, cultural y social.	El manejo de los auditorios de la universidad se encuentra con dos administradores de servicios de bienestar quienes con su formación académica, contribuye de manera esencial al éxito en la ejecución y coordinación de los servicios que allí se prestan.	ADMINISTRATIVO.
116 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA JERARQUIZACIÓN DE PLAZAS DE CUPOCREDITO.	Determinar y jerarquizar las plazas que debe cubrir Cupocredito con su actual red de distribución y la intensidad de dicha cobertura mediante la manipulación de bancos de datos de captaciones, colocaciones, censo, valor de activos, creando información clave para la optimización de la actual red.	Para las plazas que no cumplieron con los requerimientos mínimos, se debe evaluar la permanencia de la cooperativa y labor gerencial, cruzado con el potencial de población y en las poblaciones sin potencial, desarrollar un programa de maximización de la red	ECONOMICA Y FINANCIERA
117 MODELO ADMINISTRATIVO DE UN SERVICIO DE ALIMENTACIÓN INSTITUCIONAL. (PARA PERSONAS ENTRE 25 Y 40 AÑOS QUE REALIZAN LABORES SEDENTARIAS)	Modelo administrativo de un servicio de alimentación institucional. (para personas entre 25 y 40 años que realizan labores sedentarias)	En esta etapa del proceso el servicio de alimentos es controlado por un auditor externo, quien es el encargado de revisar que se cumplan con las disposiciones y políticas internas establecidas por la institución. También a nivel interno se llevan controles por medio del conducto regular, determinado por la estructura organizacional de la institución.	ADMINISTRATIVO.
118 APROXIMACIONES A LA INTERRELACIÓN UNIVERSIDAD - EMPRESA	desarrollar soluciones al problema de generación y desarrollo de una nueva tecnología que ayude a incrementar al máximo la interacción de la	El rápido avance tecnológico actual, lleva al hombre a asumir retos que le implican recurrir a la utilización de los diversos medios o mecanismos	HUMANISTICA

RAAS	TITULO	OBJETIVOS GENERALES	CONCLUSIÓN	AREA DE FORMACION
		universidad y la empresa.	que le faciliten su adecuación en el entorno y época en que diariamente debe trajinar.	
119	ANALISIS DEL MODELO SISTEMATICO DE SERVICIO DE ALIMENTACIÓN EN EL MESON DE LA SABANA Y PROPUESTA DE APLICACIÓN.	El trabajo de grado tiene como finalidad proponer estrategias para la optimización en la prestación del servicio del Mesón de la Sabana, a través del análisis del modelo del sistema de servicio de alimentación, con sus respectivas propuestas.	Las diferentes instituciones, que ofrecen alimentos en las Universidades, se debe preocupar por ofrecer un servicio de calidad a los clientes externos, que son los que reciben la atención y pagan por obtenerla.	ADMINISTRATIV
120	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL QUESO MOZZARELLA MADURO Y SU INTRODUCCION AL MERCADO A NIVEL DE SANTAFE DE BOGOTA	Este trabajo pretende medir el grado de aceptación que puede llegar a tener en el mercado colombiano el queso mozzarella maduro, y también determinar las características que debe reunir dicho producto para lograr aceptación y así ofrecerle al consumidor lo que él desea y necesita.	La demanda del queso es significativa debido a que es un producto de mucho consumo y especialmente en las clases sociales alta y media alta que son el mercado potencial. El proceso de producción podría complementarse en el futuro procesando los subproductos de la leche como son los alimentos de los animales, el suero para la elaboración del queso ricotta para luego comercializarlos. El precio al cual se vendería el queso mozzarella maduro es en promedio igual de productos similares al mercado.	ECONÓMICA Y FINANCIERA
121	OPTIMIZACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN CENTROS DE CONVENCIONES. 1997	presentar un plan estratégico para optimizar el servicio en los centros de convenciones, definiendo la importancia que tienen estos para el desarrollo empresarial.	En el área de los negocios y las altas finanzas no se puede improvisar. La idea es de ahorrar tiempo y dinero, además de agilizar la toma de decisiones. Cuando se trata de escoger el sitio adecuado y según la investigación realizada, las instalaciones es el aspecto que ocupa el primer lugar, ya que dependiendo de su ubicación se va a lograr que los participantes concentren toda su atención en el evento.	ADMINISTRATIV A
122	ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LAS FRANQUIAS EXTRANJERAS DEL SECTOR ALIMENTICIO EN SANTAFE DE BOGOTÁ ENTRE	El trabajo de grado tiene como finalidad la evaluación del desempeño financiero de las franquicias del sector alimenticio en Santafé de Bogotá, por medio de la recopilación, interpretación y comparación de los estados financieros, para determinar si este tipo de	La gran ventaja que ofrece el sistema de franquicias es que gracias a la experiencia y conocimiento del franquiciador se puede eliminar este tipo de riesgo, anticipándose a su participación o mediante el suministro de servicios y asistencia continuada.	ECONÓMICO Y FINANCIERO.

<i>RAAS</i>				AREA DE FORMACION
<i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>		
1990 Y 1996.		contratos ofrece oportunidades de éxito a los empresarios Colombianos.		
123	MANUAL DE PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE ESTABLECIMIENTOS PARA EL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	formular, planificar y diseñar establecimientos para el servicio de alimentos y bebidas rápidos y eficientes, con el objeto de ofrecer a sus clientes calidad, comodidad y armonía.	El principal interés de crear manuales de diseño, es dar a las zonas de almacenamiento, preparación y cocción de alimentos la importancia que se merece especialmente creando hábitos de sofisticación gastronómica para satisfacer a los usuarios.	ADMINISTRATIVA
124	EL LEASING INTERNACIONAL COMO ALTERNATIVA DE FINANCIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS EN AVIANCA	Este trabajo pretende conocer y analizar las incidencias de la utilización del leasing internacional en AVIANCA en los aspectos legales y económicos con el fin de determinar la efectividad de esta forma de financiación de los activos fijos sobre la rentabilidad de la empresa, además identificar la situación del leasing en Colombia y su repercusión en las empresas, comparar alternativas de financiación utilizando el leasing internacional y el crédito externo. Establece los aspectos cambiarios del leasing internacional y los impuestos aplicables a la modalidad de importación temporal de mercancías en arrendamiento o leasing.	En razón de que el leasing cubre a la empresa desde varios y diferentes aspectos (financiero, jurídico, contable, comercial, económico, etc.) esto le da un alto grado de flexibilidad y de adaptación a las necesidades de cada empresa y le brinde al sistema un mayor dinamismo. Al decir el sistema de financiación para la adquisición de un equipo, es conveniente inspeccionar el flujo de caja de la empresa, con el ánimo de determinar con cual de las opciones de termina pagando menos, ya que de éste depende el plazo de pago, los intereses y el tipo de amortización entre otros aspectos, lo cual conducirá a una elección variando el crédito tradicional, para optar por el mejor horizonte financiero. El costo de arrendamiento por medio de un contrato en leasing es similar al de un préstamo bancario por cartera regular, la ventaja consiste en que el usuario puede recuperar parte de sus costos financieros al deducir para efectos fiscales de renta, el 100% de los cánones de los arrendamientos, cargándolos directamente a la cuenta pérdidas y ganancias.	ECONOMICA Y FINANCIERA
125	DESARROLLO DE LA FIDUCIA EN COLOMBIA	Este trabajo fue realizado con el fin de comprender la esencia de la figura fiduciaria y su aplicación y adaptación al ordenamiento legal, es importante conocer los orígenes de la Fiducia en el mundo, la respuesta al cambio y como se ha ido desarrollando en una variedad de productos los cuales se han convertido en alternativas de	La Fiducia ha demostrado ser un mecanismo aplicable a todas las necesidades de la vida: social, económica, política, imperial o internacional.	

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
	inversión y solución a las necesidades derivadas de la modernización en que ha entrado el país, producto de la apertura económica.		
126 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL OUTSOURCING EN EL ASEO Y MANTENIMIENTO EN LA CORPORACION ACCIONAL DE AHORRO Y VIVIENDA CONAVI	Este trabajo esta enfocado a la implementación de un programa de mejoras en los servicios de aseo y mantenimiento en la Corporación Nacional de Ahorro y Vivienda CONAVI, con el único propósito de presentar una imagen y ambiente positivo para los clientes internos y externos, utilizando la técnica administrativa del OUTSOURCING.	La implementación del sistema outsourcing debe ser en forma gradual, hasta llegar a una aplicación total, buscando siempre aplicar el concepto de Calidad Total. Se deben llevar reuniones periódicas del Departamento de mantenimiento y adecuaciones para evaluar los resultados del nuevo sistema puesto en práctica. La supervisión y control deben estar a cargo del departamento de mantenimiento y adecuaciones aplicando todas las herramientas de control citadas en el presente trabajo.	ADMINISTRATIVA
127 MANUAL PARA EL MEJORAMIENTO DE PRENDAS HOSPITALARIAS	El trabajo de grado tiene como finalidad, lograr el manejo adecuado de prendas hospitalarias en áreas de cirugía, maternidad, unidades de cuidado intensivo y demás áreas de un hospital, teniendo como base un manual que contenga las normas de higiene así como los procesos y procedimientos en el ámbito administrativo. En donde se relacionan con las prendas hospitalarias, con el objeto de presentar una propuesta en torno al manejo apropiado de las mismas al interior de este tipo de instituciones de servicio.	No existe en términos generales en el país una cultura de higiene hospitalaria que corresponda al grado de desarrollo científico y tecnológico de la medicina.	TÉCNICO.
128 ESTRATEGIA DE SERVICIO EN FINCOMERCIO PARA EL CLIENTE EXTERNO	formular estrategias de calidad de servicio para Fincomercio, basados en la teoría de la gerencia del servicio, mediante la total satisfacción de las necesidades del cliente externo, de tal modo que la cooperativa logre mantener una posición competitiva en el sector.		ADMINISTRATIVA
129 MANUAL DE APLICACIÓN DE LA LEY 50 PARA LOS EMPLEADOS	elaborar un manual de aplicación de la ley 50 por medio de un análisis de factores internos y	El manual de aplicación de la ley 50 para los empleados de las empresas colombianas, además	ADMINISTRATIVA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
DE LAS EMPRESAS COLOMBIANAS. 1997	externos, que intervienen en el desarrollo de la ley en las empresas para que puedan servir como herramienta en la ejecución de dicha reforma.	de llenar un vacío en el área laboral, proporciona una nueva opción de información didáctica. Se conoció que existen diversas razones por las cuales los empleados se acogieron a la nueva ley, entre ellas se encuentran: por negociación, por vinculación a la empresa después de 1991, o por beneficio propio	
130 MONTAJE DE UNA CULTURA DE SERVICIO EN EL ROOM SERVICE DE UN HOTEL DE LUJO PARA ALTOS EJECUTIVOS EN COLOMBIA.	Este trabajo pretende APORTAR AL Hotel la Fontana herramientas valiosas para la adaptación y posterior aplicación de la filosofía del servicio en sus diferentes áreas, mediante el análisis de uno de sus productos Room Service, define sus diferentes elementos para obtener un servicio de calidad y establecer sus prioridades.	Se debe identificar constantemente los valores, creencias y normas de nuestros clientes externos, evitando siempre que estén en conflicto con los nuestros. Se debe hacer un seguimiento periódico y rígido con relación al cumplimiento de los diferentes estándares. Para obtener un servicio de calidad es importante tener en cuenta los siguientes puntos: Apariencia Anticipación Actitud Comunicación Atención Retroalimentación de los clientes Tacto organización y supervisión Dirección Habilidad en las ventas Solución de problemas ágilmente El tiempo El flujo Adaptación	ADMINISTRATIVA
131 LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN DURANTE EL PROCESO DE CAMBIO ORGANIZACIONAL.	establecer un conjunto de parámetros en relación con la importancia de la comunicación durante los procesos de cambio que, a manera de guía o modelo flexible, sea útil para implementar los diversos procesos de este orden en las organizaciones.	- El cambio ha de entenderse como una estrategia viable y obligada en las organizaciones, por lo cual es preciso prepararse, conocer de cerca las experiencias de entidades ajenas y decidir el modelo, de acuerdo con nuestra realidad nacional. - Los organismos desatienden con facilidad el elemento comunicacional, de manera especial en	ADMINISTRATIVA

RAAS <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
		nuestro medio , los administradores del cambio no consideran que este elemento tanta o más importancia que otros constitutivos del mismo proceso. Por tal razón durante los procesos de cambio de algunas de las nuestras .	
132 ESTRATEGIA DE SERVICIO EN FINCOMERCIO PARA EL CLIENTE INTERNO	conocer y determinar el grado de motivación, liderazgo, capacitación, expectativas de desarrollo, comunicación y remuneración como elementos y componentes del servicio al cliente interno en Fincomercio; y plantear estrategias para la solución de fallas y deficiencias en cada uno de estos.	Cuide a su personal y ellos cuidarán de sus clientes. No existen fórmulas simples y prácticas para trabajar con las personas, ni existe una solución ideal para los problemas de las organizaciones. Todo lo que se puede hacer es incrementar la compensación y las capacidades existentes para elevar el nivel de calidad de las relaciones humanas en el trabajo.	ADMINISTRATIVA
133 ESTUDIO DE MERCADEO PARA LA CONSERVACIÓN DE LA CARNE DE POLLO POR MEDIO DE UN SERVICIO DE CONGELACIÓN.	Hacer un estudio de mercadeo de los servicios prestados por Colfrigos y hacer notar la factibilidad de entrar a competir en este campo.	Se nota la falta de una permanente evaluación y control de los canales de distribución utilizados por los productores a fin de colocar oportuna y eficientemente la carne de pollo en el mercado hacia el consumidor final.	ECONOMICA Y FINANCIERA
134 MODELO DE MANUAL PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS TRADICIÓN E INNOVACIÓN .	radica en el aporte que se le brinda a las organizaciones para que automotivados consoliden la calidad , la excelencia del servicio y así crear las condiciones para la permanencia, el crecimiento y la rentabilidad de la empresa.	No se hace referencia a ninguna conclusión.	ADMINISTRATIVA
135 ESTABLECIMIENTO DE PARAMETROS PARA LA IMPLEMENTACION DE PROCESOS DE CALIDAD TOTAL Y APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS EN EMPRESAS	Este trabajo pretende diseñar un esquema o modelo que cubra los aspectos fundamentales que deben ser considerados en la empresa Vitofarma S.A. para llevar a cabo el estudio de calidad total y justo a tiempo. Se desarrolla todo el proceso de toma de decisión, en lo referente al servicio como producto, comercialización y aspectos legales que deben ser considerados.	El primer paso para reducir los efectos de producción es encontrar la verdadera causa a partir de la observación cuidadosa del fenómeno del defecto, utilizando los métodos estadísticos presentados, los cuales son herramientas eficaces para mejorar el proceso de producción y reducir sus defectos, dan objetividad y precisión a las observaciones, proporcionan un medio eficaz para desarrollar una tecnología y controlan la calidad en los procesos de manufactura. Las empresas con productos de más calidad, capaces de vender a precios competitivos, con equipos humanos activos, dinámicos, preparados, y plena conciencia de la	ADMINISTRATIVA

<i>RAAS</i>	<i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	<i>AREA DE FORMACION</i>
	VI TROFARMA S.A.		<p>responsabilidad personal, con vocación comercial aplicada a todas las áreas de la empresa, serán las que subsistan y se repartan el mercado.</p> <p>Las empresas orientadas al crecimiento, desarrollan gestiones de calidad en cada uno de los departamentos, porque ésta es la única manera de lograr excelencia en la organización, ahorrar tiempo, abaratar costos y producir productos que tengan garantías.</p>	
136	DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DEL SECTOR DEL SERVICIO AL CLIENTE INTERNO EN AEROREPUBLICA, BAJO EL MODELO ISO 9004-2.	El trabajo de grado tiene como objetivo realizar un diagnostico a la empresa Aerorepública S.A., mediante la comparación con el modelo ISO 9004-2 y formular estrategias para mejorar el servicio al cliente interno. También se establecerá niveles y rangos comparativos del cliente interno en las actuales circunstancias políticas y económicas del país.	En las empresas de servicio a medida que mejora la calidad se mejora el servicio al cliente y por consiguiente, el precio de este. Por esto el talento, los conocimientos, el comportamiento de los recursos humanos deben estar conectados con las necesidades y expectativas del pasajero.	ADMINISTRATIVO.
137	DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA EMPRESA AUROS S.A.	Diseñar una estructura organizacional para la empresa Auros S.A. implantando un manual de funciones que permita determinar las actividades que realiza cada empleado, y el objetivo principal de cada función.		ADMINISTRATIVA
138	MANUAL SOBRE EL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL QUESO CHEDDAR	El trabajo de grado tiene como finalidad, lograr el mejoramiento de la producción de queso y a la vez mejorar su competitividad por medio de productos de excelente calidad, ya que no se han preocupado por estandarizar sus procesos y procedimientos lo cual es muy importante a la hora de ofrecer un buen producto. Por medio de esta investigación se pretende determinar si funciona o no los procesos de calidad teniendo en cuenta que las empresas de productos alimenticios como los productos lácteos obtienen la lealtad del cliente y a la vez buscan una competencia por medio de mejores productos a	La mayoría del personal de la planta de producción no tiene en cuenta las normas de higiene individuales que cada uno debe cumplir para la correcta manipulación de alimentos.	TÉCNICO

RAAS				AREA DE FORMACION
TITULO	OBJETIVOS GENERALES	CONCLUSIÓN		
		un buen precio.		
139	ESTUDIO DE REESTRUCTURACIÓN PARA EL AREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CLIENTE INTERNO DE CARULLA & CIA S.A.	realizar un estudio para el mejoramiento de la calidad del servicio en las cafeterías que ofrecen atención al cliente interno de Carulla & Cia Ltda., teniendo en cuenta higiene en la manipulación de alimentos, nutrición balanceada, atención personalizada y distribución de la planta física.	Falta variedad y balance nutricional de los alimentos que se ofrecen al medio día en las diferentes cafeterías, produciendo de esta manera malos hábitos alimenticios y desmotivación a la hora de hacer uso del servicio de las cafeterías. Insuficiente espacio en el área de consumo de la cafetería central y en el restaurante ejecutivo, generando incomodidad y entre cruzamientos.	ADMINISTRATIVA
140	ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA EXPORTACION DE CINTURONES DE CUERO A VENEZUELA.	La empresa Guante Comercializadora de artículos de cuero, busca aumentar sus ventas a través de un proceso de internacionalización. por tal razón, se estudiara la posibilidad de incursionar en el mercado de Venezuela, dada la explosión del intercambio comercial con el vecino país ocurrida durante los últimos años, a través de un estudio del entorno y de la oferta y demanda del producto, con el fin de planear objetivos y estrategias que permitan a la compañía alcanzar su meta de ser una empresa de clase mundial.	Las autoras no hacen en el trabajo de grado conclusiones, realizan un resumen ejecutivo del tema desarrollado.	ECONÓMICO Y FINANCIERO
141	ANÁLISIS DE COSTOS POR SUSTITUCIÓN DE PERSONAL EN CARULLA & CIA S.A. DURANTE EL AÑO 1997. 1998	analizar los costos por sustitución de personal de la empresa Carulla durante el año 1997, correspondientes a las tres unidades de venta que son : Carulla, Merquefácil y Rapid Tiendas 2x3 de la ciudad de Bogotá.	Al determinar los costos por sustitución de personal, se observa que Carulla presenta un alto índice de rotación en algunos cargos de las diferentes unidades de venta, lo cual trae como consecuencia, que los costos para cumplir los procesos de selección y contratación se eleven significativamente. en forma global los costos por sustitución de personal, incluyendo los procesos de selección, contratación y capacitación equivalen para el año 1997 a la suma de \$831.356.731, para un promedio por cargo provisto de \$1.670.691.	ECONOMICA Y FINANCIERA

<i>RAAS</i>	<i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	<i>AREA DE FORMACION</i>
142	LAS ASOCIACIONES GREMIALES COMO ENTIDADES DE SERVICIO 1998	analizar y estudiar las necesidades de tipo asociativo que tienen los empresarios, la forma gremial que los agrupa y la respuesta de ésta a sus necesidades.	<p>Las entidades analizadas son instituciones de servicios, en cuanto son sus programas ayudan a sus afiliados a resolver sus dificultades de tipo empresarial.</p> <p>Los gremios son entidades prestadoras de servicios a los afiliados y a veces a los no afiliados en la medida que los primeros los demandan a causa de que su entorno externo va cambiando y reclaman nuevos y mejores servicios de parte del gremio, a fin de obtener ayuda para acomodarse a un mercado tan competitivo.</p>	ADMINISTRATIVA
143	DIAGNOSTICO EN LA ELABORACION DE PLIEGOS DE CONDICIONES PARA LA CONTRATACION DE SERVICIOS DE ALIMENTOS EN LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS UBICADAS EN LOS CERROS DE SANTAFE DE BOGOTA, JAVERIANA, POLITECNICO, GRAN COLOMBIANO, ANDES EXTERNADO, SANTO TOMAS, LOS LIBERTADORES, E.A.N Y UNA PROPUESTA.	<p>Este trabajo realizar un diagnóstico en las universidades ubicadas sobre los cerros de Santafé de Bogotá, en cuanto a la adjudicación de contratos de servicios de Alimentos, con el fin de elaborar una propuesta standard sobre pliegos de condiciones.</p> <p>Pretende ampliar el campo de desempeño del administrador de Instituciones de Servicio y ofrecer bajo una institución diferente a la hotelera, hospitalaria, asesorías administrativas y técnicas a toda institución que tenga un servicio de alimentos para sus clientes.</p>	<p>El diagnóstico se llevo a cabo sin ningún contratiempo en todas las universidades encuestados, puesto que ellas ven fallas en la adjudicación de los contratos de servicios de alimentos y demás mostraron interés en adquirir conocimiento sobre la propuesta estándar que se elaboraría en los aspectos técnico administrativo, jurídico. Para mejorar la calidad del servicio de alimentos que tienen actualmente en su institución y así darle un mejor bienestar a sus usuarios.</p> <p>La investigación realizada en la parte legal sobre pliegos de condiciones se tuvo que ajustar a su servicio de alimentos porque en la actualidad no existe mucha información al respecto, también se sostuvo varias charlas con juristas expertos en la materia para que ningún detalle quedara por fuera del pliego de condiciones.</p> <p>En el evento que esta propuesta debe ser evaluada por personal experto en la materia, le dará una mayor credibilidad al modelo elaborado en este trabajo, para poder trabajar como crear un pliego de condiciones en contratación de servicios de alimentos a cualquier institución que lo quiera.</p>	ADMINISTRATIVA
144	ACCESO A LA LITERATURA SOBRE SERVICIO AL CLIENTE EN	clasificar y analizar la temática existente en Colombia, de los libros de servicio al cliente en idioma español, con el	Se realizó un análisis y clasificación del acceso a la literatura sobre el servicio al cliente en	HUMANÍSTICA

<i>RAAS</i> <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
<p>COLOMBIA: ESTADO DEL ARTE Y PERSPECTIVAS.</p> <p>145 MOTIVACIÓN ORGANIZACIONAL</p>	<p>fin de aportar un estudio que brinde tanto a estudiantes como a profesionales un balance del estado del arte, sobre las publicaciones vendidas en nuestro país a lo largo de las dos últimas décadas.</p> <p>Crear un escrito de motivación, por medio de una investigación deductiva –participativa que sirva de marco de referencia para directivos y empresarios del sector servicio, con el animo de orientarlos en el desarrollo de la motivación en sus empresas, y lograr un equilibrio en las relaciones interpersonales.</p>	<p>Colombia , con el ánimo de aportar un estudio que permita visualizar al mayor detalle posible ,los diferentes sub-temas alrededor de los cuales los autores de las publicaciones han enfocado sus esfuerzos , se lograron recopilar 103 libros que desarrollan el tema de servicio al cliente , al igual artículos de revistas y videos enfocados en el tema , al igual se puede apreciar que existe una gran variedad de temas diferentes alrededor de servicio al cliente , y que de alguna forma las editoriales tanto colombianas como extranjeras han aportado durante las últimas décadas un sinnúmero de publicaciones que le han servido tanto a estudiantes como a profesionales interesados en el tema. Al igual se podría afirmar que el acceso a la literatura sobre servicio al cliente que se tiene en Colombia es bastante grande. Que existen temas variados según el enfoque que sus autores le hayan querido dar , y que de alguna manera , se podría esperar que una nueva ola de publicaciones comience a aparecer en los comienzos de la próxima década.</p>	<p>ADMINISTRATIVA</p>
<p>146 FORMULACION Y EVALUACIÓN DE UN PROYECTO QUE DETERMINE LA VIABILIDAD ECONOMICA Y FUNCIONAL DE SAINT PAUL DE VENCE (CAFÉ FONDUE)</p>	<p>Evaluar la factibilidad y puesta en marcha de un Café - Fondue en una de las zonas de mayor reconocimiento y popularidad por la sociedad capitalina que ofrezca un producto - servicio de acuerdo a sus necesidades y</p>	<p>Este documento servirá con una guía de referencia para directivos y los colaboradores de la empresa y así lograr y mantener un clima empresarial con altos grados de motivación.</p>	<p>ADMINISTRATIVA</p>

<i>RAAS</i> <i>TITULO</i>	<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>CONCLUSIÓN</i>	AREA DE FORMACION
	motivaciones psicológicas con el fin de lograr un reconocimiento y posicionamiento "Top of Mind" dentro del sector gastronómico y cada uno de los usuarios, a través de un estudio de mercados, técnico y financiero.	La correcta aplicación del programa propuesto PHVA le permitirán descubrir a tiempo los problemas causantes de la desmotivación en los colaboradores de la organización.	

ANÁLISIS CUADRO Nro 5. SEGÚN OBJETIVOS GENERALES Y CONCLUSIONES.

En el cuadro Nro 5 se hace la síntesis analítica de los trabajos de grado en el orden secuencial, número de RAAS, título objetivos generales, conclusiones y área de formación.

De los noventa y ocho trabajos, todos manifiestan textualmente el objetivo. Los objetivos generales permiten definir los fines específicos que persigue el proyecto, es decir determina las metas que se deben lograr para considerar, solucionando el problema.

En términos generales se puede afirmar que en cuarenta y cinco (45) trabajos del área Administrativa los objetivos se encaminan al estudio de los aspectos administrativos y operativos, mediante una evaluación detallada de los procesos, procedimientos, calidad de vida en el trabajo, controles administrativos y de esta manera emitir un diagnóstico que contribuya al mejoramiento de la calidad de las organizaciones. Además señalan las causas que impiden desarrollar eficaz y efectivamente los procesos y procedimientos mediante un seguimiento detallado de toda la organización, para satisfacer las necesidades de todos los miembros que la conforman.

Cuarenta y cinco (45) trabajos de esta área aportan conclusiones que apuntan a mantener una cultura organizacional, que contribuye a tener en alto el mejoramiento continuo, a través de una permanente actualización y retroalimentación, que destaque el liderazgo de los directivos, ejecutivos y demás miembros de la organización. Además la planeación estratégica, la calidad total y la filosofía administrativa del servicio fueron el eje central para desarrollar propuestas que optimicen el proceso administrativo.

En el área Económica y Financiera existen trece (13) trabajos de grado cuyos objetivos planteados, se ven encaminados a la realización de estudios de factibilidad que permitan establecer la demanda y aceptación del mercado hacia los servicios que ofrecen. El desarrollo de los objetivos contiene la investigación, estudio de la demanda, planeación y desarrollo de productos, estudios financieros, análisis de costos, al igual que su promoción y distribución.

Trece (13) trabajos de esta área aportan conclusiones que apuntan a que no solo es indispensable promocionar o vender productos o servicios para obtener resultados favorables en las utilidades de una empresa, tampoco es suficiente producir algo de muy buena calidad sino no se cumple con las necesidades, deseos y demandas del mercado.

En el área técnica, los siete (7) trabajos analizados, afirman que sus objetivos se direccionan a realizar diagnósticos a través de la observación y análisis de cada uno de los procesos y los procedimientos que integran los servicios de alimentos y bebidas y el administrativo, para establecer alternativas que permitan el aprovechamiento total de los recursos físicos alimenticios y del potencial humano.

Las conclusiones de los siete (7) trabajos analizados del área técnica se encaminaron a resolver los problemas existentes en los servicios de alimentos y bebidas, los cuales se presentan por la falta de aplicación del proceso administrativo en cada una de las áreas que conforman este tipo de servicios. Al igual la motivación laboral es deficiente debido a

la baja calidad salarial, la falta de capacitación técnico – operacional, ambiente laboral inadecuado y baja calidad de vida de los miembros de los servicios de alimentos y bebidas.

En el área Humanística, los objetivos planteados en términos generales, se ven encaminados a realizar estudios metodológicos, referentes a :Interacción familia, trabajo, un proyecto vital de la persona, Aproximaciones a la interrelación Universidad –empresa, Acceso a la literatura sobre el servicio al cliente en Colombia estado del arte y perspectivas Manual de huerta y jardinería, Diseño de instrumentos de recolección de información en la investigación proyecto de normalización de lavanderías destacando a la persona, la naturaleza y el medio ambiente como factores importantes en el desarrollo de una comunidad.

En términos generales las conclusiones apuntan hacia las empresas que hoy en día están esforzándose por trabajar con y para sus empleados, buscando un mejoramiento continuo no solo en nivel empresarial sino a nivel integral, dando mayor importancia a la persona. Al igual enfocan el nivel de vida, medio ambiente y satisfacción de necesidades, a la calidad integral para su personal y a su vez integrar a la familia para lograr una incorporación de todos los factores que intervienen en el bienestar de los miembros de una organización.

De las conclusiones presentadas en los trabajos, se transcriben en este cuadro las que dan respuesta al objetivo planteado y demuestran el alcance de la investigación, como se observan en los Raas Nros. 049, 050, 051, 052, 053, 054, 056, 057, 058, 059, 060, 061, 062, 063, 064, 065, 066, 067, 068, 069, 071, 072, 073, 074, 075, 076, 077, 078, 079, 080, 082, 083, 084, 085, 086, 087, 088, 089, 090, 091, 092, 093, 094, 095, 096, 097, 098, 099, 100, 101, 102, 103, 104, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 129, 130, 131, 132, 133, 135, 136, 138, 139, 141, 142, 143, 144, 146.

Las investigaciones que no presentan ninguna conclusión se pueden observar en los Raas Nros: 055, 070, 081, 105, 128, 134, 137, 140 y 145.

5. SUGERENCIAS

- La institución universitaria puede difundir la investigación a través de la formación de equipos de trabajo de investigación con la participación de profesores y alumnos que realicen actividades especiales, seminarios talleres, experimentos, observaciones, visitas con el fin de lograr el intercambio de conocimientos que sirvan de soporte para crear verdaderos programas científico-técnicos que contribuyan al progreso de la comunidad. Para que estos grupos de investigación logren sus propósitos la institución deberá dedicar parte de presupuesto al fomento y desarrollo de programas de investigación.
- Es necesario promover nuevas investigaciones a través de la creación e identificación de líneas y sublíneas de investigación en los diferentes campos de acción que ofrece la administración de instituciones de servicio mediante la difusión y discusión de temas que justifiquen, garanticen y generen beneficios tanto al futuro profesional, como a la institución y la comunidad en general.
- Una de las misiones de la institución, es ofrecer a los futuros profesionales medios para el desarrollo de la reflexión, el razonamiento y el manejo de técnicas que permitan aprender y aplicar los conocimientos que la dimensión cambiante de la sociedad tecnológica les vaya demandando. “Al igual se promueve el respeto a la dignidad trascendente de la persona humana y, en un ambiente de libertad responsable, propicia el perfeccionamiento integral de todos los miembros de la comunidad universitaria, con una atención personalizada y un ejercicio académico creativo, riguroso e interdisciplinario”.²⁵
- Es muy importante motivar e incentivar a los estudiantes a encaminar sus trabajos de grados en áreas que pueden llegar a ser fundamentales para el desarrollo personal y profesional como es el área humanística y técnica.
- En el área de formación social y humanística se encuentra una valiosa fuente de temas sin explorar, que al momento de profundizar en ellos se descubrirán incalculables conocimientos esenciales en la formación y desempeño del ser humano asegurando el éxito profesional basado en la ética y el bien común.
- Es importante que el personal docente conozca de cerca este estudio, con el fin de reconocer las fortalezas y debilidades que cada una de sus materias, pueda tener de acuerdo a los resultados obtenidos que muestran la ocupación o enfoque de los estudiantes en cada una de las áreas

²⁵ UNIVERSIDAD DE LA SABANA, PEI. Proyecto Educativo Institucional. 1999. Pág. 3.

6. CONCLUSIONES

- El administrador de instituciones de servicio está capacitado para desempeñarse no solo en el área administrativa sino también en el área investigativa incursionando en nuevas líneas de investigación que amplíen el campo de aplicación y de nuevas alternativas a la prestación de los servicios.
- Es posible identificar una línea de investigación en el programa de Administración de Instituciones de Servicio : la aplicación del proceso administrativo en diferentes niveles de la estructura organizacional en grandes, medianas y pequeñas empresas. Esto se constata porque : la elaboración de los noventa y ocho (98) resúmenes analíticos, clasificación y análisis permiten concluir que el 70,40% aplican el proceso administrativo en diferentes campos de instituciones de servicio.
- Los tipos de investigación identificados en los trabajos de grado corresponden al tipo descriptivo de caso con un 78,57%, investigación evaluativa 7,14% investigación descriptiva correlacional 6,12% diferencial y estado de arte 2,04%
- El trabajo recoge los resultados de una exhaustiva investigación sobre la revisión documental y líneas de investigación que han seguido los trabajos de grado hasta ahora presentados en el programa de Administración de Instituciones de Servicio y aporta a todas aquellas personas interesadas en el tema los aciertos, las deficiencias y las posibles soluciones que ayuden a mejorar las actividades administrativas e investigativas.
- Al realizar el estudio de cada una de las áreas que componen la carrera de Administración de Instituciones de servicio, se determina la importancia que tiene en el área administrativa con un enfoque gerencial (48 resúmenes analíticos en Gerencia de Recursos humanos, gerencia del servicio y gerencia de alimentos y bebidas) para ser aplicadas a empresas actualmente activas o en procesos de ejecución.
- Los alumnos de Administración de Instituciones de Servicio se encaminan a realizar sus trabajos de grado en el área administrativa, ya que teniendo en cuenta el programa académico, el nivel de asignaturas es mayor con un 39% con relación a las demás áreas de formación.
- Algunos trabajos han llegado a ampliar y modificar el propósito inicial de aplicación de conocimientos disponibles objetivos de la aplicación.
- Es de gran importancia realizar el estudio de resúmenes analíticos ya que ofrece a la universidad una verdadera ayuda para determinar las debilidades y fortalezas que la carrera de Administración de Instituciones de Servicio pueda tener en un momento determinado con relación a los trabajos de grado.
- El análisis de los trabajos enfatiza el desarrollo de la administración aplicada en los diferentes niveles de las instituciones u organizaciones de servicios como hoteles, clínicas, restaurantes, centros de convenciones, hogares geriátricos, universidades, colegios, etc.

BIBLIOGRAFIA

- VELEZ, Amparo; CALVO, Gloria. Análisis de la Investigación en la Formación de Investigadores. Nueve años de la maestría en educación de la Universidad de la Sabana, el Estado del Arte o del Conocimiento, Santafé de Bogotá, 1999. Páginas 41-51.
- VARGAS GUILLEN, Germán. Algunas Características Epistemológicas de la Investigación Documental. Tomado de la revista ASCOLBI V 1 No 3 y 4 Julio-Diciembre de 1998. Páginas 26-33.
- INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS. Normas Colombianas sobre Documentación y Presentación de Tesis de Grado: ICONTEC, 2000.
- TAMAYO, Mario. Metodología Formal de la Investigación Científica. Editorial Comex S.A. 1981. Páginas 15, 21, 29-37, 51, 75.
- INSTITUTO COLOMBIANO PARA EL FOMENTO DE LA EDUCACION SUPERIOR. Seria Aprender a Investigar, Módulos 1-2-5. Santafé de Bogotá 1990.
- QUINTERO, Grace Victoria; SALAMANCA, Antonia. Revisión Documental de los Trabajos de Grado del Programa Académico de Administración de servicio de Bienestar. Posibles líneas de Investigación. Año 1993.
- UNIVERSIDAD DE LA SABANA, PEI, Proyecto Educativo Institucional, Santafé de Bogotá, 1999.

ANEXO 1. LISTA POR ORDEN ALFABETICO DE PALABRAS CLAVES O DESCRIPTORES

PALABRA CLAVE O DESCRIPTOR	RAAS
ACCION CORRECTIVA	056.
ADMINISTRACION	053. 061. 069. 070. 079. 085. 090. 100. 108.
AERONAUTICA	104
ALIMENTOS Y BEBIDAS	057. 070. 117. 119. 121. 122. 123. 133.
ALMACENAMIENTO	056. 123. 133.
ASEO	086.
BACTERIAS	138
CAFETERIA	139
CALIDAD	054, 059, 061, 063, 066, 067, 068, 069, 070, 072, 082, 084, 085,088, 093, 096, 098, 109, 126, 135, 143.
CAPACITACION	062. 064. 083. 097. 099. 103
CLIENTES	056, 067, 073, 076, 078, 082, 084, 088, 090, 095, 113. 114. 119. 126
COMERCIO EXTERIO	140
COMPETITIVIDAD	065. 135.
COMUNICACION	062. 081. 097. 131. 136.
CONSERVACION	074. 096.
CONTABILIDAD	080.
CONTROL	070. 110. 126.
COSTOS	081.
CREDITO	124
DEMANDA	140
DETERGENTES	127
DIAGRAMA DE FLUJO	141
DIRECCION	109. 144
DISTRIBUCION	102
ECONOMIA	140
EDUCACION	055.
EMPLEO	075.
EMPRESA	093, 106, 118.
ENCUESTAS	050.
ESTADISTICAS	108, 135
ESTADOS FINANCIEROS	122
ESTRATEGIA	077. 107. 113. 136. 142.
ESTRUCTURA	051. 076. 078. 091. 110. 114. 130. 137.
EVALUACION	146
EVENTOS	121
EXCELENCIA	066. 134. 144.
FIBRAS	127
FIDUCIA	125
FINANZAS	073.
FRANQUICIAS	122
GERENCIA DEL SERVICIO	061.
GERIATRICO	052. 100.
GESTION EMPRESARIAL	080.
GREMIO	142
HOSPITALES	112
HOTELES	112
HUERTA	074.
INDEPENDENCIA	055.
INFORMACION	112
INVESTIGACION	052. 069. 091. 100. 131.
LACTEOS	120. 138.
LEASING	124
LEGISLACION COLOMBIANA	125
LEY 50	129
LICITACION	143
LIDERAZGO	064. 105. 124.
MANIPULACION	139
MANTENIMIENTO	086. 104.
MANUAL	083.
MERCADEO	050. 060. 077. 079. 089. 092. 102.
MERCANCIAS	079.
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	080.
MICROEMPRESA	116
MOMENTOS DE VERDAD	049

NORMAS ICONTEC	087.
NUTRICION	058, 117.
ORGANIGRAMA	057.
ORGANIZACION	051, 052, 068, 072, 076, 078, 091, 110, 114, 130, 145
OUTSOURCING	126
PERFIL	094.
PERSONAL	060, 064, 075, 121, 141.
PLANEACION	050, 062, 065, 070, 081, 092, 099, 107, 109.
PLANIFICACION ESTRATEGICA	077.
POBLACION	106.
POLITICA TRIBUTARIA	142
PROCEDIMIENTOS	094.
PROCESOS	085, 093, 094, 098.
PRODUCTIVIDAD	054, 092, 120.
PRODUCTO	089, 133.
PROMOCION	089, 102
PROTOCOLO	055, 115.
PUBLICA	095.
PYME	116
RECURSOS HUMANOS	073.
RECURSOS NATURALES	074.
REESTRUCTURACION	098.
REFORMAS	129
REINGENIERIA	131
RELACIONES PUBLICAS	053.
ROOM SERVICE	130
SALARIOS	129
SALUD	058.
SATISFACCION	139
SEGURIDAD INDUSTRIAL	097.
SELECCION	075, 137, 141.
	049, 051, 054, 057, 058, 060, 063, 065, 066, 067, 068, 071, 072, 082, 083, 084, 088, 090, 095, 096, 099, 103, 104, 107, 108, 113, 117, 119, 134, 136, 143, 144.
SERVICIO	
SERVICIOS GENERALES	086.
SOCIEDAD	101.
TEXTILES	087.
TRABAJO	101, 106.
TRABAJO EN EQUIPO	105.
TRIANGULO DE SERVICIO	049.
UNIVERSIDAD	118
VIABILIDAD	146
VIRTUD	101.
VIVIENDA	110

ANEXO 2. INDICE GENERAL POR AUTORES

NOMBRE	RAAS
ACOSTA, Olga Marlene	54
ALARCON, Candil Olga	70
ALVAREZ, V Mary Luz	115
ANDRADE, Gloria	84
ARANGO, Diago Rita Alexandra	119
ARCILA, Real Olga Lucia	66
ARENAS, Consuelo	97
AREVALO, Maldonado Nancy Stella	56
AVILA, González Claudia	55
AYALA, Espinel Irma Paola	129
BARRIGA, Claudia Lilian	112
BECERRA, Guevara Marcela del Pilar	135
BECERRA, Puentes Carol Johana	131
BENAVIDES, Camargo Catalina	107
BENETI, Angel Carla Maria	142
BERNAL, Prieto Miryam	55
BOADA, Guarín Flor Angela	111
BUITRAGO, Camacho Andrea	125
BULLA, Yomali	78
CABRATI, Mandino Gino	145
CALVO, Martha Lucia	90
CAMACHO, Torres Liliana	88
CARABALLO, Michelle	76
CASTILLO, Sanabria Olga Angelica	77
CASTILLO, Urrego Maria Patricia	85
CASTRO, Vargas Alma Rocio	75
CEPEDA, Bolaños Jackeline	124
CHAPARRO, Rojas Luz Adriana	134
CHAVEZ, C Martha	138
CHAVEZ, Moreno Maria Helena	100
CORTAZAR, Garcia Patricia	79
CORTEZ, Ramirez Natalia	65
CUERVO, Maria Eugenia	84
CUETO, Lina Maria	126
CUETO, Teresa	84
CURE, Milena	83
DELITH, Carol	76
DIAZ, Castro Silvia Patricia	118
DIAZ, Maria Ines	52
DONOSO, Pereira Liliana	116
DUEÑAS, Eder Alfonso	98
ESPITIA, Adriana	93
ESTRADA, Martínez Liliana	49
FAJARDO, Parra Alicia	80
FLOREZ, Pinzon Jimena	65
FORERO, Amaya Angelica Maria	146
FORERO, R Monica del Pilar	136
FRANCO, de Soto Miryam Eugenia	109
GALEANO, Alvarez Lucero	73
GALINDO, Montoya Martha Constanza	96
GARAY, Orozco Maria Carolina	59
GARZON, Aguilar Flor Marina	109
GARZON, Casallas Norma	70
GARZON, M Maria Elvira	113
GIRALDO, Luz Angel	114
GOMEZ, Brunasso Maria Esperanza	59
GOMEZ, De Fernandez Luz Angela	68
GOMEZ, Diana	93
GOMEZ, S Gloria Ines	113
GONZALEZ, Posada Amalia	74
GONZALEZ, Scobie Carolina	77
GONZALEZ, Leydit	93
GRANADA, Copete Olga Lucia	108
GUERRON, Zamudio Sandra L.	69
GUTIERREZ, Camacho Sandra Patricia	104
GUTIERREZ, Rodriguez Sandra	100
GUZMAN, Rodriguez Reyna Patricia	119
HERNANDEZ, Reves Maria del Rosario	86

ANEXO 3. LISTA DE DIRECTORES O ASESORES DE LOS TRABAJOS DE GRADO POR ORDEN ALFABETICO.

ASESOR O DIRECTOR	TITULO	RAAS	TOTAL
ABDU HERNANDO	comercialización de agua de la fuente producida por la industria de licorera del Putumayo	022	3
	Estudio f)de la competencia de un salón de onces en Centro Chia.	023	
	Estudio de mercado para la creación e inversión en una casa de banquetes de Bogotá.	027	
ABRECSIA PEDRO	Investigación de mercados para detergentes industriales en la ciudad de Santafé de Bogotá.	039	1
AFANADOR PLATA JORGE	Administración de servicios generales en edificios y condominios.	006	1
ALDANA ARCHILA EDGAR	Creación de estrategias para brindar un mejor servicio al cliente externo en la Corporación Social de Ahorro y vivienda Colmena	073	3
	Manual de autocapacitación para consultores de Max Factor Internacional	089	
	Patrón modelo de capacitación para el personal en el servicio de alimentos	097	
ALDANA DE VEGA LUZ ANGELA	Diseño del manual administrativo de calidad del programa de servicio al cliente en Barnes de Colombia.	054	15
	Estudio y recomendaciones sobre el funcionamiento de los servicios generales en la clínica Monserrat.	007	
	Operación del servicio de aseo y mantenimiento en la sede del puente del común de la Universidad de la Sabana.	009	
	Manual de l proceso administrativo de los servicios generales de los teatros culturales.	010	
	Montaje de un instituto para niños especiales con retardo mental.	014	

	Diseño de la sección administrativa de capacitación y desarrollo de personal del hospital infantil Lorencita Villegas de Santos.	015	
	Diseño de una estructura organizativa de la administración del centro comercial Hacienda Santa Bárbara	018	
	Manual de administración de recursos humanos Para una institución geriátrica	038	
	Manual administrativo de procesos y procedimientos sobre servicios al cliente e influencia en la organización	040	
	Estructuración del proceso administrativo en el centro de investigación vitivinícola tropical de Ginebra "Ceniuva"	047	
	Plan estratégico para gerenciar el servicio al cliente en la aerolínea Satena	065	
	Vivir la excelencia modelo de servicio al cliente aparta hotel residencias Tequendama	066	
	Manual de procedimiento de selección y contratación del recurso humano en Platichem de Colombia Ltda.	075	
	Modelo de Gerencia de calidad y servicio aplicada al departamento de registro académico en la Universidad de la Sabana	085	
	Creación de una oficina de calidad y servicio al cliente en mercados Romi	103	
ARENAS PARRA LUIS ELMER	Reestructuración del departamento de Alimentos y Bebidas en el club de suboficiales de la policía nacional Clusopol	070	1
ARÉVALO NANCY	Ventajas y desventajas en el outsourcing en el aseo y mantenimiento en la Corporación Nacional de Ahorro y Vivienda Conavi	126	1
ARIAS PRIETO	Herramientas estadísticas y	108	1

GERMAN	administrativas en un plan de mejoramiento continuo en una empresa de servicios		
ARI SMENDI DE VARGAS JANNETH	Estudio técnico y administrativo para la optimización del servicio de cafetería de las instalaciones de la Universidad de la Sabana	051	12
	Aplicación del proceso administrativo en el montaje y organización de una salacuna-guardería en el conjunto multifamiliar el pinar de Suba	001	
	Organización administrativa de una institución geriátrica	002	
	Estudio de mercado para el funcionamiento de un surtionces	013	
	Estudio gastronómico de los municipios de Ubaté, Tena, Ráquira y Villa de Leiva	026	
	Antecedentes para el estudio de factibilidad del montaje de la guardería sala cuna en el campus universitario de la Sabana	028	
	Ambientación de servicios de hogares geriátricos	029	
	Diseño y creación de ayudas didácticas como diapositivas para la asignatura elaboración de menús	044	
	Diagnóstico del funcionamiento de los restaurantes escolares en la zona urbana del municipio de la Palma.	076	
	Análisis del modelo sistemático del servicio de alimentación en el Mesón de la Sabana y propuesta de aplicación	119	
	Propuesta para optimizar la prestación del servicio de alimentación para niños entre 6 y 12 años	110	
	Diagnóstico en la elaboración de pliegos de condiciones para la contratación de servicio de alimentos en las universidades privadas ubicadas en los cerros de Bogotá.	143	

BAUTISTA JUAN JOSE	Estudio de factibilidad del queso mozzarella maduro y su introducción al mercado a nivel de Santafé de Bogotá	120	1
BEJARANO GILBERTO	La importancia de la comunicación durante el proceso de cambio organizacional	131	1
BERMÚDEZ R. MAURICIO	Investigación para el montaje de servicio de banquetes de la empresa Carulla y Cia en Santafé de Bogotá	072	1
BERNAL C. JOSE	Creación y desarrollo del departamento de bienestar para la empresa Central de Mezclas S.A.	064	1
BERNAL PEDRO NEL	Estudio para el montaje de un servicio de comidas para niños	017	1
BETANCOURT L. CESAR	Pautas Para la creación de la decanatura de admisiones con orientación al mercadeo	077	1
BOLIVAR ALVARO	Establecimiento de parámetros para la implementación de procesos de calidad total y aplicación de herramientas estadísticas en empresa Vitrofarma S.A.	135	1
CARRI SOSA DE NARVÁEZ ALBERTO	Estrategias de servicio en Fincomercio para el cliente interno	132	1
CASAS JUAN PABLO	Reorganización administrativa de la Clínica del Country	048	1
CORTAZAR GARCIA PATRICIA	Logística de almacenamiento	079	1
CORTEZ G FERNANDO	Propuesta de mejoramiento de servicio al cliente en una corporación de Ahorro y Vivienda	099	1
CORTE MANCILLA HECTOR	Manual de aplicación de la ley 50 para los empleados de las empresas colombianas	129	2
	Administración de propiedad horizontal del sector vivienda	111	
CUETO VIGIL MARIA CLEMENTINA	Manual de huerta y jardinería	074	1
DELGADO PEREA JUAN MANUEL	Análisis de mercadeo para la especialización en gerencia de servicio en la Universidad de la Sabana en	106	1

	Santafé de Bogotá.		
ECHEVERRIA DE URIBE STELLA	Determinación de los factores que inciden en el bienestar y desarrollo humano de los empleados de servicios generales de la Universidad de la Sabana	086	1
GARCIA BERCEBEL ANA	Aplicación del proceso administrativo al servicio de dietas y alimentos en una Clínica Universitaria	012	1
GARCIA CESAR	Estudio gastronómico de los platos típicos del departamento del Atlántico	036	1
GIRALDO AUGUSTO	Manual de recursos humanos Forte Travelodge Hotel Orquídea Real	093	2
	Propuesta administrativa para el hogar geriátrico madre Marcelina	100	
GOMEZ POLACHE ARTURO	Diseño de estrategias para el mejoramiento del servicio al cliente interno en Aerorepública	136	1
GOMEZ MAURICIO	Diagnostico y reorganización del hotel Villa Yudy , Melgar Tolima	019	1
GONZALEZ , M, GULLERMO	manual administrativo del departamento de seguridad para la industria hotelera	011	1
HOYOS CARDONA MARI A DOLORES	Normas generales para el almacenamiento de frutas y verduras	020	2
	Utilización del almidón en papa en productas de panadería y repostería	025	
HURTADO LUZ MARINA	Manual sobre el proceso de elaboración dl queso Cheddar	138	2
	Estudio de reestructuración para el área de alimentos del cliente interno de Carulla	139	
ILERA ARIANE	Motivación organizacional	145	1
LASSO HUGO ELI ECER	Análisis de costos por sustitución de personal en Carulla durante 1997	141	2
	Diagnóstico del departamento de suministro y provisiones del Hospital infantil universitario Lorencita Villegas de Santos	041	
LATORRE JULIO ENRIQUE	Gestión de calidad en los servicios hoteleros brindados al paciente	109	1

	hospitalizado en la Fundación Instituto Neurológico de Colombia		
LEON CASTRO RAFAEL VICENTE	Estudio de factibilidad para el montaje de una empresa de propiedad horizontal	050	2
	Planeación y diseño de un programa de capacitación estudio- caso Compañía Agrícola de Seguros S.A 1993-1994	081	
LEON OCAMPO DIEGO	Investigación de mercados para la jerarquización de plazas de Cupocredito	116	1
LONDOÑO ESCOBAR CLARA HELENA	Aproximaciones a las interrelaciones universidad - empresa	118	1
LOSADA RODRÍGUEZ JAIRO	El Leasing internacional como alternativa de financiación en los activos fijos en Avianca	124	1
MALO OTALORA JUAN FRANCISCO	Montaje de una cultura de servicio en el Room Service de un hotel de lujo para altos ejecutivos en Colombia	130	3
	Manual para el manejo adecuado de prendas hospitalarias.	127	
	Como llegar a la gerencia del servicio a través de un esquema teórico.	049	
MANRIQUE DE ARANGO NOHORA	Estudio cultural y gastronómico en las poblaciones de Ibagué , Líbano y Natagaima para la recuperación de tradiciones en el departamento del Tolima	024	1
MUÑOZ CASTRO FERNANDO	Organización de los servicios generales en una empresa comercial	060	5
	Estudio del servicio al cliente y normas básicas de comportamiento presentadas por el personal administrativo y operativo de la corporación social de Ahorro y Vivienda Davivienda.	061	
	Estrategia de servicio en Fincomercio para el cliente externo	128	
	Propuesta para la creación del departamento del servicio al cliente interno y externo en la compañía Word Courier de Colombia S.A.	107	

	Diseño organizacional de la empresa Auros s.a.	137	
NAVARRO VANEGAS SALVADOR	Modelo administrativo de un servicio de alimentación institucional para personas entre 25 y 40 años que realicen labores sedentarias	117	1
NEIRA WIESNER GUI LLERMO	Rediseño de funciones y procedimientos e implementación del sistema de control interno en la división de finanzas del Ministerio de Defensa Nacional	094	1
OCAMPO FERNANDO	Diagnostico y propuesta para el mejoramiento de servicio al cliente en un fondo de pensiones y cesantías.	088	1
ORDÓÑEZ DE PERICO CECILIA	Reestructuración administrativa y puesta en marcha del departamento de relaciones públicas del Club S.A.S Sociedad de Amigos de Sibate.	053	2
	Tradiciones en el protocolo de actos académicos en Santafé de Bogotá.	055	
ORTIZ FELIPE ALBERTO	Las asociaciones gramiales como entidades de servicio	142	1
ORTIZ M. FERNANDO	Organización para la atención de eventos especiales	003	1
OSPINA VERONICA	Formulación y evaluación de un proyecto que determine la viabilidad económica y funcional de Saint Paul de Vence Café Fondue	146	1
PACHECO ALDANA MELBA	Reestructuración administrativa de la empresa de acueducto Corinto Ltda	098	1
PAEZ NEIRA MONICA ISABEL	Diagnostico y estrategia para lograr la excelencia en la calidad del servicio del comedor industrial de Interec S.A.	056	1
PICO GIL JUAN MANUEL	Creación del departamento de servicio al cliente en la empresa Proyecto 2000 Ltda.	062	5
	Creación de una oficina de servicio al cliente en la empresa Canon Lexco.	090	

	Estudio de factibilidad para el montaje de una empresa de turismo personalizado	091	
	Acceso a la literatura sobre servicio al cliente en Colombia estudio de arte y perspectivas.	144	
	Propuesta para la creación de una empresa de servicio personalizado a extranjeros.	102	
QUINTERO MARIA CONSUELO	El administrador de servicios en la ejecución de eventos en los auditorios de la Pontificia Universidad Javeriana.	115	1
RAMIREZ DE VELÁSQUEZ NEYLA	Manual de funciones para el personal administrativo y operativo que labora en hogares geriátricos.	052	11
	Estudio de los materiales de revestimiento de los pisos y su relación con el mantenimiento	021	
	Fundamentos para la normalización de procesos de lavado de prendas de alta suciedad en lavandería hospitalaria en las ciudades de Santafé de Bogotá , Chía y Silvanía	032	
	Estudio del sistema de manejo en la lencería en el centro vacacional Cafam Melgar	033	
	Estudio sobre algunos aspectos fundamentales que inciden en la necesidad de formar técnicos profesionales en servicios de Bienestar	035	
	Diseño y elaboración de diapositivas para el servicio de lavandería en agua	042	
	Investigación documental soporte al programa de normalización para lavandería hospitalarias	046	
	Diseño de instrumentos de recolección de información en la investigación "proyecto de normalización de lavanderías hospitalarias"	069	

	Manual de la alumna de servicio de aseo y mantenimiento.	082	
	La gerencia del servicio aplicada a la atención al cliente del centro de Convenciones Torre Blanca.	084	
	Investigación documental soporte al programa de normalización para lavanderías hospitalarias: normas Icontec sobre textiles.	087	
RAMIREZ MARIA EMILIA	Modelo de manual para la realización de eventos tradición e innovación.	134	1
RAMIREZ RESTREPO ALVARO	Estudio de viabilidad y factibilidad para la exportación de cinturones de cuero a Venezuela.	140	1
RASKIN FELIPE	Investigación de mercados para detergentes industriales en la ciudad de Santa fé de Bogotá	039	1
REYES CASTELBLANCO CESAR	Desarrollo de la Fiducia en Colombia.	125	3
	Organización para la atención de eventos especiales	016	
	Modelo de interventoría para el servicio de alimentos de la Clínica Hospital Fray Bartolomé de las Casas.	092	
REYEZ GOMEZ ADOLFO	Propuesta sobre un departamento de servicio al cliente.	067	1
RI VEROS S. GUSTAVO	Reestructuración administrativa de una institución pública.	095	1
RODRÍ GUEZ ORASTEGUI FRANCISCO	Revisión de literatura y consideraciones sobre las principales obras acerca del tema de calidad total.	059	2
	Estado del arte de los trabajos científico-técnico realizados sobre achira , almidón y harina de achira	037	
ROJAS GIL ANDRES	Auditoria de servicio a Bipermax S.A.	113	1
ROJAS GUSTAVO	Plan de formación integral para el personal operativo de los Hoteles de Barranquilla.	105	1
ROJAS PEREZ MAURICIO	Reformulación de la estructura organizacional en J.E Rueda & Cñía Ltda.	078	1

ROJAS PEREZ MARIO	Montaje de un sistema de control y costos en la empresa alipracticas Ltda.	031	1
RUEDA JULIO EDUARDO	Surgimiento, desarrollo, perspectivas del negocio de envase de licores extranjeros envasados en Colombia	004	1
SALAZAR GARCES AIXA	Texto básico de estudio de nutrición y técnicas culinarias.	058	4
	Manual técnico operacional del departamento de servicios generales de la Universidad de la Sabana.	071	
	Estudio de comportamiento financiero de las franquicias extranjeras en el sector financiero en Santafé de Bogotá entre 1990 y 1996	122	
	Diseño de un manual de técnicas de lavandería	096	
SANCHEZ CARLOS LEONARDO	Diagnostico y programa de capacitación para las promotoras de venta en el negocio de carnes de Carulla en Santafé de Bogotá.	083	1
SANCHES PEREZ GUILLERMO	Interventoría administrativa al servicio de alimentación del centro de rehabilitación para alumnos CRAC.	057	5
	Manual de calidad del servicio al cliente e instituciones de salud.	068	
	Montaje de una empresa de producción y distribución de chocolates para el sector hotelero.	080	
	Manual de planificación y diseño de establecimientos para el servicio de alimentos y bebidas	123	
	Estudio de mercadeo para la conservación de la carne de pollo por medio de un servicio de congelación.	133	
SEGOVIA CIFUENTES HASBLADY	Guía práctica: software de aplicaciones de servicio directo al cliente externo en el área hotelera y hospitalaria de Santafé de Bogotá.	112	1
SIERRA LONDOÑO ALVARO	Interacción familia trabajo un proyecto vital de la persona.	101	1

SIN C. HUGO	Optimización de la calidad del servicio en centros de convenciones.	121	1
TURRIAGO HOYOS ALVARO	Análisis del proceso de innovación en las pequeñas y medianas industrias del sector gráfico en Santafé de Bogotá.	114	4
	Estudio sobre el mercado de trabajo de un técnico profesional en servicios de bienestar	031	
	Plan para el desarrollo del programa de capacitación en servicio al usuario dirigido a los instructores del Royal Center	063	
	Manual de vinos	005	
UTRI A AVENDAÑO GUSTAVO	Evaluación y propuesta de mejoramiento del manejo del servicio de residuos sólidos en el Aeropuerto El Dorado.	104	1
VELEZ R. AMPARO	Recopilación bibliográfica de revistas en el área de química y alimentos del programa de administración de servicios de Bienestar	034	5
	Análisis de la investigación en la formación de investigadores, nueve años de la maestría en educación de la Universidad de la Sabana, el estado del arte y del conocimiento	043	
	Revisión documental de los ejemplares de calidad en la educación en Colombia		
	Revisión documental de los trabajos de grado del programa de Servicios de Bienestar, líneas de investigación.		
	Recopilación bibliográfica de revistas en el área de administración de servicios del programa de administración de servicios de Bienestar de la Universidad de la Sabana	045	

CRONOLOGICO Y NUMERO DE RAAS DE LOS AÑOS 1993 A 2000

AÑO	RAAS	TITULO	AUTOR
1993	49	COMO LLEGAR A LA GERENCIA DEL SERVICIO A TRAVES DE UN ESQUEMA TEORICO	MARTINES ESTRADA LILIANA
1993	50	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DE ADMINISTRACION DE PROPIEDAD HORIZONTAL	MENDOZA CRUZ LUISA MARCELA - VARON VAL ENCIA JULIETA - CASTRO LEON
1993	51	ESTUDIO TECNICO Y ADMINISTRATIVO PARA LA OPTIMIZACION DEL SERVICIO DE CAFETERIA DE LAS INSTALACIONES DEL CAMPUS UNIVERSITARIO DE LA SABANA	RAMIREZ MARTINEZ ANGELA MARCELA
1993	52	MANUAL DE FUNCIONES PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO QUE LABORA EN HOGARES GERIATRICOS	DIAZ BECERRA MARIA INES - RUEDA PUERTO GLADIS
1993	53	RESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA Y PUESTA EN MARCHA DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PUBLICAS DEL CLUB S.A.S. (SOCIEDAD AMIGOS DE SIBATE)	INFANTE MAYORGA NUBIA - RICARDO PATERNINA ADRIANA
1993	54	DISEÑO DEL MANUAL ADMINISTRATIVO DE CALIDAD Y DEL PROGRAMA DE SERVICIO AL CLIENTE PARA BARNES DE COLOMBIA S.A	ACOSTA OLGA MARLENE
1993	55	TRADICIONES EN EL PROTOCOLO DE ACTOS ACADemicOS DE SANTAFE DE BOGOTA 1623-1993	AVILA GONZALEZ CLAUDIA MARCELA - BERNAL PRIFTO MYRIAM
1993	56	DIAGNOSTICO Y ESTRATEGIA PARA LOGRAR LA EXCELENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL COMEDOR INDUSTRIAL DE INTEREC S.A	AREVALO MALDONADO NANCY STELLA
1993	57	INTERVENTORIA ADMINISTRATIVA AL SERVICIO DE ALIMENTOS DEL CENTRO DE REHABILITACION PARA ADULTOS CIEGOS "CRAC"	SANTACRUZ LILIANA CRISTINA
1993	58	TEXTO BASICO DE ESTUDIO DE NUTRICION Y TECNICAS CULINARIAS	PARRA OLAIZOLA VIRGINIA - SOLANO VARGAS MYRIAM
1993	59	REVISION DE LITERATURA Y CONSIDERACIONES SOBRE LAS PRINCIPALES OBRAS ACERCA DEL TEMA DE CALIDAD TOTAL	GARAY OROZCO MARIA CAROLINA - GOMEZ BRUNASSO MARIA ESPERANZA
1993	60	ORGANIZACION DE LOS SERVICIOS GENERALES EN UNA EMPRESA COMERCIAL	QUEMBA PIRACOCA MARTA YACKELINE - TOVAR CALA MELVA
1993	61	ESTUDIO DE SERVICIO AL CLIENTE Y NORMAS BASICAS DE COMPORTAMIENTO PRESENTADAS POR EL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO DE LA CORPORACION COLOMBIANA DE AHORRO Y VIVIENDA DAVIVIENDA	JARAMILLO VILLALOBOS LINA MARIA
1993	62	CREACION DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE INTERNO EN LA EMPRESA PROYECTO 2000 LTDA	LOPERA MERINO CAROLINA - MOLINA VASQUES OLGA LUCIA
1993	63	PLAN PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DE CAPACITACION EN SERVICIO AL USUARIO DIRIGIDO A LOS INSTRUCTORES DEL ROYAL CENTER	MONROY SALAMANCA AIDA DEL PILAR - PELAEZ DE DIAZ DIANA LUCIA
1993	64	CREACION Y DESARROLLO DEL DEPARTAMENTO DE BIENESTAR PARA LA EMPRESA CENTRAL DE MEZCLAS S.A	RODRIGUEZ ANDRADE LUZ MARITZA - TAMARA MOLINA CLAUDIA PATRICIA
1993	65	PLAN ESTRATEGICO PARA GERENCIAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA AEROLINEA SATENA	PINZON FLORES XIMENA - RAMIREZ CORTES NATALIA
1993	66	VIVIR LA EXCELENCIA MODELO DE SERVICIO AL CLIENTE APARTAHOTEL RESIDENCIAS TEQUENDAMA	ARCILA REAL OLGA LUCIA - PRADO PEREZ SANDRA JANNETH
1993	67	PROPUESTA SOBRE UN DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE	OLMOS PUERTO YOLANDA - SALAZAR MONTES VIVIANA
1994	68	MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE E INSTITUCIONES DE SALUD	GOMEZ DE FERNANDEZ LUZ ANGELA - MONTOYA ARAUJO MARTHA CAROLINA
1994	69	DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION EN LA INVESTIGACION PROYECTO DE NORMALIZACION DE LAVANDERIAS HOSPITALARIAS	MANRIQUE PLAZAS MARIA MERCEDES - GUERRON ZAMUDIO SANDRA LUCIA
1994	70	RESTRUCTURACION DEL DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL CLUB DE SUBOFICIALES DE LA POLICIA NACIONAL (CLUSOPOI)	ALARCON CANDIL OLGA - GARZON CASALLAS NORMA - MORALES LAGOS MARTHA
1994	71	MANUAL TECNICO OPERACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIO GENERALES DE LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA	LEON BASTIDAS MARY JANETH
1994	72	INVESTIGACION PARA EL MONTAJE DE SERVICIO DE BANQUETES DE LA EMPRESA CARULLA Y CIA EN SANTAFE DE BOGOTA	LEON BOCANEGRA ADRIANA MARIA
1994	73	CREACION DE ESTRATEGIAS PARA BRINDAR UN MEJOR SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO EN LA CORPORACION SOCIAL DE AHORRO Y VIVIENDA COLMENA	GALEANO ALVAREZ LUCERO
1994	74	MANUAL DE HUERTA Y JARDINERIA	POSADA GONZALEZ AMALIA
1994	75	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE SELECCIÓN Y CONTRATACION DEL RECURSO HUMANO EN PLASTISHEM DE COLOMBIA LTDA	VARGAS CASTRO ALMA ROCIO
1994	76	DIAGNOSTICO DEL FUNCIONAMIENTO DE LOS RESTAURANTES ESCOLARES EN LA ZONA URBANA DEL MUNICIPIO DE LA PALMA CUNDINAMARCA	CARABALLO MICHELE - DELITH DIAZ CAROL - SILVA NUBIA JANNETH
1994	77	PAUTAS PARA LA CREACION PARA LA DECANATURA DE ADMISIONES CON ORIENTACION AL MERCADEO EN LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA	CASTILLO SANABRIA OLGA ANGELICA - GONZALEZ SCOBIE CAROLINA
1994	78	REFORMULACION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EN J.E RUEDA Y CIA LTDA	BULLA LA TORRE YOLIMA
1994	79	LOGISTICA DEL ALMACENAMIENTO	CORTAZAR GARCIA PATRICIA
1994	80	MONTAJE DE UNA EMPRESA DE PRODUCCION Y DISTRIBUCION DE CHOCOLATES PARA EL SECTOR HOTELERO	FAJARDO PARRA ALICIA
1995	81	PLANEACION Y DISEÑO DEL PROGRAMA DE CAPACITACION ESTUDIO DE CASO COMPAÑIA AGRICOLA DE SEGUROS S.A	HOYOS ESTEVEZ SANDRA PATRICIA
1995	82	MANUAL DE LA ALUMNA DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO.	LUQUE BEATRIZ ADRIANA
1995	83	DIAGNOSTICO Y PROGRAMA DE CAPACITACION PARA LAS PROMOTORAS DE VENTA EN EL NEGOCIO DE CARNES DE CARULLA EN SANTAFE DE BOGOTA	CURE C. MILENA - RICO C. ALEXANDRA
1995	84	MANUAL DE LA SUPERVISORA DE HABITACIONES DEL CENTRO DE CONVENCIONES TORRE BLANCA	CUERVO SALGADO MARIA EUGENIA

ANEXO 5. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.¹⁸

1. **LOS ESTUDIOS DESCRIPTIVOS**, Buscan establecer como se presenta un fenómeno, determinando su distribución o incidencia; y estableciendo las relaciones que presentan los fenómenos dentro del mismo campo de indagación.

Dentro de los estudios descriptivos, pueden diferenciarse varios tipos, según los métodos y procedimientos empleados:

- Estudios Descriptivos – Diferenciales: Al hacer descripciones, se enfatiza el intento de precisar las diferentes formas como se presenta un fenómeno, o su incidencia relativa en distintos grupos. Suelen emplearse manejos estadísticos como las diferencias de porcentajes, las diferencias de medias o los análisis de contingencias.
 - Estudios Descriptivos – Correlacionales: Emplean técnicas de recolección, buscando establecer la medida en que dos variables presentan variaciones concomitantes, de ahí que generalmente utilicen modelos de correlación simple.
 - Estudios Descriptivos – De Caso: Son estudios en los cuales se realiza un análisis de una unidad social con el fin de describir su comportamiento, referido al objeto de indagación.
2. **ESTUDIOS DE TENDENCIA**, Son estudios en los cuales se hace un seguimiento temporal de un fenómeno, o reconstrucción temporal del mismo, con el fin de establecer la forma de velocidad o el ritmo de los cambios.

Según los procedimientos empleados, pueden distinguirse dos tipos de estudios de tendencias:

- Estudios Retrospectivos: En los cuales se realiza una reconstrucción temporal de un fenómeno pasado hasta el presente (sin ir más allá).
 - Estudios Prospectivos: En los cuales la reconstrucción temporal del fenómeno, del pasado al presente, permite establecer las formas y las características sistemáticas del cambio, de tal forma que el cambio puede proyectarse hacia el futuro, mostrando las tendencias probables del fenómeno en uno o varios períodos posteriores.
3. **ESTUDIOS PREDICTIVOS**, Son estudios en los cuales se busca establecer relaciones sistemáticas entre varias variables (llamadas predictores o factores) permitiendo predecir los valores de otra (llamada producto o criterio). Igualmente buscan establecer como los cambios en unas variables permiten predecir los cambios en otra.

Dentro de los estudios predictivos, pueden distinguirse dos tipos de estudios, según los métodos y procedimientos: los de correlaciones basan la predicción en modelos de correlación múltiple. O análisis de correlaciones e intercorrelaciones; sin ir más allá en el

¹⁸ VELEZ R. Amparo y CALVO Gloria. Análisis de la investigación en la formación de investigadores nueve años de la maestría en educación de la Universidad de la Sabana, el Estado del Arte o del Conocimiento. Universidad de la Sabana, Santafé de Bogotá, 1992. pg. 52 - 58

análisis. Los de Regresión son estudios en los cuales, además de los análisis de correlaciones, se avanza hacia un análisis de regresión simple o múltiple, lo cual exige el establecimiento de las ecuaciones de regresión correspondiente, permitiendo una mayor precisión en las predicciones.

4. ESTUDIOS EXPLICATIVOS, Son estudios en los cuales, en lo que les es propio, buscan establecer por qué un fenómeno no se presenta o cambia como lo hace (yendo más allá de la predicción), estableciendo relaciones causales entre los fenómenos. Debe tenerse en cuenta que los factores explicativos son también predictivos pero no a la inversa .

Desde el punto de vista de los métodos, pueden distinguirse varios tipos de estudios, dentro de la categoría de los estudios explicativos. Los experimentales realizan una manipulación metodológica por parte del investigador, del fenómeno que se quiere estudiar; de tal manera que se puede producir el fenómeno en ciertas condiciones de modo, tiempo y lugar. Los cuasiexperimentales presentan la manipulación experimental de una variable (aplicada como tratamiento experimental); pero no se cumple estrictamente con las condiciones de aleatoriedad.

5. ESTUDIOS COMPRESIVOS, Se aplican al estudio de fenómenos humanos, sociales o culturales en los cuales las dimensiones de simbolización significación o toma de conciencia son importantes ya que su punto fundamental será el sentido como horizonte de significaciones. Busca ir más allá de la apariencia inmediata de los fenómenos, buscando esclarecer de significación y de sentido que los sujetos le atribuyen a los fenómenos, pueden distinguirse varios tipos de estudios comprensivos:

- Estudios de Análisis de Contenido: En estos estudios se trata de indagar la manera como un fenómeno es presentado en libros, textos, documentos o medios de comunicación, con el fin de establecer la manera como un fenómeno es significado o valorado.
- Estudios Semiológicos: son estudios que se centran fundamentalmente en un análisis de los significantes y las relaciones que implican aclarar la significación. Esto conlleva a la sistematización de los significantes, los significados y las categorías que permitan vincular significantes y significados, no solo en la estructura sino en las implicaciones propias del sentido.
- Estudios etnográficos: son estudios en los cuales, a través de observaciones participantes, entrevistas, diarios de campo, se trata de acceder al mundo conceptual de los grupos humanos para tratar de comprender las representaciones significativas que tienen de los fenómenos. Se recogen acá los enfoques y métodos de lo que se ha denominado "investigación cualitativa".
- Estudios históricos: son estudios que buscan reconstruir el pasado objetivamente con base en evidencias documentales, implican actividades comunes a todos los trabajos de investigación, resulta difícil para el investigador lograr una certeza científica, sino puede hallar informes adecuados basados en la observación directa

6. ESTUDIOS DE ESTANDARIZACIÓN: Son estudios que se refieren fundamentalmente a instrumentos o procedimientos de medida. Estandarizar un instrumento de medida significa adecuarlo para un grupo social o población específica. Implica establecer los

niveles de validez, confiabilidad y objetividad del instrumento, así mismo, establecer sus normas de puntuación e interpretación. Se presentan como un tipo de estudio diferenciado, por la razón de que estos estudios tienen formas y procedimientos metodológicos y técnicos que los caracterizan particularmente.

7. ESTUDIOS EVALUATIVOS, Son estudios en los cuales se busca realizar un seguimiento sistemático de un plan, un programa o un proyecto social, para establecer las condiciones de su funcionamiento, el nivel de sus logros y su impacto social; con el fin de aportar información pertinente que facilite la toma de decisiones dentro del programa. Se incluyen acá tanto las evaluaciones de programas, proyectos y materiales; como los estudios que responden a la categoría de Investigación Evaluativa.
8. INVESTIGACIÓN SOBRE LA INVESTIGACIÓN, son estudios que a diferencia de todos los que se han mencionado hasta ahora, no toman como objeto de indagación los fenómenos, sino lo que se ha estudiado sobre ellos. Es decir, su objeto de indagación es la investigación realizada en un área, sobre un fenómeno, o sobre un problema dado. Son por lo tanto estudios de referente documental.

Dentro de ellos pueden distinguirse algunos tipos de estudios:

- las Bibliografías Sistemáticas: Ya sean documentales o cruzadas.
- Las Reseñas: Estudios que buscan sistematizar el conocimiento aportado por la investigación sobre un fenómeno dado; destacando los enfoques diversos que ha adoptado la investigación, los métodos prevalentes sistematizando los resultados.
- Los Estados del Arte: Son estudios que buscan sistematizar la investigación realizada dentro de un área dada, llamando la atención sobre los cambios más prevalentes de investigación, los enfoques y los métodos; destacando relevancias, redundancias y vacíos que contribuyan a tomar decisiones que impulsen la investigación dentro del área considerada.

ANEXO 6. CLASIFICACION DE LOS TRABAJOS DE GRADO SEGÚN PRESENTEN O NO EL ENFOQUE INVESTIGATIVO POR AREAS DE FORMACIÓN, POR RAAS Y POR AÑO

AÑO	ENFOQUE INVESTIGATIVO	RAAS	AREA DE FORMACION
1993	Presenta los medios	049	Administrativa
	Investigación descriptiva	050	Económica y financiera
	Estudio exploratorio inductivo	051	Técnica
	Investigación inductiva	052	Administrativa
	Investigación descriptiva	053	Administrativa
	Investigación bibliográfica	054	Administrativa
	Investigación descriptiva	055	Administrativa
	Investigación exploratoria	056	Administrativa
	Investigación descriptiva	057	Técnica
	Investigación descriptiva	058	Técnica
	Investigación documental	059	Administrativa
	No presenta	060	Administrativa
	Presenta los medios	061	Administrativa
	Investigación bibliográfica	062	Administrativa
	No presenta	063	Administrativa
	No presenta	064	Administrativa
	Investigación bibliográfica	065	Administrativa
	Presenta los medios	066	Administrativa
Investigación inductiva	067	Administrativa	
1994	Investigación inductiva	068	Administrativa
	Presenta los medios	069	humanística
	Investigación bibliográfica	070	Administrativa
	Investigación bibliográfica	071	Administrativa
	Investigación inductiva	072	Administrativa
	Presenta los medios	073	Administrativa
	Investigación bibliográfica	074	Humanística
	Presenta los medios	075	Administrativa
	Investigación inductiva	076	Técnica
	Presenta los medios	077	Económica y financiera
	Investigación inductiva	078	Administrativa
	Investigación bibliográfica	079	Administrativa
Investigación bibliográfica	080	Económica y financiera	
1995	Presenta los medios	081	Administrativa
	No presenta	082	Administrativa
	Investigación inductiva	083	Administrativa

	Investigación inductiva	084	Administrativa
	Investigación inductiva	085	Administrativa
	Investigación descriptiva	086	Administrativa
	Investigación documental	087	Administrativa
	Investigación inductiva	088	Administrativa
	No presenta	089	Administrativa
	Presenta los medios	090	Administrativa
	Investigación inductiva	091	Económica y financiera
	Investigación descriptiva	092	Administrativa
	Investigación descriptiva	093	Administrativa
	Investigación exploratoria	094	Administrativa
	No presenta	095	Administrativa
	Investigación inductiva	096	Técnica
	Investigación bibliográfica	097	Administrativa
	Investigación inductiva	098	Administrativa
	Presenta los medios	099	Administrativa
	Presenta los medios	100	Administrativa
	Investigación bibliográfica	101	Humanística
1996	Investigación exploratoria	102	Económica y financiera
	Investigación exploratoria	103	Administrativa
	Investigación exploratoria	104	Humanística
	No presenta	105	Administrativa
	Investigación exploratoria	106	Económica y financiera
	Investigación bibliográfica	107	Administrativa
	Investigación exploratoria	108	Administrativa
	Presenta los medios	109	Administrativa
	Investigación descriptiva- correlacional	110	Administrativa
	Investigación inductiva	111	Administrativa
	Investigación evaluativa	112	Económica y financiera
	Investigación exploratoria	113	Administrativa
1997	Investigación inductiva	114	Económica y financiera
	Investigación descriptiva	115	Administrativa
	No presenta	116	Económica y financiera
	No presenta	117	Administrativa
	No presenta	118	Humanística
	Investigación descriptiva y evaluativa	119	Administrativa
	Investigación inductiva	120	Económica y financiera

	Presenta los medios	121	Administrativa
	No presenta	122	Económica y financiera
	Presenta los medios	123	Administrativa
	Investigación inductiva	124	Económica y financiera
	No presenta	125	Económica y financiera
	Investigación inductiva	126	Administrativa
	Investigación documental	127	Técnica
	Presenta los medios	128	Administrativa
	Presenta los medios	129	Administrativa
	Investigación inductiva	130	Administrativa
	Presenta los medios	131	Administrativa
	Investigación descriptiva	132	Administrativa
1998	No presenta	133	Económica y financiera
	No presenta	134	Administrativa
	Investigación descriptiva	135	Administrativa
	Investigación descriptiva	136	Administrativa
	No presenta	137	Administrativa
	Investigación descriptiva	138	Técnica
	Investigación descriptiva	139	Administrativa
	No presenta	140	Económica y financiera
	Investigación exploratoria básica	141	Económica y financiera
	Investigación aplicada	142	Administrativa
1999	Investigación inductiva	143	Administrativa
	Presenta los medios	144	Humanística
2000	Investigación descriptiva	145	Administrativa
	Investigación descriptiva	146	Administrativa

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 049

TITULO : COMO LLEGAR A LA GERENCIA DEL SERVICIO A TRAVES DE UN ESQUEMA TEORICO

AUTOR (es) : ESTRADA, Martínez Liliana

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa de administración de instituciones de servicios de bienestar, Santa fé de Bogotá, 1993, páginas 301.

PALABRAS CLAVES:

Servicio, momentos de verdad, triangulo del servicio, estrategias, ciclo, cultura, organización, calidad, trabajo, clima laboral, personal, éxito, valores, cambio, motivación, liderazgo, toma de decisiones.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad lograr recopilar un esquema teórico y que se lleve a una organización a orientarse hacia el servicio , que incremente una cultura, cree nuevas expectativas de calidad, propicie un tema de motivación, suministre recursos necesarios para la solución de problemas y se pueda por medio de éste la ejecución de un trabajo de alta calidad que reporte resultados beneficiosos a una empresa.

En segunda instancia descartar el vacío que en mi concepto existe teóricamente en el tema de gerencia del servicio y que por medio de esta recopilación, se mostrará una guía de referencia para mejorar el servicio de una manera eficaz y novedosa.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 22 pie de página destacando autores como :

- Albretch Karl, gerencia del servicio, Bogotá 1990, #15
- Carlzon Jan, moments of true , 1987 # 2
- Desantick Robert # 3

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por seis capítulos así:

CAPITULO I: MARCO TEORICO DEL SERVICIO:

Tema 1: Que es servicio:

Es un intangible cuyo valor agregado solo se conoce cuando se observa la naturaleza de ese valor añadido en la calidad del contacto personal llamado momento de verdad.

Tema 2: Definición del servicio según Karl Albretch:

Es la interrupción del servicio o más exactamente la tremenda inquietud por la calidad del servicio . lo que ha cobrado importancia hoy día en el mundo de los negocios.

Cada día la gente critica más la calidad de los servicios que continuamente debe recibir y pide que se haga algo par remediara la situación.

La época está exigiendo un nuevo enfoque del servicio por razones diferentes . los ejecutivos y gerentes deben trabajar en la transformación total de sus organizaciones en entidades para el cliente.

Tema 3 : La importancia del servicio

Durante la última década se ha venido dando la transformación de una sociedad industrial a una de servicios, donde ya no es tan importante el producto físico como sí lo son las relaciones que pueden establecer las organizaciones con sus clientes.

Relaciones que solo se pueden consolidar si el cliente alcanza satisfacción total el percibir el valor agregado que le imprime al producto que se está ofreciendo el excelente nivel de servicio que le acompañe.

Adicionalmente es muy importante tener en cuenta que un cliente satisfecho siempre regresa, mientras que uno descontento probablemente ni se queja, pero tampoco vuelve y, teniendo tantas alternativas de donde escoger, se va al lugar donde le ofrezcan mejor trato, al tiempo que comenta a mucha gente acerca de la desagradable experiencia que ha tenido.

Tema 4: El manual como guía para los ejecutivos jefes:

Es importante destacar el gran vacío que en nuestro concepto existe en la mentalidad gerencial, hoy predominante, es decir, la falta de un modelo consistente o de un marco de referencia para manejar el servicio.

Como resultado podría contribuir a que los directivos piensen en sus negocios de una manera eficaz y novedosa. El concepto de gerencia de servicios es la principal contribución que se espera ofrecer en este manual guía.

La investigación de mercados, el control del servicio y un proceso para evaluar su calidad y hacer saber esta información a la gente encargada de prestarlo al público, son ingredientes decisivos para que una organización logre en alto nivel la orientación del servicio.

Tema 5: El imperativo del servicio:

Históricamente los términos servicios y gerencia, no han sido muy afines. La prestación de un servicio era algo que rehuían los más pudorosos profesionales de las facultades de administración, tal vez, con excepción de algunos jóvenes más adelantados.

El concepto de gerencia parecía estimular una imagen de disciplina al servicio, en el sentido tradicional de ayúdame.

Las compañías están aprendiendo que los programas agresivos de servicios les permite descubrir efectivamente los factores demográficos, que inciden en su mercado, los problemas con nuevos productos, las preocupaciones y necesidades de los clientes, la esperanza de vida de sus productos, la capacidad de los consumidores para hacer sus propias reparaciones y el potencial de nuevos productos propuestos.

El servicio es una diferenciación clave en el mercado especialmente cuando la elección se hace entre productos que no pueden distinguir por ninguna parte otra dimensión significativa para el consumidor.

El servicio no es un estímulo competitivo, es el estímulo competitivo. La gente no solo compra cosas, también compra expectativas.

Una expectativa es que el artículo que compró produzca los beneficios que el vendedor produzca los beneficios que el vendedor prometió.

Tema 6: Organizaciones orientadas al servicio del cliente:

El servicio es hoy el negocio de negocios en el mundo. La capacidad de servir a los clientes efectiva y eficientemente, es un problema de toda organización debe afrontar.

nadie puede evadir este desafío : fabricantes y proveedores tradicionales de servicios , organizaciones lucrativas y sin ánimo de lucro , empresas del sector privado y del sector público todas tienen que iniciar la tarea de responder efectiva y eficientemente a los clientes, consumidores, que esperan calidad y servicios como parte de cualquier compra.

Las organizaciones se preocupan por perfeccionar un estímulo competitivo para las décadas de los ochentas , de las noventas o más , tienen que desarrollar dos nuevas capacidades.

1. se refiere a la habilidad de pensar estratégicamente acerca el servicio y para crear una gran orientación hacia el servicio alrededor y dentro de las perspectivas de su futuro estratégico.
2. es la habilidad para administrar y diseñar efectivamente el desarrollo y presentación del servicio. Gerenciar la producción de un servicio es diferente a la habilidad para gerenciar la producción y entrega de mercancía.

La gerencia del servicio tiene mucho sentido prácticamente en cualquier industria que maneje algún producto intangible o en una industria que maneje algún producto intangible o en una industria donde sus productos sean relativamente indistinguibles de otra .

Tema 7: Los momentos de verdad:

Es un episodio en el cual el cliente hace un contacto con algún aspecto de la organización que remoto sea, y debido a eso, tiene oportunidad de formarse un impresión.

Este nuevo enfoque administrativo llamado gerencia del servicio consiste precisamente en desarrollar esa capacidad de servir a los clientes de la manera más efectiva y eficiente como el desafío que toda empresa debe afrontar si quiere sobrevivir en el mercado.

Tema 8 : Conocer bien al cliente:

El éxito del negocio depende de vender lo que el cliente desea comprar.

Por esto la importancia de tener un método sistemático que ponga la organización en contacto con el cliente , de tal manera que el conocimiento que de él tenga le cree una ventaja competitiva en el mercado.

LAS PERCEPCIONES Y EXPECTATIVAS DEL CLIENTE:

La lealtad del cliente es proporcional al nivel de servicio que le brinde la organización . si el buen servicio es constante el cliente no tiene que ser desleal.

La percepción acerca del nivel del servicio que el cliente tenga en una organización dependerá de diferentes factores tal como afirma Bernard Katz:

Eficiencia: se refiere a la rapidez y exactitud con que la empresa atiende las solicitudes de los clientes.

Confianza: la seguridad con que la organización de respuesta a las preguntas.

Servicialidad: se da al cliente cuando se le atienden sugerencias.

Interés personal: cuando el personal de contacto con el público demuestra el deseo de atenderlo.

Confiabilidad: el cliente puede estar seguro de que la organización cumplirá su cometido al tener la respuesta y el desempeño esperados.

Tema 9: Manejo de los momentos de verdad:

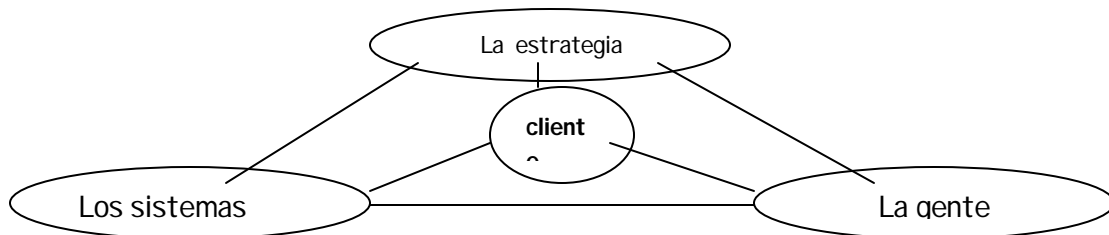
Manejar el servicio significa hacer que la cantidad de momentos de verdad posibles salgan bien.

Cuando los momentos de verdad no se manejan bien, la calidad del servicio regresa a la mediocridad.

Al pensar que sobrevivir y prosperar en una industria de servicios requiere diferenciación, una compañía de servicios eficiente debe denotar con evidencias que realmente ella tiene algo especial que ofrecer.

Tema 10: El triangulo del servicio:

El triangulo del servicio es una ilustración visual de toda la filosofía de la gerencia del servicio por lo que es esencial mencionarlo a fin de entender la correlación que debe existir entre los diferentes componentes de una organización orientada hacia el cliente.



Tema 11: El ciclo del servicio:

Un ciclo de servicio es un mapa de los momentos de verdad, a medida que los experimenta el cliente.

Este ciclo se inicia cada vez que un cliente entra en contacto con la organización.

El objetivo para con los empleados es hacer que cada miembro de la empresa se de cuenta de lo importante que su trabajo es para la realización de otra serie de labores dentro de la organización y de esta manera alcanzar la calidad.



EL SERVICIO SATISFACE AL
CLIENTE

SE OFRECE EL
SERVICIO DE ACUERDO
CON LOS REQUERIMIENTOS



Tema 12: Qué es una estrategia de servicio:

Una estrategia de servicio es una fórmula característica para la prestación de un servicio, esa estrategia es inherente a una premisa de beneficio bien escogida que tiene valor para el cliente y que establece una posición competitiva real.

Tema 13: Cómo establecer una buena estrategia de servicio.

Teniendo como fundamento la misión de la compañía que explica cuál es la razón de ser de la organización y los valores fundamentales que la rigen, el paso siguiente es meterse en los datos de la investigación del mercado realizado con anterioridad.

CAPITULO II: CULTURA Y ORGANIZACIÓN: MEDIOS –RECURSOS PARA GERENCIAR

Tema 1: La línea de enlace con el público en la gerencia del servicio orientada hacia el cliente:

Hay demasiadas personas en empleos de servicio que nunca debería estar allí. Por la impresión predominante entre los gerentes de que cualquiera puede desempeñar un cargo de contacto con el cliente, la selección, y el entrenamiento tienen poca importancia.

Muy pocas personas carecen de temperamento, madurez, talento y tolerancia del frecuente contacto humano, tienen el perfil característico de una persona experta en el servicio.

Tema 2: El concepto de la cultura en la gerencia del servicio:

El servicio de calidad superior para todos nuestros clientes no es un simple lema que debe repetir periódicamente ni una antigua tradición que debe venerar abstractamente: es nuestro mandato diario que se debe cumplir impecablemente en todo el mundo.

Además como el privilegio de nuestros clientes depende tanto de un servicio insuperable para los clientes, el sistema de valores interno de nuestra compañía debe destacar la correspondencia de nuestro trato con los clientes por encima de todas las demás prioridades comerciales.

La orientación hacia el servicio es algo que la mayoría de los gerentes quieren profundamente ver en los empleados y los reconoce cuando los ven pero casi ninguno tiene la menor idea de lo que lo origina.

Tema 3: Como podemos decir que se tiene un ambiente de motivación.

- la calidad de vida de trabajo en general que manifiesta la gente , con base en sus propios puntos de vista
- moral gerencial
- nivel de energía predominante
- sensación general de optimismo.

Tema 4: Como utilizar eficientemente la capacitación y el desarrollo.

La clave para que la capacitación resulte benéfica consiste en conocer lo que deseamos que los aprendices pueden hacer una vez terminado el programa. Un proceso eficaz de capacitación se inicia con un análisis de rendimiento.

Tema 5: El método centrado: el primer paso en un programa para mejorar los servicios es la gerencia por política , la alta gerencia formula políticas y estrategias relativas al valor del servicio para la organización y la necesidad de mejorar ese servicio.

La gerencia a su vez promete prestar atención a las sugerencias y recomendaciones de los empleados, sobre el mejor rendimiento de los servicios.

Tema 6: Auditoria del servicio:

Evaluar el nivel actual de la calidad del servicio.

Clarificar la estrategia del servicio.

Educar la organización

Poner en marcha nuevas tácticas dentro del personal que trata al público.

Fortalecer la nueva orientación y hacerla permanente.

tema 7: El círculo de calidad:

Es un grupo de gente del mismo nivel de trabajo que se reúne periódicamente a fin de descubrir nuevos métodos para cumplir sus funciones .

un círculo de calidad normal es un grupo de trabajo completo aunque puede haber excepciones a esta regla general el supervisor del grupo generalmente sirve como jefe del círculo .

tema 8: Ver hacia el interior de la organización:

Una organización que proclame la importancia que se le debe dar al servicio y que hacia su interior tenga un comportamiento contrario con sus empleados esta cometiendo el gran error de ser incoherente y esto traerá confusión hacia sus miembros, se debe tener en cuenta :

- el clima laboral
- la presencia de buenos jefes
- buenas comunicaciones
- condiciones de trabajo adecuadas.
- compensación
- políticas y administración.
- estabilidad laboral
- logros

- reconocimiento
- participación.

tema 9: La cultura del servicio:

La calidad en el servicio propone que todos y cada uno de los miembros dentro de la organización desempeñen algún papel y se asegure que todo salga bien para el cliente.

Supone la transformación de todo el pensamiento organizacional hacia obsesión de servir eficientemente al cliente.

El gerente hoy día tiene que concentrarse en el proceso, tiene que facilitar las cosas para que su gente cumpla con las metas propuestas.

Tema 10: Factores claves del éxito en el servicio:

- Saber que un producto de calidad entregado a un precio justo y producido a un costo aceptable, es el punto de partida para el éxito del servicio.
- Obsesión por conocer a los clientes.
- Al evaluar la efectividad de las operaciones no empezar con el costo sino con la calidad. Si hay calidad en buena proporción las utilidades llegarán.
- Hacer lo que haya que hacer por los clientes.
- Ofrecer el servicio dentro y fuera de la compañía
- Considerar la gerencia como soporte al servicio
- Buscar siempre un mejor rendimiento del servicio.
- Crear conciencia de la importancia en sus empleados ya que el cliente es quien paga sus sueldos.
- Desarrollar sistemas para enseñar y reforzar los comportamientos deseados.
- Definir y ejecutar normas de rendimiento precisas.
- Hacer que los empleados se sientan importantes y apreciados.
- Respaldar sistema de valores y prácticas orientadas hacia el cliente.

CAPITULO III : SUPERIORIDAD EN LA GERENCIA DE SERVICIO AL CLIENTE Y MANEJO DE PERSONAL

Las empresas que pretendan triunfar deberán reconocer este fenómeno y ofrecer normas de la más alta calidad en cuanto a servicio.

Para cualquier negocio o institución pública o privada, con o sin ánimo de lucro, orientado hacia el servicio o hacia el producto es tiempo de aprovechar esta ventaja.

Tema 1: Los valores de la organización.

Los valores de la organización, enfocados hacia el cliente, se ven reforzados por sus políticas hacia su propia gente.

- sólidos valores corporativos enfocados hacia el cliente.
- ambiente de grupo que estimula la interdependencia.

- énfasis en participación del empleado.
- contacto de todos los niveles con la alta gerencia.
- paneles y audiovisuales gerenciales.
- pago por rendimiento
- ascenso dentro del personal
- proceso de apelación
- filosofía de la franqueza.
- registro personal abierto.
- ambiente familiar
- asistencia educativa.
- exámenes físicos

tema 2: Evaluación del desempeño en el servicio a la clientela

El enfoque sistemático con relación a la superioridad en un servicio a la clientela se puede resumir:

primero se debe entrenar al personal hasta lograr las normas deseadas y después auditar el rendimiento.

En el proceso de auditoria del desempeño se debe:

- Que causa el rendimiento deficiente.
- Con que frecuencia ocurre el problema.
- Ver si se ha detenido el crecimiento del problema.
- A quien afecta el problema además de la clientela.
- Que sucederá si no se corrige.
- Cuanto costara resolverlo.

Tema 3: Las encuestas

Las encuestas son de vital importancia pues representan una herramienta útil para medir el grado de satisfacción e insatisfacción los productos y servicios de la organización.

Lo más importante es que informan a la empresa de la opinión de la clientela.

CAPITULO IV: HABILIDADES QUE DEBE TENER UN GERENTE:

tema 1: Escuchar con creatividad:

Formas de aumentar la eficiencia al escuchar:

- Prepararse para escuchar
- Escuchar al que habla desde el punto de vista de el
- Concentrarse en los puntos importantes y no en los hechos
- Buscar siempre información que se pueda utilizar .
- Crear mecanismos de defensa contra palabras que tienen significados demasiado emocionales.
- Mantener su mente en el locutor.
- Tratar de anticipar puntos e ideas.
- No permitir el hecho que distraiga tomar notas.

- Corrija las distracciones no las tolere simplemente.
- Mantenga contacto visual con el que esta hablando.
- Escuchar con la totalidad de la persona.

Tema 2: Destrezas de dirección:

Existen aspectos en la comunicación que no traen problemas:

- las palabras tienen diferentes significados para personas diferentes.
- la gente tiene una tendencia a codificar sus mensajes y encubrir el verdadero significado.
- un escuchador se distrae fácilmente y pierde el mensaje del interlocutor.

Tema 3: Toma de decisiones:

Las decisiones se deben tomar lo más cerca posible al nivel de actividad afectada .

El tipo de decisiones impone el lugar donde se debe tomar , su tarea como gerente es presentar la decisión o posible curso de acción de tal manera que los motive y les de la seguridad de que se han tenido en cuenta sus mejores intereses.

Tema 4: Claves para manejar el cambio: para iniciar con éxito un cambio usted debe seguir los siguientes pasos:

Fórmese un juicio crítico y tome una decisión

Motive su gente.

Produzca acción.

Examine posibles alternativas.

Vigile los cambio de conducta

Maneje los consecuencias.

Tema 5: Motivación:.

Estos puntos son los que se deben tener en cuenta al tratar de motivar:

- Desear que la conducta produzca resultados es la fuerza motriz que produce la conducta.
- Un beneficio debe estar encaminando hacia el empleado.
- Un beneficio o recompensa debe estar ligado a las necesidades tangibles e intangibles de una persona
- Las necesidades intangibles son la razón por la cual una persona lo que desea de su trabajo.
- Las metas de un trabajo son específicas y medibles y se refiere a cuestiones objetivas
- Hablar siempre en función de beneficios aquellos a quien se trata de motivar .

tema 6: Saber administrar el tiempo:

El manejo tradicional del tiempo nos dice:

- Ser selectivos y fijar prioridades para nuestro trabajo.
- Delegar y eliminar todas las tareas posibles.

El tiempo se puede administrar más eficientemente:

- Teniendo un solo propósito, manteniendo la atención en las tareas inmediatas.
- No dejándose preocupar.
- Permaneciendo alerta.
- Cambiando rutinas y hábitos para permanecer alerta.
- Desafiando su mente diariamente
- Aprendiendo nuevas destrezas .
- Fijando momentos determinados para soñar despierto.
- Siendo positivo en el pensamiento y las actitudes.
- Dando tiempo suficiente al descanso.
- Sabiendo cuando iniciar y suspender proyectos.
- Aprendiendo a fijar y delegar prioridades.
- Aprendiendo a escuchar
- Aprendiendo a decir no.
- Aprendiendo a sacar tiempo libre.
- Sabiendo donde y como gastar el tiempo.

Tema 7: Delegación.

Como usted delega :

- Deja más tiempo libre disponible.
- Multiplica su energía
- Permite que sus subordinados desarrollen habilidades.
- Deja tiempo para desarrollar liderazgo.
- Encuentra alguien en quien confiar sus proyectos.

Tema 8: Liderazgo.

Para ser líder es necesario.

- Tener subordinados voluntarios.
- Saber los puntos fuertes y débiles propios y de los subordinados.
- Aceptar la responsabilidad.
- Aceptar el poder sin renuencia indebida o celo.
- Usar el poder sin abusos.
- Tener habilidad para motivar a los demás.
- Delegar con éxito.
- No ser punitivo.
- Hacer y estimular comunicación mutua.
- Ser capaz de planear con éxito proyectos a corto plazo.
- Poder sostener su papel de líder en los momentos de crisis

CAPITULO V: LA FORMA CORRECTA DE GERENCIAR:

Tema 1: lógica del proceso:

Involucrar a todo el mundo., lograr que todos los miembros de la organización deseen con urgencia y entusiasmo mejorar la calidad y la productividad, entrar en herramientas de identificación y solución de problemas .

Tema 2: paradigma

Es un modelo aceptado universalmente , significativo, destructor de teorías, el nuevo paradigma siempre reemplaza al viejo, es una revolución en el sistema gerencial para prever la calidad consistente, productos a preciso accesibles y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, las compañías que no lo adopten no podrán competir con aquellas que trabajen en este nuevo sistema.

Tema 3: El proceso: Es la forma como todo el mundo piensa, habla, trabaja, actúa cada día en cada momento, si cada empleado utiliza el proceso todo a la carga resultara bien . Es el proceso lo que es importante.

CAPITULO VI: APORTE Y RECOMENDACIONES PARA SU APLICACIÓN:

En todas las industrias de servicio vendemos experiencia, no un producto. La gente no tiene ni el tiempo ni la inclinación ni el dinero para molestarse por el mal servicio, es por eso que si esto ocurre van a otra parte y consiguen lo que quieren .

El servicio en oposición a algunos de los productos mas nuevos , es un punto que ha estado en el orden del día de conferencias , durante mucho tiempo desafortunadamente, el resultado fueron más palabras vanas que servicio al cliente.

MITOS:

1. Llo se cuando lo veo: el servicio en definitiva es juzgado y en consecuencia se ve mejor reflejado por nuestros clientes.
2. Si tienes el dinero, tienes el tiempo: con todos los problemas urgentes que nos hacen frente en la actividad bancaria minorista ¿vale la pena invertir en el servicio? SI, nuestros clientes demandan y merecen un buen servicio , cómo lo indican las encuestas
3. El mito operativo podría llamarse: Que tenga un buen día , el servicio no es solamente una cuestión de cortesía , es mas que estos es un indicador de competencia y rentabilidad.

Tema 1: Estrategia del servicio:

Determinar y cumplir firmemente con las normas de rendimiento del servicio que satisfagan a los clientes y estén basadas en la rentabilidad . Cada división puede analizar los resultados de sus estudio para determinar el nivel de la elevada satisfacción global de los cliente .

tema 2: Capacitación:

Contratar la gente correcta es el primer paso hacia la competencia. Luego viene la capacitación . Un aspecto de la capacitación es el conocimiento básico de los productos y de los procedimientos.

La capacitación cubre las habilidades de comportamiento, especialmente par el personal que esta en contacto con los clientes.

Para garantizar que la capacitación sea efectiva muchas empresas realizan pruebas de certificación, estas pruebas garantizan que el material fue aprendido efectivamente.

Tema 3: Competencia:

SELECCIÓN:

debe usarse un enfoque estructurado para contratar a los empleados nuevos, el concepto de selección dirigida esta adquiriendo alta aceptación.

PAPEL DEL SUPERVISOR:

Debe ayudar a definir los componentes claros del trabajo y los perfiles, rangos, comportamientos, de la gente que se desempeña con éxito en el trabajo, debe aprender las técnicas de las entrevistas dirigidas.

Los candidatos deben tener una ética del servicio, tienen conciencia y sensibilidad por el servicio, los supervisores deben buscar estas actitudes al entrevistas los candidatos.

Tema 4: Las herramientas del servicio libre de problemas:

- Corrección de pruebas y procedimientos de muestreo.
- Control de calidad del proceso.
- Análisis de fuente, causa

tema 5: Profesionalismo del servicio: el lado humano de la eliminación de problemas:

- Se debe crear una cultura de la excelencia en la ejecución .
- Recompensar el servicio libre de problemas.
- Comunicar internamente el mensaje de servicio libre de problemas.
- Alentar al personal a que informe sobre las barreras que tiene el servicio libre de problemas.

Tema 6: Puntualidad:

HERRAMIENTAS MEJORADAS:

Una amplia gama de sistemas y tecnología nuevas les proporcionan al área de operaciones y al personal que esta en contacto con los clientes acceso más rápido a la información, mejorando los tiempos de entrega y de sesión, reduciendo así los tiempos de espera.

GANAR O GANAR:

La puntualidad mejorara la satisfacción de los clientes al reducir el tiempo de espera y también proporcionará mayores oportunidades de productividad, razonabilidad y de costos.

METODOLOGÍA

Información directa del sitio de trabajo, investigación bibliográfica, encuestas , consulta y asesoría de expertos.

CONCLUSIONES :el presente trabajo de grado presenta la siguientes conclusiones:

- Poner en práctica un modelo como el planteado en gerencia del servicio , es un componente esencial en todas las decisiones importantes de una organización . Brindar ese servicio es una actividad continua que lleva la competitividad profesional.
- Encontramos que los servicios son un costo para las compañías , pero en cambio se mejora el paquete total de servicios y esta cultura permite tener una relación directa entre su productividad y rentabilidad.
- La necesidad de alcanzar la excelencia en lo que estamos haciendo nos lleva a poner en práctica todos los sistemas , métodos y políticas que existan en cuanto al servicio , por eso con ese trabajo presentado se pretende alimentar a la gente que se ocupa de los servicios

BIBLIOGRAFÍA

Se destacan 26 notas bibliográficas destacando temas como: gerencia del servicio mercadeo, liderazgo, momentos de verdad, gerencia estratégica, control de calidad , mercadeo de servicio, excelencia, investigación cualitativa en mercadeo, entre otros.

ANEXOS:

El presente trabajo de grado no presenta anexos

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA
RAAS 050

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

TITULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DE ADMINISTRACIÓN DE PROPIEDAD HORIZONTAL.

AUTOR: MENDOZA CRUZ, Marcela
VALENCIA VARON, Julieta

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de

Administración de Servicios de Bienestar, Bogotá 1993, P.P.201, tablas 17, pie de paginas 20.

PALABRAS

CLAVES: MERCADEO, PLANEACIÓN, ENCUESTAS, PROCESO ADMINISTRATIVO.

DESCRIPCIÓN: El presente trabajo tiene como objetivo la realización de un estudio de factibilidad para el montaje de una empresa de administración de propiedad horizontal; esta información permite ubicar al lector con respecto a las etapas a seguir en el desarrollo de dicho estudio.

METODOLOGIA: El estudio realiza una investigación descriptiva, tipo encuesta.

FUENTES: las autoras hacen referencia a 20 pie de paginas en la que se destacan:

POPE, Jeffrey. Estudio de Mercadeo.	6
CHAIN SAPAG, Nassir. Preparación y evaluación de proyectos	7
KOONTZ, Harold. Administración.	8

CONTENIDO: este trabajo esta conformado de la siguiente manera:

INTRODUCCION

Durante la evolución de la humanidad, los factores que en ella intervienen representan una parte fundamental en el desarrollo del hombre, por tal motivo a través de la historia han surgido necesidades y expectativas que deben ser identificadas y suplidas por organismos creados para dichos fines.

El presente trabajo tiene como objetivo la realización de un estudio de factibilidad para el montaje de una empresa de administración de propiedad horizontal; esta información permite ubicar al estudiante con respecto a las etapas a seguir en el desarrollo de dicho estudio.

Para el desarrollo del estudio administrativo se identifican las generalidades de la empresa, el diseño del proceso administrativo de la misma, y como parte fundamental los servicios generales a prestar. También el análisis financiero del proyecto, los costos, el presupuesto del capital de trabajo, la evaluación económica, razones financieras necesarias para identificar las variables económicas del proyecto.

CAPITULO I: MARCO TEORICO

Tema 1: Estudio de Mercado

Se presenta una breve descripción de los temas que se tuvieron en cuenta para realizar la investigación de mercados basadas en encuestas.

Planeación: se abarcan tres puntos: definición de propósitos y objetivos, en el diseño del proyecto en donde se desarrolla un plan que cumpla con lo anterior, la propuesta escrita teniendo la certeza de lo que va hacer, la cual debe proveer los medios para asegurarse que la información proporcionada es veraz.

Preparación: involucra la programación de las encuestas, la redacción de los cuestionarios y de las instrucciones de los mismos.

Trabajo de Campo: se llevan a cabo las entrevistas con su correspondiente revisión, verificación y corrección.

Tabulación:

Diseñar códigos para preguntas abiertas.
Realizar un plan de tabulación.
Sistematización de los datos.

Análisis de Resultados: se realiza una breve descripción de las respuestas, comparando los resultados mínimos con los máximos, para recopilar toda la información obtenida a través de las encuestas y realizar un análisis completo de la investigación que da las pautas necesarias para determinar si es factible o no el montaje de la empresa.

Tema 2: Como Redactar un Cuestionario: para la redacción de un cuestionario se requiere:

- Realizar una lista de la información que se desee obtener con base en los objetivos trazados teniendo en cuenta la finalidad de la investigación.
- Determinar el método de la recolección de datos ya sea por correo, teléfono o entrevistas personales.
- Elaborar el borrador del cuestionario.
- Hacer que alguien lea el borrador del cuestionario y lo critique.
- Someter a prueba el cuestionario.

Tema 3: Secciones de un Cuestionario:

Preguntas de clasificación: están en caminadas a averiguar si se esta hablando con el tipo de persona apropiada para este estudio.

Preguntas básicas sobre la categoría que se esta estudiando: se incluyen preguntas abiertas y cerradas que constituyen el cuerpo central del cuestionario.

Preguntas demográficas: se incluye información sobre la edad, sexo e ingresos del entrevistado, así como su nombre dirección y teléfono.

Tema 4: Pautas para Redacción de Cuestionarios:

Como una pregunta puede influir sobre otra se debe proceder de lo general a lo específico. Se debe preguntar sobre gustos y disgustos antes de educar al entrevistado con una lista de productos.

Organizar las preguntas en un orden lógico.

Asegurarse de que el entrevistado no tenga que hacer mucho esfuerzo para conseguir la información que se solicita.

Las preguntas que requieren más de una respuesta dificultan la interpretación de las mismas.

Tener cuidado que los entrevistados no dejen de expresar sus razones más importantes solo porque parecen obvias.

Respetar la intimidad de los entrevistados.

Tema 4: Codificación:

Se entiende por codificar básicamente el proceso de expresar la respuesta dada a una pregunta en forma numérica para ser tabulada y analizadas.

Para llevar a cabo la codificación se hace necesario como primera medida la determinación de la clase de respuesta que se ha dado a una pregunta.

Sugerencias para codificar:

Codifique ideas no palabras.

Cubrir aspectos críticos aunque no estén mencionados.

Leer completamente cada respuesta antes de codificar.

Tema 5: Porcentajes Bases

El cálculo de los porcentajes se puede hacer en forma vertical, horizontal o en ambos sentidos. El más común es el vertical facilitando el análisis. También se debe especificar utilizando el número de entrevistados.

Tema 6: Estudio Técnico

El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

El estudio técnico, no se realiza en forma aislada del resto, en el se definirán ciertas variables relativas a las características del producto como:

Proceso de producción que se define en que una serie de insumos se transforma en productos mediante la participación de una determinada tecnología.

Efectos económicos de la ingeniería: el proceso productivo y sistematización de la información del estudio, para tal efecto se analizará los siguientes aspectos:

Tema 7: Inversión en Obra Física

Es aquella que se realiza en el estudio para la adquisición remodelación y otros. No todas las inversiones en obra física se realizan antes de la puesta en marcha del proyecto.

Tema 8: Inversiones de Equipamiento

Se refiere a toda inversión que permita la operación normal de la planta u oficina, determinada a algo específico. La sistematización de la información se hará mediante balances de equipos particulares.

Tema 9: Costos de los Materiales

El cálculo de los materiales se realiza a partir de un programa de producción que define en primer término el tipo, calidad y cantidad de materiales requeridos para operar los niveles de producción esperados.

Tema 10: Decisiones de Tamaño:

Se analizan los diversos métodos para la definición. El tamaño está ligado a las variables de oferta y demanda del servicio. En términos óptimos el tamaño no debería ser mayor que la demanda actual y esperada del mercado, ni la cantidad demandada menor que el tamaño mínimo económico del proyecto; además el mercado posee una influencia tan grande como compleja para definir el tamaño del servicio.

Tema 11: Decisiones de Localización

La selección deberá basarse en lo posible sobre aquella alternativa que en términos económicos permita la mayor rentabilidad del proyecto integral para lo cual se planteará la suma de los costos y la valoración de los asuntos económicos.

Tema 12: Diseño del Proceso Administrativo

Planeación: es un proceso que requiere de un esfuerzo, intelectual de una determinación de una determinación consciente de los cursos de acción, y que las decisiones se basen en propósitos, conocimientos y estimaciones considerables.

Objetivos: Los objetivos o metas son fines hacia los cuales se dirige una actividad. Representa no sólo el punto final de la planeación sino también el fin hacia el cual se dirige la organización, integración de personal y control.

Sus metas contribuyen de modo natural a la consecución de los objetivos de la empresa, para dos conjuntos de metas puedan ser completamente diferentes.

Estrategias: Son programas generales de acción y despliegue de recursos para obtener objetivos generales. El programa de objetivos de una organización y sus cambios, los recursos usados para esos objetivos y las políticas que gobiernan la adquisición, uso y disposición de esos recursos.

Políticas: Son planes en el sentido en que constituyen declaraciones o entendimientos generales que orientan el pensamiento en la toma de decisiones.

Reglas: Constituyen el tipo más sencillo de un plan, se diferencian de los procedimientos en que guían la acción sin especificar una secuencia temporal. Están diseñadas para que a los empleados apliquen su criterio personal.

Programas: Conjunto de metas, políticas, procedimientos y metas, asignación de tareas, pasos a seguir, recursos a emplear y otros elementos necesarios para llevar a cabo un curso de acción, normalmente cuentan con el apoyo de los presupuestos.

Presupuesto: es un estado de los resultados esperados expresados en términos numéricos. Son también cambios de control, varían en exactitud, detalle y propósito aunque otros lo hacen de acuerdo al nivel de producción de la organización.

Organización:

Organización Formal: Significa casi siempre la estructura intencional en papeles en una empresa organizada formalmente.

Organización Informal: Cualquier actividad personal conjunta sin un propósito consciente conjunto a un cuándo contribuya a resultados conjuntos.

Papel Organizacional: Puesto organizacional para ser ocupado por personas, si se quiere que sea significativo para los individuos deberá incorporar objetivos verificables, un concepto claro de los principales deberes o actividades que impliquen un área de libertad o autoridad y la disponibilidad de información y los recursos necesarios para realizar una tarea.

Autoridad Funcional: derecho o poder inherente a un puesto para dar instrucciones o aprobar acciones de los titulares de puestos no subordinados directamente a quien posea autoridad, por lo general, se trata de un tipo de autoridad limitada, aplicable solo a las áreas especializadas y que representa una delegación otorgada a un especialista por un administrador con autoridad sobre el puesto sujeto a esta.

Dirección: función de los gerentes que implica el proceso de influir en los seres humanos de modo que contribuyan al logro de las metas de la organización.

Capacitación Gerencial: creación de oportunidades mediante varios enfoques y programas para mejorar los conocimientos y dominio que tenga una persona en materia administrativa.

Comunicación: transferencia de información de una persona a otra, donde la información la entiende tanto el emisor como el receptor.

Liderazgo: es la influencia o el arte del proceso de influir en los seres humanos para que se esfuercen de modo voluntario y entusiasta a la consecución de los objetivos.

Motivación: es la fuerza que induce a los seres humanos a la acción o a la ejecución que influyen en la conducta humana para el cumplimiento de los objetivos y metas.

Control: función administrativa que consiste en medir y corregir la realización de las actividades de los subordinados con el fin de asegurar de que se logren los planes y objetivos establecidos por la empresa.

Objetividad de los controles: la administración necesariamente tiene muchos elementos subjetivos, pero al evaluar el desempeño de un subordinado, lo ideal sería que en ello no hubiera la menor subjetividad.

Tema 13: Análisis de la Factibilidad Económica y Financiera

Las Inversiones del Proyecto: las inversiones antes de la puesta en marcha se agrupan en activos fijos, activos nominales y capital de trabajo inicial. La importancia de la inversión en capital inicial de trabajo se garantiza el financiero de los recursos durante un ciclo productivo.

El método de capital de trabajo neto corrige al anterior incorporando también el financiamiento de terceros a través de créditos de proveedores y préstamos de corto plazo. El método de periodo de recuperación por su parte define la cantidad de recursos necesarios para financiar la totalidad de los costos de operación durante el lapso comprendido desde que se inician los desembolsos hasta que se recuperan los fondos a través de las cobranzas de los ingresos generados por la venta.

Tema 14: Flujo de Caja Proyectado

Se analizan las principales variables de participación en la composición del flujo de caja del proyecto. La contabilidad que otorgan las cifras contenidas en este flujo será determinante para la validez de los resultados, ya que todos los criterios de evaluación se aplican en función de él. El flujo de caja sistematiza la información de las inversiones durante la operación, los egresos e ingresos de operación, el valor de salvamento del proyecto y la recuperación del capital de trabajo.

Tema 15: Financiamiento y tasa Descuento

Una vez conocidos el marco de referencia del proyecto, así como los problemas de mercado, demanda, tamaño y localización se deben determinar las distintas fuentes de financiamiento con que podría desarrollarse el proyecto.

CAPITULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Tema 1: Desarrollo de la Investigación de Mercados

Planeación: Determinación de Antecedentes: la inseguridad social que vive el hombre lo hace consiente de proteger sus bienes materiales y morales, por lo tanto es evidente la necesidad de contratar empresas que cubran estas expectativas, dada la falta de inversión del estado.

La necesidad de mejorar la calidad de vida de las personas a través de la creación de fuentes de empleo, y la satisfacción de las necesidades de los usuarios del servicio.

Tema 2: Preparación:

Determinación del tamaño de la muestra: para determinar el tamaño de la muestra fue necesario establecer un porcentaje sobre el cual se trabajo, tomando como referencia un universo finito. En primer termino, se determino el sector urbano, objeto de estudio, el cual esta ubicado entre las calles 57 y 67 entre carreras quinta y sexta.

Esta zona se escogió por presentar las siguientes características:

Por que los diseños y estructuras de los edificios corresponden a un estrato social alto.
Por ser una zona potencialmente apta para el desarrollo de los proyectos de construcción.
Por tener un gran número de edificios, conjuntos residenciales.

Tema 3: Trabajo de Campo:

Realización de Encuestas: para la ejecución de las encuestas se tuvo en cuenta la determinación de la cantidad de cuestionarios por edificio como se explica en el punto donde se halla el tamaño de la muestra. Las encuestas se aplicaron en forma personal, tanto a residentes como a constructoras.

Tema 4: Investigación de Empresas de Administración de Propiedad Horizontal:

Se realizo una investigación sobre el costo del servicio que presta algunas empresas de administración de propiedad horizontal, esto con respecto a personal y honorarios de administración.

Tema 5: Análisis:

Empresas de Administración de Propiedad Horizontal: se determino que en promedio a las empresas de administración de propiedad horizontal les cancelan \$330.000 pesos mensuales por el servicio de portería, siendo el costo más alto a nivel operativo. El servicio de aseo tiene un costo promedio de \$110.000 mensuales al igual que los oficios varios; mientras que por honorarios de administración que incluyen la subadministración y la contabilidad del edificio recaudan ingresos de \$340.000 por mes.

CAPITULO III: INGENIERIA DEL PROYECTO

Tema 1: Estudio Técnico

en el desarrollo del tema, se tuvo en cuenta un análisis general de todos los aspectos relacionados con el máximo aprovechamiento de los recursos físicos, con el fin de obtener una optima localización de las instalaciones de la empresa; un adecuado tamaño de las mismas el cual fue necesario determinarlo según cada cargo, lo mismo que la requisición de equipos para estas.

Otro aspecto tenido en cuenta fueron los costos que genera el montaje de la empresa, tales como los servicios públicos, el personal administrativo y operativo y los insumos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Tema 2: Localización: se analizo teniendo en cuenta cada uno de los siguientes factores

Geográficos; localización de las oficinas. La ubicación facilita el acceso de trabajadores y clientes por el numero de rutas de transporte urbano.

Funcional: ubicado en el sector urbano de gran afluencia, dadas las características del mismo como: comerciales, bancarias, salud, recreación, educación y otros, lo que facilita al cliente la realización de varias actividades en un mismo sector, ahorrándose tiempo y dinero y energías.

Económico: hace referencia a los costos de suministrados de la localidad.

Tema 3: distribución de oficina

Una vez analizada el área adecuada para el mejor rendimiento y aprovechamiento del espacio, proporcionando comodidad y eficacia en su utilización debe ser según los cargos jerárquicos a través de un organigrama.

El personal será distribuido de la siguiente manera: en primer termino se encontrará la oficina de la secretaria que cumple el papel de recepción, posteriormente se encuentra la del Gerente General, tanto para el sugerente financiero como para el administrativo se asignan oficinas individuales.

Es evidente destinar un espacio para las reuniones periódicas del personal de la empresa, que en un momento dado puede ser utilizado para la capacitación.

Tema 4: Equipos de Oficina

Teniendo en cuenta el área de la oficina y los cargos a desempeñar se hace necesario la consecución del siguiente equipo de oficina.

Escritorio de gerencia	3.
Escritorios secretariales	2.
Muebles de Computador	2.
Archivadores	2.
Sillas de Gerencia	3.

Sillas auxiliares		8.
Sillas computador		2.
Papeleras		5.
Calculadoras	4.	
Computadoras		2.
Impresoras	2.	
Aparatos telefónicos		8.

CAPITULO IV: ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Tema 1: Desarrollo del Diseño Administrativo:

Dentro del desarrollo integral de una institución es fundamental tener claridad sobre la misión que esta debe proyectar tanto a la estructura interna como externa de la organización.

La misión corresponde a la razón de ser de la organización, que para el caso concierne a la optima prestación de servicios generales que satisfagan las necesidades y expectativas del hombre en la sociedad actual.

Para la puesta en marcha del proyecto es evidente la necesidad de tener un visión clara, interna y externa de los factores que determinan la optimización de recursos, y elementos inherentes a la evolución de la sociedad, puede mencionarse algunos de ellos como la participación en el mercado, la reducción de índices de desempleo y el aporte del individuo dignos para la sociedad.

Tema 2: Generalidades de la Empresa

La administración abarca todas las funciones que conducen a lograr un agradable y segura habitabilidad de los copropietarios o residentes, el correcto mantenimiento de zonas comunales y equipos y su valorización mediante la integración coordinada de servicios necesarios así:

El manejo de fondos que se reciben por cuotas de administración y su gasto o inversión de acuerdo a lo que se determine en la asamblea de copropietarios teniendo en cuenta el presupuesto mensual de gasto previamente aprobado.

Manejo administrativo de facturas, recibos, recaudos, cobros, servicios públicos etc.

Elaboración y control del presupuesto, manejo de la contabilidad y presentación de balances con perdidas y ganancias cuando la asamblea lo requiera.

Manejo del personal suministrado y coordinación de los contratos de servicio, mediante la supervisión permanente, así como la atención de todos los aspectos relacionados con le mantenimiento de la copropiedad.

Representar legalmente la copropiedad en sus actos como entidad.

La empresa asistirá a todas las reuniones que sea citada, pero exigirá el desarrollo de los diferentes temas en forma precisa y concisa para beneficio de todos los asistentes, así mismo se da por descontado que la asamblea y la junta dan su respaldo a la empresa para las medidas que esta tome en provecho de los residentes.

El montaje y experiencia del personal directivo de la compañía garantiza un manejo eficiente y preciso de la parte financiera, pero el éxito de la gestión administrativa está condicionado a que dentro de los límites razonables que se preestablecen con flexibilidad y dentro del principio de confianza se dispongan de autonomía operativa para atender con prontitud estos pequeños detalles que sin ser fundamentales dentro del servicio.

Tema 3: Manejo de Fondos

Para establecer un estricto control de los dineros que por concepto de cuotas ordinarias, extraordinarias u otro concepto.

Tema 4: Recaudos de Cuotas: se emplearan de la siguiente manera:

El primer día hábil de cada mes se entregará en la portería del edificio la facturación correspondiente a cada inmueble.

La cuota podrá ser cancelada en la oficina de subadministración si esta es permanente en el edificio, en la portería o en las oficinas generales de la empresa.

Los pagos deberán efectuarse dentro de los 10 primeros días de cada mes, después de esta fecha se acordará interés o multas por mora en el pago, este porcentaje o suma establecida cuando se apruebe el presupuesto por parte de la asamblea general de copropietarios, quienes por votación unánime dejen por escrito en el acta respectivo, en el siguiente se facturará las cuotas que estén atrasadas con un interés de mora, por norma general quien se atrase dos o más cuotas pasará a cobro jurídico inmediatamente.

Tema 5: Contabilidad:

la empresa se encargara de todos los movimientos contables y entregará al revisor fiscal o a la junta de copropietarios en el estado de cuentas y balance respectivos con sus soportes y extractos en los primeros 10 días del mes siguiente a fin de que se haga la verificación de las cuentas.

Tema 6: Supervisión:

Teniendo en cuenta que la empresa ofrece personal debidamente capacitado y a demás se contará con la ayuda de la sugerencia administrativa la cual ejercerá un estricto control sobre el personal, de esta manera se lograra el acuerdo y oportuno manejo de los servicios en la copropiedad.

Tema 7: Desarrollo del Proceso Administrativo

Planeación: debe ser considerada por como la primera función con respecto a la secuencia Gerencial, la cual debe involucrar los objetivos, las reglas, estrategias, políticas y normas de la empresa.

Políticas: la empresa contratará personal con experiencia para el adecuado desempeño. La gerencia de la empresa velará por la seguridad social de cada uno de los empleados. La empresa contratará personal joven, personal masculino como prioridad por el desempeño de cargos operativos como los de portería y oficios varios.

Estrategias:

Precios de los servicios: se deben determinar unos precios razonables para los servicios ofrecidos ya que estos se convierten en costos del presupuesto mensual de nuestros clientes.

Introducir al mercado: se hará a través de empresas constructoras y directamente edificios habitados.

Calidad del servicio: se debe superar la competencia prestando un servicio de optima calidad y a precios adecuados.

Organización: la estructura organizacional debe contemplar una cantidad suficiente de órganos y cargos especializados en el manejo de los diferentes aspectos que implican la buena marcha del proyecto, en sus distintas áreas como son personal, contabilidad, todo ello buscando una adecuada distribución de funciones y actividades que no induzcan a crear fuentes de trabajo que ocasionen inconvenientes y gastos no deseados.

Manuales de Funciones: en ellos se explicarán las actividades que cada empleado deba llevar a cabo por ser su responsabilidad. Debe contener el nombre del cargo, jefe inmediato, objetivo del cargo.

Reglamento de Trabajo: con el se persigue mantener un control continuo sobre los empleados, de tal manera que facilite la labor del supervisor y el adecuado desempeño del empleado.

Perfil de Cargo para Personal Operativo: se establecen parámetros básicos para identificar los requisitos que deben cumplir los empleados par desempeñar un cargo determinado.

Integración y Dirección: con la dirección se persigue vigilar y supervisar las actividades que se organizan en la empresa para convertirlas en acciones, con el fin de obtener mayor rendimiento posible en cada empleado.

Etapas de la Administración de Personal: en este punto se sugiere tener en cuenta:

Reclutamiento.

Selección.

Contratación

Inducción.

Selección de Personal: es de vital importancia en el desarrollo del proceso administrativo puesto que de esta depende el personal que labora en la empresa. Dicha selección consiste en escoger la persona adecuada para el cargo adecuado. Posible plan a seguir:

Análisis ocupacional
 Análisis de los manuales de funciones.
 Manual de requisitos.
 Presentación de la vacante.
 Medir y evaluar los requisitos.
 Selección de hojas de vidas.
 Aplicación de pruebas colectivas.
 Exámenes médicos.

Tema 8: Servicios Generales:

Personal: a cargo será contratado directamente por la empresa por lo que las prestaciones sociales y laborales que se generan serán responsabilidad de la empresa.

Servicio de aseo: para determinar en forma concreta las actividades a desarrollar dentro del conjunto en la visita hecha por el sugerente administrativo se evalúan las áreas comunes, a fin de determinar la cantidad de empleados necesarios para el desarrollo de esta labor.

Maquinaria: según la extensión de las áreas comunes y las necesidades del edificio se hacen recomendaciones de brindaras, aspiradoras industriales.

Implementos de Aseo: de acuerdo a las necesidades, tamaño se enviaran a los edificios artículos de aseo, debidamente remisionados para así ejercer un control sobre el mismo evitando la mala utilización de los mismos.

Vigilancia: si se desea el mismo servicio de vigilancia de la empresa esta se encargará de contratar los servicios de un empresa especializada para tal fin regida por las leyes que exige el ministerio de defensa nacional.

Mantenimiento de Areas Comunes: Prados y jardines, equipos, ascensores, bombas de agua, desgaste de contadores, daños de interruptores, obstrucción de válvulas de pie.

CAPITULO V: ANALISIS FINANCIERO

Tema 1: Estudio Económico:

Se ha establecido con base en la investigación de mercados y que específicamente no existe ningún impedimento del proyecto.

Para la ejecución de este proyecto se cuenta con un capital inicial de \$6.000.000 comprendidos así:

Julieta Valencia Varón	\$3.000.000
Luisa Mercela Mendoza	\$3.000.000
Total:	\$6.000.000

Para la determinación de los costos y gastos de administración se determino una tasa promedio de inflación del 24.5% anual.

Tema 2: Gastos Generales

Energía: se determino según el consumo promedio de 1.745 Kw hora.

Agua: consumo promedio 53 metros cúbicos en donde el valor es de \$49.17.

Teléfono: consumo mínimo de 1.235 marcaciones, en donde el valor de cada marcación es de \$13.68 con un cargo fijo de \$2.756.

Tema 3: costos de Administración

Gerente General salario de \$350.000 mensuales más un 36% de las prestaciones sociales y parafiscales.

Sugerente administrativo salario mensual de \$250.000 más un 36% de prestaciones sociales y parafiscales.

Secretaria: salario \$125.000 más el #36% como los demás.

Auxiliar contable: salario mensual \$125.000 más 36% de prestaciones sociales.

Mensajero salario \$82.000 más el 36% de prestaciones.

Aseadora y tesorero salario \$82.000 más el 36% de prestaciones.

Portero salario incluyendo cargo nocturno \$120.000 más el 36% de prestaciones.

Representaciones se estima un promedio mensual de \$12.000.

Tema 4: Razones Financieras del Proyecto:

El análisis de las razones financieras es un método en el cual se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo. Esto es valido ya que los datos que se toman para su análisis provienen de la hoja de balance general. Para tales efectos se calculan: Razón corriente, Prueba ácida, Razón de Endeudamiento, Numero de veces que se gana interés.

CONCLUSIONES: de las 17 conclusiones se destacan:

Por el gran numero de conjuntos residenciales existen y en construcción, se terminan que la demanda potencial es favorable para el montaje de la empresa.

Un factor determinante en la factibilidad de la prestación del servicio, corresponde al adecuado diseño y ejecución de la ingeniería del proyecto.

La correcta adquisición, distribución y uso de recursos físicos colaboran en la calidad del servicio.

La optima delegación de funciones en la empresa, es posible gracias a la adecuada jerarquización de cargos.

RECOMENDACIONES: de las cuatro recomendaciones se destacan:

Se recomienda tanto al estudiante como profesores que deseen realizar estudios de factibilidad para el montaje de una empresa determinada, tomar este trabajo como marco de referencia.

Para realizar un estudio de factibilidad es recomendable tener en cuenta la investigación de mercados, ingeniería del proyecto, estudio administrativo y financiero.

FUENTES : la bibliografía esta compuesta por 13 autores, destacándose los siguientes temas: investigación de mercados, mercadeo de servicio, administración, estimación de costos.

ANAEXOS: lista de anexos:

- Anexo 1: Ubicación de la Zona.
- Anexo 2: Encuestas Residentes y Constructores.
- Anexo 3: Distribución de Planta.
- Anexo 4: Organigrama.
- Anexo 5: Manuales de Funciones.
- Anexo 6: Reglamento Interno de Trabajo.
- Anexo 7: Perfil del Cargo Para Personal Operativo.
- Anexo 8: Control Administrativo.
- Anexo 9: Control Operativo.
- Anexo 10: Flujo de Fondos.

RAAS: este resumen analítico fue elaborado por Ximena Cely.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 051

TITULO: ESTUDIO TECNICO Y ADMINISTRATIVO OPARA LA OPTIMIZACION DEL SERVICIO DE CAFETERIA DE LAS INSTALACIONES DEL CAMPUS UNIVERSITARIO UNIVERSIDAD DE LA SABANA.

AUTOR: RAMIREZ, Martínez Angela Marcela

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Santafé de Bogotá, 1993, pp.305 figuras 15. Tablas 38

PALABRAS CLAVES: ORGANIZACION, SERVICIO, ESTRUCTURA, CLIENTE, ALIMENTACION, DEPARTAMENTO, CONTROL.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende efectuar un estudio que conlleve a la optimización del servicio de cafetería de la Universidad de la Sabana (Campus Universitario), teniendo en cuenta parámetros de mercado, técnicos y administrativos. Propone la planeación de parámetros mercadológicos y administrativos y programación de menú patrón, preparaciones, requerimientos y especificaciones de menaje con un equipo basado en las exigencias del servicio, determina las actividades de dirección de personal de servicio de alimentos que conlleve al desarrollo y conservación del recurso humano.

FUENTES:

De los pie de página se destacan los siguientes:

- TEJADA, Blanca Dolly. Administración de Servicios de Alimentación. Medellín 1992 4
- ILLICRAP, Diana. Tipos y Estilos de Servicio. México. 1980 1

CONTENIDO:

CAPITULO 1 FUNDAMENTACION DEL ESTUDIO

Tema 1. Justificación

En una institución de servicio como lo es la Universidad de la Sabana, donde con el pasar del tiempo su población aumenta considerablemente se debe tener en cuenta la atención al cliente, y es por ello que durante el transcurso de la labor diaria se busca satisfacer una de las necesidades primarias de todo individuo. La alimentación.

Marco conceptual

Administración	Menú
Alimentación	Minuta
Análisis de mercado	Producto primario
Cliente	Receta estandarizada
Control de calidad	Saneamiento
Estructura organizacional	servicio
Manual	

CAPITULO 2. INVESTIGACION DE MERCADO

A través de la investigación de mercado se analizó:

- a. el mercado como tal (naturaleza, tamaño, ubicación y características)
- b. el consumidor (gusto, motivaciones que conforman el perfil de dicho consumidor)

como mercado objeto de dicho estudio, es considerada por la población universitaria, docente y administrativa de la Universidad de la Sabana constituida por 4.593 personas de las cuales un 28.45% es personal de la sede Quinta Camacho ubicada en Bogotá (calle 70 carrera 12-13) y el 71.54% restante, lo integra la población del campus universitario ubicado en Chía, que es el mercado específico del estudio.

Para establecer la información general del mercado objeto se aplica una encuesta sobre el servicio de cafetería del campus universitario. Se utiliza el sistema de Muestreo Aleatorio simple.

$$P = \frac{n}{N}$$

P= Porcentaje

N= Universo

n= Muestra

Tema 2. Análisis de los resultados de la encuesta

Se analiza la encuesta con respecto a:

- Población
- Horario de permanencia en la universidad
- Plan de visita a la cafetería
- Frecuencia de visita a la cafetería durante el día
- Demanda del servicio
- Frecuencia que demanda el servicio de almuerzo a la semana

CAPITULO 3. ESTUDIO TECNICO DEL SERVICIO DE ALIMENTOS

Tema 1. Función de diseño

El proceso de diseño del servicio implica convertir el esquema del mismo /que incluye los resultados de las investigaciones del mercado, el análisis y las obligaciones de la organización que proporciona el servicio), en especificaciones tanto para el servicio como para su prestación y control.

Las responsabilidades de diseño deben incluir: la planificación, preparación, mantenimiento y control de las especificaciones del servicio, lo cual se hace para disponer de una descripción detallada. Del servicio que se prestará; y debe incluir:

- Una exposición de las características del servicio sujeta a evaluación por parte del usuario.
- Procedimientos de producción, la utilización de los métodos del proceso.
- Recursos requeridos donde se detalle el tipo y la cantidad de los equipos necesarios para cumplir las especificaciones del servicio.
- Recurso humano requerido, que garantice las actividades de producción en el servicio.

Tema 2. Generalidades del servicio

Para las instalaciones de la cafetería se implantará el sistema de AUTOSERVICIO que al contar con una afluencia elevada de usuarios garantiza la rapidez en la prestación del servicio, a la vez permite la escogencia por los mismos usuarios de las preparaciones preferidas. Los comensales esperan en las filas el turno para poder tomar en bandejas los alimentos que deseen y que se encuentran exhibidos en la barra de mostrador con precios individuales hasta en menú limitado de comidas, colocando al lado de los platillos principales.

Al final de la barra se encontrará la registradora en donde se liquida el valor de las comidas que el cliente lleva a la mesa y debe cancelar

Tema 3. Descripción y especificaciones de la prestación del servicio

Concepto de menú.

Se define como la lista de preparaciones de una comida, se convierte en el punto de partida y meta de todo servicio de alimentación , de él depende qué se va a comprar, almacenar, producir y distribuir y que cuidados sanitarios se deben tener. Así mismo determina el personal, el presupuesto la planta locativa y el equipo

objetivos

1. Agradar a los usuarios
2. Llenar las necesidades nutricionales de los usuarios
3. Mantener dentro de los límites presupuestales
4. Establecer las bases para la realización de las actividades de los otros sistemas.
5. Contribuir a crear la imagen del servicio

Menú patrón:

El menú se organiza teniendo como base un menú patrón, considerado como un esquema de los grupos de alimentos cada uno de ellos como el número de porciones de intercambio que debe tener cada comida, cumple con los requerimientos energéticos y las recomendaciones de nutrientes, no debe constituirse en una camisa de fuerza, por tanto el menú patrón no será rígido lo cual permite ser reevaluado.

Proceso para planear un programa general de menú.

La elaboración del programa general de menús, es un proceso de selección donde se determinan las preparaciones que satisfagan a los usuarios. El desarrollo del mismo se da a conocer en el diagrama de flujo de procesos para planear un programa de menú.

- Elaboración del repertorio de recetas.
- Elaboración del programa general de menús.
- Chequeo del programa general de menús

Impresión y distribución de menús

El menú debe imprimirse y enviarse oportunamente a las secciones involucradas en su preparación

- Sección de almacén
- Sección de producción
- Sección de servicio

Tema 3. Controles de programa de menú.

Estandarización de recetas

Para la implementación de dicho programa se realizan las estandarizaciones de recetas correspondientes a menús completos que han sido seleccionados. La estandarización se desarrolla para 50, 150 y 250 personas, se presenta los respectivos ingredientes, medidas comerciales y procedimientos de preparación.

Sopas y cremas

Alimentos proteicos

Alimentos energéticos

Ensaladas

Postres

Desayunos

Tema 4. Estudio de los procesos que conducen a la prestación del servicio

Como medio para establecer un diagnóstico sobre los procesos que implican la gestión de compra, recibo, almacenamiento, producción y servicio que permite el mejoramiento continuo y agilidad en los procesos se establece “los procesos de gestión”.

- Gestión de compras de alimentos
- Gestión de recibo de alimentos
- Proceso de gestión de almacenamiento
- Proceso de gestión de producción
- Proceso de gestión de servicio

Programa de protección de alimentos

Este programa tiene un papel fundamental en el programa de control de calidad, pues una de las mayores responsabilidades de un servicio de alimentación es la de entregar una alimentación segura microbiológicamente que proteja, en vez de deteriorar, la salud de los usuarios.

- Protección de alimentos
- Contaminación microbiana de los alimentos
- La proliferación microbiana
- Consideraciones para evitar la destrucción de nutrientes
- Generalidades sobre temperaturas
- Evaluación del programa

Evaluación del programa

Para que exista un programa eficiente y eficaz sobre protección de alimentos se requiere la evaluación higiénico sanitaria del servicio de alimentación.

Tema 5. Conservación y mantenimiento de seguridad industrial en los servicios de alimentos

La seguridad se define como la confianza o tranquilidad que pueden tener los usuarios y el personal, procedente de la idea de que no hay ningún peligro que temer. Esta tranquilidad la da un ambiente seguro y un personal consciente de que hay que evitar los accidentes a toda costa.

- Causas de accidentes en un servicio de alimentación
- Tipos de accidentes más comunes en los servicios de alimentación
- Métodos fundamentales para la prevención de accidentes
- Evaluación

Lista de chequeo de seguridad

Prácticas de los empleados
Equipo de prevención de incendios
Pisos
Rampas y escalas
Puertas y salidas
Ventilación
Iluminación

Calentamiento de agua
Transporte
Material peligroso
Sección de recibo
Sección de almacenamiento
Sección de lavado

Sección de almacenamiento de basuras y desperdicios

Tema 6. Requerimiento de equipo

La planeación del equipo accesorio para el servicio de alimentación esta determinada, por el tipo de operación, el menú ofrecido y el volumen de producción.

Con el fin de tomar una decisión objetiva sobre el equipo necesario en la producción de comidas; a las preparaciones de ciertos menús seleccionadas se determina el tipo de cocción, lo cual permite definir requerimientos de equipos utilizados durante la actividad diaria.

CAPITULO 4. ADMINISTRACION DEL SERVICIO DE ALIEMNTOS

Tema 1. Planeación de los servicios de alimentos

Se considera como el proceso de la administración en el cual se selecciona un curso correcto de acción que se ha de seguir en el servicio de alimentación. Define los objetivos, políticas, normas, reglas y todo compromiso que puede definir el presente y el futuro de la empresa.

Misión: proporcionar comidas a la población Universitaria, docente y administrativa de la Universidad de la Sabana, sobre las cuales debe predominar una interfase entre nutrición y salud que satisfaga las expectativas del usuario.

- Filosofía
- Objetivos
- Políticas
- Reglas
- Normas

Tema 2. Actividades de dirección del personal del servicio de alimentación

El elemento humano es la fuerza vital de toda la organización y en este caso, de los servicios de alimentación. Los empleados son más que personas que contribuyen al logro de los objetivos del servicio, también constituyen una red de interrelaciones formales que se entrelazan a lo largo y ancho del servicio.

Estructura organizacional

Se considera como la agrupación o conjunción técnica de las relaciones que deben presentarse entre las funciones, niveles y actividades de los elementos humanos dentro de la institución con la finalidad de obtener su máxima eficiencia dentro de los objetivos determinados.

Diseño de cargos

Se define como la función de especificar las actividades que debe realizar un individuo o grupo para cumplir los requerimientos de la organización y de la tecnología y satisfacer las necesidades personales de quien las realiza.

Para realizar el diseño de cargos, se llevan a cabo tres actividades, a saber:

1. Análisis del cargo: es el proceso de recolectar, por medio de la observación y estudio la información realizada con el cargo.
2. Descripción del cargo: es un registro ordenado de la información que se obtuvo en el análisis del trabajo identificada, define y determina las funciones y actividades, y especifica los requisitos para desempeñar el puesto.
3. Especificaciones del cargo: se detallan los requisitos mínimos para que el trabajo sea eficientemente desempeñado. Depende del tipo de trabajo.

Cargos:

- Administrador general
- Asistente general
- Auxiliar de costos
- Jefe de compras
- Jefe de producción
- Encargado de recibo
- Cajero
- Encargado de cocina fría
- Encargado de cocina caliente
- Panadería y pastelería
- Encargado zona de lavado
- Auxiliar de recibo
- Personal de despacho
- Mesero

- Encargado de aseo
- Encargado de basuras
- Auxiliares

Orientación y adiestramiento inicial al nuevo empleado

- Orientación
- Adiestramiento
- Capacitación

Programa de capacitación y adiestramiento higiénico sanitario

1. Higiene de las instalaciones y el equipo
2. Control de plagas
3. Motivación
4. Desarrollo
5. Comunicación

Tema 3. Control de servicios de alimentos.

Se considera como el proceso por el cual se asegura que las actividades se están llevando a cabo tal como se planearon y ellas concuerdan con los objetivos fijados. El control esta orientado por tanto, al desempeño y a través de sus actividades se puede detectar y corregir las desviaciones de los estándares establecidos.

Calidad

Conjunto de propiedades o de características de un producto o servicio que confiere la habilidad para satisfacer necesidades explícitas e implícitas.

Control de calidad.

Es un proceso evaluativo para medir la efectividad y eficiencia de los productos, programas y servicio producidos y suministrados por una organización.

Los controles de calidad son esenciales en cada etapa de un servicio de alimentación, desde la elaboración de las especificaciones para los productos, pasando por la producción, hasta llegar al servicio de los usuarios, para lograr la satisfacción de los mismos y la productividad de los empleados.

METODOLOGIA:

Para el desarrollo de dicho proyecto se aplicó un estudio exploratorio inductivo, que parte de la información general para posteriormente aplicarla a la realidad.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- La mayor parte de la población de la Universidad de la Sabana prefiere:
- El consumo de comidas rápidas al almuerzo completo, por el sometimiento al tiempo y poca variedad de los últimos.
- Los productos de pastelería a las golosinas, ya que son más nutritivas y apetitosas
- Las bebidas frías a las bebidas calientes, por la labor que se realiza durante el día y el ambiente donde se desarrolla.
- Los alimentos que la mayor parte de la población considera poco aceptables en cuanto a carnes, tubérculos, hortalizas, verduras, frutas y cereales son respectivamente: vísceras, arracacha, nabos, rábanos, piña, garbanzo, por sus características físico – organoléptico. Siendo de mayor preferencias alimentos como: pollo, papa, apio, melón y arroz, los cuales se toman como base para la planeación de menús y garantizan variedad en las preparaciones
- La capacidad y funcionalidad del equipo en un servicio de alimentos depende exclusivamente del tipo de servicio y el menú planeado que se pretende brindar, lo que permite un ofrecimiento eficiente y eficaz.
- Para asegurar la calidad en el servicio es necesario entender las tareas que se van a desempeñar y los objetivos que se pretenden lograr enfocados a la satisfacción del cliente.

De las recomendaciones se extraen las siguientes:

- Verificar y ajustar la planeación del ciclo del menú, y las recetas estandarizadas mínimo cada tres meses.
- La capacitación didáctica al personal sobre manejo higiénico – sanitario de los alimentos y físico – organoléptico de los mismos, debe ser realizada o supervisada por parte de la secretaria de salud, para asegurar la obtención del carné de manipulador, el cual debe ser renovado cada año.
- Debe existir dentro de la organización, un compromiso total de cada uno de los miembros que lo conforman, una cultura corporativa, instrumentación y desarrollo apropiado.

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 17 autores, destacándose temas como administración, alimentos y bebidas, nutrición, culinaria, calidad del servicio entre otros.

ANEXOS:

No se encuentran anexos

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 052
TITULO:	MANUAL DE FUNCIONES PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO QUE LABORA EN HOGARES GERÁTRICOS	
AUTOR:	DIAZ, María Inés. RUEDA, Gladys	
PUBLICACION:	Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar. Santafé de Bogotá, 1993, pp.85	
PALABRAS CLAVES:	GERIATRICO, INVESTIGACION, MANUALES.	ORGANIZACION, DEPARTAMENTO, ESTRUCTURA, SERVICIOS,
DESCRIPCION:	<p>Este trabajo pretende establecer la correspondencia entre los perfiles de los diversos cargos administrativos y operativos que constituyen la organización de los Hogares Geriátricos en Bogotá, y el nivel de capacitación de las personas que los desempeñan, a fin de aportar las herramientas administrativas que faciliten la selección y contratación de un personal comprometido con la búsqueda del bienestar que el adulto mayor requiere y merece.</p>	
FUENTES:	<p>De los pie de página se destacan los siguientes:</p> <p>SANCHEZ CARO, Jesús y RAMOS, Francisco. La vejez y sus mitos. Colección Salvat temas claves, Tomo N° 80. Barcelona. 1985. 2</p> <p>CANAL RAMIREZ, Gonzalo. Envejecer no es deteriorarse. Editorial Canal Ramírez Antares, Novena Edición. Bogotá. 1983 2</p> <p>QUORUM Psicología de la tercera edad. Biblioteca básica de psicología en general aplicada. Tomo 18. Colombia 1987 2</p>	

CONTENIDO:

CAPITULO 1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

Tema 1. Definición del problema

En los hogares geriátricos de Santafé de Bogotá no se tiene definido un manual de funciones que contenga la descripción de cargos y los perfiles del personal administrativo y operativo que labora con ancianos. Tampoco se tienen criterios para la capacitación y selección de dicho personal dificultando la prestación de un servicio gerontológico óptimo.

Tema 2. Objetivo

Elaborar un manual de funciones que contenga la descripción de los cargos y el perfil del personal administrativo y operativo que labora en los hogares geriátricos de Bogotá, por medio de la investigación científica con el fin de determinar los rasgos generales de selección que sirvan como modelo.

Tema 3. Universo población y muestra

El universo de la investigación son los hogares geriátricos en general, la población corresponde a los situados en Bogotá; se han escogido 21 hogares al azar, 7 de cada nivel socioeconómico que corresponde al 14% de un total de 150 ubicados en Bogotá.

Tema 4. Recolección de datos

Para recolectar la información se aplicaron los siguientes instrumentos:

- Observación para el personal operativo
- Encuesta para el personal administrativo
- Encuesta para el personal directivo
- Entrevista para ancianos

- Evaluación de la información
 - Observación del personal administrativo
 - Encuesta para ancianos, personal administrativo y directivo

- Resultados
 - Síntesis de resultados
- Análisis

CAPITULO 2. REALIDAD DE LOS ANCIANOS EN COLOMBIA

Tema 1. El viejo

Con expresiones como viejos jóvenes ó jóvenes viejos, se puede pensar que el envejecimiento es un proceso individual donde no siempre lo biológico corresponde a lo psicológico y social.

Es cierto que los años no pasan en vano y las personas en determinados momentos y circunstancias pueden sentirse viejas y de acuerdo a su cultura, podrán simultáneamente sentir miedo, pánico, inseguridad y ansiedad. Esta es una situación a la que todo individuo llega a no saber que causas fortuitas se lo impidan. Sin embargo la autopercepción del envejecimiento es vivida por las personas de muy diversas formas no dependiendo sólo de la edad sino también de la forma de ser, el contexto cultural, la percepción del mundo y de la vida y de un aspecto muy significativo, el desarrollo de su capacidad para adaptarse a los cambios psicológicos, sociales y biológicos que acontecen con los años y que no son exclusivos de esta etapa.

- Crisis de la vejez
- Etapas de la vida

Tema 2. La vejez a través de la historia.

La evolución histórica ha puesto de manifiesto los cambios que han tenido lugar entre la vejez y la sociedad, los cuales se han resumido así:

- Duplicación de la longevidad media (un creciente número de personas vivirá más)
- Constante incremento de la proporción del conjunto de las personas de edad.

Ambos factores afectados por el descenso de la mortalidad infantil y la natalidad.

Desde tiempos muy antiguos, el hombre ha mostrado preocupación por el conocimiento de la vejez y el proceso del envejecimiento. En los libros bíblicos se encuentran pasajes que contienen conceptos y descripciones de ésta etapa, así como las actitudes que surgen frente a ellas.

En la universidad San Buenaventura, se acaba de inaugurar el programa a nivel profesional de Geriátría lo cual quiere decir, que las circunstancias han creado suficiente necesidad para motivar a diferentes personas a capacitarse para prestar servicios adecuados al viejo y a continuar este proceso que hasta ahora está dando sus primeros pasos.

Tema 3. Posición del anciano institucionalizado.

Al escuchar declaraciones de ancianos de una misma institución sobre el hogar, el mismo sitio puede ser para algunos una experiencia totalmente positiva y para otros lo más destructivo de su vida por esto, las declaraciones pueden resultar engañosas.

El tratamiento familiar, se deduce como el mejor para el viejo. Es en su casa donde el viejo puede lograr un mejor estar porque puede ser allí donde no se le quite su humanidad, ni se le trate como un exhombre, ni rompa con sus afectos e intereses.

Es innegable que muchos de ellos, no dudan en acercarse a su domicilio. La casa es el lugar de las cosas familiares, que temen perder al dejarla. Es su prosistema y el cambiarlo equivale al cambio de valores, actitudes, pensamientos, sentimientos y conductas. Equivale a dejar de manejar su independencia o dependencia y perder a la vez, el contacto con sus amigos y allegados. Algunos piensan en sus animales domésticos, sus plantas, en general de su seguridad personal.

Tema 4. El anciano y su familia

El amor fue y es el gran legado del creador encarnado en Jesucristo.

Nosotros como humanidad podemos engranar al mundo con este sentimiento. Las relaciones familiares son cada vez más dispersas en nuestro entorno social. Los hijos de los viejos de hoy, están muy ocupados viviendo la era del compromiso, del trabajo, de la responsabilidad con sus propios hijos.

Tal vez uno de los temas más difícil de la psicología de la vejez sea el de analizar actitudes profundas que motivan la conducta de los diversos familiares con respecto al viejo y viceversa. Como es más que obvio no se puede generalizar las relaciones de las familias y los autores tocan el tema a nivel superficial.

El viejo bajo contadas excepciones, es lento estable, con intereses definidos y limitados, realista, no le gusta ilusionarse. El viejo acoge al niño con una doble y contrapuesta actitud según sea su estado de ánimo.

Tema 5. Función del anciano.

Burtle y Tenis señalan, cómo se pueden observar en las personas de edad unas características internamente asociadas con el sentido de haber vivido un largo tiempo, entre ellas están:

- Deseo de dejar un legado
- Compartir el conocimiento
- Apego a los objetos familiares
- Cambio en el sentido del tiempo
- Sentido completo del ciclo vital
- Creatividad, curiosidad y capacidad de sorpresa
- Sentido de la propia realización.

Se puede concluir que el viejo tiene su propio espacio, tiempo y labores que realizar en un contexto familiar; como abuelo y padre, en el contexto institucional, enseñando, reeducando. Dentro de un contexto social aportando, adquiriendo experiencia, disfrutando oportunidades VIVIENDO.

CAPITULO 3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ANCIANO

Tema 1. Aspecto físico

Con el transcurso y paso de los años, el organismo se modifica, su envejecimiento no se produce de una manera homogénea. Algunos tejidos no envejecen o lo hacen de forma menos visible. De todos los cambios y alteraciones producidas por la vejez se generan las llamadas enfermedades propias de la vejez, ligadas de forma especial a los trastornos progresivos e irreversibles causa del aumento de la edad.

Entre las principales encontramos enfermedades cardiovasculares, accidentes cerebrovasculares, la arteriosclerosis, los procesos neoplásicos, los traumatismos, los trastornos mentales y la malnutrición.

Las enfermedades geriátricas poseen una característica muy especial y diferente que es la polimorbilidad, es decir, la coincidencia de enfermedades en un mismo individuo.

Tema 2. Aspectos psicológicos

Hoy día las investigaciones sobre la psicología del anciano fundamentan una visión más optimista y esperanzadora, ya que efectivamente se ha demostrado, que con la edad acontecen ciertos cambios, pero también es más lo que permanece de las aptitudes y personalidad.

En el aspecto psicológico el problema principal que afrontan los ancianos consiste en vencer los obstáculos y resolver las dificultades que plantea la adaptación a los cambios psicológicos y sociales que acontecen con los años.

Los cambios psicológicos que sobreviven en el transcurso de los años deben ser atendidos como lógicos y normales. De acuerdo con dichos cambios, se ha definido un perfil de la personalidad del anciano en el cual se le adjudican rasgos positivos y negativos.

Tema 3. Aspecto espiritual

Cuando las personas llegan a la vejez despierta en ellas una tendencia irresistible de acercarse más a Dios, de rezar. Pareciera que se quiere redimir el tiempo, la vida espiritual se convierte en una necesidad apremiante la cual hay que suplir. El viejo puede prescindir de muchas cosas pero no de Dios; no todos los viejos son místicos ni están obligados a serlo, esto es algo de cada cual, lo vive según sus requerimientos, sus creencias y su cultura.

Par ala iglesia católica, la vejez es una etapa en la cual hay que aprovechar los últimos años de la vida de los ancianos para ayudar a aumentar en ellos en cantidad y calidad, la levadura espiritual capaz de levantar a la humanidad.

Es deber de la sociedad, de la familia o si es el caso del Hogar Geriátrico, ofrecer y facilitar los medios que permitan al anciano enriquecer y fortalecer su vida espiritual, la cual le dará otra perspectiva y sentido a su vida en este mundo.

CAPITULO 4. EL HOGAR GERIATRICO

Se conoce como hogar geriátrico, aquellos centros que tienen como misión cubrir las necesidades de los ancianos o residentes en su aspecto físico, sanitario y socio cultural.

El Hogar Geriátrico no se debe tomar como un asilo, lugar aislado, centro de reclusión, pero tampoco hay que idealizarlo como un paraíso y solución a las familias. La finalidad de éstos consiste en contemplar y sustituir la atención familiar en los casos en los que se ha roto el equilibrio entre las necesidades de una persona anciana y las posibilidades de su familia para cuidarlo.

- Estructura organizacional para un Hogar Geriátrico.
- Servicios que ofrecen los hogares geriátricos
- Tipos de hogares geriátricos
- Ancianos masivos de caridad
- Ancianatos de caridad pequeños
- Ancianatos con estructura de hotel
- Hogar Hospital
- Hogar Geriátrico para ancianos
- Ancianato estatal

CAPITULO 5. MANUAL DE FUNCIONES DE UN HOGAR GERIÁTRICO

Es un instrumento práctico que sirve como mecanismo para concebir los parámetros básicos en la captación y selección de personal dentro de una institución. Las partes son:

- Descripción de cargos
- Perfil de los cargos

Importancia:

- La prestación de un servicio óptimo y eficiente
- La humanización en estas instituciones
- El bienestar del adulto mayor

CAPITULO 6. FUNCIÓN DEL ADMINISTRADOR DE SERVICIOS DE BIENESTAR EN UN HOGAR GERIÁTRICO

La importancia del Administrador de Servicios de Bienestar en los hogares Geriátricos es preciso enmarcarla dentro de los siguientes aspectos:

- El auge de la economía del servicio surgida en Europa en la década de los ochenta y esparcida por todo el mundo como fundamento de desarrollo económico de los pueblos.

- El análisis de las estadísticas demográficas mundiales que muestran el aumento de la población anciana y la tendencia generalizada a una mayor esperanza de vida.
- La disminución del espacio físico de la vivienda y las características de la construcción vertical que dificultan la ubicación, desplazamiento y movilidad del anciano y el poder acumular y conservar sus pertenencias a las cuales cada vez se sienten más apegados.
- El anciano institucionalizado demanda ante todo compañía, comprensión y cariño, requiere ser atendido por personal capacitado, que logre integrar los recursos humanos, científicos, físicos y técnicos para encauzarlo bajo una acertada dirección en busca del bienestar del anciano.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- Actualmente los hogares Geriátricos son una solución para los ancianos y sus familias, día a día se perfeccionan los servicios que allí se presentan. De acuerdo con el estudio realizado, se infiere que el costo de la atención en una institución de este tipo, esta directamente relacionada con el personal que se cuente.
- Es de vital importancia tener políticas claramente definidas como es la de contratar personas plenamente capacitadas y comprometidas con el objetivo principal de este tipo de organización que se dedica a vender un servicio.
- Con este estudio se pudo detectar que la situación económica de la población anciana del país, esta determinada por la estructura laboral tradicional, que a su vez se origina en los patrones culturales; ya que ha sido el hombre el directamente vinculado al mercado de trabajo doméstico no remunerado.

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 18 autores, destacándose los siguientes:

SANCHEZ CARO, Jesús y RAMOS, Francisco. La vejez y sus mitos. Colección Salvat temas claves, Tomo N° 80. Barcelona. 1985.

CANAL RAMIREZ, Gonzalo. Envejecer no es deteriorarse. Editorial Canal Ramírez Antares, Novena Edición. Bogotá. 1983

PARADA DIAZ, Ramón. Riesgos y valores de la tercera edad. Ediciones paulinas. Colombia 1984

QUORUM Psicología de la tercera edad. Biblioteca básica de psicología en general aplicada. Tomo 18. Colombia 1987

ANEXOS: de los 12 anexos se destacan los siguientes:

- Anexo 1 Indicadores
- Anexo 2 Universo, población y muestra
- Anexo 3 Observación para el personal operativo
- Anexo 4 Encuesta para el personal administrativo
- Anexo 5 Encuesta para el personal administrativo
- Anexo 6 Encuesta para ancianos
- Anexo 7 Definición de perfiles

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

<i>COLOMBIA</i>	<i>UNIVERSIDAD DE LA SABANA</i>	<i>RAAS 053</i>
-----------------	---------------------------------	-----------------

TITULO : REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA Y PUESTA EN MARCHA
DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PUBLICAS DEL CLUB
S.A.S. (SOCIEDAD AMIGOS DE SIBATE)

AUTOR (es) : INFANTE, Mayorga Nubia
RICARDO, Paternina Adriana

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de servicios de bienestar, Santa fé de Bogotá, 1993 páginas155 , anexos 13 .

PALABRAS CLAVES:
Motivación, administración, relaciones públicas, organización, formación, comunicación, publicidad.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad la reestructuración administrativa del CLUB S.A.S. (Sociedad Amigos de Sibaté), destacando la importancia de implantar el Departamento de relaciones públicas en su organización , pues el éxito de una empresa de servicios depende de la calidad de su gente , la forma en que se brinda el servicio y su eficiencia.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 6 pie de página con temas relacionados a organización y administración de hoteles, relaciones públicas, destacando :

- Organización y administración de Hoteles y restaurantes, D.E. Lumberg Ed. Centrumm , volumen 2 # 1
- Relaciones públicas , Samper Gnnecco, Andrés, Ed. Norma, Cali, Colombia #1
- Manual de relaciones públicas , Phillip Lesly, Ed. Martínez Roca S.A. Barcelona, España. #1
- La organización a su alcance ; Avellana Hernando , Ed. Norma , Bogotá #1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por cinco capítulos así:

CAPITULO I: OBJETIVOS

Tema 1: objetivo general

Realizar una nueva estructura administrativa y diseñar el departamento de relaciones públicas en el Club S.A.S , para brindara a sus socios y grupo familiar , servicios de excelente calidad.

Tema 2: Objetivos específicos:

- Diseñar una encuesta dirigida a los socios del club con el objeto de conocer sus expectativas e inquietudes
- Propuesta de la nueva estructura organizacional , del club S.A.S. que se ajuste a sus objetivos , recursos y su ambiente , que permite la estabilidad y continuidad de la organización
- Modelo y puesta en marcha del Departamento de relaciones públicas

CAPITULO II MARCOS:

Tema 1 : Marco teórico: reúne los conceptos que ayudarán al lector a conocer el tema de investigación.

Club: forma de asociación voluntaria en la cual los miembros están organizados en torno a ciertos objetivos específicos comunes de carácter recreativo o cultural .

El precursor del club de ciudad se remota a comienzos del siglo XV, cuando se creó un Club llamado La Court de Bonne Compagnie o club de los buenos compañeros, estos primeros clubes eran vehículos para que las personas de intereses comunes se asociaran, compartiendo comida, bebidas y gastos.

Los primeros clubes británicos: los primeros clubes ingleses en especial los que se fundaban a finales del siglo XVI y comienzos del siglo XVIII, por lo general se reunían en una de las tabernas o cafés de la época , WHITE'S CLUB , uno de los clubes más exclusivos de hoy

Los primeros clubes de Estados Unidos: se remontan antes de 1800, El Bread and Cheese Club , se consideraba como el primer club privado con habitaciones propias de la ciudad de New York, Fundado en 1836, se reunía en el City Hotel.

Clubes militares: tuvieron sus antecedentes en los ranchos estancieros del 200 A.J.C. y , antes de ello , en las soladitas de soldados Romanos.

El Battle of Waterloo fue el predecesor inmediato del club militar actual y fue responsable de parte del carácter de los clubes civiles actuales.

Clubes fraternales: en Estados Unidos cualquier persona puede ser miembro de un club,,el veterano solo tiene que unirse al puesto local de la American Legion of Foreign Wars (veterano de guerra) .

Club de servicios: la atracción y la actividad de los clubes de servicios son ligeramente diferentes , El Club Rotario , El club Kiwanis el de los optimistas respaldan una y más obras de caridad .

Club de campo: el motivo principal para unirse a un club es la búsqueda de un cierto status , no cabe duda de que ello , es el caso de algunos clubes de categoría.

Clubes Universitarios: las ciudades más grandes poseían clubes universitarios a las que pertenecen las personas que hayan asistido a la universidad .

Clubes de empresa: algunos de los clubes más prósperos están situados por empresas para sus propios empleados , como por ejemplo IBM posee su propio club.

Clubes profesionales: ingenieros , químicos, y otros grupos con los mismos intereses han formado clubes en las ciudades más importantes.

Tema 2 : El trabajo del director del Club:

El objetivo primordial del director de un club es satisfacer a sus socios ; el director del club por lo general rinde cuentas ante un comité o al presidente mismo.

El trabajo es más exigente en el área de relaciones públicas , la razón de ser el director del club es complacer a los socios y en los más pequeños el contacto con el socio es más directo.

Debe ser un experto técnico y estará mejor informado sobre la operación del club y más experimentado que cualquiera de los socios .

El director con tacto y bien informado puede moldear la naturaleza del club y más experimentado que cualquiera de los socios , ayudara en gran medida a establecer el tono correcto y actuar como líder de la junta directiva , los socios y los empleados.

Tema 3: Clubes con fines de lucro: los clubes son organizaciones lucrativas que por su generalidad ofrecen comidas, bebidas y facilidades diversas a precios que sean competitivos con los clubes sin ánimo de lucro y los restaurantes de la zona.

La existencia de máquinas tragamonedas en un club puede facilitar la vida financiera del mismo .

Tema 4 Objeto de las relaciones públicas:

Las relaciones públicas tienen por objeto crear y mantener una imagen de prestigio para merecer el favor de la opinión.

Principios esenciales:

- Las relaciones públicas son un hecho: implica el roce con personas , con públicos que no se puedan eludir.
- Las relaciones publicas son permanentes: porque permanentes son los hechos que las originan
- Las relaciones publicas se fundamentan en realidades y verdades .
- Las relaciones publicas son ante todo , un sistema de comportamiento colectivo: el adecuado comportamiento de estas ante el público , no puede ser sino el resultante de la suma de la buena conducta de todas las reparticiones de la empresa.
- Las relaciones publicas no pueden ponerse al servicio de causas inmorales ni antisociales.
- Las relaciones públicas deben crear y mantener imágenes positivas nunca negativas.
- Las relaciones públicas son un sistema de comunicación y primordialmente de comunicación masiva
- Las relaciones públicas son relaciones humanas.

Los públicos que conforman la opinión :

Suelen ser sujetos colectivos o plurales, para obtener un mejor enfoque de las relaciones públicas y de su misión se debe tener en cuenta sus ocho públicos:

- Accionistas, inversionistas o propietarios.
- Empleados, trabajadores, o personal
- Distribuidores, agentes detallistas
- Clientes, usuarios, consumidores,
- Proveedores, productores, contratistas
- Competidores, colegas, o compañeros
- Estado, gobierno, autoridades,
- Publico en general, ciudadanía o la opinión.

Tema 5: las funciones de la relaciones públicas:

- a. la función de asesoría: consiste en aconsejar empresas, el hacer o el no hacer determinadas cosas, a la luz de unas u otras circunstancias , razonando el por qué de esa acción o abstención e indicando cómo debe obrarse sobre el particular.
- b. Funciones principales de las relaciones públicas: la información pública, de publicaciones, de divulgación.

Tema 6: fases de las relaciones públicas en los negocios.

- Definir la actitud de cualquier grupo hacia la compañía
- Analizar el estado de opinión
- Formular una política a seguir

- Planear los medios de mejorar la actitud de un grupo
- Ejecutar el plan establecido

Tema 6: relaciones públicas para organizaciones no lucrativas:

Las relaciones públicas de las organizaciones no lucrativas , como la industria y el comercio , empiezan al nivel de la formulación de políticas porque:

- El grupo quien toma las decisiones generales, es quien determina lo que va a hacer la organización.
- Lo hace la organización , produce una impresión sobre el público.
- La impresión que produce sobre el público determina que las relaciones publicas de la organización sean buenas o malas.

Tema 7 Como conseguir dinero:

La búsqueda de fondos o cuestación debería ser considerada como una de las oportunidades resultantes de un programa de relaciones publicas bien llevado.

ORGANIZACIÓN DE LA CAMPAÑA: hay muchas maneras de organizar cuestiones o campañas de obtención de fondos :

1. solicitudes directas por correo.
2. festivales benéficos
3. rallies
4. concursos o campeonatos

tema 8: esquema general del proceso administrativo:

la planeación es la primera y más importante de las funciones administrativas , antes de pensar en organizar , dirigir y controlar, que son las funciones que les siguen , hay que planear organizar los objetivos o metas de la empresa.

La planeación comprende también la selección de los procedimientos y métodos para desarrollar las actividades de la empresa .

El proceso administrativo culmina con la función de control , íntimamente ligada con la planeación, porque tan pronto se ponen en acción los objetivos y las políticas de la empresa , hay que proceder a su continuo seguimiento y evaluación.

Tema 9 marco legal:

El club S.A.S es una corporación sin ánimo de lucro , con fines culturales, recreativos y sociales, fundado en septiembre de 1974, con personería jurídica 0830, ubicado en la carrera 8 nro. 4-43. barrio el progreso, municipio de Sibaté , actualmente cuenta con 70 socios.

Tema 10: marco referencial:

Para alcanzar los propósitos planteados y lograr exitosamente unos resultados acordes con las necesidades del Club, se visitaron tres instituciones que realizan funciones similares y se determinaron aspectos indispensables como base importante del nuevo sistema que implantará el Club S.A.S. se realizaron estudios en: la UNIVERSIDAD DE LA SABANA, CLUB MILITAR, CLUB DE PROFESIONALES DE BOGOTA .

Tema 11 : marco conceptual:

El siguiente marco conceptual reúne los conceptos básicos mas utilizados en el desarrollo de la tesis:

Administración, asesoría, autoridad, bar, boletín informativo, calidad, club, diseño, eficacia, eficiencia, estrategia, etiqueta, evento, menú, misión, momentos de verdad, objetivos, organigrama, organizar, programa, publicidad, servicio.

CAPITULO III : METODOLOGÍA:

Se utiliza como metodología la investigación descriptiva, que de modo sistemático dará las características de una población, situación o áreas de interés.

tema1: universo: conformado por la junta directiva y socios del Club S.A.S.

tema 2: Población y muestra:

integrada por una población de 42 personas que conforman el 60% de las 70 personas que hacen parte del universo.

Universo: 100% de los socios

Población: 60% de universo (42 socios)

Muestra: 42 socios

Tema 3 : características de la empresa

Tipo de institución: club sin ánimo de lucro

Edad –Sexo: hombres y mujeres comprendidos entre los 25 y 70 años.

Estrato socio-económico: medio

Tipo de educación: profesionales, amas de casa, estudiantes

Tema 4: recolección de la información: la técnica de recolección de la información, utilizada fueron las encuestas aplicadas puerta a puerta a cada uno de los socios del club.

Tema 5: Síntesis de los resultados:

1. la vinculación de los socios se debió a determinación propia
2. a los socios les gustaría que realizaran actividades deportivas, (juegos para niños)
3. los socios desean suprimir las fiestas de San Pedro ya que el municipio organiza estas fiestas.
4. la mayoría de los socios sugieren que se programen reuniones bailables.
5. la planta física es adecuada.
6. incrementar los aportes trimestrales

CAPITULO IV :PROPUESTA DE LA NUEVA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DEL CLUB S.A.S.

Tema 1: planeación administrativa:

La planeación es una parte importante del proceso administrativo en toda organización, por eso se recomienda a la junta directiva, además de sus objetivos y políticas, estrategias, reglas y programas establecidos involucrara la asesoría en el proceso administrativo, con el fin de proporcionar herramientas para el desarrollo y progreso del Club.

- Establecer políticas con las siguientes características: políticas para la admisión de nuevos socios, políticas para el desempeño eficiente de los empleados.
- establecer estrategias para la adquisición de nuevas acciones.
- establecer normas para socios, empleados, adecuada presentación del personal.

- establecer reglas : para el buen uso de las instalaciones del Club, reglas que debe tener en cuenta la Junta directiva a los funcionarios.
- establecer programas para el socio y su familia.

Tema 2 organización:

En esta etapa se tiene en cuenta los siguientes aspectos:

-sistema de organización: es el lineal, puesto que la autoridad y responsabilidad son tramitadas a través de un solo jefe para cada función..

ORGANIGRAMA: el organigrama del club muestra en forma objetiva el sistema de organización utilizado y cada una de las líneas de autoridad y responsabilidad.

En el club se utiliza un organigrama tipo vertical en el que cada puesto subordinado con respecto a otro se representa por cuadros en el nivel inferior unidos por líneas que representan la comunicación de autoridad y responsabilidad .

En el club la máxima autoridad es la junta directiva constituida por : presidente, Vicepresidente, secretario, tesorero, revisor fiscal, e intendente, las funciones de cada uno de los miembros se encuentran establecidas en los estatutos del Club.

tema 3: niveles jerárquicos: en el club S.A.S. la organización crece en forma vertical , por consiguiente hay un aumento de niveles jerárquicos así : nivel directivo, nivel administrativo, nivel operativo.

Centralización y descentralización: la organización será descentralizada porque predomina la delegación de autoridad y en cierta forma poder de decisión a los mandos medios a nivel administrativo.

Alcance de control: se da en su totalidad debido a la descentralización porque la dirección , puede ejercer su control a través de los jefes de departamento .

Tema 4: Ejecución:

INTEGRACIÓN: se tomaran los recursos necesarios para poner en marcha las diferentes decisiones que han sido previamente establecidas y con las cuales se va a conseguir los planes para lograr la integración de las personas y cosas.

DIRECCIÓN: consiste en la integración de los recursos para alcanzar los fines de la institución a través de seminarios como: gerencia del servicio, peligros latentes en los programas de servicio, invirtiendo la pirámide, de servicio al cliente interno y externo, etapas del programa de calidad del servicio

COMUNICACIÓN: la comunicación se dará de dos formas: ascendente: realizada por los empleados hacia el jefe inmediato mediante reportes, informes, sugerencias y quejas.

Descendente: realizada por el jefe inmediato hacia los empleados mediante ordenes, instrucciones, manuales.

DESARROLLO: se educara a los empleados más allá de las necesidades de su puesto actual.

MOTIVACIÓN: Se logrará satisfaciendo sus necesidades en cuanto: calidad de vida, satisfacción y atención de los logros y metas, compensación monetaria través de ascensos .

CONTROL: es un proceso de comparación entre los objetivos trazados por la institución , referentes al servicio y resultados obtenidos teniendo en cuenta el nivel administrativo, personal, técnico, instalaciones locativas.

CAPITULO V: MODELO Y PUESTA EN MARCHA DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PUBLICAS:

Tema 1. Que son las relaciones publicas:

Son una función administrativa que evalúa la actividad del público , identifica la política y los procedimientos de un individuo o de una organización con el interés públicos y lleva a cabo un programa de acción destinado a atraerse la comprensión y la aceptación de este.

La función de las relaciones públicas es el esfuerzo planeado para influir en la opinión , por medio de la aceptación aceptable y de la comunicación recíproca.

OBJETIVO: crear y mantener una imagen de prestigio para merecer el favor de la opinión.

LAS FUNCIONES DE LAS RELACIONES PUBLICAS:

Función de asesoría, función de información pública, función de publicaciones, función de divulgación, función de eventos especiales,

Tema 2 : clasificación de las Relaciones publicas:

1. relaciones públicas internas , el propio personal de la organización.
2. relaciones publicas externas: con los accionistas o propietarios.
3. el relacionista profesional: requiere tener o llegar a tener , heredar , adquirir o desarrollar una inclinación temperamental, vocacional, hacia su oficio.

Tema 3: organigrama del Departamento de Relaciones públicas.

Este departamento presentará una organización descentralizada ya que estará conformada por la sección de eventos y esta a su vez estará dividida en otras funciones afines para lograr sus propósitos.

Tema 4: contenido del manual de funciones del departamento de relaciones públicas

Se realiza teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

- identificación del trabajo
- descripción de funciones y responsabilidades del puesto
- análisis de los requisitos del cargo
- naturaleza del cargo.

METODOLOGÍA

Se utiliza como metodología la investigación descriptiva, que de modo sistemático dará las características de una población , situación o áreas de interés.

CONCLUSIONES

De las conclusiones se destacan las siguientes:

- -Diseñar el departamento de relaciones publicas en el Club S.A.S. para alcanzar y mantener las relaciones públicas entre el entorno y la sociedad en general.
- Dada la importancia que tiene para el Club ,los socios, su grupo familiar y los que aspiran a ingresar a el , se ve necesario desarrollar una tarea de información y formación amplia y permanente.

- Es de vital importancia determinar diagramas de procedimientos en la organización ya que establece los pasos a seguir para llevar a cabo los trabajos a desarrollar en las actividades administrativas del Club.

BIBLIOGRAFÍA

- Se destacan 17 notas bibliográficas destacando temas como: administración, atención al cliente, organización, relaciones públicas, publicidad, comunicación, administración hotelera eventos,

ANEXOS:

El presente trabajo de grado presenta la siguiente lista de anexos

ANEXO A: planilla de horario.

ANEXO B: seguimiento del personal

ANEXO C: mantenimiento preventivo de las instalaciones.

ANEXO D: cuestionario de eventos

ANEXO E: Catalogo de menús

ANEXO F: Diagrama de proceso

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 054

TÍTULO : DISEÑO DEL MANUAL ADMINISTRATIVO DE CALIDAD Y DEL PROGRAMA DE SERVICIO AL CLIENTE PARA BARNES DE COLOMBIA S.A.

AUTOR (es) : ACOSTA, Olga, Marlene

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa de administración de servicios de bienestar, Santa fé de Bogotá, 1993, páginas 309, tablas 2.

PALABRAS CLAVES:

Productividad, calidad, servicio, marketing, administración t control total de calidad, administración, dirección, control.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad diseñar el manual administrativo de calidad y el programa de servicio al cliente en Barnes de Colombia S.A. para asegurar y garantizar los procesos

que implican calidad total, manteniendo la satisfacción de los deseos necesidades y expectativas racionales del cliente.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 6 pie de página , la bibliografía resalta temáticas relacionados a: servicio, organización , calidad , entre otros , Destacando :

- Berry Thomas, Como gerenciar la transformación hacia la calidad total , Bogotá 1992 #4
- El servicio centrado en el cliente #1
- Albretch Karl, Gerencia del servicio, ed. Legis. #1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por siete capítulos así:

CAPITULO I: IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:

Actualmente en las organizaciones hay diferentes expectativas en cuanto al rumbo que estas van a tomar , es notorio en ánimo y el deseo de una revolución positiva para lo cual se hace un análisis detallado del entorno de la organización.

La empresa BARNES DE COLOMBIA S.A. fabricante de bombas para agua y equipos acuapress, al realizar un análisis de su situación actual percibió la necesidad de entrar en esa revolución positiva de empresa viendo el entrono con la mentalidad abierta e identificando de esta manera debilidades administrativas.

Para corregir estas debilidades se debe profundizar en el campo de la calidad, porque el ambiente, empresarial de hoy es extremadamente competitivo tanto a nivel nacional como internacional, además los consumidores exigen mayor calidad y están dispuestos a cambiar de empresa en busca de un servicio que les brinde confiabilidad, accesibilidad y cortesía.

CAPITULO II: OBJETIVOS:

diseñar el manual administrativo de calidad y el programa de servicio al cliente en Barnes de Colombia S.A. para asegurar y garantizar los procesos que implican calidad total, manteniendo la satisfacción de los deseos necesidades y expectativas racionales del cliente.

CAPITULO III: JUSTIFICACIÓN

ECONOMICA:

La puesta en marcha tanto del manual de calidad como del programa del servicio al cliente , le permite a la empresa producir mas con sus recursos actuales al mejorar sus

procedimientos de trabajo, realizándolos con efectividad teniendo en cuenta las necesidades internas y externas de los clientes.

SOCIAL: Trabajar bajo un sistema de calidad implica un trabajo en equipo , mayor integración de las personas que laboran en la organización y una gran participación de los empleados , siendo estos elementos esenciales para la efectividad de la empresa, dando estabilidad y seguridad en el puesto de trabajo, para así lograr una mayor concentración en las necesidades del cliente externo y mantener una ventaja competitiva a nivel nacional e internacional.

PERSONAL:

Brindan la posibilidad de desarrollarme a nivel profesional , aplicando conocimientos, investigando, en cuanto al tema de gestión de la calidad total de una organización y a la vez conociendo y trabajando directamente en una empresa de manufactura.

CAPITULO IV: MERCADO TEORICO:

La gerencia de calidad total constituye una estrategia poderosa que puede mejorar en forma significativa la capacidad que se tiene para complacer a los clientes día tras día y hacer que las tasas de productividad continúen en ascenso.

Las principales ventajas y beneficios de la gerencia de calidad total son:

MEJORES RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD
EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

CAPITULO V: MARCO CONCEPTUAL

Calidad según la norma ISO 8402 la define como el conjunto de las propiedades y características de un producto o servicio que le confiere su aptitud para satisfacer necesidades establecidas o implícitas.

CALIDADE DE DISEÑO: idoneidad de un diseño par que el producto o servicio obtenido de acuerdo con el , satisfaga los requisitos para su uso y en unas condiciones de fabricación o ejecución razonables.

CALIDAD DE CONCORDANCIA: fidelidad con la que un producto p servicio se ajusta a los requisitos especificados.

INSPECCION: acción de medir, examinar, ensayar o verificar una o más características de un producto para compararlas con las exigencias especificadas y establecer su conformidad.

CONTROL DE CALIDAD: técnicas y actividades de carácter operativo utilizadas para satisfacer los requisitos relativos de calidad.

POLÍTICA DE CALIDAD: directrices y objetivos generales de una empresa , relativos a la calidad , expresados formalmente por la dirección general.

CALIDAD TOTAL: política orientada hacia la movilización permanente de todos los integrantes de la organización con el fin de mejorarla , en relación con su entorno:

- la calidad de sus productos y servicios.
- La calidad de su funcionamiento.
- La calidad de sus políticas y objetivos.

SERVICIO EXCELENTE: es un nivel tal de calidad en le servicio , comparado con el de sus competidores , que sea tan alto a los ojos del cliente que le permita a su organización percibir honorarios más altos, lograr una participación de mercado fuera de lo normal y/o disfrutar de márgenes de beneficios mas altos que la de sus competidores.

CAPITULO VI: MANUAL ADMINISTRATIVO DE CALIDAD:

Tema1: Declaración gerencial:

se ha creado y diseñado teniendo en cuenta la organización actual de la empresa con un enfoque hacia el mejoramiento de la calidad.

Objetivo del manual: describir en forma detallada la organización interna de la empresa como un medio para establecer y desarrollar la gestión de calidad.

Tema 2: Hoja de actualización:

Se deben diligenciar los siguientes datos:

- Fecha de actualización: se consignará día , mes y año.
- Actividad: actualización que se va a realizar .
- Observaciones : aspectos que se deben tener en cuenta en la nueva actualización como cargo modificado o persona responsable.

Hoja de actualización
Manual administrativo de calidad

Emitido por: GERENCIA ADMINISTRATIVA FINANCIERA

FECHA	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES	ELABORADO POR

Tema 3: Gestión del manual:

El presente manual administrativo de calidad es una herramienta administrativa diseñada para lograr establecer y desarrollar la gestión de calidad en la empresa en el que se encuentran:

- Política de calidad.
- Organización y aspectos generales de la empresa.
- Manual de funciones de cada cargo de la organización.
- Manual de procesos y procedimientos administrativos.
- Especificaciones generales para el logro de los objetivos de la calidad de l producto.

Tema 4: Presentación y organización de la empresa:

RESEÑA HISTORICA:

1895: Tom Barnes fundó la primera fábrica de bombas accionadas manualmente . o con ayuda de molinos de viento.

1961: se inicia producción de bombas Barnes de Colombia con 5 modelos básicos y comienza la ampliación de la línea a medida que va creciendo la demanda , es constituida como una sociedad anónima.

1990: la empresa deja de ser miembro del grupo peabody galion Corporation , ya que las acciones son compradas por inversionistas colombianos, quedando la compañía con un 100% de capital colombiano contando con la tecnología y nombre de su casa matriz original, quienes según contrato preestablecido continuaran siendo un soporte tecnológico para el producto.

1993:en la actualidad BARNES DE COLOMBIA S.A. fabrica mas de 180 modelos de bombas y equipos , cuenta con 160 distribuidores del producto a nivel nacional o internacional y una exportación permanente a países de sur centro y Norteamérica.

Tema 5: Niveles jerárquicos de comunicación:

Nivel 1: gerencia general

Nivel 2: gerencias comercial, administrativo financiero y de planta.

Nivel 3: jefes de departamento.

Nivel 4: analistas , algunos asistentes , promotor de ventas , vendedores, dibujantes.

Nivel 5: empleados de trabajo operativo.

Nivel 6: empleados de trabajo operativo.

Tema 6: Alcance de control:

En la organización los cargos con mayor número de cargos dependiendo de él son:

Gerente administrativo: 8

Gerente general: 7

Gerente de planta:7

Tema 7: Manual de funciones.

Objetivo: recopilar las funciones y responsabilidades de cada uno de los cargos de la empresa como medio de organización e información de las actividades específicas de cada empleado.

Estructuración del manual:

El presente manual tiene la siguiente estructura teniendo en cuenta y especificado a continuación cada ítem:

1. Identificación:

CARGO: NOMBRE DEL CARGO.

UBICACIÓN: en su orden descendente hace referencia a l nombre de la gerencia o departamento al cual pertenece el cargo.

CARGO JEFE INMEDIATO: nombre del cargo del superior inmediato.

CARGOS QUE SUPERVISA: nombre de los cargos que supervisa.

2. Objetivo: hace referencia a la descripción del cargo.

3. Funciones y responsabilidades: se enumeran cada una de ellas.

4. Requisitos del cargo: resumen de las especificaciones que debe cumplir el ocupante del cargo en lo relacionado con: conocimientos, experiencia, entrenamiento, habilidades, cualidades y condiciones de trabajo.

tema 8: Especificaciones administrativas generales para el logro de los objetivos de la calidad del producto.

Se plantean las diferentes ideas relacionadas con productos nuevos o con reformas de fabricación generadas por los asistentes quienes han tenido en cuenta la reducción de costos, sugerencias de los clientes tanto internos como externos , corrección de fallas o resultados de investigaciones de mercado realizadas.

Una vez discutidas y evaluadas las diferentes ideas se ordenan según su prioridad , y sobre el cual el jefe de investigación y desarrollo comienza su análisis determinando:

- Necesidad existente del producto.
- Definición de las especificaciones relativas al producto .
- Costos de fabricación:
- Diseño del prototipo , incluyendo cálculos y elaboración de planos.
- Fabricación de modelos.
- Pruebas del prototipo.
- Seguimiento por un período de tiempo determinado según producto.
- Análisis de resultados.
- Revisión del diseño.
- Master del producto: listado discriminado de los componentes del producto.
- La hoja del catalogo.
- La compra de materia prima en conjunto con el control de calidad total.
- El proceso de ensamble en serie de esta producción piloto.
- Envía master con costos al revisor

CAPITULO VII: PROGRAMA DE SERVICIO AL CLIENTE:

Tema 1: objetivos: plantear los pasos a seguir en forma sistemática , para enfocar las necesidades del cliente externo e integrarlo a los procesos de la empresa buscando una excelente calidad en servicio..

Tema 2: etapas del programa.

El desarrollo del programa esta planteado en cinco etapas con unas estrategias claves de ejecución .

ETAPA 1: CONOCIMIENTO DEL CLIENTE: los clientes tienen diferentes expectativas y percepciones respecto a los servicios que suministra BARNES DE COLOMBIA. S.A. y al contrastarlos permiten evaluar el nivel de satisfacción obtenido de la organización.

Para ello fue necesario realizar una encuesta a nivel nacional de los distribuidores en la cual , los porcentajes estadísticos están indicando en cada punto las preferencias de los clientes, en cuanto al servicio, la forma como se sienten en la organización si esta les responde y que les esta ofreciendo.

Las expectativas se pueden dividir en cinco dimensiones:

FIABILIDAD:

habilidad para suministrar el servicio prometido de forma confiable , segura y cuidadosa , incluye puntualidad y todos los elementos que le permitan al cliente percibir sus niveles de formación y conocimientos profesionales.

SEGURIDAD:

incluye el conocimiento y la actitud de atención que proyecta el personal y la capacidad para generar confianza, credibilidad, integridad, confidencialidad y honestidad.

ELEMENTOS TANGIBLES:

incluyen las evidencias físicas y los elementos o artefactos que intervienen en su servicio , sus instalaciones y equipos y la apariencia personal.

CAPACIDAD DE RESPUESTA:

se refiere a la actitud que muestra la organización para ayudar a sus clientes y suministrar servicio rápido .

EMPATIA:

quiere decir que la organización está en disposición de ofrecer a sus clientes cuidado y atención personalizada .

Estas dimensiones a su vez están siendo evaluadas en siete niveles de percepción del cliente de la siguiente manera:

7: excelente.

6:muy bueno.

5:bueno.

4:regular

3: muy regular.

2: malo.

1:pésimo.

NC: personas que no contestaron.

METODOLOGÍA

Información directa del sitio de trabajo, investigación bibliográfica, encuestas , consulta y asesoría de expertos.

CONCLUSIONES

Presenta las siguientes conclusiones dentro de las que se destacan:

- La empresa BARNES DE COLOMBIA S.A. necesita una organización administrativa como medio inicial para desarrollar un sistema de calidad total .
- El manual administrativo de calidad establece la estructura conceptual y operativa de la empresa.
- Los procesos y procedimientos son necesarios para la estandarización del trabajo.
- Es un sistema de calidad se enfatiza en la prevención para no incurrir en los errores comunes que producen retrasos inconsistencias de actividades.
- El programa de servicio al cliente se desarrolla basado en la investigación de mercados necesaria para conocer las necesidades y expectativas de los distribuidores de Barnes S.A.
- La tarjeta de evaluación del cliente es un medio de comunicación para ayudar a los empleados a entender la forma en que la perciben sus clientes , aplicable para auditorias de servicio.

BIBLIOGRAFÍA

Se destacan 18 notas bibliográficas destacando temas como: gerencia del servicio , control de calidad , mercadeo de servicio, excelencia, organización administración, productividad, entre otros.

ANEXOS:

El presente trabajo de grado no presenta anexos

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 055
----------	--------------------------	----------

TITULO : Tradiciones en el protocolo de Actos Académicos Santafé de Bogotá 1623 - 1993

AUTOR : Avila, González Claudia Marcela
Bernal, Prieto Miryam

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Administración de Servicios de Bienestar, 1993, 212 páginas, 21 textos bibliográficos, 2 anexos.

PALABRAS CLAVES : Educación, Independencia, Academia, Instituto, Universidad, Tradición, Protocolo, Evolución, Ceremonia, Auditorio, Invitados, Acto social.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad hacer una recopilación de datos y hechos sobre tradiciones en los protocolos de actos académicos, los cuales después de ser analizados y con la mete abierta a este tema, servirán para elaborar y proponer un modelo para la realización de la ceremonia de grados profesionales que se llevan a cabo en la Universidad de la Sabana.

FUENTES : El trabajo de grado no hace referencia a ningún pie de página.

CONTENIDO : En la recopilación de las tradiciones de protocolos de actos académicos, se demuestra que los principios fundamentales del protocolo son aplicables a toda clase de actividades humanas, desde nuestras acciones personales mas sencillas hasta el trabajo de las ilustres instituciones donde los actos académicos y los ceremoniales son propios.

I. GENERALIDADES.

Tema 1 : La Evolución de la Educación en Colombia.

La educación en Colombia tiene sus inicios en el mismo momento del descubrimiento de América, cuando en 1499 los españoles pisaron nuestras costas. Pasó por todas y cada una de las etapas históricas de lo que hoy es Colombia, dejando en cada una su huella imborrable.

Descubrimiento de América : Cuando se produjo el descubrimiento era notable la influencia de la iglesia en las decisiones de la Corona. Sabios sacerdotes y preladados se desempeñaban como preceptores, consejeros y confesores reales, mas tarde uno de ellos tuvo la oportunidad de ser cardenal y regente de España. A esta se agregaba una influencia mayor : la del español Rodrigo de Borja, convertido en el papa Alejandro VI. Estas circunstancias retardaron la oportunidad de colocar, dentro de la órbita de civilización y cultura reinantes, a los pueblos americanos.

Etapas Hispánica : Comprende el tiempo transcurrido entre el arribo de los españoles a nuestras costas en 1499, y el grito de la independencia en Santafé de Bogotá, en 1810. Se divide en dos periodos : la conquista y la colonia.

La Conquista : En esta época la multiplicación de las expediciones permitió la fundación de numerosas aldeas, básicamente donde habían estado asentadas las tribus indígenas. Al lado de cada iglesia funcionó la escuela.

La Colonia : Empezó el 7 de abril de 1550 al instalarse la real audiencia de Santafé de Bogotá. Con los primeros oidores llegaron los dominicanos y los franciscanos a fundar los conventos del Rosario y de la Purificación. Luego abrieron los de Tunja. Durante los catorce años que duró el gobierno de la real audiencia, la educación no recibió ningún favor : no se abrieron los colegios decretados para hijos de los conquistadores y de los caciques ni las escuelas de las encomiendas y de los cabildos. Error lamentable en sumo grado.

Presidencia y Arzobispado : la presidencia unificó el poder y facilitó la ejecución de las leyes, el primer presidente fue un gobernador que colocó a los indígenas en el goce de sus derechos y les abrió escuelas patrocinados por los cabildos y los encomenderos. El Arzobispado mejoro la organización de la iglesia y puso en práctica unas constituciones sinodales sobre religiosa. Las comunidades recibieron ayuda para abrir grandes conventos en las principales ciudades con el objeto de incrementar la educación ; en 1575 los agustinianos fundaron el de San Felipe en la Capital. Al convento del Rosario se dio licencia para otorgar grados de bachiller, licenciado y doctor. A finales del siglo surgió la idea de una Universidad Pública.

Colegios y Universidades : El 18 de octubre de 1605 se fundó el colegio Seminario de San Bartolomé, dirigido por los jesuitas. En 1609 se dio paso a la educación superior debido a los buenos resultados obtenidos. En 1608, los dominicos abrieron el colegio de Santo Tomás, después instalaron allí los estudios superiores del convento del Rosario. En 1623 los jesuitas fundaron la universidad de San Francisco Javier o Academia Javeriana incorporada a San Bartolomé.

Ya para terminar el siglo, la educación había progresado en calidad, cantidad y cubrimiento territorial

Epoca Republicana : Comenzó el 20 de julio de 1810, con el grito de independencia en Santafé de Bogotá. Sus periodos son : la independencia y la república.

La Independencia : La Batalla de Boyacá tuvo efecto decisivo en la desmembración política inmediata de muchas provincias y dio paso a la desvertebración definitiva de la Colonia virreinal en tres años.

La República : Se caracterizo hasta 1904, por frecuentes convulsiones políticas, guerras civiles nacionales o regionales, cambios intempestivos en las orientaciones del país y por la frustración de las programaciones mas halagueñas ; desde entonces se ha pretendido cobrar el tiempo perdido.

La Gran Colombia : En esta época se ordeno a los conventos menores ociosos para la fundación de colegios o casas de enseñanza, abrir escuelas en los demás conventos para niños y niñas, establecer escuelas en todos los poblados y ciudades, con estudios primarios, medios y superiores según la circunstancia, fundar normales en las principales ciudades para la formación de maestros de enseñanza mutua

República de la Nueva Granada : En esta época la educación comenzó a sufrir el impacto de una guerra que duró dos años. Se autorizó al gobierno para que reformara la educación, redactando un nuevo plan de estudios. El plan disciplinó los estudios universitarios, renovó las programaciones e incorporo métodos exigentes, dicto normas estrictas de conducta, impuso mayor consagración a profesores y estudiantes. Creó los Distritos en Bogotá, Cartagena y Popayán con su correspondiente universidad. En cada una había facultades de literatura y filosofía, ciencias físicas y matemáticas, medicina, jurisprudencia, ciencias eclesiásticas. En 1844 Ospina expidió el plan de estudios para escuelas primarias y normales. Contemplo todos los aspectos de la educación escolar y normalista.

Tema 2 : Academias.

Cuando se emplea la palabra academia, para designar no solo círculos literarios, artísticos o musicales, sino también cursos de idiomas, de oficios, de técnicas diversas y hasta de baile y deportes, no se nos ocurre habitualmente pensar en la nobleza de su origen ni d ella bella y prolongada historia de su evolución.

Las primeras academias fueron establecidas en Italia durante el Renacimiento.

Carlo Magno fundó la primera academia que se conoció en Europa. La integro con las personas mas ilustradas de su corte, incluyéndose a él mismo. Un siglo mas tarde, Alfredo el Grande de Inglaterra, creó en Oxford una institución mas o menos parecida que llegó a ser la base de la universidad de esa ciudad.

La primer academia moderna que fue organizada regularmente es la de Francia. Fue establecida en enero de 1635. La Real Academia Española fue la primera de carácter oficial en España

las academias han tenido, tradicionalmente, un protocolo que aún se conserva. Los miembros son de número, las precedencias son por orden de ingreso, con gran solemnidad se recibe a los nuevos miembros, también se celebran sesiones solemnes para rendir homenaje a diferentes personajes. Los puestos son vitalicios.

Tema 3 : Colegio Mayor.

Es una corporación de personas de la misma profesión o dignidad asociada para un fin común, que predomina sobre los intereses privados de los agrupados. Según la Legislación Romana, si el colegio se disolvía todo lo que fuera propiedad de éste pasaba al Estado, sin que se repartiese entre los colegiados.

Las viejas universidades contaban con colegios mayores constituidos por jóvenes de familias distinguidas que vivían con cierta clausura consagrados a los estudios de facultad y gobernados por un rector, que los estudiantes elegían, y colegios menores o comunidades dedicadas a estudios facultativos regidos por un rector.

Tema 4 : Instituto.

Es una corporación científica, literaria, benéfica. Los institutos tienen distintos fines, entre ellos la difusión de conocimientos, estudios y trabajos de investigación en distintas disciplinas. Pueden ser de carácter regional, nacional e internacional. Los miembros de los institutos suelen designarse dentro de las personalidades más relevantes en el campo de la actividad particular a la que la corporación se dedique. El nombre expone generalmente los propósitos y alcance de estos centros de investigación. Se llaman también institutos algunos centros y establecimientos oficiales donde se siguen estudios de cultura general y que forman parte del sistema de educación pública organizados en una nación.

Tema 5 : Universidad.

El origen de ella universidad data del siglo XII, y su denominación deriva de la palabra latina universitas. Su significado equivale a corporación o hermandad de profesores o estudiantes. La universidad es hoy un instituto público donde se cursan programas en las diferentes facultades y se confieren los grados y títulos correspondientes., la universidad sucedió a establecimientos de enseñanza más modestos, llamados studium generales.

II. TRADICIONES Y PROTOCOLOS EN ACTOS ACADÉMICOS.

Tema 1 : Pontificia Universidad Javeriana.

Reseña Histórica : Su primer rector fue el padre José Salvador Restrepo. El 31 de julio de 1937, fiesta de San Ignacio de Loyola, la Javeriana fue erigida canónicamente como universidad católica, por la santa sede la cual, el 24 de agosto de ese mismo año, al aprobar los primeros estatutos, le daba el título de Pontificia.

Nombre del Acto : Ceremonia de Grados Colectivos, es un momento supremo, en el cual se reconoce ante la sociedad a un estudiante como persona digna para obtener un diploma de ella facultas de medicina.

Comité Organizador :

- Conformación : comité como tal no existe en esta facultas, simplemente quien planea y organiza los grados, es el decano del medio universitario, con apoyo de la secretaria de la facultad en coordinación con el secretario general.
- Periodicidad de la Reuniones : No se reúnen, todo lo coordinan telefónicamente u ocasionalmente se encuentran el secretario y el decano del medio universitario en su oficina.
- Protocolo de cada reunión : ni existe protocolo alguno, por no reunirse formalmente.
- Lista de invitados : Son invitados formalmente el rector de la universidad y los miembros del consejo de la facultad, el resto de personas se invitan sin ningún tipo de formalidad.
- Tipo de Atención : no se lleva a cabo ningún tipo de atención o acto social.
- Comité de Recepción : no se emplea ningún tipo de comité para recibir a los graduandos ni a los invitados.
- Montaje del Lugar : la ceremonia de graduación tiene lugar en el salón Feliz Restrepo, con capacidad para 600 personas sentadas, el cual se encuentra todo debidamente dispuesto para tal fin.
- Primera Evaluación : no se evalúa, simplemente se ejecuta lo planeado y organizado por el decano.
- Maestro de Ceremonias : Esta función la desempeña el secretario académico.

Invitación :

- Forma : Esquela impresa
- Diseño : La secretaria de la facultad se encarga de elaborarlo
- Papel : Opalina de 90 gramos en brillo litográfico
- Letra : Imprenta
- Sobre : No se utiliza.

Protocolo Tradicional de la Ceremonia :

MESA DIRECTIVA :

- Conformación : La ocupa el rector, el decano de la facultad y el decano del medio universitario y miembros del consejo de la facultad de medicina.
- Precedencias : En el centro de la mesa directiva, el decano de la facultad a la derecha y el del medio universitario a la izquierda y los miembros del consejo a los lados de los decanos sin ningún protocolo.
- Guía de los Integrantes : las personas conocen donde deben sentarse.
- Montaje : mesa de cedro tallada sobre la cual colocan únicamente un micrófono y un arreglo floral.

AUDITORIO

- Precedencias : No existe precedencias, se ubican en el orden de llegada.
- Banderas : Se encuentran tres banderas : las de Colombia, la de la pontificia y la de la universidad, y en ese orden son colocadas
- Escudos : Es el escudo de armas de la Compañía de Jesús.
- Himnos : Durante la ceremonia se emplea una grabación del himno de la universidad.
- Iluminación : La luz es artificial cuya fuente son lámpara de luz incandescente, apropiado para este tipo de recinto.
- Ventilación : Dada por la amplitud del salón y la altura del techo y por las dos puertas de acceso, ubicadas en el centro del salón.
- Decoración : tiene una capacidad para 400 personas sentadas, las sillas no se encuentran fijadas al piso y están recubiertas en paño beige.

Orden de la Palabra : Primero habla el rector, luego el orador por último el graduando.

Orden del Día :

- | | |
|---------------------------------------|----------------------------------|
| • Himno de la universidad | • Entrega de diplomas |
| • Palabras de rector | • Discurso a cargo del graduando |
| • Palabras del orador | • Lectura del acta |
| • Toma del juramento a los graduandos | • Aprobación del acta. |
| • Lectura del texto del diploma | |

Tema 2 : Pontificia Universidad Javeriana.

Se siguen los pasos anteriores pero con la facultad de derecho.

Tema 3 : Colegio Mayor el Nuestra Señora del Rosario.

Reseña Histórica : El Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario es una fundación privada, autónoma y sin ánimo de lucro que tiene como fin primordial, educar a la juventud colombiana, fue inaugurado el 18 de diciembre de 1653 por Fray Cristóbal de Torres .

Nombre del Acto : Ceremonia de graduación de la facultad de Jurisprudencia, es un acto sagrado y solemne de mucha responsabilidad tanto para el graduando como para la universidad porque está dando a la sociedad un profesional y el graduando tiene el deber de dejar bien a su universidad. Se constituye en el resultado final de todo proceso formativo de la universidad.

Comité Organizador :

- Conformación : Son dos personas fundamentalmente las que organizan los grados de cualquier facultad, el secretario general de toda la universidad y el secretario académico de la facultad que se gradúa.
- Periodicidad de las Reuniones : se reúnen dos o tres semanas antes de la graduación porque hay que citar entre otras cosas a los graduandos para ensayar las órdenes, como van a entrar y todas las formalidades de la ceremonia.
- Protocolo de cada reunión : Se revisa la lista de graduando de e invitados de la universidad para establecer los puestos en el aula máxima y las ubicaciones, los ubicadores tanto para la mesa directiva como para los lugares de los graduandos. Se determina la fecha del ensayo general.
- Lista de invitados : La conforman dos tipos de invitados, los invitados de la universidad y los de cada graduando.
- Tipo de Atención : Se determina como se llevará a cabo, las personas que deberán atender el vino de honor que generalmente son los mismos empleados de la cafetería, se escogen los pasabocas y las bebidas.
- Comité de Recepción : Lo conforman los colegiales a quienes se les informa el nombre de los invitados importantes y el lugar que deben ocupar en la santa misa y en la ceremonia de grado.
- Montaje del Lugar : El aula máxima es el recinto donde tienen lugar todos los actos académicos y solemnes de la universidad.
- Primera evaluación ; No evalúan.
- Maestro de Ceremonias : Es el secretario académico de la facultad que se gradúa.

Invitación :

- Forma : Esquela impresa
- Diseño : Se encuentra el escudo de la “U” con su leyenda.
- Papel : Kimberly de 220 gramos blanco
- Letra : Imprenta
- Sobre : Kimberly blanco.

Protocolo Tradicional de la Ceremonia :

MESA DIRECTIVA

- Conformación: Rector, vicerector, decano, vicedecano, capellán, secretario, exconsiliarios. Tiene capacidad de 20 personas.
- Precedencias : En el centro siempre esta el rector, sino asiste ningún invitado de la universidad, a su derecha estará el decano y los secretarios y al lado izquierdo el vicerector. En caso de asistir el presidente de la República va a la derecha del rector, si es el cardenal o un expresidente se va corriendo de acuerdo a la importancia y según corresponda con el protocolo y grado de jerarquía del invitado.
- Guía de los invitados ; Los colegiales, quienes conforman el comité de recepción y protocolo.

AUDITORIO

- Precedencias : el auditorio lo conforman dos alas, en cuyas primeras filas son ubicados los invitados de la universidad que no alcanzan a ocupar un puesto en la mesa directiva. En el otra ala los graduandos y por último los invitados de los graduandos.
- Banderas : En el aula máxima no se encuentran banderas.
- Escudo ; El escudo lo conforma la cruz de calatraba. Denominado también escudo de armas de la orden de predicadores.
- Himnos : se escucha el himno de Colombia únicamente al inicio de la ceremonia.

Orden de la Palabra : Siempre habla primero el señor rector y luego habla el invitado especial que tiene a cargo el discurso central.

Orden del día :

- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| • Himno Nacional | • Entrega de diplomas |
| • Lectura del orden del día | • Discurso del rector |
| • Toma de juramento | • Discurso del invitado especial |

- Lectura y aprobación del acta
- Vino de honor.

Tema 4 : Academia Colombiana de la Lengua.

Reseña Histórica : La creación de la academia a obedecido a que los piases civilizados han considerado su idioma como parte integral de su nacionalidad ; y como prodigioso elemento de cohesión espiritual y material entre sus gentes. La actual academia colombiana de la lengua, fundada en 1.871, es derivación de le española y ha tenido en nuestro país categoría de primera importancia por su antigüedad, por los personajes ilustres que han figurado en su elenco y por las labores intelectuales que en ella se han producido . en la academia funcionaba 8 comisiones permanentes : de defensa del lenguaje, de neologismos de gramática y ortografía, del diccionario general, de folclor y diccionario de provincialismo, literaria, de publicaciones y de vocabulario técnico.

Nombre del Acto : sección solemne para el nombramiento del académico como nuevo miembro del numero, es el mayor honor que se le puede hacer a una académica.

Comité Organizador :

- Conformación : junta directiva de la academia que son todos lo 24 académicos de numero.
- Periodicidad de las reuniones : dos meses antes de la posesión se reúnen para elegir el nuevo miembro del numero.
- Protocolo de cada reunión : la junta directiva propone ternas entre los miembros correspondientes mas destacados por su trabajo. Se elige una de ellas y pro votos secretos se escoge el nuevo miembro de numero.
- Lista de invitados : hay una lista de personas en la academia a las que les gusta este tipo de eventos, pero por lo general los invitados suelen ser las personas que elija el resipiendario
- Tipo de atención : vino de honor.
- Comité de recepción : el director nombra una comisión en el momento de la sesión solemne para que introduzcan al recipiendario al recinto, quienes se procura sean dos amigos de el.
- Montaje del lugar : las secciones solemnes para nombramiento de numero, tiene lugar en el salón paraninfo en donde todo esta ya dispuesto, sencillamente son ubicadas en sus respectivo lugar las banderas, la campana y los micrófonos
- Primera evaluación : no evalúan

Invitación :

- Forma : Esquela impresa
- Diseño : esta a cargo del secretario
- Papel : opalina masisnal
- Letra : Cursiva
- Sobre : Se marcan a maquina

Protocolo tradicional de la ceremonia

MESA DIRECTIVA

- Conformación : director, que será también el representante de la corporación como persona jurídica, subdirector, secretario, cuyo titulo es vitalicio, censor, bibliotecario y tesorero,
- Precedencias : director en el centro y a su derecha el secretario únicamente
- Guía de los integrantes : nadie guía a los integrantes de la mesa directiva y a los invitados
- Montaje : sobre la mesa directiva se colocan ubicadores en cartón caigrafiados en forma de triángulo, la campana, los vasos con agua y los tres micrófonos.

AUDITORIO

- Precedencias : En la primera fila son ubicados los invitados y en las siguientes, los demás invitados , tanto de la academia como del recipiendario.
- Banderas : La bandera de colombiana a la derecha dela mesa directiva y la de españa a la izquierda
- Escudos : El escudo representa los tres fines que persigue la academia de la lengua : limpiar, fijar y dar esplendor al idioma. Simbolizado el idioma por un recipiente que arde. La academia es el fuego que limpia el idioma delas palabras extranjeras.

Orden de la palabra : Habla primero el recipiendario, luego el director y a continuación un académico.

Tema 5 : Academia Colombiana de Jurisprudencia.

Se citan todos los pasos que siguen para el aniversario de la academia colombiana de la jurisprudencia. El cual es un acto que tiene doble significado : jurídico y sentimental. Jurídico , porque en septiembre de 1.884 se creo la academia como centro jurídico del país a nivel académico. Sentimental, por que el país a podido sobrevivir por un siglo y han pertenecido a ella los mas grandes juristas y personalidades del país.

Tema 6 : Academia Colombiana de Historia

En este se nombra las tradiciones y el protocolo para la celebración de la instalación de la academia, este significa mayor acumulación de historia. El tener hoy día 92 años de supervivencia implica un gran logro para la academia.

Tema 7 : Academia Colombiana de Ciencias Exactas, físicas y naturales

El acto del cual se habla es la promoción de académicos de número, el cual es un honor, una distinción y un compromiso para quien lo recibe. Los académicos se comprometen a participar de todas las funciones de promoción y mejoramiento de la educación y la investigación a todos los niveles, al igual que la internacionalización de los mismos.

Tema 8 : Instituto Caro y Cuervo

El acto citado es el lanzamiento de libros, el cual tiene como significado : un libro es lanzado cuando tiene trascendencia editorial por su contenido o porque el autor es de gran relieve, siendo este motivo de celebración. Se considera también como un homenaje literario al autor. El objetivo es dar a conocer el libro, el interés no es psicológico sino divulgar la obra y que el autor agasaje a sus amigos con la entrega del libro.

Tema 9 : Universidad de los Andes

El nombre del acto es la ceremonia de graduación, el cual para la universidad es un acto solemne, ya que en primer lugar constituye una reunión estatutaria del consejo académico y tiene el mayor significado porque es la culminación de los esfuerzos tanto de la universidad como del estudiante por alcanzar las metas trazadas. Es una ceremonia a la que se le da toda la atención e importancia.

III. PROPUESTA.

Tema 1 : Universidad de la Sabana.

Ubicación : Campus Universitario del Puente del Común.

Reseña Histórica : La fundación universidad de la Sabana, es una sociedad sin ánimo de lucro. El proceso educativo busca el desarrollo armónico de la personalidad, el ejercicio responsable de la libertad, el cultivo de las virtudes humanas cristianas y la adopción de ideales de servicio.

La formación impartida por la universidad comprende en todas las facultades, elementos humanísticos, científicos, éticos, sociales y deportivos.

Nombre del Acto : Ceremonia de grados profesionales, es una acto académico solemne.

Comité Organizador :

- **Conformación:** Vicerrectora de servicios institucionales, secretaria general, director relaciones públicas, secretaría académica, jefe de prensa, coordinadora de eventos, jefe de recursos audiovisuales y jefe de mantenimiento del campus.
- **Periodicidad de las reuniones:** el comité se reunirá con un mes calendario de anterioridad a la fecha de producción estipulada en el calendario académico anual de la universidad.
- **Protocolo de cada reunión:** Ajustes propuestos en la evolución de la ceremonia anterior, establecer numero de graduandos, las facultades y las carreras a las que pertenecen, numero de invitados, mesa directiva, determinar persona que dará las palabras de despedida, orden del día, etc.
- **Numero de Invitados:** Según el numero de graduandos y teniendo en cuenta la capacidad del auditorio se determina el numero de invitados por graduando. Es importante determinar que para un máximo de 70 graduandos, había una máxima de 4 cuatro invitados por cada uno. El departamento de relaciones públicas enviará una carta de invitación a la ceremonia a los decanos de las facultades y directores de las carreras que gradúan, haciendo extensiva esta invitación a 2 profesores destacados por su cercanía y seguimiento de la trayectoria universitaria de los graduandos
- **Conformación de la mesa directiva;** de acuerdo a los directivos que confirman su asistencia se definirá el protocolo con la directora de relaciones públicas y la enviará al señor rector con una carta informándole su decisión y pidiéndole su aprobación.
- **Palabras de Despedida:** El departamento de relaciones públicas enviará una carta al decano de la facultad asignada, para que el personalmente elija al alumno que ha de pronunciar estas palabras.
- **Orden del Día:** Lo elaborará el departamento relaciones públicas con la aprobación de la secretaría general.
- **Programación del Coro:** El departamento de relaciones públicas informará por medio de un memorando al departamento de bienestar universitario, el día y la hora de la ceremonia y los momentos en que intervendrá el coro, solicitándole igualmente le haga llegar a su despacho, el programa con las intervenciones y su autor.
- **Recursos Audiovisuales:** Por medio de memorandos de relaciones públicas, se le solicita grabación en vídeo y en audio de la ceremonia.
- **Maestro de ceremonia:** El o los maestros de ceremonias serán avisados de la fecha y hora de celebración de grados profesionales por el departamento de relaciones públicas.

- **Comité de Recepción:** Estará conformada por estudiantes de las facultades de Administración de Servicios, Comunicación Social y Periodismo, Enfermería, Psicología.
- **Montaje y Decoración:** El departamneto de relaciones públicas enviará un memorando al jefe de mantenimiento del campus, solicitándole el aseo, montaje y decoración de las zonas donde se recibirán a los graduandos e invitados.
- **Día del Ensayo:** Este se llevará a cabo en la tarde del viernes anterior a la ceremonia de graduación, de 2:30 a 4:30 p.m. y deberán asistir : los graduandos, los maestros de ceremonia, el comité de recepción y el coordinador de eventos.

Invitación :

- **Forma :** Esquela impresa
- **Diseño :** Esquela de dos cuerpos, en la caratula llevará el escudo de la "U" acompañado de un texto, en la segunda cara, el texto contendrá el protocolo de la ceremonia y en la parte inferior se indicará la etiqueta.
- **Papel :** Kimberly blanco 220 Gr.
- **Letra :** Inglesa en tinta gris al 90%
- **Sobre :** compañero en Kimberly de 120 Gr. de color blanco.
- **Tamaño :** Lord.

Protocolo Tradicional de la Ceremonia.

- **Conformación :** representante de cancillería, representante del consejo superior, rector, vicerrector académico, secretaría general y orador principal invitado.
- **Precedencias :**

6 4 2 1 3 5



1. Rector
2. Vicerrector académico
3. Secretario General
4. Representante Consejo Superior
5. Representante Cancillería
6. Orador Invitado.

METODOLOGIA : Es una investigación de tipo descriptivo, que propone describir de modo sistemático las características de las tradiciones y protocolos

de los actos académicos en academias, institutos, colegios mayores y universidades.

BIBLIOGRAFIA : El trabajo de grado hace referencia a 21 textos bibliográficos de temas relacionados con : historia, cultura, etiqueta.

ANEXOS : El trabajo de grado contiene dos anexos :

ANEXO 1 : Formato utilizado por el comité organizador

ANEXO 2 : Formato Evaluación ceremonia de grados.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 056

TITULO : Diagnóstico y Estrategias para Lograr La Excelencia en la Calidad del Servicio del Comedor Industrial de "INTEREC S.A."

AUTOR : Arevalo, Maldonado Nancy Stella
Paez, Neira Mónica Isabel

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1993, 263 páginas, 9 pie de páginas, 10 textos bibliográficos, 8 conclusiones.

PALABRAS

CLAVES : Comedor industrial, almacenamiento, clientes, estrategias de servicio, acción correctiva.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad lograr la excelencia en la calidad del servicio de un comedor industrial, especialmente en las áreas de recibo, compras, almacenamiento, producción y servicio, manteniendo la higiene y salubridad ; logrando así la calidad de vida del trabajador para obtener un mayor rendimiento del mismo.

FUENTES : El trabajo de grado hace referencia a nueve pie de página de los cuales se destacan :

- JERNIGAN, Katherine Anna, Higienización alimentaria, 2
- National Institute for The Foodservice Industri 4

CONTENIDO : Se elabora un diagnóstico para analizar cuidadosamente los posibles errores que se estén cometiendo en cada una de las áreas de un comedor industrial, buscando una solución oportuna, aún cuando haya que proceder a una completa reestructuración de los sistemas.

I. DIAGNOSTICO.

Tema 1 : Antecedentes del Comedor Industrial.

El comedor industrial de la empresa Interec S.A. tiene la finalidad de contribuir al bienestar y estabilidad de sus trabajadores, evitando el que tengan que desplazarse a los restaurantes del sector y la incomodidad que esto les pueda causar.

Interec, consciente de esta necesidad contrató los servicios de la persona natural “Manuel Antonio rueda” por su experiencia en el manejo de comedores industriales.

De esta forma la empresa facilitó a sus trabajadores - usuarios el servicio de comedor, subsidiando en parte el precio del almuerzo y mediante el uso de tiqueteras descontar el excedente de su valor por nómina. El precio del almuerzo es fijado de acuerdo al nivel jerárquico en que se encuentra el trabajador. Para mayor comodidad del trabajador se establecieron dos turnos : de 12 :00 a.m. a 1:00 p.m. el turno de producción y de 1:00 p.m. a 2 :00 p.m. el turno administrativo y ejecutivo.

Tema 2 : Descripción de las Instalaciones.

COMEDOR DEL PERSONAL OPERATIVO Y ADMINISTRATIVO : se encuentra ubicado dentro de las instalaciones en un primer piso, existen dos barras de servicio, pero solo se utiliza una, los pisos del comedor son en granito, las paredes son blancas, posee una buena ventilación e iluminación (natural y artificial).

COMEDOR DEL PERSONAL EJECUTIVO : es una habitación pequeña, entapetada con dos mesas para seis personas cada una. Posee un ambiente acogedor, un baño privado

elegante y una cocina pequeña dotada de menaje, estufa y una nevera con refrigerios para los ejecutivos.

COCINA : es amplia, aunque la distribución de los equipos no es práctica ni ordenada para sus funciones. Los mesones, los muebles para guardar el menaje, los lavaplatos, el carro de cocina y las marmitas son en acero inoxidable. El piso es de granito blanco, con rejillas para evacuación de agua servida y las paredes en baldosín blanco. La cocina caliente esta compuesta por una parrilla, una estufa de cuatro puestos y un fogón auxiliar que funcionan a gas. Existe un calentador de agua en cual se encuentra fuera de funcionamiento.

En el área de lavado de menaje hay una máquina para desinfectar los cubiertos y los platos al calor.

CUARTO DE ALMACENAMIENTO: presenta dos cuartos fríos en uno de ellos se almacenan legumbres donde la temperatura es de 4°C y en el otro se almacenan frutas, sin refrigeración porque el sistema se encuentra dañado. Existe un cuarto anexo en el cual se almacenan papas, harinas, huevos, plátanos, salsas y elementos de aseo en forma desordenada ya que se mezclan los alimentos con productos industriales.

ZONA DE SERVICIO : Posee cuatro baños los cuales no se encuentran señalizados por diferencia de sexo, se encuentra un bloque de lockers uno para el uso de cada empleado.

CUARTO DE BASURAS : se encuentra cuatro canecas con residuos alimenticios que son recogidos dos veces a la semana por una persona contratada para ello, estas son de aluminio, se encuentran sin tapa, en buen estado y limpias por fuera.

Tema 3 : Análisis e Interpretación de los Datos Obtenidos.

Se realizaron dos tipos de encuestas : una al cliente externo llamado trabajador - usuario y al cliente interno llamado empleado del comedor industrial.

CLIENTE EXTERNO, la encuesta se realizó de acuerdo al nivel jerárquico de la organización así : personal operativo, administrativo y ejecutivo. El personal ejecutivo lo conforman nueve personas, para la encuesta se tomo una muestra de cinco personas que corresponden al 55% de la muestra. El personal administrativo lo conforman en total 90 personas que fueron encuestadas en su totalidad lo cual representa el 100% de la muestra. El personal operativo lo conforman en total 96 personas que fueron encuestadas en su totalidad.

CLIENTE INTERNO, la encuesta fue contestada por la administradora y las siete empleadas del comedor. Para analizar la encuesta se tomaron tres aspectos :

- Higiene
- Organización
- Calidad de vida.

Resultados de la Encuesta :

- **Higiene :** El personal del servicio, desconoce la diferencia entre los conceptos de higiene y limpieza. Según la encuesta, el personal del servicio se lava frecuentemente las manos, pero de acuerdo a la observación realizada el lavado de manos no es efectivo. Las empleadas en sus zonas de trabajo poseen unos recipientes inadecuados para botar la basura.
- **Organización :** Las empleadas del comedor, respondieron que a sus tareas de trabajo les hace falta planeación. Se presenta una rotación de labores cada quince días. El entrenamiento se lleva a cabo por una de las auxiliares de cocina, siendo este no muy extenso. El personal recibe dotación tres veces en el año, sin tapa bocas, ni guantes.
- **Calidad de Vida :** El personal se siente satisfecho con las tareas que realiza porque les gusta el trabajo que desempeñan. Se presenta un buen trabajo en equipo, ya que se colaboran entre si y se respetan.

Campo de aplicación e Intervención : El desarrollo de la investigación se realiza a través del proceso administrativo y se apoya en las encuestas anteriores, la observación y las entrevistas logradas al personal del comedor y administradores o gerentes de servicios de alimentos. Las áreas a tratar son : compras, recibo, almacenamiento, cocinas, teniendo en cuenta los aspectos de servicio, higienización y salubridad.

Este modelo se puede implantar en diferentes servicios de alimentos.

Recolección de Datos e Información : Para diagnosticar cada área se utilizó como herramientas :

- **Lluvias de Ideas :** Se realizó con las empleadas del comedor una lluvia de ideas, donde se plantearon las diversas deficiencias en el trabajo y se sugirieron modificaciones, a la vez se plantearon ideas para mejorar la situación actual.
- **Diagrama Causa - Efecto :** Con base en la lluvia de ideas se elaboran las diferentes espigas de pescado para determinar las diferentes causas de un problema en las áreas a analizar. El área o efecto es colocado en el lado derecho del diagrama y las influencias o causas principales son listadas a su izquierda.

Análisis de las Areas :

1. COMPRAS

- **Planeación :** Mediante la observación y la entrevista con la administradora del comedor se establece que no existe objetivos, políticas, procesos y procedimientos escritos para la ejecución de las compras.

- **Organización:** Mediante la observación y la entrevista con la administradora del comedor industrial, se establece que no existe jerarquización, descripción de funciones y obligaciones escritas para el desarrollo de esta función.
- **Ejecución:** La persona que realiza las compras, trabaja hace diez años con el contratista, esta función la realiza sin cumplir los estándares de calidad, porque no existen especificaciones para los diferentes grupos de alimentos.
- **Control:** No existe documentación escrita, con respecto a las especificaciones estándar para poder exigirles a los proveedores las características propias de determinados productos, obteniendo calidad, cantidad adecuada y buen precio.
- **Proveedores:** La encargada de compras tiene establecidos uno puestos en la plaza de mercado para la realización de las compras de los diferentes alimentos, por lo tanto no existe un registro y una selección adecuada.

2. RECIBO :

- **Planeación:** Se establece que no existen objetivos y políticas escritos. Los procesos y procedimientos existentes no son los más adecuados para el recibo de los alimentos perecederos y no perecederos.
- **Organización:** Para el recibo de mercancía, la distribución de las funciones se presenta de la siguiente manera : la administradora recibe los alimentos y comprueba que se han entregado según lo relacionado en la lista de mercado. Las auxiliares de cocina, se encargan de lavar y arreglar los alimentos.
- **Equipo:** No hay herramientas para verificar, pesar y controlar la cantidad de los productos comprados.
- **Control:** De acuerdo a la encuesta realizada se establece que no existen formatos como : comprobante recibo de mercancías, mercancía recibida sin factura, memo de corrección.

II. ESTRATEGIAS DEL SERVICIO EN EL COMEDOR INDUSTRIAL.

Tema 1 : Acciones para Mejorar el Ambiente del Comedor.

El comedor debe aparecer alegre y acogedor, puede ser apropiado dividir el local y aprovechar para ello ángulos naturales o haciendo uso de materas que le presten un ambiente recogido y agradable. Lo cual contribuye para que los trabajadores usuarios se sientan cómodos y a gusto.

Tema 2 : Acciones para Mejorar la Imagen del Personal de Servicio.

El personal de servicio, debe usar su uniforme completo, y deberá quitárselo después de las labores. El personal deberá conservar en perfecto estado y orden los casilleros y con llave para su propia seguridad, cuidar las instalaciones del vestidor y en perfecto estado los baños, deberá abstenerse de dejar objetos de valor en sus casilleros.

Las empleadas deberán : ponerse el uniforme, conservarlo limpio, sin arrugar, los zapatos brillantes, los uniformes no deberán presentar roturas, descosidos y falta de botones.

Tema 3 : Acciones para Agilizar el Servicio en la Barra.

El menú del día debe colocarse en la entrada de servicio de alimentos para que el trabajador pueda decidir los alimentos que va adquirir antes de llegar al área de servicio.

Es importante que halla una eficiente organización de la barra de servicio y un rápido reabastecimiento de todos los platillos que se vayan agotando. Al principio de la barra de servicio, se colocarán las charolas limpias y organizadas. Los platillos deben situarse en el mismo orden que se encuentran en el menú. El orden debe ser : jugos, platos fuerte, ensaladas, acompañamientos, postres, bebidas calientes o frías. La caja registradora se encontrará al final de la barra, los cubiertos se ubicarán después de ella.

Tema 4 : Organización del Menaje.

Para lograr un servicio eficaz, se debe contar en el comedor con menaje adecuado (vajilla, cristalería, cubiertería) que haga juego con el lugar y sea funcional. La vajilla debe ser resistente, debe utilizarse la porcelana o el pedernal, la cubiertería de acero inoxidable, la lencería debe ser de textura suave y de fácil lavado y planchado. La tela debe tener 100% algodón, sin acrílicos ni sintéticos.

El servicio debería estar compuesto de muletón, mantel, cubre mantel, servilleta de tela. Cuando el mantel se encuentre manchado o sucio se debe cambiar inmediatamente y estar en perfecto estado.

Tema 5 : Calidad de los Alimentos.

Para ofrecer un menú variado se deben mezclar o combinar alimentos menos costosos por uno costoso, deben crearse diferentes aderezos, salsas y condimentos para ofrecer sensaciones gustativas.

Es importante matizar los colores de los alimentos para darles contraste causando una reacción positiva a la vista.

Debe elaborarse un menú cíclico para evitar la repetición de los alimentos y facilitar la planeación en las compras y la producción.

Se debe instruir al personal del servicio para una buena manipulación de los alimentos.

Tema 6 : Acciones Correctivas.

Compras : las compras de alimentos son importantes ya que los productos deben ser de buena calidad, el sistema de adquisición, el uso de las especificaciones y los formularios correctos, facilitarán y ordenarán el trabajo de los empleados del comedor industrial, y a la vez permitirá comprar alimentos de calidad y en las condiciones y cantidades requeridas de acuerdo a las necesidades establecidas, manteniendo una periodicidad en las compras.

Recibo : El objetivo de la planeación en esta área es responder por los productos enviados por el proveedor sean exactamente los que se ordenaron, teniendo en cuenta la calidad, cantidad, precio y especificaciones.

Almacenamiento : La gestión en el almacén, es importante porque es donde se lleva el control y medición del costo de alimentos, ya que la información suministrada por el almacén, permite saber el costo diario y la materia prima conocida.

El objetivo de la planeación en esta área es responder por la debida conservación, control y despacho de alimentos al personal de cocina - producción.

Producción : Existe una serie de políticas que se deben tener en cuenta en esta parte del servicio como son : los artículos producidos deben ofrecer las características propias de cantidad, calidad y presentación exigidas de acuerdo al menú establecido, el tratamiento de la materia prima se debe efectuar dentro de parámetros de conservación, higiene y control.

Instalaciones : Se presenta una propuesta para mejorar ;a distribución en planta del área, en donde se establecen áreas específicas de trabajo, de acuerdo a las diferentes áreas como : recibo donde se clasifican los alimentos, en seguida se encuentra el almacén y el cuarto frío para la conservación de los alimentos de acuerdo al grupo, área de precocina, cocina caliente, áreas de lavado, cuarto de basuras, comedor d ellos empleados.

III. GERENCIA DEL SERVICIO EN EL COMEDOR INDUSTRIAL INTEREC S.A..

Tema 1 : Introducción.

Servicio, es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además de producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y reputación del mismo, va mas allá de la gentileza y la amabilidad.

Calidad, es el nivel de excelencia que se escoge para alcanzar y satisfacer a los clientes claves. Representa al mismo tiempo la medida en que se logra la calidad. El propósito es mejorar la calidad de vida en el trabajo, tanto del personal del servicio como del trabajador usuario.

Tema 2 : Metodología.

- Fijar los objetivos generales y específicos del comedor industrial.
- Establecer la misión del comedor industrial.
- Determinar la filosofía del servicio en el comedor.

- Determinar los momentos de verdad
- Desarrollar manuales de procesos y procedimientos para cada cargo.
- Establecer el organigrama, para determinar niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad.
- Crear los manuales de funciones del comedor industrial para que el empleado conozca sus responsabilidades y lo se espera de él.
- Establecer los recursos, el personal, la atención, el tiempo y los medios que se requieran para establecer la cultura de servicio.
- Determinar el valor agregado que puede proporcionarse en los diferentes momentos de verdad, cubriendo las expectativas.
- mejorar el proceso de inducción, mediante la creación de un manual.
- Establecer los métodos y puntos donde se deben realizar acciones correctivas.

Tema 3 : Objetivo General.

Establecer métodos y procedimientos mediante la aplicación y seguimiento del proceso administrativo (previsión, planeación, ejecución y control). Enfocándose hacia el cliente, midiendo las realidades del comedor y ofreciendo un servicio con calidad.

Tema 4 : Objetivos Específicos.

- Encauzar el funcionamiento del comedor industrial fijando objetivos generales y específicos para determinar parámetros de ejecución y alternativas a seguir para el desarrollo de todas las funciones.
- Establecer las base para la acción de servicio del comedor industrial determinando la misión, la filosofía, los momentos de verdad, etc, con el propósito de lograr un mejor funcionamiento y realización de las tareas a cumplir.
- Conocer la respuesta ofrecida por el personal a los programas de servicio, mediante la utilización de los recursos apropiados para el trabajador usuario, con el fin de hacer seguimiento y control continuo, proponiendo acciones de mejoramiento y corrección de fallas.

Tema 5 : Previsión.

Objetivo General: Proporcionar un servicio con calidad en todos los procesos y procedimientos, llevados a cabo en el comedor. Con los elementos del servicio : la gente, los sistemas y las estrategias, con el fin de responder a las necesidades del cliente interno y llenar los deseos y expectativas del trabajador - usuario.

Objetivos Específicos :

- Crear en el personal hábitos de responsabilidad hacia el cliente.
- Buscar los medio adecuados para recompensar al personal cuando sus labores sean eficientes.
- Establecer el método de inducción mas apropiado para el personal.

- Sustener reuniones motivadoras e informativas del grupo de trabajo.
- Informar al personal el papel de su puesto dentro de la organización.

Tema 6 : Planeación.

Misión : Encaminar los recursos humanos, técnicos y financieros para obtener la calidad y excelencia requerida en la prestación del servicio logrando así la satisfacción de los clientes.

Filosofía : El personal deberá desempeñar su papel y asegurar que todas las funciones y servicio salgan bien para el cliente, sintiéndose responsable y viendo el servicio desde el punto de vista de este, para satisfacer sus requerimientos.

El comedor industrial deberá operar como un gran sistema para el servicio al cliente, eso significa implantar una comunicación directa con el cliente para conocer sus expectativas e insatisfacciones.

El servicio es lo que el usuario desea y espera recibir. El servicio en el comedor industrial debe tener las siguientes características :

- Limpieza del local y el personal.
- Rapidez en atender
- Agilidad, eficiencia y amabilidad
- Variedad en la comida
- Calidad en las materias primas
- Presentación de los platos.
- Porciones acordes con el precio
- Ambiente agradable
- Seguridad.

Momentos de Verdad : Los momentos de verdad o decisivo en un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y tiene y una impresión sobre la calidad de sus servicio, como este es un intangible se produce en el instante de entregarlo y no se puede repetir, por lo tanto su calidad debe planearse, ya que a través del momento de verdad, es como el cliente mide la calidad y la eficiencia de su vigencia.

Manual de procesos y procedimientos : Sus objetivos son :

- Organizar en forma secuencial y detallada, las operaciones que se efectúan dentro de las áreas del comedor industrial.
- Establecer métodos y técnicas para la realización de cada una de las actividades.
- Definir responsabilidades operativas para la ejecución, control de las actividades.

- Definir las normas, funciones y actividades del comedor industrial.
- Entrenar a los empleados, en los nuevos procedimientos.
- Enseñar y entrenar a los nuevos empleados
- Promover el mejoramiento continuo de los métodos de trabajo.

Se describe el procedimiento para realizar :

- La compra de :frutas, verduras, lácteos, carnes y aves, granos.
- El recibo de lácteos, frutas y verduras, carnes, envasados, granos.
- Lavado e higienización de platos.
- Preparar la barra de servicio.
- Atención de la barra del servicio.

Tema 7 : Organización.

Estructura Organizacional : En el comedor industrial se debe establecer una estructura organizacional que conduzca a una identificación estratégica, en donde se conjuguen el control administrativo y operativo para la obtención de los resultados esperados. La estructura estaría conformada así correspondientemente : auxiliar de cocina, jefe de cocina, administradora, gerente.

Manual de Funciones : Es un elemento de organización, se creo utilizando dos métodos de recolección de información : la encuesta, la entrevista y la observación.

Se utilizó un formato que contiene la información desde el punto de vista administrativo y de servicio.

Este manual de funciones contiene : la descripción del cargo, objetivo del cargo y las funciones a realizar, requisitos, responsabilidades, esfuerzo, perfil del servicio.

Tema 8 : Cultura del Servicio.

Para alcanzar los objetivos propuesto en cuanto al servicio, el personal del comedor debe realizar el trabajo con calidad, eficiencia, responsabilidad y lealtad aceptando el cambio de realizar sus labores con esfuerzo para lograr la calidad en su trabajo y mejorar el servicio al trabajador - usuario.

La gerencia debe planificar, organizar y ejecutar para que el personal participe activamente en el logro de sus metas, compartiendo vivencias, preguntando cuando tenga dudas en los conceptos, aportando críticas constructivas para el mejoramiento interno y las relaciones con el usuario, sugiriendo métodos o acciones para lograr el buen desempeño del comedor y adoptar una aptitud positiva hacia el cambio.

Tema 9 : Valor Agregado.

Para mejorar las relaciones con el personal del servicio y el trabajador se podrían incorporar los siguientes intangibles :

- Ofrecer cortesía telefónica
- Crear premio e incentivos
- Fomentar la retroinformación con el usuario para la búsqueda del mejoramiento.
- Solucionar los problemas en el mejor tiempo posible.
- Presentar el menú en una forma atrayente
- Colocar flores en el comedor.
- La vajilla podría ir marcada con el logo de la empresa.

Tema 10 : Integración.

Reclutamiento, el proceso de reclutamiento para el ingreso de personal al comedor, se realiza a través de avisos en el periódico o por personas recomendados, estas llevan o envían la hoja de vida.

Selección, se analiza las hojas de vida de acuerdo con el perfil del cargo y se citan a una entrevista con la administradora y el gerente del comedor, posteriormente se procede a verificar las referencias.

Contratación, para el proceso de contratación se determina el tiempo en que se necesita el nuevo empleado, que puede ser ; a término fijo, indefinido o a destajo, el nuevo aspirante deberá firmar el contrato y llevar los documentos solicitados.

Inducción, La orientación al empleado nuevo puede significar la diferencia entre el éxito y el fracaso.

Tema 11 : Dirección.

Apoyo, para que los empleados del comedor reaccionen eficientemente ante los usuarios, se debe crear un sistema de apoyo por parte de la empresa y la gerencia del comedor industrial, proporcionando un respaldo psicológico, administrativo, físico y profesional. Para respaldar el esfuerzo de trabajo hacia los usuarios.

METODOLOGIA: La recopilación de información por medio de cuestionarios, busca definir problemas en la gestión de servicio, lo cual hace que el estudio planteado sea de tipo exploratorio.

CONCLUSIONES : De las 8 conclusiones se destacan :

- De acuerdo al análisis realizado a los trabajadores - usuarios, se establece que en cuanto a la imagen del comedor el índice de calidad promedio es positivo en un 52% y es negativo en un 41,6% lo que indica que es deficiente.
- Se establecieron políticas estándares y formatos para controlar los procesos y procedimientos llevados a cabo en cada una de las áreas y así lograr la calidad en el comedor industrial.

BIBLIOGRAFIA : El trabajo de grado hace referencia a 10 textos bibliográficos de temas relacionados con : gerencia del servicio, alimentos y bebidas, gastronomía profesional, almacenamiento, servicio al cliente, administración.

ANEXOS : El trabajo de grado contiene dos anexos :

ANEXO 1 : Encuestas a empleados

ANEXO 2 : Encuesta al Cliente.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 057

TITULO : Interventoría Administrativa al Servicio de alimentos del Centro de Rehabilitación para Adultos Ciegos CRAC.

AUTOR : Santacruz, Liliana Cristina

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Administración de Servicios de Bienestar, 1993, 266 páginas, 27 textos bibliográficos, 14 conclusiones, 19 anexos.

PALABRAS

CLAVES : Rehabilitación, organigrama, servicio, cocina, almacén, comedor, usuario, despensa, instalación, alimentos, bebidas, lavado.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad realizar una interventoría a la prestación del servicio de alimentos del centro de rehabilitación para adultos ciegos CRAC, cubriendo los aspectos de planta física, técnicos y administrativos para la satisfacción de sus necesidades básicas, puesto que en el momento se presentan anomalías que impiden el correcto funcionamiento del servicio.

FUENTES : El trabajo de grado no hace referencia a ningún pie de página.

CONTENIDO : El centro de rehabilitación para adultos ciegos CRAC, es una institución sin ánimo de lucro, la cual esta aprobada por los Ministerios de Salud y Trabajo, esta entidad viene prestando hace 32 años sus servicios a la comunidad de limitados visuales, ya sea de nacimiento, o que por algún accidente hayan perdido la vista, o presente alguna disminución.

I. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL CENTRO DE REHABILITACION PARA ADULTOS CIEGOS CRAC.

Tema 1. Contesto socioeconómico y cultural.

CRAC, está localizado en la ciudad de Bogotá, departamneto de Cundinamarca, el cual tiene un área de 22.246 kilometros cuadrados. Se caracteriza por ser una zona casi en su totalidad agrícola, ganadera.

Bogotá, capital de la República de Colombia es el principal centro geográfico, económico y cultural del país ; sede del gobierno y la mas extensa de las ciudades colombianas.

El crecimiento demográfico y el rápido proceso de desarrollo económico, no solo de la ciudad sino del país, han fortalecidos diversas actividades educativas y científicas. Bogotá cuenta con más de 30 universidades privadas, además de otros centros educativos tanto privados como públicos.

La capital cuenta con 28 organismos descentralizados que apoyan la gestión gubernamental central en desarrollo de las actividades en los campos social, de salud, bienestar, educación, seguridad y servicios públicos.

El centro de rehabilitación para adultos ciegos se encuentra ubicado en el barrio Santa Matilde, perteneciente a la alcaldía menor de Puente Aranda, identificado dentro de la nomenclatura urbana con el numero 31B - 31 de la calle 8 sur.

Tema 2. Historia.

El 3 de diciembre de 1961 fue aprobado la creación para centro de rehabilitación para adultos ciegos. Es importante destacar la extraordinaria labor, en la creación y organización del centro, de Hector Cadavid, como miembro del consejo directivo de la federación de ciegos y sordo mudos donde tuvo lugar su origen el 9 de enero de 1962, después de una ardua labor administrativa en su organización y funcionamiento, abrió sus puertas y el 23 de febrero del mismo año recibe el primer alumno, hasta completa 19 en el primer año.

La inauguración oficial de CRAC se efectuó el 9 de junio de 1962.

Tema 3. Políticas Nacionales sobre Rehabilitación.

El centro de educación para adultos ciegos es una fundación privada, sin ánimo de lucro inscrita ante los ministerios de salud, educación y de trabajo. Por estar enmarcado dentro del sector de rehabilitación, todos los controles administrativos, presupuestales, son visados por el Ministerio de Salud a través del servicio de salud de Bogotá, según decreto No 1859 de 1.938.

El CRAC, a partir de 1.981 se acoge al decreto 2358 que reglamenta el sistema nacional de rehabilitación, que es la única medida que existe a nivel nacional sobre reglamentación en rehabilitación.

Internamente el CRAC, se rige por los estatutos, aprobados en la última reforma según resolución No 275 de enero 23 de 1.975 del Ministerio de Justicia y resolución No 004700 de junio 19 de 1.974 del Ministerio de Salud ; por la personería jurídica No 0977 de marzo 28 de 1.963 expedida por el Ministerio de Justicia y el reglamento interno de trabajo.

Tema 4. Objetivo General de CRAC.

Obtener en forma técnica y con criterio profesional la educación y la rehabilitación prevocacional de los adultos ciegos y establecer los servicios que se consideren necesarios para asegurar a los egresados su rehabilitación integral.

Tema 5. Objetivos Específicos.

- Planear, programar, coordinar, supervisar, controlar y evaluar los aspectos técnicos del proceso de rehabilitación.
- Los alumnos aprenderán a leer y escribir en sistema Braille integral o Estenográfico, atendiendo a sus capacidades e intereses.
- Prestar servicios de adiestramiento en el área de comunicación, para que la persona limitada visual pueda comunicarse con los videntes, empleándola bien en el estudio, correspondencia y anotaciones personales o en el trabajo, según se lo permitan sus capacidades.
- Lograr que el alumno adquiera y afiance los conocimientos básicos matemáticos para ser aplicados en sus actividades cotidianas de estudios o de negocios.

- Lograr que el alumno adquiriera un desplazamiento seguro, funcional, confiable o independiente, en la medida de sus necesidades, capacidades e intereses, mediante la aplicación de técnicas y prácticas en el área.
- Entrenar y afianzar hábitos de cuidado y arreglo personal, habitacional y de cocina, para el logro de un desempeño independiente y seguro del alumno limitado visual en actividades cotidianas.

Tema 6. Descripción del Proceso de Rehabilitación.

Proceso de Rehabilitación: Es el conjunto de etapas que se dan en forma continua, por las cuales pasa la persona ciega, para lograr su propia independencia y funcionalidad de los aspectos físicos, emocional, social u ocupacional de acuerdo a su potencial, interés o necesidades.

Este proceso es individualizado y dirigido por un grupo de profesionales de área médica, psicosocial y educación especial.

Etapas del Proceso :

- Preingreso : proceso de valoración inicial que realiza la institución, para establecer las condiciones en que se encuentra el aspirante a la rehabilitación y así poder determinar si es apto o no.
- Inducción: Vinculación del interesado al centro para iniciar su proceso de rehabilitación. Se le presentará a compañeros e instructores, se le asigna dormitorio, entrega de horario, se le informa sus derechos y deberes e igualmente se le lee el reglamento interno de alumnos.
- Evaluación: Proceso de observación y valorización permanente del potencial del alumno durante el proceso de rehabilitación.
- Entrenamiento Funcional y Psicosocial : Proceso de enseñanza - aprendizaje, durante el cual el alumno adquiere y desarrolla habilidades y destrezas para lograr su funcionalidad a nivel físico, intelectual, emocional y ocupacional, mediante la aplicación de técnicas y procedimientos específicos relacionados con su condición visual.
- Orientación Prevocacional : En esta etapa se orienta y ubica al alumno durante un mes en una actividad laboral que permita evaluar las capacidades, habilidades, destrezas y hábitos de trabajo adquiridos durante su rehabilitación y que respondan a sus intereses y necesidades.
- Integración al medio : Es la etapa final del proceso, en la cual el alumno se encuentra en capacidad de enfrentarse e integrarse a su medio en forma independiente y segura.

Tema 7 : Aspectos Administrativos.

Estructura y funcionamiento administrativo : La estructura administrativa si se ajusta a las necesidades institucionales y esta claramente definida como lo muestra el organigrama y los manuales de funciones del personal del área técnica. En la estructura administrativo existe coordinación entre los diferentes niveles jerárquicos, periódicamente se evalúan y se hacen ajustes de acuerdo a las políticas, necesidades y servicios ; todo esta encaminado a una mejor presentación de los servicios.

Tipo de Organización : El tipo de organización es funcional, ya que esta dividida en dos departamentos básicos según su actividad, el técnico donde se encuentra el personal de rehabilitación, y el administrativo que se encarga del funcionamiento y manejo adecuado de los recursos del centro.

Niveles de Autoridad : Su principal autoridad es la junta directiva, conformada por los miembros de los ministerios de educación, trabajo y salud y demás persona. La segunda autoridad de la institución es el director ejecutivo quienes nombrado por la junta directiva. Su nombramiento es a termina indefinido. Este es el encargo de ejecutar las políticas trazadas por la junta directiva. En tercer lugar de autoridad se encuentra los jefes de departamento técnico , a cargo de la coordinadora técnica, el departamento administrativo y financiero a cargo de la sindica tesorera. Los jefes de departamento dependen en línea directa del director ejecutivo.

Comunicación : la comunicación que existe en este centro, se puede definir como vertical y lateral, puesto que existe una comunicación a nivel jerárquico, pero también existe una comunicación lateral entre los profesionales del centro por que su trabajo como rehabilitadores así lo exige.

Control : El proceso de control se realiza de acuerdo a cada departamento y área de rehabilitación, así que no se tiene establecido un proceso común.

Proceso para la toma de decisiones : El proceso para la toma de decisiones a nivel administrativo se establece en los aspectos de :planeación, organización, dirección y control a través de diversos mecanismos.

Políticas de personal : Las políticas de selección, motivación, capacitación y evaluación de personal están establecidas y funcionan respondiendo a funciones inmediatas.

Índice de rotación promedio es de 0,5% anual.

Relación entre cargos y Tiempo Asignado : Teniendo en cuenta el crecimiento de los servicios de la institución y las características especiales de los usuarios que requieren una alta exigencia física, emocional e intelectual por parte de los empleados no existe el equilibrio adecuado entre el trabajo realizado y la jornada laboral asignada.

II. INTERVENTORIA AL SERVICIO DE ALIMENTOS DEL CENTRO DE REHABILITACION PARA ADULTOS CIEGOS - CRAC.

Tema 1. Tipo de usuario y Horario de servicio.

El área de alimentos presta su servicio tanto a alumnos como a empleados del centro.

El número de usuarios varía entre 60 - 70 personas para almuerzo, 30 - 40 personas para desayuno y comidas.

El horario de atención es : de lunes a domingo para los servicios de desayuno, almuerzo y comida para los internos. Para empleados es de lunes a viernes en el servicio de almuerzo.

Tema 2. Tipo de servicio.

Los sistemas usados para la distribución de alimentos son :

- Sistema Francés Indirecto : Consiste en pasar en bandejas o recipiente los alimentos para que el usuario se sirva.
- Sistema Americano : En este sistema se llevan los platos servidos desde la cocina a la mesa.

Proceso del Servicio : El servicio cuenta con el siguiente proceso :

- Se ordena el Mice an place necesarios en las mesas de cafetería.
- Entran los usuarios y toman su puesto asignado.
- El personal pasa las soperas a la mesa y un vidente sirva.
- El personal sirve el plato fuerte.
- Se sirve el jugo.
- Una vez terminado el comensal lleva el plato a la cocina.
- Se lava y ordena el menaje.
- Si alguna persona llega después de haberse iniciado el proceso, se le sirve directamente desde la cocina.

Tema 3. Manejo Administrativo del Servicio de Alimentos del CRAC.

En esta área del servicio al usuario está contemplada dentro de la sección de servicios generales la cual a su vez pertenece al Departamento Administrativo y Financiero.

Objetivo del servicio de alimentos : Velar por el buen funcionamiento de los servicios de restaurante, adquisición de alimentos, aseo, almacenamiento, preparación y suministro de los mismos.

Procedimiento para su Funcionamiento :

- Compra de alimentos.
- Almacenamiento
- Preparación
- Suministro de alimentos.

Personal del Servicio : En la actualidad el servicio de alimentos del CRAC, cuenta con dos personas para realizar el proceso de preparación de alimentos y dos personas mas para que colaboren en el servicio y distribución de alimentos, estas personas son las encargadas del aseo del instituo.

La rotación se hace cada mes las de la cocina pasan a servicios generales y estas a la cocina. Están supervisadas por la ecónoma que también es la encargada del internado.

Tema 4. Planta Física.

El área destinada para el servicio de alimentos es de 186 metros cuadrados aproximadamente distribuidos en la siguiente forma :

- 127 para el comedor
- 31 para la cocina
- 15 para el almacén
- 7 para el depósito
- 6 para los lockers
- 3 para el baño.

Instalaciones locativas :

- Estado de los pisos : se encuentran en buen estado, su material es el adecuado para el servicio por su resistencia y durabilidad.
- Paredes : por ser una cocina prefabricada el material de la cocina es fácilmente lavable a pesar de que existen partes donde no están en buen estado y se puede convertir en foco de infección.
- Techo : La altura del techo de la cocina es muy pequeña, razón por la cual existe una mala ventilación, hay acumulación de aire caliente en las horas de mayor trabajo.

Orden y Limpieza : En la cocina no están definidas claramente los procesos fríos y calientes y la zona de lavado, dando apariencia de desaseo.

Iluminación General : El área de cafetería cuenta con bastante luz natural y artificial dando una buena iluminación a todo el lugar.

Condiciones Ambientales : El área de cocina no cuenta con ventilación artificial y la natural es insuficiente para el servicio por lo que en la cocina a las horas de mayor trabajo permanece muy caliente.

Tema 5. Equipo de Cocina.

La cocina cuenta con los siguiente equipos :

- Estufa a gas : 1
- Estufa eléctrica : 1
- Freidor industrial : 1
- Licuadora : 2
- Nevera : 2

Tema 6. Equipo Auxiliar.

Los muebles y enseres del servicio son los siguientes :

EN LA COCINA :

- Mesa para distribución de los alimentos
- Organizador de ollas
- Mesa para la cocina fría
- Campana extractora

ALMACEN :

- Estantería

III. ANALISIS DEL SERVICIO DE ALIMENTOS DEL CENTRO DE REHABILITACION PARA ADULTOS CIEGOS.

Tema 1. Clase de usuario y horario de servicios.

Este punto se encuentra bien delimitado, puesto que se sabe cual es el segmento del mercado que se trabaja y el horario de atención para el mismo.

Tema 2. Tipo de Servicio.

El servicio tipo americano y francés, no son los mas adecuados porque el personal disponible para el servicio son insuficientes para el numero de usuarios, son dos personas para atender un numero de mesas de once cada uno, atender a 60 o 70 personas mas o menos. En este tipo de servicio se requiere un promedio de un mesero por cada cuatro mesas y atender así a 15 o 20 personas.

Para seguir con el mismo tipo de servicio se requiere contratar mas personal.

Tema 3. Manejo Administrativo.

Objetivo General : El objetivo que tiene actualmente esta mal planteado, por que no responde a las necesidades del servicio.

Procesamiento para su funcionamiento : Este procedimiento esta planteado de una forma muy ambigua, puesto que no fue planteado bajo proceso administrativo.

Personal del Servicio : El personal que labora actualmente en el servicio esta capacitado y posee experiencia en el área de alimentos.

Herramientas Administrativas : Se puede determinar que no existe una planeación, organización del servicio de alimentos, este funciona bajo criterios de una cocina familiar y no bajo criterios de un servicio de alimentos.

Tema 4. Planta Física.

Instalaciones locativas : Se puede determinar que a los pisos y paredes del servicio de alimentos le hace falta es un buen mantenimiento. Mientras que el techo es necesario subirlo para que de una mayor ventilación.

Orden y Limpieza : No existe un buen orden en la manera de ubicar los equipos e implementos de cocina.

Iluminación : La luz natural es deficiente.

Condiciones Ambientales : La ventilación es casi nula. Lo que hace que la cocina sea un lugar caliente y que se acumulen en ellas los olores de la comida.

Equipo de Cocina : El equipo a pesar de no ser el mejor si presta un buen servicio y alcanza a satisfacer la demanda del servicio, exceptuando a la nevera que es muy pequeña y una de ellas no está funcionando adecuadamente.

Equipo Auxiliar : El equipo auxiliar esta en su mayoría en buen estado pero hay que realizar mantenimiento para mejorarlo.

IV. PROPUESTA PARA OPTIMIZAR EL SERVICIO DE ALIMENTOS DEL CENTRO DE REHABILITACION PARA ADULTOS CIEGOS CRAC.

Tema 1. Objetivo General.

Proporcionar un servicio de alimentos a los usuarios del centro de rehabilitación, tanto a los alumnos como empleados en una forma rápida, económica y agradable, mediante la implantación de cambios de normas y procedimientos de tal forma que las directivas del centro cuenten con herramientas adecuadas de control a nivel financiero y operativo.

Tema 2. Redistribución de la Planta Física.

El área de cocina no está zonificada por lo que trae grandes consecuencias como son mayor movilización para realizar una actividad, pérdida de tiempo, generación de fatiga entre las operarias y la desorganización de la cocina en general, para evitar esto se propone hacer una redistribución de la planta física a fin de mejorar el servicio.

Se debe delimitar las siguientes zonas :

- Zona de Cocina caliente
- Zona de cocina fría
- Zona de distribución de alimentos
- Zona de lavado
- Almacén
- Depósito de vajilla

tema 3. Autoservicio, Sistema de distribución de Alimentos.

Después de analizar los tipos de servicios actuales y ver que no ofrecen las garantías para la prestación del servicio de calidad y Confiabilidad se propone la implementación de autoservicio que por la cantidad de personal disponible, el numero y clase del usuario, y por el espacio físico es el correcto y ofrece las garantías para mejorar el servicio de alimentos en el centro.

Ventajas para el usuario :

- Rapidez en el servicio de los alimentos.
- Aumento del aumento de descanso o reposo
- Servicio mas utilizado en los servicios de alimentos

Ventajas para el servicio de alimentos :

- Lograr la satisfacción de los alumnos y empleados del CRAC que son sus clientes
- Agilización del servicio y por lo tanto reducción del tiempo de trabajo.
- Evita incomodidades y quejas tanto del usuario como del personal por la demora del servicio, por el cansancio del personal, etc.
- Merma de desperdicios.

Proceso del servicio :

- Preparación de los alimentos por parte del personal asignado para ello.
- Disposición del mice an place
- En el mostrador estarán dos personas para la distribución de alimentos

Los usuarios deberán realizar los siguientes procesos :

- Hacer fila y coger la bandeja
- Pasar por la barra y recibir la entrada
- Recibir plato frío con sus guarniciones
- Salir de la barra
- Ubicarse en la mesa que se les ha asignado
- Una vez terminado recoger el menaje y llevar a la ventana de entrega
- Retirarse del servicio.

Tema 4. Compras de Alimentos y bebidas.

Objetivo : Asegurar el mantenimiento de un flujo apropiado de insumos y materias primas, que se requieren para su adecuado funcionamiento en cuanto a cantidades adecuadas y de acuerdo a las especificaciones de calidad a un precio favorable.

Principios Generales en las Compras :

- Conocimiento de la necesidad de compra
- Especificar las características de los artículos
- Contactar y seleccionar el proveedor
- Ordenar la compra una vez autorizada
- Asegurarse del recibo de la mercancía.

Planeación de las compras : El proceso adecuado para la elaboración de las compras es la siguiente :

- Realización de la lista del mercado
- Elaboración de las especificaciones estándar
- Selección del método de compra
- Realizar la compra

tema 5. Recibo de alimentos y bebidas.

Responsabilidades del cumplimiento : El responsable del cumplimiento de este proceso es la persona encargada de recibir la mercancía y almacenarla bajo la supervisión de su jefe inmediato.

Objetivo : Asegurarse de que los productos comprados o enviados por el proveedor correspondan exactamente a lo que se había solicitado, tanto en materia de calidad, como de cantidad, precio y especificaciones generales.

Proceso general :

- Preparación para el recibo
- Recibo de la mercancía
- Tratamiento post - entrega al proveedor

Tema 6. Control de Alimentos y bebidas.

Proceso :

- Preparación para recibir la mercancía
- Al llegar la mercancía primero se inspecciona luego se realiza el conteo
- Comparar con la factura del proveedor, si no tiene se elabora el formato para mercancías recibidas sin facturas y se almacena.

Tema 7. Normas de inspección de alimentos.

Responsabilidad del Cumplimiento : La persona encargada de las compras o la que recibe la mercancía son las responsables del cumplimiento de estas normas.

Objetivo : Determinar la forma correcta de inspección de los alimentos para aceptarlos o rechazarlos por que no cumplen con las especificaciones.

Inspección de alimentos congelados y refrigerados : Las normas que se deben observar para estos alimentos son :

- Se debe observar signos de descongelación, como goteos de algún tipo de líquidos en el empaque o cartón.
- Se debe observar si el producto tiene grandes cristales de hielo en sus superficie o incrustado en el mismo, pues ello se presenta cuando el producto ha sido descongelado y congelado después.

Inspección de alimentos Secos :

- Observar si hay humedad en los productos o en el empaque, esto puede indicar contaminación microbiana.
- Observar la presencia de manchas, que puedan identificarse por medio del color o la textura, que es diferente a la propiedad de los alimentos secos.

Tema 8. Descripción de Funciones.

Manual de funciones : Es el registro ordenado de la información obtenida en el análisis de trabajos en un formato especialmente elaborado para tal efecto. Donde se debe anotar, precisa identificación y ubicación del trabajo, un resumen de su función genérica o básica y las demás funciones para desempeñar correctamente su labor. Se presentan los manuales de funciones para el servicio de alimentos del centro de rehabilitación para adultos ciegos, que comprende los siguientes cargos :

- Jefe de alimentos y bebidas
- Auxiliar de autoservicio
- operaria de cocina

METODOLOGIA : Es una investigación de tipo descriptivo, que propone describir de modo sistemático las características y carencias de las diferentes áreas del centro de rehabilitación, especialmente el de alimentos y bebidas.

CONCLUSIONES : De las catorce conclusiones se destacan :

- El objetivo del servicio esta mal planteado puesto que no responde a las necesidades del servicio.
- El proceso actual de distribución de alimentos puede parecer el ideal teniendo en cuenta el tipo de personas que lo reciben pero la realidad es otra.

BIBLIOGRAFIA : 27 textos bibliográficos de temas relacionados con : planificación de locales, servicio, alimentos y bebidas, administración.

ANEXOS :

ANEXO 1 : organigrama del CRAC
 ANEXO 2 : proceso actual del servicio
 ANEXO 3 : plano actual del servicio de alimentos.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 058
----------	--------------------------	----------

TITULO : Texto Básico de Estudio de Nutrición y Técnicas Culinarias

AUTOR : Parra, Olaizola Virginia
 Solano, Vargas Myriam

PUBLICACION : Trabajo de grado, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1993, 468 páginas, 33 textos bibliográficos, 7 conclusiones, 31 pie de páginas,

PALABRAS CLAVES : Alimentos, nutrición, culinaria, servicio de alimentos, salud.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad diseñar un texto de nutrición y técnicas culinarias para alumnos que cursan esta asignatura en los establecimientos de educación formal y no formal, y para el personal auxiliar que trabaja en el servicio de alimentos a nivel

institucional, que les sirva como instrumento de estudio y de aprendizaje, con el fin de orientarlos hacia un nivel de desarrollo óptimo en el desempeño de sus funciones y de sus ocupaciones diarias.

FUENTES : El trabajo presenta treinta y uno pie de página de los cuales se destacan :

- MINISTERIO DE GOBIERNO. Dirección Nacional del Derecho de Autor. 8
- MILLARES, Castro A. Introducción a la Historia del libro y la biblioteca. 4
- Datos Smith Jr. Guía para la publicación de libros. 4

CONTENIDO : Este texto está dirigido especialmente a jóvenes y adultos que cursan sus estudios en los institutos de promoción Social o de promoción a la comunidad existentes en el país, tales como : el Secretariado Social de Soacha y el Centro de Educación Familiar La Casona en la modalidad de educación formal y los Centros de Capacitación en Ciencias Domésticas y Hotelería : Norte, El Alto y La Cuesta en la modalidad de educación no formal.

I. METODOLOGIA.

Se realizó un estudio de tipo descriptivo, a través del cual se hicieron sondeos, acerca de las necesidades e intereses tanto de los profesores y alumnos de los establecimientos de educación formal y no formal, como de los empleados y personal auxiliar de los servicios de alimentos a nivel institucional.

Tema 1 : Universo.

Conformado por 500 personas, de la siguiente manera : alumnos y profesores de 5 establecimientos de educación formal y no formal que tienen en sus planes de estudio el área de nutrición y técnicas culinarias y el personal auxiliar de los servicios de alimentos y bebidas de las siguientes instituciones de servicios : restaurantes, residencias estudiantiles, hogares de familia, clínicas y hospitales.

Tema 2 : Población y Muestra.

La población estuvo representada por 270 personas, es decir el 54% del universo y de allí se tomó una muestra de 230 personas, equivalentes a un 46% del total del universo.

La muestra se seleccionó siguiendo el método de muestreo probabilístico de agregados, el cual implica tomar muestras de grupos de entrevistados como unidad y no como elementos individuales con el fin de lograr mayor eficiencia en la entrevista. Es decir, se

trabajó con un total de 230 personas provenientes de los grupos ya determinados para hacer el estudio.

Características de la Muestra :

- Sexo : femenino
- Edad : entre los 16 y 30 años
- Nivel Socio - Económico y cultural : Medio - bajo
- Tipo de ocupación : Estudiantes y profesores de los establecimientos de educación formal y no formal y operarios de los servicios de alimentos a nivel institucional.
- Distribución de la Muestra : Establecimientos de educación formal y establecimientos de educación no formal.

Tema 3 : Técnicas de Recolección de la Información.

Se recogió la información sobre el nivel de intereses y necesidades a través de encuestas que fueron aplicadas tanto a profesores y alumnos de los establecimientos de educación formal y no formal, como al personal auxiliar de los servicios de alimentos a nivel institucional.

- Encuestas Profesores : El objetivo es consultar las necesidades e intereses que tienen los profesores, respecto a la disponibilidad de textos para la enseñanza del programa de Nutrición y Técnicas Culinarias.

Población y Muestra : La encuesta se aplicó a 27 profesores que imparten los programas de nutrición y técnicas culinarias en los establecimientos educativos mencionados.

- Encuesta Alumnos y personal auxiliar de los servicios de alimentos a nivel institucional : Su objetivo es consultar las necesidades e intereses tanto de los alumnos que cursan las asignaturas ya mencionadas en los establecimientos de educación formal y no formal, como del personal auxiliar de los servicios de alimentos a nivel institucional, con el fin de recoger la información necesaria para realizar un estudio y sugerir el diseño de un texto de estudio que sirva de orientación a los mismos.

Población y Muestra : La muestra se aplicó a 150 alumnos que cursan la asignatura de nutrición y técnicas culinarias, en los centros educativos mencionados y a 53 operarios que trabajan en el área de alimentos en las diferentes instituciones de servicios.

Tema 4 : Análisis y Presentación de Resultados.

Una vez descritas las técnicas de recolección de la información, se presenta el análisis de los resultados provenientes de la tabulación de las encuestas aplicadas tanto a los alumnos y profesores de los establecimientos de educación formal y no formal, como al personal auxiliar de servicios de alimentos, con el fin de identificar la necesidad que tienen de disponer de un texto de estudio que les permita elevar la calidad de su desempeño profesional.

Se presenta el análisis de los resultados obtenidos, de acuerdo a los items de cada una de las encuestas.

Item No 1 : Encuestas Aplicadas a los alumnos de los Centros de Educación No Formal.

En el Secretariado Social de Soacha se aplicó la encuesta a 50 alumnos lo que equivale al 62,5%, en el Centro de Educación Familiar “La Casona” se encuestaron 30 alumnas correspondiente a un 37,5% de la muestra.

Los datos anteriores hacen ver que un 93,75% de los alumnos desarrollan habilidades, puesto que ponen en practica lo que han recibido como conocimientos teóricos tanto en aulas como en sus hogares.

Item 2 : Encuestas Aplicadas a los Alumnos de los Centros de Educación No Formal.

Se consultaron 70 alumnas de los centros de educación no formal, lo que equivale al 100% de la muestra.

Los datos hacen ver, que el 88,5% de las alumnas desarrollan habilidades, puesto que ponen en practica lo que han recibido como conocimientos teóricos. Las habilidades que desarrollan son : preparación, presentación y conservación de los alimentos y servicio de mesa, el 11,5% no desarrolla habilidades porque no aplican estos conocimientos que se les han enseñado, o simplemente porque no les gusta el trabajo de la cocina.

Item 3 : Encuestas Aplicadas a los Empleados y Personal Auxiliar de los Servicios de Alimentos a Nivel Institucional.

Fueron consultados 53 operarios auxiliares del servicio de alimentos de algunas instituciones de servicios, es decir el 100% de la muestra.

Los datos registrados dejan ver que el 75,5% de los empleados desarrollan habilidades, sobre todo en las técnicas culinarias o preparación de alimentos, debido a la experiencia que van adquiriendo al irse especializando en un trabajo concreto. Sin embargo, el 24,5% que no adquieren habilidades generalmente afirmó que no le gusta el trabajo de cocina.

Tema 5 : Síntesis de Resultados.

En síntesis, el análisis de los resultados obtenidos refleja la necesidad que tienen profesores y alumnos de los centros de educación formal y no formal como el personal auxiliar de servicios de alimentos a nivel institucional, de contar con un texto guía de nutrición y técnicas culinarias para mejorar el aprendizaje y el desempeño en dicha área. Es por esto, que con base en esos resultados y teniendo en cuenta las inquietudes e intereses demandados por la población que fue objeto de estudio, se procedió a estructurar un texto básico para el estudio de la nutrición y técnicas culinarias, el cual lleva como titulo : El Servicio de Alimentos, un enfoque hacia la Calidad y la Excelencia.

II. TEXTO BASICO DE ESTUDIO DE NUTRICION Y TECNICAS CULINARIAS.

Tema 1 : Los Servicios de Alimentos.

Finalidad del Servicio de Alimentos : Se puede decir que los servicios de alimentos han alcanzado en estos últimos años una gran evolución, enfocada a la apertura de nuevos mercados, los cuales están siendo orientados a satisfacer las necesidades de los consumidores. Sin embargo, para entrar a competir en estos nuevos mercados se necesita un esfuerzo constante para mejorar la calidad en la prestación de estos servicios. Estos son algunos estándares o indicadores de calidad en un servicio de alimentos :

- PERFECCIÓN EN EL TRABAJO : Consiste en realizar el trabajo con perfección humana y profesional.
- CUIDAR LOS DETALLES PEQUEÑOS : Consiste en dar importancia y estar en aquellos detalles que por parecer insignificantes, son los que el cliente mas valora y espera.
- DISPONIBILIDAD PARA SERVIR : Consiste en estar atentos y dispuestos a descubrir y satisfacer las necesidades de otras personas.
- BUEN GUSTO : Consiste en presentar los alimentos de forma apetitosa y atrayente, en un ambiente agradable y con personal atento y competente.
- DAR AMBIENTE DE HOGAR : Consiste en hacer que las personas a las que se brinda este servicio se sientan en su propia casa.

Planeación : Para prestar un servicio de alimentos con eficacia y calidad es necesario conocer cuales son los objetivos y reglamentos de la empresa de acuerdo a: quienes trabajan en el servicio, que operaciones deben realizar, que deben saber, cuando se debe hacer, con que se debe hacer, donde consiguen los elementos, que normas de higiene se deben observar, que normas de seguridad industrial se deben cumplir.

Pero esta planificación le corresponde realizarla al administrador o jefe de producción. La planeación consiste en realizar el trabajo según un plan para obtener un objetivo determinado.

Organización : La organización en un servicio de alimentos, consiste en ordenar los elementos de trabajo de tal forma, que se facilite la realización de las tareas encomendadas. Además ayuda a prever y si es posible evitar imprevistos de ultima hora. Naturalmente que la organización del trabajo es algo muy personal y se tendrá que ajustar a las posibilidades y necesidades de cada operario, pero no hay que olvidar que todo es susceptible de mejorar.

Existen una serie de aspectos que le ayudarán a organizar mejor el trabajo, esto son :

- Conocer y ubicar las distintas áreas de trabajo, las áreas que suelen diseñarse en las instituciones para atender un buen servicio de alimentos son : Recibo, Almacén, Cuartos Fríos, Repostería, Cafetería, Cocina caliente o principal, Cocina fría y lavado.
- Conocer las personas que componen la brigada de cocina y las funciones de los cargos que cada uno desempeña, en este sentido es importante saber que la distribución de funciones debe ser flexible y adaptarse a las necesidades y al volumen de trabajo.

Gerente de Alimentos y Bebidas : Sus funciones son :

- ✓ Planear, organizar, coordinar y supervisar las actividades que se realizan en el servicio de alimentos.
- ✓ Elaborar y actualizar los menús.
- ✓ Elaborar el presupuesto anual de los ingresos y de los gastos correspondientes al servicio de alimentos.
- ✓ Supervisar que los sistemas de trabajo se lleven a cabo según las normas y procedimientos establecidos.
- ✓ Supervisar que el chef y sus operarios, preparen los alimentos de acuerdo con las recetas estándar.

Chef :

- ✓ Organizar y coordinar el trabajo de los operarios del servicio de alimentos.
- ✓ Colaborar con el gerente de alimentos y bebidas en la elaboración de menús y en la selección y contratación de personal.
- ✓ Hacer los pedidos de productos al almacén y elaborar la lista de mercado.
- ✓ Llevar el control diario de los gastos de ingredientes o productos en la hoja de cocina.
- ✓ Supervisar el trabajo de los operarios que tiene a su cargo, la calidad de los alimentos que llegan a la cocina y la elaboración y presentación de la comida de los empleados.

Sub - Chef :

- ✓ Coordinar y supervisar la preparación de los alimentos.
- ✓ Velar por el mantenimiento y la limpieza del equipo.
- ✓ Controlar el aprovechamiento de los ingredientes utilizados en las preparaciones.
- ✓ Supervisar la aplicación de los criterios de calidad y presentación de los alimentos.
- ✓ Mantener informado al Chef sobre el funcionamiento de la cocina.

Soucier :

- ✓ Preparar los platos fuertes a base de carnes, pescados y mariscos.
- ✓ Elaborar entremeses y salsas calientes.

- ✓ Conocer la receta estándar de cocina.
- ✓ Evitar el desperdicio de ingredientes al elaborar un plato.
- ✓ Decorar y cuidar la limpieza en la presentación de los platos.
- ✓ Responsable ante el Chef de mantener el costo de alimentos según lo presupuestado.
- ✓ Responsable de la adecuada utilización de los alimentos sobrantes del día anterior.

Entremetier :

- ✓ Sustituir al soucier en su ausencia.
- ✓ Supervisar el trabajo el operario auxiliar de la cocina caliente.
- ✓ Ayudar al soucier en la elaboración de las salsas calientes.
- ✓ Revisar diariamente los cuartos fríos y el congelador con el fin de dar el uso y aprovechamiento adecuado a lo alimentos sobrantes del día anterior.

Rotissier :

- ✓ Conocer perfectamente los métodos de cocción de las carnes.
- ✓ Preparar y cocer las carnes de res, cerdo y aves asadas a la parrilla, a la plancha o a la brasa.

Gard - Manger :

- ✓ Preparar los platos fríos como ensaladas, cócteles, frutas frescas o en almíbar, aperitivos, sandwich y helados.
- ✓ Conocer la receta estándar y la correcta preparación de los platos fríos del menú.
- ✓ Preparar salsas frías para acompañar carnes, ensaladas y postres.
- ✓ Revisar diariamente los cuartos fríos y los refrigeradores con el fin de dar un uso y aprovechamiento adecuado a las salsas y alimentos del día anterior.
- ✓ Conocer y aplicar las técnicas para el almacenamiento de los alimentos.

Patissier :

- ✓ Colaborar con el Chef en la elaboración del menú, en lo que a postres se refiere.
- ✓ Preparar postres permanentes, postres del días y postres para buffet.
- ✓ Preparar tortas o ponqués para eventos especiales como bodas y cumpleaños.
- ✓ Elaborar el pan.

Steward :

- ✓ Conocer y manejar la máquina para lavar vajilla y cristalería.
- ✓ Conocer el uso y la aplicación de los productos de limpieza y del lavado de vajilla.

- ✓ Lavar la batería de cocina.
- ✓ Preparar el café.
- ✓ Alistar la vajilla y la cristalería limpia para los comedores.
- ✓ Llevar el control de las roturas y pérdidas del equipo y utensilios.
- ✓ Preparar el Mice en Place.

Ejecución : La excelencia y la calidad de un trabajo, no depende solo del manejo eficiente de los procesos administrativos que se han venido desarrollando : planeación y organización, sino también, de lograr realizar ese trabajo con sentido común, es decir, en forma inteligente.

En un servicio de alimentos conviene realizar el trabajo siguiendo estas etapas :

- Alistamiento
- Realización
- Finalización.

Calidad : Los elementos que integran la calidad en un servicio de alimentos son :

- Puntualidad
- Ambiente agradable
- Limpieza del local y áreas de trabajo
- Agilidad en la atención, cortesía y amabilidad
- Decoración y ventilación
- Alimentos de calidad
- Variedad, equilibrio y presentación
- Porciones adecuadas
- Limpieza personal.

Control y Coordinación : Los sistemas de control son un conjunto de operaciones destinadas a comprobar el buen funcionamiento de : unas tareas que han sido previamente asignadas, de un aparato, de una máquina o de una receta, con el fin de tomar las medidas correctivas necesarias para obtener un buen producto.

En un servicio de alimentos, el control se ejerce especialmente en los siguientes puntos :

- | | |
|-----------------|---------------|
| • Materia Prima | • Saneamiento |
| • Personal | • Seguridad |
| • Servicio | |

La coordinación también es un aspecto importante que se debe tener en cuenta en un servicio de alimentos, porque esta tienen como fin principal, esmerarse en cumplir y hacer

cumplir en todo momento, la misión, objetivos, políticas, normas y reglas establecidas por la empresa para la cual se trabaja.

La coordinación en este servicio la realiza el administrador, en colaboración con el chef. Sin embargo, es importante que todo el personal del servicio de alimentos colabore eficientemente con su trabajo, debido a que se trata de realizar un trabajo en equipo y no en forma individual o aislada.

Utensilios y Batería de cocina : Para trabajar eficientemente en un servicio de alimentos, es indispensable no solo contar con instalaciones adecuadas, sino también con utensilios y equipos necesarios.

UTENSILIOS : Es cualquier instrumento o herramienta utilizada para realizar un trabajo. En el caso de servicios de alimentos, los utensilios utilizados son los siguientes :

- Cuchillo de Chef : Sirve para cortar piezas grandes de carne, para porcionar pollos y en general para trabajos de corte mas pesados.
- Cuchillos para Picar : Para picar especialmente legumbres, verduras y hortalizas.
- Cuchillos para Arreglar Frutas : Para pelar, cortar y torneear frutas.
- Cuchillo para el Pan : Para rebanar el pan.
- Cuchillo para el Queso : Cuchillo para cortar y pinchar quesos.
- Cuchillo de Angulo : Para decorar frutas y verduras.
- Cuchillo Eléctrico : Para rebanar trozos enteros de carne, muchacho, pernil, jamón, roast-beef.
- Hachas : Para porcionar piezas de carne con hueso.
- Mazo : Para aplanar porciones enteras de carne como : chuletas, bistec, medallones y filetes de pescado.
- Pelador de Legumbres : Para pelar verduras y hortalizas, con el mínimo de desperdicios.
- Cuchara Parisien : Para sacer bolitas de verduras, hortalizas y frutas.
- Espátulas : Para dar vueltas a las carnes cuando se están asando a la parrilla o a la plancha.

BATERIAS DE COCINA : Es todo el material móvil que se necesita para la preparación de los alimentos, generalmente son de acero inoxidable, hierro colado, cobre o aluminio. No siendo muy recomendable este último. Los componentes de la batería de cocina son :

- Batidor de globo : Sirve para batir o mezclar ingredientes.
- Rodillo : Para extender masas
- Tasa o vaso de medir : Sirve para medirla cantidad de ingredientes que se utilizarán en una preparación.
- Corta pastas : Para cortar masas especialmente pizzas.
- Mortero : para majar o machacar especias y condimentos.
- Manga : Para decorar postres, hacer figuritas con puré de papas, etc.
- Pasa Puré : Para triturar verduras y preparar purés.
- Cucharón : Para servir preparaciones líquidas.
- Espumadera : Para extraer la espuma y los residuos que se forman en la superficie de algunas preparaciones.
- Marmita : Para todo uso, generalmente en preparaciones de grandes cantidades.

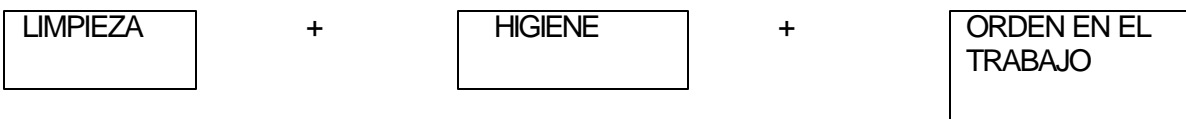
Limpieza e Higiene: En un servicio de alimentos es esencial, que tanto los administradores como los trabajadores conozcan las normas de higiene y las practiquen constantemente, hasta convertirlas en un hábito.

El objetivo de la higiene de los alimentos es proteger al consumidor de las enfermedades producidas por ingerir alimentos descompuestos o contaminados.

Las enfermedades producidas por los alimentos pueden ser de dos tipos :

1. Producidas por alimentos contaminados con amebas, gusanos y lombrices. Produciendo enfermedades como : amibiasis, triquinosis, cirtisiscosis.
2. La producidas por alimentos contaminados por elementos físicos como : metales, esquirlas de vidrio, aserrín, tierra y arena. Produciendo enfermedades como : estomacales, intestinales o digestivas

Normas de Higiene y Manipulación de alimentos :



Estas tres condiciones son importantes en la elaboración de los alimentos, son la clave para luchar contra microorganismos, los insectos y todo agente que pueda dañar la calidad de los alimentos.

La eliminación de los agentes contaminantes depende de las siguientes normas :

- Aseo e higiene personal
- Lavado y desinfección de instalaciones y equipos
- Control de insectos y roedores
- Adecuado almacenamiento y disposición final de basuras.
- Protección y conservación de alimentos.

Normas de Seguridad Industrial : Estas normas tienen como fin principal, la prevención de los accidentes de trabajo.

Existen unos principios para la prevención de accidentes que se deben conocer, estos son :

- Los accidentes no ocurren por casualidad : se dan porque siempre hay una causa que los produce.
- Los accidentes generalmente son causados por fallas humanas : generalmente son producidos por fallas humanas como son : imprudencia y peligros mecánicos y físicos.
- La repetición constante de un acto inseguro trae como consecuencia final el accidente en cualquier momento.
- las normas de control y seguridad de accidentes conservan la vida, aumentan la productividad y disminuyen los costos.

Los accidentes de trabajo según el código Sustantivo de Trabajo es todo suceso imprevisto y repentino que sobrevenga por causa o con ocasión del trabajo y que produzcan al trabajador una lesión orgánica o perturbación funcional, permanente o pasajera y que no haya sido provocado deliberadamente o por culpa grave de la víctima.

Tema 2 : Fundamentos de Nutrición.

Nutrición : Es el proceso mediante el cual los alimentos son transformados en sustancias mas sencillas, para ser aprovechados dentro del organismo.

Nutrientes : Son sustancias químicas contenidas en los alimentos, desempeñan funciones específicas en el organismo dependiendo de su composición ; capaces de ser absorbidos por el intestino y vertidos a los vasos sanguíneos.

Las funciones generales de los nutrientes son :

- Proporcionar energía.
- Favorecer el crecimiento, desarrollo, restauración y reposición de los tejidos del cuerpo.
- Formación y mantenimiento de los huesos y dientes.

Los principales nutrientes del organismo son :

- | | |
|-----------------|-------------------|
| • Proteínas | • Sales Minerales |
| • Carbohidratos | • Agua |
| • Grasas | • Fibra |
| • Vitaminas | |

Metabolismo : Es el proceso por el que determinadas sustancias entran en el organismo y se transforman en otras que permanecen o salen de él.

Metabolismo Basal : Es el intercambio energético de un individuo que está en reposo. Se mide por las calorías que desprende un hombre en estado de reposo físico y mental.

Energía : Es la capacidad de hacer un trabajo y también como el resultado del desdoblamiento de los nutrientes que se encuentran en las células del cuerpo.

Proteínas : Son sustancias orgánicas, compuestas por moléculas de carbono, hidrógeno, oxígeno y nitrógeno como elementos fundamentales. Igualmente se consideran constituyentes esenciales de las células, en las que intervienen regulando sus procesos biológicos. Sus funciones son :

- Crecimiento
- Protección, desarrollando anticuerpos para proteger al organismo de las enfermedades. Además favorece la coagulación de la sangre.
- Mantenimiento del cuerpo, facilitando la digestión y la restauración de los tejidos.
- Energía, Proporcionando vigor y fuerza al organismo y conservando el calor y la temperatura corporal.

Las proteínas se encuentran en los alimentos de origen animal como carnes, vísceras, leche, huevos y pescados ; en alimentos de origen vegetal como leguminosas secas.ejemplo : frijol, arvejas, garbanzos, lentejas.

Carbohidratos : Son sustancias orgánicas compuestas por carbono, hidrógeno y oxígeno. Sus estructuras químicas están basadas en una unidad común llamada glucosa. Sus funciones son :

- La primera función se refiere a que si ingerimos una cantidad suficiente de alimentos para obtener la energía necesaria para el cuerpo, este recurre a sus propias grasas y proteínas.

- Impiden que el organismo utilice las proteínas en forma de energía.

Las principales fuentes de carbohidratos son : azúcares y derivados como la miel, la melaza, jarabes, almibares, caramelos, turrone y dulces en general ; cereales y harinas como : arroz, pastas, harina de trigo, harina de maíz y harina de cebada ; tubérculos y plátanos como la yuca, papa, ñame, cubio o nabo, arracacha, batata y chuguas.

Grasas : Son sustancias orgánicas compuestas por la mezcla de ácidos y glicerina. Son una fuente de energía mas concentrada que los carbohidratos, constituyendo la reserva energética de los animales y de algunas semillas vegetales.

Existen tres tipos de grasas :

- Grasas de Origen Vegetal : Proceden de las frutas y semillas oleaginosas.
- Grasas Artificiales : Son aquellas que han sufrido transformaciones físicas y químicas, cambiando sus propiedades.
- Grasa de Origen animal : Son aquellas que se obtienen del tejido adiposo de los animales.

Las grasa desempeñan diversas funciones vitales como son :

- Proporcionar calor y energía al organismo.
- Facilitar la absorción de las vitaminas liposolubles A, D, E, K.
- Mantener la temperatura del cuerpo
- Servir de soporte a los órganos y protegerlos de lesiones.
- Acentuar el sabor de las comidas.

Vitaminas : Son compuestos orgánicos esenciales para el aprovechamiento de otros nutrientes y mantener el funcionamiento del organismo. Como son fabricadas por éste deben obtenerse de la alimentación.

Las vitaminas se clasifican en :

1. Liposolubles : Son solubles en grasa A, D, E, K.
2. Hidrosolubles : Son solubles en agua C, complejo B
3. Sintéticas

las funciones generales de las vitaminas son :

- Mantener el buen funcionamiento del organismo
- Ayudar a las enzimas en el desempeño de sus funciones

- Producir hormonas

la falta de vitaminas se conoce con el nombre de Avitaminosis.

Minerales: Son elementos inorgánicos que se encuentran en la naturaleza y que ingerimos diariamente en los alimentos y en las bebidas. No aportan energía, pero son indispensables para el crecimiento porque forman parte de los tejidos y especialmente del esqueleto. El cuerpo humano contiene de 3 a 5% de elementos minerales, que deben ser suministrados con la alimentación y se encuentran dentro del organismo en las siguientes formas:

- Como iones en el fluido intersticial: calcio, sodio, potasio.
- Como complejos de otros minerales: fosfatos de calcio de los huesos.
- Combinados con moléculas orgánicas: el hierro en la hemoglobina.

Tema 3: Fundamentos de Alimentación.

La Alimentación: Es el proceso mediante el cual el individuo consume cualquier tipo de alimento, bien sea, directamente de la naturaleza, o después que ha sido procesado.

El proceso de alimentación se realiza en cuatro etapas, que son:

- **Ingestión:** Es introducir alimentos en el cuerpo.
- **Digestión:** Es el desdoblamiento del alimento en nutrientes que pueden ser utilizados por el cuerpo. Se realiza en el estómago con ayuda del jugo gástrico y de algunas enzimas.
- **Absorción:** Es el paso de los nutrientes del sistema digestivo al torrente sanguíneo o a la linfa. Se realiza en el intestino delgado.
- **Eliminación:** Es la excreción de sustancias no absorbidas y de los desechos del cuerpo. Se realiza en el intestino grueso.

El Aparato Digestivo: Es un sistema completo que se encarga de ingerir y transformar los alimentos en sustancias más simples y asimilables por el organismo. Consta de los siguientes órganos; boca, faringe, esófago, estómago, intestino delgado e intestino grueso.

Los órganos accesorios del aparato digestivo son: el hígado, el páncreas y la vesícula biliar.

El Alimento: Es toda sustancia sólida o líquida que una vez deglutida, le sirve al organismo para realizar sus funciones vitales, como son la creación de energía, la formación y conservación de los tejidos y la regulación de la temperatura corporal.

Alimentos Formadores: Son aquellos que contienen proteínas, vitaminas y minerales y son esenciales para el crecimiento. Sus funciones son;

- Construyen y reparan músculos, tejidos y órganos.
- Forman huesos, uñas y dientes fuertes y sanos.
- Evitan la anemia, la fatiga muscular y mental.
- Son esenciales para mantener la salud en niños, adultos y ancianos.

Son alimentos formadores la leche y derivados, carnes, vísceras, aves, pescados, mariscos, huevos, leguminosas secas.

Alimentos Reguladores : Son aquellos que ayudan al crecimiento y al desarrollo del organismo, previenen algunas infecciones, contribuyen al buen funcionamiento intestinal y son indispensables para la formación y conservación de la piel.

Son alimentos reguladores los vegetales, las hortalizas y las frutas.

Alimentos Energéticos : Son aquellos que proveen vigor, calor y energía al organismo. Conservan el calor y la temperatura corporal. Estos alimentos son ricos en carbohidratos y grasas.

Son alimentos energéticos los tubérculos y plátanos, cereales, pastas alimenticias, azúcares y derivados, grasas y derivados.

El Agua : Es el nutriente mas esencial e importante para el hombre, ya que el 60% del peso corporal de un adulto sano está constituido por agua. El agua en el cuerpo no circula como agua, sino como una solución compuesta de proteínas, azúcares y otras sustancias. Las funciones del agua en el organismo humano son :

- Es componente esencial de la sangre, y en general de todo el organismo.
- Regula la temperatura corporal.
- Transporta las sustancias nutritivas, especialmente los minerales, facilitando su absorción.
- Regula la presión osmótica, favoreciendo la entrada de los nutrientes al interior de la célula.
- Ayuda a combatir el estreñimiento al facilitar la eliminación de sustancias de desechos.
- Mantiene hidratada la piel.

El organismo recibe agua de tres fuentes :

1. Los líquidos como agua, bebidas y sopas.
2. El agua contenida en los alimentos sólidos como frutas y verduras.
3. El agua producida en el metabolismo de las sustancias nutritivas.

La Fibra : Es la parte de todo alimento vegetal como cereales, frutas, verduras y leguminosas que no puede ser digerida por el organismo. Esto se debe a que el sistema digestivo humano no cuenta con las enzimas o sustancias digestivas que puedan desintegrar y utilizar este material. Como resultado la fibra pasa casi intacta a través del tracto gastrointestinal, estimulando así su buen funcionamiento.

La fibra alimentaria se encuentra solo en los alimentos vegetales. Sin embargo, el contenido de la fibra varía de un alimento a otro. Las mejores fuentes de fibra son los cereales integrales, o a base de salvado, las leguminosas, algunas frutas y verduras.

Tema 4 : Técnicas Culinarias.

Procedimientos Básicos : son aquellos que indican los pasos que se deben seguir para realizar con eficiencia las operaciones en la cocina. Ejemplo : manejo del cuchillo, cortes de hortalizas y verduras, equivalencias de peso y medidas.

Métodos de Cocción : Son los diferentes pasos que se siguen para cocer un alimento.

Los métodos de cocción se dividen en dos grandes grupos :

1. METODO SIMPLE : Una sola fuente de calor.

- Agua : Hervir, al vapor y escalfado
- Aire caliente : asado, al horno, a la brasa y a la parrilla.
- Grasa : Salteado y frituras.

2. METODOS COMPUESTOS : Varias fuentes de calor.

- Líquido + vapor + grasa : Estofado, braseado.
- Líquido + grasa + aire caliente : gratinado, glaseado.

Como ya se sabe la mayoría de los alimentos tienen que ser preparados y cocinados antes de ser consumidos. Sin embargo, en cada una de estas etapas puede perderse o destruirse parte de los nutrientes, tanto si el proceso tiene lugar industrialmente como en los hogares. Por esto, es necesario estudiar los factores que tienden a reducir la estabilidad de cada uno de los nutrientes contenidos en los alimentos.

Cocinado Casero : Es aquel que se realiza en el hogar, aplicando unos procedimientos sencillos. Este determina una pérdida de nutrientes, que es mayor cuanto más elevada sea la temperatura y más largo el tiempo de cocción, o si se utiliza un exceso de líquido.

Cocinado por Microondas : Los efectos que produce son similares a los del cocinado casero, pero cuando se utilizan solo para recalentar los alimentos causan poca destrucción adicional de los nutrientes.

Congelación doméstica : Es un proceso de conservación que se aplica a los alimentos perecederos y consiste en almacenarlos debidamente empacados, por un tiempo prolongado. Los efectos que producen son : la pérdida de tiamina o vitamina B1 y vitamina C.

procesado Industrial : Es un proceso de conservación que se aplica a algunos alimentos industrializados, como : encurtidos, uvas pasas, ciruelas, etc.

los principales procesos industriales que originan pérdida de nutrientes son :

- Escaldado, por el que se pierden cantidades de minerales o vitaminas hidrosolubles.
- Tratamientos Térmicos, en tarros de metal o de vidrio disminuyen el contenido de vitaminas, especialmente la tiamina, ácido fólico y vitamina C.
- Deshidratación, en condiciones cuidadosamente controladas, tienen poco efecto sobre la mayoría de los nutrientes pero, si se les añaden preservativos se pierde la mitad de la vitamina C y casi toda la tiamina.

Carnes : Se entiende por carne las partes musculares y comestibles de las reses sanas, sacrificadas en condiciones higiénicas adecuadas.

Las carnes ocupan un lugar importante en el menú diario porque constituyen el plato fuerte o principal y con base en este se planean los ciclos de minutos. La preparación que se les dé dependerá de sus características y tipos de servicios. En la alimentación del hombre es importante por ser fuente ricas en : proteínas, hierro, riboflavina y niacina.

Las características generales de la carne es que son : de color rojo que varía desde rosa pálido a rojo oscuro, masas compactas y elásticas.

Las carnes se pueden clasificar de la siguiente manera ;

1. SEGÚN EL ANIMAL DE ORIGEN :

- | | |
|-----------|-----------------------|
| • Res | • Cordero |
| • Ternera | • Aves |
| • Cerdo | • Pescados y mariscos |

2. SEGÚN LA PARTE DEL ANIMAL DONDE PROCEDA :

- | | |
|--------------|--------------|
| • Extra | • De segunda |
| • De primera | • De tercera |

3. SEGÚN EL COLOR :

- | | |
|------------------|---------------------------------------|
| • Carnes blancas | Ternera
Lechon
Aves
Pescados |
| • Carnes Rojas | Vaca o Res
Cerdo
Cordero |
| • Carnes Negras | Todas las de Caza. |

Existen dos formas de presentación de las carnes que son : en posta y cortes finos.

POSTA: Son los músculos extraídos en forma completa, también se le llama corte o piezas enteras.

CORTES FINOS: Se sacan de las postas y se seccionan en diferentes tamaños y grosores. Reciben los siguientes nombres :

- Lomo Ancho : La carne es blanda y fácil de cocinar. De aquí se sacan la chatas con las que se pueden preparar bistec, roast - beef y churrasco.
- Lomo Fino : Se encuentran debajo del lomo ancho y se le conoce como lomito o solomillo. De aquí se obtiene el chateaubriand, turnedos y filet mignon. Es el corte mas fino y la carne es mas blanda que la anterior.
- Cadera : Es una carne muy tierna, especial para asar, de aquí se obtiene el bistec a la criolla y a caballo. Además la carne para moler.
- Pierna : Del centro de la pierna se sacan tajadas delgadas de carne para hacer milanesas.
- Bola de Pierna : Es una carne blanda adecuada para hornear en trozos grandes para preparar el goulash y las milanesas.
- Muchacho : Es algo dura, especial para rellenar, debe cocerse en la olla de presión.
- Murillo : Va en la parte final de las patas de la res, se conoce con el nombre de lagarto. Es una carne dura, con muchos nervios y tendones.
- Cogote : Es la parte del cuello cuya carne es fibrosa y dura. Se usa para moler, picar y sudar.
- Costillas : Es la parte del costado de la res de donde se sacan las costillas, rebanándolas una a una. Se cuecen asadas al horno, a la plancha o a la parrilla.

Algunas técnicas de preparación de algunos cortes de la carne de res son :

Lomito a la Bella Elena : asar a la parrilla, bañar con salsa bernesa, acompañar con papa paja, berros y fondos de alcachofa.

Steak Pimienta : Untar el steak con pimienta verde molida por ambos lados, dorar en mantequilla caliente, salpimentar, retirar el steak y colocarlo en un sartén hondo y caliente, añadir crema de leche y vino tinto, reducir y rectificar la sazón, bañar el steak con la salsa, acompañar con papas fritas y ensalada.

CARNE DE CERDO : provienen del ganado porcino sacrificado entre los 6 y 7 meses de edad y con un peso entre 70 y 80 kilos. Las características de la carne de cerdo de buena calidad son :

- Color rosado oscuro
- Consistencia firme
- Grasa abundante de color blanco
- Olor fresco y agradable

este tipo de carne por ser muy grasosa, es de difícil digestión, por tanto requiere una cocción prolongada para que siempre quede bien cocinada.

Aves : Se denomina con este nombre a todas las aves de corral criadas para la mesa. De éstas el pollo es el de mayor consumo porque admite una gran diversidad de preparaciones y armoniza muy bien con todo tipo de guarniciones. Tiene un alto valor nutritivo por su contenido de proteínas, calcio, hierro y vitamina A.

las características de un ave de buena calidad son :

- Piel blanca y fina
- Esternón tierno y flexible
- Cuello y pechuga carnosos
- Patas con huesos delgados, abundante carne y pocas escamas
- Poca grasa intramuscular.

Las aves se clasifican en dos grandes grupos :

1. DE CARNE BLANCA

- Pollo
- Gallina
- Pavo

2. DE CARNE ROJA

- | | |
|---------|-----------|
| • Pato | • Palomo |
| • Ganso | • Pichón. |

Pescados : se conoce con este nombre el pez comestible, sacado del agua salada o dulce. Es una valiosa fuente de proteínas de calidad similar a la de la carne y la leche. Además contiene cantidades significativas de minerales como fósforo, calcio y azufre y de vitaminas A y D. es bajo en calorías por su poco contenido de grasa y es un alimento de fácil digestión. Las características de un buen pescado :

- Textura firme
- Carne blanca y ligeramente translúcida

- Olor fresco y agradable
- Ojos vivos, brillantes y saltones
- Agallas y branquias de color rojo vivo.

La clasificación general de los pescados es la siguiente :

1. AGUA SALADA

- | | |
|--------------|------------|
| • Robalo | • Carite |
| • Mero | • Merluza |
| • Pargo Rojo | • Lenguado |
| • Mojarra | • Atún |
| • Corvina | • Salmón |
| • Bagre | • Sardina |

2. AGUA DULCE

- | | |
|-----------------|------------|
| • Bocachico | • Palometa |
| • Bagre Pintado | • Sábalo |
| • Capaz | • Valentón |
| • Cachama | • Trucha |

Los métodos de cocción de los pescados se clasifican en tres grupos :

- A base cuerpo graso
- A base de un líquido
- A base de calor seco.

Los efectos que pueden resultar del cocinado y procesado del pescado son similares a los que ocurren con la carne, aunque en menor proporción. La disminución de los minerales es proporcional a la pérdida de agua. Las vitaminas A y D de los pescados grasos como el bacalao, trucha, salmón y atún, son estables a los efectos del cocinado.

Mariscos : Son aquellos animales invertebrados, de origen marino, utilizados en la alimentación. Se dividen en dos grandes grupos que son los Moluscos y los Crustáceos. Son alimentos muy preciados por su exquisito sabor, su alto valor nutritivo y su bajo contenido de calorías. Sin embargo, requieren un tratamiento delicado porque si no se conservan cuidadosamente se descomponen causando intoxicaciones graves en el organismo humano. Por tanto, estos alimentos una vez cocinados deben consumirse inmediatamente y no deben mantenerse en la nevera por mas de 48 horas por razones de seguridad. Es decir, aún refrigerados son susceptibles de descomponerse.

Los mariscos se clasifican en dos grandes grupos :

1. MOLUSCOS

a. Con Concha

- Ostras
- Almejas
- Mejillones
- Vieiras
- Caracoles

b. Sin Concha

- Calamares
- Pulpo

2. CRUSTACEOS

- Langosta
- Cangrejos
- Camarones
- Langostinos

Salsas y Aderezos para Carnes: las salsas son mezclas de varios ingredientes comestibles desleídas, que se elaboran para aderezar las distintas preparaciones de alimentos a base de carnes, aves, pescados, mariscos, hortalizas y verduras.

Algunas de las salsas mas conocidas son :

- Bechamel
- Holandesa
- Salsa de vino blanco
- Salsa Oscura
- Salsa chimichurri
- Ají pique

Leche y Derivados : Es un líquido blanco y opaco, producto del ordeño de una vaca lechera sana, no fatigada y bien alimentada. Técnicamente se puede definir como un producto secretado por las glándulas mamarias de las hembras de los mamíferos, cuya finalidad es servir de alimento a los hijos en los primeros meses de vida. Las características de la leche son :

- Es un líquido blanco ligeramente amarillo debido a su contenido de grasas ; pero cuando se ha descremado toma un color blanco azulado.
- Olor característico
- Sabor dulce, que depende fundamentalmente de su contenido de lactosa
- De consistencia líquida y ligeramente viscosa, debido a su contenido de azúcares, sales disueltas y caseína.

Las calidades comerciales de la leche están dadas por los diversos procedimientos de conservación que se aplican para evitar su alteración y estos son :

- Leche natural
- Leche certificada
- Higienizada
- Conservada
- Esterilizada
- Evaporada
- Condensada
- Leche en polvo
- Leches especiales
- Leche concentrada
- Desnatada
- Maternizada
- Fermentada
- Enriquecida

Huevos : Se define como el producto de la puesta externa de los animales ovíparos. Y desde el punto de vista nutricional, es uno de los alimentos mas completos y de uso mas frecuente en la alimentación del ser humano.

Las características de los huevos frescos son :

- Cáscara gruesa y sólida, de color blanco o rosado
- Se observa traslucido al colocarlo contra la luz
- Al partirlo la yema se aprecia abultada y la clara densa y firma.

Otra forma de comprobar la frescura de los huevos es conveniente colocarlos en un recipiente con agua y observar : los que se van al fondo están frescos y los que flotan están viejos o menos frescos.

Los huevos se pueden preparar de diversas formas :

- Tibios o pasados por agua
- Duros o cocidos
- Fritos
- Tortillas
- Revueltos o mezclados con gran diversidad de alimentos.

Valor Nutritivo del Huevo : El huevo es un alimento rico en proteínas y grasa. Además suministra al organismo humano vitaminas A, D E y K; minerales como calcio, fósforo, hierro, tiamina, riboflavina y otros componentes necesarios para un buen desarrollo.

Efectos del Procesado y Cocinado de los Huevos : Durante el cocinado de los huevos se pierden algunas vitaminas del complejo B. también como consecuencia de la fritura, se pierde en un 5 a 15% de riboflavina y el contenido de grasa aumenta en un 50%.

Hortalizas y Verduras : Se llama hortaliza a cualquier planta herbácea que se utiliza para la alimentación, en forma cruda o cocida. Las verduras son aquellas hortalizas en que la parte comestible está constituida por órganos verdes del vegetal como tallos y hojas.

Ensaladas : Los platos elaborados a base de hortalizas y verduras, aunque también pueden hacerse con leguminosas, huevos, carne, pescados, mariscos y frutas. Siempre van sazonadas con diversos aderezos que acentúan su sabor. Desde el punto de vista nutricional las ensaladas se pueden definir como la combinación adecuada y equilibrada de verduras y hortalizas para acompañar un plato.

Frutas : se pueden definir como la parte carnosa de los órganos florales que han alcanzado su grado adecuado de madurez y son propios para el consumo.

Las frutas se pueden clasificar en dos grupos :

1. FRUTAS CARNOSAS : Constituyen la mayoría de las frutas, ejemplo : papaya, mango, etc.
2. FRUTAS SECAS : Uvas pasas, ciruelas, almendras, nueces, etc.

Características de las Frutas Carnosas :

- Abundante contenido de agua y fibra alimentaria
- De sabor dulce o ácido
- Olor Característico
- Algunas tienen acción diurética y laxante en el organismo como el higo.

Características de las Frutas Secas :

- Poco contenido de agua
- En una predomina el almidón y en otras la grasa
- Poseen un alto valor energético.

Métodos de Cocción : las frutas se pueden consumir crudas o cocidas, lo mas recomendable es consumirlas crudas porque así se aprovecha el máximo valor nutritivo y su contenido en fibra. Sin embargo, las frutas cocidas son mas fáciles de digerir, pero durante su cocción se pierde parte de sus valores nutritivos. Sus usos culinarios se da en la preparación de postres, ensaladas y salsas.

Pastas Alimenticias : Se conocen los productos obtenidos por desecación de una masa no fermentada, elaborada con harinas, sémolas finas o semolinas procedentes del trigo duro y agua potable. Características de las pastas alimenticias :

- Traslucidez
- Vidriosidad
- Elasticidad, especialmente en pastas largas como los espaguetis.
- Color ambar

las pastas alimenticias se pueden clasificar en dos grupos : pastas italianas propiamente dichas y pastas para sopas

Arroz : Es un cereal originario d ellos países del Asia. Su importancia en la cocina ha sido reconocida como de primer orden y las múltiples preparaciones hacen que su presencia en la mesa familiar sea constante, convirtiéndose así en el alimento básico de la mitad de la población mundial. Las características del arroz son :

- Es un cereal agradable de sabor neutro, que combina con todos los demás sabores, realza y complementa el gusto de otras preparaciones a base de carnes y salsas.
- Es un alimento de fácil digestión.
- Se utiliza en preparaciones de sal, dulce y alimentos para niños recién nacidos.

Tipos de Arroz : entre los diversos tipos de arroz, los mas conocidos son :

- Arroz blanco
- Arroz Integral
- Arroz excelso.

Conservación de los Alimentos : La conservación de los alimentos tiene como finalidad mantener el alimento inalterable, alargando su vida útil y actividad comercial. Las causas mas frecuentes de alteración de los alimentos son ;

- Microorganismos : bacterias, mohos, levaduras.
- Enzimas
- Luz y Calor

los métodos de conservación de los alimentos se dividen en dos grupos :

1. METODOS FISICOS :

- Conservación sin agua
- Conservación por frío
- Conservación por calor

2. METODOS QUIMICOS :

- Adición de sustancias naturales ; salazón, ahumado, vinagre, alcohol y azúcar.
- Adición de sustancias químicas : aditivos.

METODOLOGIA : Se realizó un estudio de tipo descriptivo, a través del cual se hicieron sondeos, acerca de las necesidades e intereses tanto de los profesores y alumnos de los establecimientos de educación formal y no formal, como de los empleados y personal auxiliar de los servicios de alimentos a nivel institucional.

CONCLUSIONES : De la 7 conclusiones se destacan :

- La excelencia y la calidad de un servicio de alimentos, no son obra de improvisación, pero si de un proceso de estudio y actualización por parte de los administradores que tienen bajo su responsabilidad la dirección y buena marcha del establecimiento a su cargo, en el mercado competitivo.
- El libro servirá de apoyo a los administradores tanto en la organización de los talleres de capacitación y aprendizaje para el personal que labora en el área de alimentos, como de ayuda para corregir fallas, ampliar conocimientos técnicos, mejorar la eficiencia del servicio, lo cual redundará en beneficio de la propia institución.

RECOMENDACIONES : De las 4 recomendaciones se destacan :

- Promover cursos para el profesorado de nutrición y técnicas culinarias para orientarlos en la utilización óptima del texto.
- Impartir la formación técnica, dentro de un proceso de educación integral, que tome en cuenta la dimensión personal y humana del alumno y del cliente.

BIBLIOGRAFIA : El trabajo hace referencia a 33 textos bibliográficos de temas relacionados con : guía de cocina, nutrición, salud, pedagogía, Alimentación.

ANEXOS : El trabajo de grado no cuenta con ningún anexo.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 059

TITULO: REVISION DE LITERATURA Y CONSIDERACIONES SOBRE LAS PRINCIPALES OBRAS ACERCA DEL TEMA DE CALIDAD TOTAL.

AUTOR: GARAY, OROZCO; María Carolina.
GOMEZ, BRUNASSO; María Esperanza.

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Bogotá 1993, P.P.314, no presenta pie de paginas.

PALABRAS CLAVES: CALIDAD TOTAL, PROCESO DE CALIDAD, CIRCULOS DE CALIDAD.

DESCRIPCIÓN: Con el presente trabajo se espera proporcionar un instrumento que permita determinar cual o cuales son los libros o documentos disponibles en español más relevantes sobre calidad total, así se podrá planear su consulta de una manera mucho más expedita de lo que significa tener que revisar cada uno detalladamente; segundo realizar una constatación inicial entre los autores más reconocidos y aprovechar la revisión literaria, necesaria en todos aquellos casos en los cuales se vayan a realizar los trabajos aplicados al medio Colombiano.

METODOLOGIA: Es una Investigación Documental.

FUENTES: No presenta Fuentes.

CONTENIDO: Este trabajo esta conformado de la siguiente manera:

INTRODUCCIÓN

La teoría denominada Calidad Total, en el medio empresarial durante los últimos años en Colombia. Se registran casos de empresas que han asumido con seriedad el proceso de implantarlo, no se puede afirmar lo mismo de la mayoría de las empresas, por cuanto se ha utilizado más como una estrategia de venta que no como una filosofía de desarrollo empresarial.

Esto explica en parte por el poco tiempo que los ejecutivos pueden dedicar a la lectura y el estudio a profundidad de temas tan importantes como el que aquí se trata. También se podría decir que existe trabajos desarrollados específicamente para el medio Colombiano partiendo de los enfoques y conocimientos internacionalmente admitidos sobre calidad total.

CAPITULO I: RESUMENES ANALITICOS

Este numeral se trabajo en dos partes. La primera incluye una breve síntesis sobre los aspectos metodológicos mas relevantes que inspiraron el desarrollo de este trabajo. En la segunda se presentan los resúmenes.

Tema 1: Metodología

Se utilizo una investigación documental. Se define como un proceso de recolección de información sobre un tema específico, y establecer que aspectos se han dado a conocer y sobre que bases estimando el grado de desarrollo del tema, dando origen a la formulación de nuevas alternativas de orden económico, científico, social e industrial.

El proceso de investigación documental se realiza en cuatro etapas:

Formulación: se expone el problema formalmente de un tema ya tratado.

Definición: precisa los aspectos específicos del problema que se va a tratar.

Delimitación: determina desde donde parte y hasta donde puede llegar el estudio.

Indagación o Búsqueda de la Información Existente: se lleva a cabo la recolección de la información proviniendo de fuentes confiables; estas fuentes pueden ser primarias como: libros, artículos, revistas tesis y videos. O pueden ser secundarias las cuales son elaboradas por otras personas.

Ordenación: se hace una disposición metódica de la información encontrada y ya compilada en las fichas bibliográficas y en resúmenes analíticos.

Tema 2: comparación o Análisis y Formulación de Nuevas Alternativas de Solución al Problema Planteado

Se basa en la confrontación de los aspectos que hace mención cada trabajo observando las facetas de contacto y oposición que haya para establecer un punto específico.

Tema 3: Procedimiento

Se realizo la delimitación y formulación del problema.

Se visitaron la bibliotecas y centros de documentación de las siguientes instituciones:

Biblioteca Luis Angel Arango.
Pontifica Universidad Javeriana.
Biblioteca Nacional de Colombia.
CESA
Universidad EAFIT
ANFI (Asociación de Instituciones financieras)
Universidad EAN
Corporación Calidad.

ICONTEC
Fundación Universitaria La Sabana

Se elaboro un inventario general de las publicaciones disponibles sobre el tema de calidad total.
Se llevo a cabo la selección del material.
Se elaboraron los resúmenes analíticos.
Se elaboro un cuadro de autores más respectivos, donde se presentan los conceptos de calidad total.

Tema 4: Textos de los Resúmenes Analíticos

A continuación se incluyen los resúmenes analíticos de algunas publicaciones que se escogieron, como las más representativas del tema de calidad total dentro de las que fueron encontradas en los diferentes centros de documentación.

No	AUTOR	TITULO	AÑO
1	BERRY, THOMAS H.	COMO GERENCIAR LA TRANSFORMACIÓN HACIA LA CALIDAD TOTAL.	1992
2	MANRIQUE RUIZ, FANCISCO	LA CALIDAD TOTAL EN LA EDUCACIÓN.	1992
3	ROCHA, R. MARCO FIDEL	APLICACIÓN DE LA CALIDAD TOTAL EN LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL.	1992
4	ASOCIACION ANTIOQUEÑA DE GASTION	ORIGEN Y DESARROLLO DE LOS PROCESOS DE CALIDAD TOTAL EN COLOMBIA.	1991
5	ASOCIACION ANTIOQUEÑA DE GASTION DE PRODUCTIVIDAD Y DE LA CALIDAD TOTAL	SEPTIMO CONGRESO NACIONAL DE CIRCULOS DE CALIDAD	1991
6	ASOCIACION TOLIMENSE DE CIRCULOS DE CALIDAD	V FORO REGIONAL PARTICIPATIVA DE LA CALIDAD TOTAL.	1991
7	CIDESCO	LA CALIDAD TOTAL EN LA UNIEVRSIDAD	1991
8	ENCUENTRO DE EXPERIENCIAS COLOMBIA Y VENEZUELA	GASTION DE CALIDAD TOTAL Y PRODUCTIVIDAD	1991
9	ESCUELA DE ADMINISTRACION COOPERATIVA: ESACOOOP	CALIDAD TOTAL EN EL COOPERATIVISMO	1991
10	GARCIA DIAZ, GABRIEL	DESARROLLO DE HABILIDADES ADMINISTRATIVAS EN PROCESOS DE CALIDAD TOTAL	1991
11	INSTITUTO COLOMBIANO DE ADMINISTRACIÓN	CALIDAD TOTAL	1991
12	LOCK, DENNIS; SMITH, DAVID J	COMO GERENCIAR LA CALIDAD TOTAL	1991
13	MARIÑO NAVARRETE, HERNANDO	GARENCA DE LA CALIDAD TOTAL	1991
14	POZO PINO, AUGUSTO	COMO IMPLEMENTAR LA CALIDAD TOTAL	1991
15	POZO PINO, AUGUSTO	GASTION AMBIENTAL Y CALIDAD TOTAL	1991
16	SERIEYX, HARVE	EL DESPRECIO CERO. HACIA LA CALIDAD	1991
17	SIDETUR	PROCESO DE MEJORAMIENTO DE CALIDAD	1991
18	VARIOS	PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD TOTAL:	1991

19	ZIONS BERNARD; SANTOS, G. REYNALDO	FILOSOFIA EMPRESARIAL PARA EL CAMBIO	1991
20	CASTILLO, CARLOS	EL PROCESO GERENCIAL PARA LA CALIDAD TOTAL	1990
21	INTITUTO COLOMBIANO DE ADMINISTRACION	CALIDAD DE GASTION: EL ENFOQUE DE CALIDAD TOTAL	1990
22	MIYAAUCHI, IHIRO	CALIDAD TOTAL	1990
23	SABBAGH, CARLOS	ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD HACIA EL CAMBIO"LA CULTURA DE LA CALIDAD"	1990
24	BENILLON, A. CERUTI, O.	IMPLANTAR Y GESTIONAR LA CALIDAD TOTAL	1989
25	COWAY, WILLIAM	CALIDAD TOTAL: UN NUEVO SISTEMA DE GERENCIAR	1988
26	SANDHOIM, L.	CONTROL TOTAL DE LA CALIDADEN LA EMPRESA: "UN REQUISISTO PARA EL ÉXITO"	1986
27	KAORU, ISHIKAWA	¿QUE ES CONTROL TOTAL DE LA CALIDAD? EL MODELO JAPONES.	1985
28	THOMAS, J PETERS Y ROBERT H. WATERMAN J	EN BUSCA DE LA EXCELENCIA	1984
29	THONPSON, PHILLIP C.	CIRCULOS DE CALIDAD	1984

CAPITULO II: ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LAS DIFERENTE OBRAS ESTUDIADAS

El pequeño y gran empresario podrá escoger entre las diferentes concepciones presentadas las que más se acopie a su empresa teniendo en cuenta no solo su tamaño si no también sus filosofía, permitiéndole compilar algunas de ellas para presentar y aplicar una nueva y más completa versión sobre la Calidad Total.

El ámbito empresarial colombiano esta cuestionado sobre la aplicabilidad de procesos traídos del extranjero a sus organizaciones. Ya que el potencial humano, los recursos, las legislaciones presentan variaciones entre las naciones impidiendo las metodologías administrativas.

El perfil colombiano demuestra estar preparado para un cambio importante en la participación en el mercado mundial, el cual se debe ceñir a las características de sus organización y también estar a la vanguardia de la calidad total.

Los cambios rápidos en la sociedad actual, el la tecnología y en la economía, representan una amenaza mayor para aquellas empresas que quieren ignorar el concepto de calidad total y a su vez una oportunidad excelente para aquellas que deseen la innovación para su empresa.

La innovación es una herramienta especifica de los empresarios en busca de la calidad total; el medio con el cual explorar el cambio como una oportunidad para una empresa diferente y más eficiente.

La calidad total se presenta como una escuela administrativa en la cual se puede aprender y practicar, los empresarios innovadores deben investigar constantemente las fuentes que permitan apuntar hacia la implantación de la calidad total en sus entidad, se debe optar por los cambios y los

síntomas de oportunidades para hacer su estructura organizacional una pirámide exitosa, conociendo y aplicando los principios fundamentales en los que se apoya el concepto de la calidad total.

Tema 1: Conceptos de la Calidad Total

En este aspecto las teorías expuestas se pueden dividir en tres subgrupos, de acuerdo a las similitudes que presentan.

El primer subgrupo se encuentra Berry, Mariño, Zions y Santos; el congreso de experiencias ColomboVenezolanas, y Rocha, son autores que centran su teoría de calidad total en la satisfacción de las necesidades de sus clientes internos y externos, mediante la producción de bienes y servicios.

Dentro del segundo subgrupo está Ishikawa, Castillo; ESACCOOP, Bernillon y Cerrutti, y Dennis Mith. Estos autores toman en cuenta, en sus teorías, la importancia de los costos y el aumento de la productividad mediante la excelencia.

Los autores que componen el tercer grupo son Serieyx, Sidetur, Asociación Antioqueño de Gestión de Productividad y Calidad Total, Instituto Colombiano de Administración y Cidesco. Sus teorías coinciden en la utilización y el manejo del mejoramiento continuo y la creación de estrategias para la supervivencia.

Tema 2: Proceso de Calidad Total

Al igual que el grupo en el concepto de calidad total, el grupo de autores fue subdividido en tres.

Primer Grupo: Thomas Berry, Herando Mariño, Zions y Santos, Herve Serieyx, Sidetur, Bernillo y Cerrutti. Los autores coinciden en el primer paso del proceso de calidad total, ya que todos muestran la necesidad de involucrar y comprometer a la alta gerencia. En el segundo paso le da importancia a la conformación de un grupo para la calidad total. En el tercer paso coinciden en la selección de una unidad o dependencia piloto para la implantación del proceso. El cuarto paso consiste en la expansión del programa por toda la organización y el quinto en la implementación formal del proceso.

Segundo Subgrupo: Encuentro de experiencias Colombianas y Venezuela, Escuela de Administración Cooperativa, Asociación Antioqueña de Gestión de Productividad y calidad total e Instituto Colombiana de Administración. Se resalta la necesidad de implantación de estrategias que comprometen a todos y cada uno de los empleados con miras a la obtención de cero defectos.

Tercer Subgrupo: Carlos Castillo, Dennis Lock, David Smith, Ishikawa. La importancia de estos cuatro autores radica en la definición de objetivos que ayuden a la conformación de un equipo o unidad de calidad para que, a sus vez, establezcan normas que permitan alcanzar dichos objetivos a través de un centro minuciosos del proceso.

El primer y tercer subgrupos toman en cuenta la conformación de un equipo para la calidad, aunque en el primer caso, la conformación precisa el involucramiento de la alta gerencia.

Tema 3: Conceptos de Círculo de Calidad

Todos los autores manejan el concepto de círculos de calidad en igual forma, ya que los toma como grupos de empleados de la misma sección de trabajo, los cuales identifican y resuelven problemas.

Tema 4: Proceso de Funcionamiento de los Círculos

Los autores tratan el proceso fueron clasificados en dos subgrupos:

Primero: Berry, Mariño, Bernillon y Cerrutti y Thompson. Definen cuatro etapas: en la primera la identificación del problema, en le segundo el análisis, la tercera la solución y por ultimo el seguimiento.

Segundo: Iskawa, Dennis Lock, David Smith. Los tres autores proponen inicialmente una creación espontanea del grupo, seguidamente la identificación y posteriormente solución del problema.

Este subgrupo de gran importancia al tercer paso. Que para ellos es la presentación de la solución de la alta Gerencia, de quien depende que se trunque o continúe el proceso hacia la aplicación de la solución. Hasta aquí unas consideraciones preliminares sobre los textos a los cuales se hizo el resumen analítico.

CONCLUSIONES: De las 6 conclusiones se extraen las siguientes:

El empresario contemporáneo requiere un manejo diferente de lo existente. Igualmente exige una gerencia con objetivos, organizada, sistemática y que este consiente de que la razón de ser de su organización es la satisfacción de las necesidades razonables de sus clientes internos y externos, principio fundamental de la calidad total.

Es necesario continuar el estudio de los documentos y demás materiales que se estén produciendo sobre el tema, con el propósito de evaluarlo y posteriormente adaptarlo de manera racional a las circunstancias y requerimientos del país.

Urge desarrollar investigación y trabajos sobre el tema, que parte de la realidad local.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta por 28 autores, destacándose temas principalmente sobre la calidad total.

ANEXOS:

Anexo 1: Anteproyecto.

RAAS: *Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.*

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 060
TITULO:	ORGANIZACION DE LOS SERVICIOS GENERALES EN UNA EMPRESA COMERCIAL.	
AUTOR:	QUEMBA PIRACOBÁ, Marta Jackeline. TOVAR CALA, Melva.	
PUBLICACION:	Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de servicios de Bienestar, Bogotá, 1993, P.P 227. Anexos 35, pie de paginas no tiene.	

**PALABRAS
CLAVES:**

FINANZAS, PERSONAL, MERCADOTECNIA, SERVICIO, ASEO Y MANTENIMIENTO.

DESCRIPCION:

Diseñar e implementar la sección de servicios Generales en la Fábrica de condimentos "PRODUCTOS ALIMENTICIOS MILANES" incluyendo mensajería, mantenimiento de Maquinaria y Equipo, almacén, cafetería, vigilancia, transporte y adquisición y suministros, con el fin de mejorar el funcionamiento e impedir fugas de capital que afecten la estabilidad económica de la empresa.

FUENTES:

Las autoras no hacen referencia a pie de paginas.

CONTENIDO:

El trabajo esta conformado de la siguiente manera:

INTRODUCCION:

Al paso del tiempo y junto al desarrollo económico social y político que ha tenido nuestro país, se ha dado por consiguiente el crecimiento a nivel micro y macro de la empresas, compañías y fabricas que trabajen para ofrecer un producto determinado a un servicio en bien de la comunidad.

Ante este cuestionamiento los empresarios, gerentes y administradores responden con la creación y organización de departamentos, seccionales o grupos de trabajo, de acuerdo con el tamaño de la compañía, destinados exclusivamente al manejo profesional de todos los servicios que requiere una empresa para lograr un buen funcionamiento la satisfacción de las necesidades del cliente interno (empleados), proyectando hacia el cliente externo (clientes y Proveedores). Es importante destacar la labor del administrador de instituciones de Servicio de Bienestar en la parte directiva, de la organización y control de los servicios generales, puesto que es el elemento clave para el desarrollo de planes y programas que conllevan al adecuado funcionamiento de una área especializada en este aspecto y por ende al crecimiento de la empresa.

CAPITULO I: FABRICA DE CONDIMENTOS "PRODUCTOS ALIMENTICIOS MILANES"

Tema 1: Capital

La fabrica cuenta con un capital de \$100'000.000 distribuidos así:

Capital Inicial: \$75.000.000 representados en la planta fisica, maquinaria y equipo y muebles y enseres.

El capital de operaciones \$15.000.000

Capital de reserva \$10.000.000

Los Socios: Yudex Namen Habeych
Ricardo Namen Escruceria
Mónica Namen Escruceria

Tema 2: Reseña Histórica

La Fabrica de condimentos comenzó en el año de 1956 en el garaje de la residencia del señor Yudex Naman en el barrio Normandía, fabricaba pequeñas cantidades de condimentos utilizando para ello un molino domestico.

Luego sus hijos Ricardo y Mónica se asociaron con su padre por ello hicieron una inversión bastante considerable en la compra de la maquinaria industrial que requería la empresa y con lo que actualmente cuneta. Actualmente la empresa se encuentra registrada en la cámara de comercio con la razón social antes mencionada.

Tema 3: Productos que Ofrece

Comino molido
 Color
 Pimienta
 Canela
 Clavos
 Nuez moscada
 Laurel molido
 Tomillo
 Sazón completo
 Pimienta negra entre otros.

CAPITULO II: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Tema 1: sistemas de Organización

La estructura organizacional de la fabrica es de tipo lineal, puesto que es aquella en la que la autoridad y responsabilidad se transfiere integralmente por una sola lineal para cada persona o grupo.

Tema 2: Organigrama

El tipo de organigrama es vertical en el que el puesto subordinado esta presenta por cuadros a nivel inferior, ligados por líneas que representan la comunicación de responsabilidad y autoridad.

Tema 3: Niveles Jerárquicos

El organigrama presenta los siguientes niveles jerárquicos:

Directivo: corresponden las labores de dirección general, como la formulación de políticas y la adopción de planes y de programas a ejecutar.

Ejecutivo: comprende las funciones consistentes en la dirección, coordinación y control de las unidades y dependencias internas y se encarga de ejecutar las políticas, planes y programas. En este nivel se encuentran los jefes de: compras, ventas, producción, contabilidad y Servicios Generales.

Administrativo: implica las labores de ejercer las actividades de orden administrativo, tareas propias de niveles superiores y supervisión de pequeños grupos.

Operativo: su función consiste en las actividades manuales y de ejecución.

Tema 4: Cargos Existentes en la Empresa

Gerente General
 Secretaria
 Jefe de Compras
 Jefe de Ventas
 Jefe de Producción
 Jefe de Personal
 Jefe de Contabilidad
 Auxiliar Contable
 Vendedores
 Operarios
 Mensajero

Aseadora
Almacenista
Conductor.
Vigilante

Tema 5: Cantidad de Personal que posee la Empresa

La fabrica pose un total de 30 personas laborando actualmente en las diferentes áreas.

CAPITULO III: MISION

Lograr la completa satisfacción de los clientes, mediante una total calidad del producto y del servicio que ofrecen, utilizando la materia prima adecuada y manteniendo una fuerza de trabajo capacitada, adiestrada y entrenada para la obtención y mercadeo de los productos.

CAPITULO IV: OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Tema 1: Generales

Elaborar productos alimenticios especializados en la línea de los condimentos, mediante la adecuada utilización de maquinaria equipos e insumos y la correcta aplicación de las técnicas y formulas dispuestas para este fin, con el propósito de obtener elemento de excelente calidad, satisfacer las necesidades del segmento de la población hacia la cual va dirigido el mercado y lograr un margen de utilidad satisfactorio para la empresa.

Tema 2: Específicos

Ofrecer diversidad de productos perteneciente a la línea de condimentos.

Elaborar condimentos de alta calidad y con los requerimientos organolépticos propios de cada uno.

CAPITULO V: POLITICAS

Son políticas de la empresa:

Crecimiento: mantener el lo posible, maquinaria y equipos modernos y de acuerdo con los avances tecnológicos que se presenten. Los cargos de alta y mediana administración, deberán estar siempre actualizados con las nuevas teorías y cambios que se den en el capo de la dirección y gerencia, tanto de recursos humanos como los aspectos organizacionales y de control.

Finanzas: la materia prima para la elaboración de los productos deberá obtenerse de proveedores, cuya financiación sea por un tiempo mínimo de un mes.

Para la compra de materiales e insumos deberá hacerse como mínimo tres cotizaciones, cada un a de diferente proveedor.

Cuando los cliente paguen con cheque, se permitirá que sea dirigido por un tiempo máximo de 30 días a partir de la fecha en la que sea recibido por el vendedor.

Organización: Dar autonomía a los jefes de sección para la toma de decisiones de las contingencias que se presenten. Aunque la empresa este creciendo, mantener una departamentalización por funciones, con el propósito de que permanezca unificado el sistema de la organización y no haya fugas de responsabilidad.

Personal: no se recibirá personal para elaborar que sea menor de 18 años de edad. No se recibirá personal que tenga vínculos familiares con otros empleados de la empresa. Dar una bonificación a los vendedores cuando superen el presupuesto que se les ha asignado mensualmente. Proporcione a los empleados capacitación de acuerdo con sus puestos de trabajo y actualizarlos en los avances que vayan presentando.

- **Relaciones Publicas:** ofrecer un valor agregado al cliente numero uno de la empresa, que será determinado de acuerdo a una evaluación hacia el jefe de ventas teniendo en cuenta el volumen de compra que haya hecho, a través de un tiempo. Hacer un reconocimiento anual de los cliente, mediante la entrega de obsequios por parte de la empresa Hacer una evaluación semestral a los clientes con respecto a la calidad del producto y del servicio que ofrece la empresa.

Producto: seleccionar la metería prima de mas alta calidad para la elaboración de los productos. Hacer las ventas a los clientes teniendo en cuenta el tope mínimo de los despachos de productos establecidos por la gerencia general y el jefe de la sección.

Mercadotecnia: atender de la misma forma todos los clientes que posea la empresa. Ofrecer a los nuevos clientes mayores facilidades para la adquisición de los productos, en cuanto a las formas de pago y crédito. Establecer el precio de los productos en un termino promedio al de la competencia.

CAPITULO VI: SECCION DE SERVICIOS GENERALES

Tema 1: Fundamentos de los Servicios Generales

El fundamentos es la necesidad del hombre de vivir en comunidad.

El origen de los servicios generales es la vida de la comunidad del hombre, que a través del tiempo ha sufrido cambios y ha llevado un proceso de crecimiento de la siguiente manera: persona, familia, industria familias, guerra, industria empresarial, organización del estado.

Tema 2: Definición de Servicios Generales

Es el conjunto de bienes y servicios puestos en bien de una comunidad, para proporcionar la facilidad de funcionamiento y brindarle el bienestar personal y/o desarrollo empresarial.

Son aquellos elementos intangibles que puestos a disposición de otra persona proporcional una satisfacción.

Para proporcionar facilidad de funcionamiento y brindarle bienestar al personal y/o desarrollo empresarial. Porque todos Aquellos bienes tiene que estar encaminados ser utilizados para proporcionar un medio más fácil de funcionamiento empresarial y darle el rendimiento adecuado o esperado de estar bien, o sea, que los bienes que van a tener en la empresa pueden ser utilizados.

Tema 3: Ubicación de los Servicios Generales dentro de la Empresa

Toda empresa para que cumpla su fin necesita que tenga unos adecuados servicios generales. A mayor numero de personas trabajadora en una empresa mayor necesidades de servicios generales.

Servicios generales puede depender de la gerencia, relaciones industriales o como unidad de mando.

Los principales servicios generales: aseo y mantenimiento, cafetería, celaduria, vigilancia, transporte, servicios públicos, restaurantes, correspondencia.

Tema 4: Factores específicos de los Servicios Generales

A cada servicio general se le se debe dar: el nombre, Medio de vinculación a la empresa, lugar de trabajo, contrato específico, funciones de los trabajadores, recomendaciones específicas del servicio.

Tema 5: Relación Técnica y Funcional que tienen los servicios Generales con la Empresa

Los servicios generales son un punto de apoyo muy importante para el desarrollo del objeto social de la fabrica ya que ayudan indirectamente a la buena ejecución de las diferentes actividades necesarias para la elaboración de productos y la prestación de un excelente servicio.

Tema 6: Funcionamiento Actual de la Fabrica de "Condimentos Alimenticios Milanés" con Relación a los Servicios Generales.

De acuerdo a estudios previamente realizados y a observaciones directas hechas por las investigadoras se aprecia que aunque se esta desarrollando y comercializando los producto, existen fallas en cuanto a paros temporales en producción por daños en las maquinas, demoras en la entrega de pedidos, deterioro en la plata física, constantes problemas de humedad y otros. Lo anterior afecta la prestación del servicio notablemente lo cual se refleja en la disminución del volumen de ventas y la perdida de clientes.

CAPITULO VII: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El sistema de organización y de tipo de organigrama existente en la selección de servicios generales son de la misma forma que de la estructura general de la fabrica.

El organigrama de la sección presenta dos niveles jerárquicos:

Nivel Profesional: en este se encuentre el jefe de servicios Generales.

Nivel Operativo: en este se encuentra los empleados de los diferentes servicios.

CAPITULO VIII: OBJETIVOS DE LA SECCION

Manejar administrativamente los servicios de: mensajería y correspondencia, aseo y mantenimiento, mantenimiento de maquinaria y equipo, almacén, cafetería, vigilancia, transporte, adquisiciones y suministros y archivos mediante una correcta y eficiente planeación, organización ejecución y control de cada uno de ellos con el deposito de lograr los objetivos de la empresa.

CAPITULO IX: MENSAJERIA Y CORRESPONDENCIA

Es un grupo de personas y elementos a través de los cuales se logra la adecuada manipulación y manejo de los mensajes y correspondencia internos y externos de la empresa.

Tema 1 Propósito de la Correspondencia

Básicamente el propósito de la correspondencia comercial son: establecer la comunicación con las personas y entidades que interesen a la compañía y crear, mantener vivos e incrementar constantemente los negocios y el prestigio de la empresa.

Tema 2: Tipos de Correspondencia que se Maneja

Siendo la empresa una fabrica comercial se maneja la siguiente correspondencia:

Cartas Comerciales: entre ellas figuran: Cartas aclaratorias, Cartas de solicitud, Cartas de Solicitud, Cartas Informativas, Cartas de recomendación, Cartas de rectificación, Cartas de referencia, Cartas de nombramiento, Cartas de contabilidad, Cartas Abiertas, Castas de crédito, Programada, Memorando, Orden de compra, Facturas, Cotizaciones, Volantes, Recibos de Caja, otros documentos comerciales negociables y no negociables.

Tema 3: Funcionamiento del Servicio

El servicio de mensajería y correspondencia funciona con un mensajero empleado de tiempo completo. Este servicio se encarga de las siguientes labores:

Recibo y distribución de la Correspondencia

Reclamar y recibir la correspondencia clasificada que llega a la empresa.

Entregar la correspondencia en forma externa.

Por sección y dependencias.

Tema 4: Sistemas para el Manejo de Correspondencia

Por contrato con una empresa de servicios de correo y mensajería: este sistema consiste en que la compañía hace un contrato con una empresa de servicios de correo para que esta le reciba y distribuya toda la correspondencia con personal propio.

El pago de la empresa de correo y mensajería se puede hacer de dos formas: mediante una mensualidad fija o mediante el pago del porte por cada mensaje enviado.

La empresa de correos entrega un recibo por el valor del aporte: por compra de estampillas, por la cuenta corriente en la empresa de correos y telégrafos, por el arrendamiento de la maquinaria portadora.

El gerente general de la empresa con el jefe de servicios determinará el sistema de manejo de la correspondencia de manera que se ajuste y produzca mayores beneficios para la empresa.

CAPITULO X: ASEO Y MANTENIMIENTO

Es el grupo de personas y bienes a través de los cuales se presta el servicio de aseo y orden, limpieza, higiene conservación y reparación de las instalaciones locativas.

Tema 1 : Propósito del Servicio de Aseo y Mantenimiento

Propender o velar por la buena prestación, conservación y limpieza de las instalaciones locativas y muebles y encerados de la empresa.

Preocupación constante por satisfacer las necesidades de la empresa en la conservación y mantenimiento de las instalaciones.

Tema 2: Funcionamiento del Servicio

El servicio de aseo y mantenimiento funcionará con tres empleados de tiempo completo cuyas labores estarán destinadas específicamente a este trabajo.

Este servicio está encargado de las siguientes labores:

Crear y dirigir los programas de aseo y mantenimiento de la empresa.

Manejar el personal a cargo

Suministrar los elementos o materiales para el desarrollo de las funciones.

Hacer las labores de limpieza y aseo de oficinas planta y muebles.

Distribución de los insumos para lo cual se puede proceder de la siguiente forma:

Pedir oportunamente los suministros.

Velar por el almacenamiento de los suministros.

Elaborar el cuadro de distribución y control de los insumos.
Controlar la utilización y gastos de cada uno de los insumos.

Tema 3: Asignación de las Areas

La asignación de las áreas de trabajo para el servicio de aseo y mantenimiento en la fábrica, pueden hacerse de diversas formas teniendo en cuenta el tipo de labor que se quiera realizar. Dichas áreas son:

Comunitaria o General: es la que se asigna a todos los empleados se denomina área comunitaria.

Fija o Determinada: es la que se asigna en forma concreta e independiente a cada persona.

De Apoyo: es aquella en la que por periodos de tiempo determinados los operarios realizan una actividad en conjunto.

Específica o Seleccionada: es la que contiene una labor física para la cual se asigna una persona específica determinando una responsabilidad.

Tema 4: Apoyos Administrativos para el Servicio de Aseo y Mantenimiento

De acuerdo con las disposiciones legales, la dirección de la empresa debe brindar el siguiente apoyo al personal de aseo y mantenimiento:

Se debe proporcionar el equipo, herramientas y vestuario necesarios para cumplir su función.

El material recibido por la empresa es propiedad de la empresa a excepción del vestuario el cual se debe entregar con recibo.

Los elementos entregados quedan a cargo de la persona que los recibió.

Asignar un lugar adecuado para el almacenamiento de equipo, insumos o materiales entregados al personal.

Tema 5: Dotación del Personal

La fábrica deberá suministrar al personal cada cuatro meses en forma gratuita, un par de zapatos y un vestido de labor al trabajador cuya remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo más alto.

El trabajador queda obligado a destinar a su uso en las labores contratadas el calzado y vestido que le suministre la fábrica y en caso de que no lo hiciera así este quedará eximido de la dotación en el periodo siguiente.

El personal no deberá hacer modificaciones al uniforme que se le asigne.

Tema 6: Limpieza

La plata física de la fabrica tanto en el área de producción como sus oficinas, está compuesta por diversos materiales de construcción entre ellos: pisos de madera, suelos, plastificados, pinturas, vinilos, tapizados, alfombras etc.

Es importante que la fusión de mantenimiento se haga no solamente en las áreas comunes, pisos, paredes, baños etc. Sino además tener en cuenta todos esos pequeños elementos nombrados anteriormente, que hacen el ambiente más agradable y acogedor.

Antes de limpiar un objeto es conveniente:

Determinar la naturaleza del elemento a limpiar.

Determinar la clase de suciedad que debe eliminarse.

Buscar el procedimiento más adecuado para efectuar la limpieza.

CAPITULO XI: MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Mantenimiento es la actividad humana de conservar la calidad del servicio que prestan las maquinas, instalaciones y edificios en condiciones seguras, eficientes y económicas.

Mantenimiento de maquinaria y equipo es el grupo de personas y bienes que se encargan de todas las actividades relacionadas con el planeamiento, ejecución y control de los procedimientos de cuidado de la maquinaria y equipo de que dispone la empresa.

Es importante tener en cuenta que el servicio es el que mantiene y las maquinas las que arreglan.

Tema 1: Propósito del Servicio de Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Conservar en condiciones seguras, eficiente y económicas la calidad del servicio que presta la maquinaria equipo de la compañía

Tema 2: Maquinaria que Compone la Empresa

De Producción: es el conjunto de organismos humanos y físicos, cada uno de ellos con una función específica y coordinada con las demás, teniendo el mismo objetivo, el de producir algo satisfactorio humano.

De Mantenimiento: es notorio que todos los elementos están sujetos al deterioro de sus características físicas y la maquinaria de producción no es la excepción. Por lo tanto si se desea que esta siga proporcionando el servicio para el cual fue creada, es indispensable darle cierta atención a sus necesidades, hacer en ella una serie de trabajos, tales como: inspección, pruebas, lubricaciones, reparaciones, limpieza, etc. Esta labores estarán a cargo de la maquinaria de mantenimiento, la cual estará formada también por un conjunto de organismos humanos y materiales interrelacionados y cuyo objeto principal es lograr que la maquinaria de producción, de los rendimientos previstos dentro de los costos calculados.

De Administración: la maquinaria de administración esta conformada por un núcleo de individuos generalmente de nivel superior en inteligencia, cultura y moral, que auxiliados por mecanismos muy elevados diseñan y estructuran las maquinarias de producción y

mantenimiento y posteriormente dirigen y controlan la actuación de estas, por lo común a través de la maquinaria de mantenimiento.

Tema 3: Personal de Mantenimiento

El personal que compone la maquinaria de mantenimiento debe ser calificado en preparación intelectual para disponer de una manera lógica, así como tener la habilidad manual necesaria, de acuerdo a los equipos que va a mantener. Su entrenamiento debe basarse en métodos teóricos, utilizando equipos adecuados para la enseñanza preferiblemente de los que no están en servicio, enfocando los programas hacia el objetivo de que el personal obtenga un conocimiento técnico profundo del diseño, función, operación y mantenimiento de los aparatos que debe cuidar.

Tema 4 : Costo total de los Servicios de Mantenimiento

Existe un costo total del servicio, el es el resultado de:

Costo Inicial del equipo considerando su depreciación.
 Costo del mantenimiento considerando su crecimiento
 Costo de las fallas del servicio

Existe un periodo en el cual el costo total del servicio es mínimo, por el que si es posible, debe ser cambiada la maquina al comenzar a rebasar dicho periodo, pero teniendo el cuidado de garantizar el servicio en primer lugar y considerando los nuevos gastos de montaje o instalación del equipo para fines del costo total.

Tema 5: Fuentes de Falla en una Maquina

Las fallas que se originan en un equipo o maquina son ocasionadas por las siguientes fuentes:

La maquinaria o equipo mismo.
 El ambiente circundante.
 El personal que en el intervine (por mantenimiento cooperación o ampliaciones).

La maquinaria o equipo es una fuente importante de fallas, dependiendo de las propiedades eléctricas, mecánicas y electrónicas de sus partes, la calidad de los materiales empleados en ella, la forma del diseño y la calidad de su instalación en el lugar a donde va a prestar el servicio.

Otro tipo de personal que interviene en el equipo o máquinas es el de Operación, o sea, aquel que la maneja. Las fallas producidas por el personal de operación se dan generalmente porque existen ignorancia en ellos en cuanto a la forma de manejar el equipo.

Tema 6: tipos de Mantenimientos

Existen tipos de mantenimientos:

Preventivo: es la actividad humana desarrollada en la maquinas, instalaciones o edificios, con el fin de asegurar que la calidad del servicio que estos proporcionan permanezcan dentro de los limites propuestos. Este mantenimiento puede ser ligero y a fondo. Este tipo de mantenimiento se hace por medio de Visita, Inspecciones, pruebas, rutinas y reconstrucciones.

Periódico: la prioridad en el suministro del servicio que proporciona una maquinaria o un conjunto operativo, es tan grande ciertas empresas que es necesario reducir al mínimo presencia de fallas imprevistas.

Mantenimiento progresivo: el objetivo de este tipo de mantenimiento es el de realizar trabajos al equipo en forma racional o progresivo bajo un programa que aproveche el tiempo en que este no esta prestando servicio, ya que generalmente los tiempos ociosos no son tan grandes que permutan desarrollar todas las labores necesarias de una sola vez.

Mantenimiento Técnico: en este se efectúan algunos trabajos periódicos al equipo bajo calendario después de ciertas horas de funcionamiento, pero en forma progresiva, ya que aprovechan tiempos ociosos para que de acuerdo con la propiedad establecida, se realice los cambios de piezas lubricadas etc.

Mantenimiento Analítico: no se interviene el equipo periódicamente , sino hasta el momento en el que el análisis indique la necesidad de efectuar labores de mantenimiento para prevenir fallas que reduzcan la calidad del servicio.

Mantenimiento Sintomático: las labores enfocadas al arreglo de fallas detectada por medio del estudio de los síntomas observados en el funcionamiento de un equipo.

Mantenimiento continuo: son labores ejecutadas en forma frecuente y estables al equipo siendo estas o no necesarias, se basa en el concepto de que mientras mejor atienda este la maquina su funcionamiento será optimo.

- **Mantenimiento mixto:** es la aplicación de las labores correctivas y preventivas de cualquier tipo, ejecutadas al mismo tiempo.

Correctivo: es la actividad humana desarrollada en maquinas instalaciones o edificios, cuando a consecuencia de una falla han dejado de prestar la calidad del servicio para la que fueron diseñadas.

Tema 7: Funcionamiento del Servicio

El servicio de mantenimiento de maquina y equipo funcionará con un empleado de tiempo completo.

El servicio se encargara de:

Mantener en buen estado la conservación de todas las maquinas y el equipo conque cuenta la empresa.

Atender inmediatamente cualquier solicitud de reparación de maquinaria.
Hacer mantenimiento preventivo para toda la maquinaria y equipo, teniendo en cuenta la prioridad y la técnica mas adecuada a las necesidades de la empresa.

CAPITULO XII: ALMACEN

Es el grupo de personas, elementos y bienes puestos a disposición de la empresa para el acopio manejo y custodia de los insumos y artículos utilizados para la elaboración de productos terminados, siendo este el objeto de la empresa.

Tema 1: Manejo del Almacén

Acopiar ordinariamente todos los insumos necesarios para el procesos de producción.
Llevar un control pormenorizado de los diferentes insumos que se almacenan, fijando stocks.

Tema 2: funcionamiento del Servicio

El servicio del almacén funcionará con un empleado de tiempo completo. Este servicio estará encargado de:

Almacenaje de todos los insumos y materias primas.
Controlar la existencia nimias y máximas para cada insumo.

Tema 3: Formas de Almacenaje

Los insumos y materias primas que lleguen al almacén se depositan en estantes, y se organizan de acuerdo al tipo de artículos y el grado de vulnerabilidad del mismo.
Antes de emprender la construcción de una nomenclatura es necesario investigar por que medios se debe seleccionar el material de una manera lógica. Esta selección constituye el elemento de todas las organizaciones.

Tema 4: Nomenclatura de Almacén

Conviene tener un documento de forma condensada que reúna un pequeño volumen y sólidamente ensamblado, la lista de los artículos en existencia
Clases de Existencia: no existe una sola clase de nomenclatura para todos los grupos de materiales, insumos y materia prima ya que cada uno de ellos responde a condiciones particulares que requieren una identificación especial para cada una de ellas. Básicamente se tienen cinco clases de existencias:
Existencia Normal (símbolo N): esta constituido por artículos de cierto uso constante, cuyo aprovisionamiento esta asegurado regularmente en una forma cíclica.
Existencias en Tránsito (T.G): consiste en almacenar provisionalmente el material, es decir en forma temporal.
Existencia de Seguridad (S): consiste en tener apropiados artículos o elementos para atender eventualidades.

Excedentes de existencias o surplus (+): este tipo de existencia se agrupan los artículos descalificados de la existencia normal.

Existencia material recuperado (Y): este tipo de existencia está comprendida por el material usado que todavía es utilizable.

Designación de artículos: la introducción de un artículo en la nomenclatura cualquiera que sea su subdivisión, necesita un examen preciso de su naturaleza y denominación.

El Material que lo constituye: asignar exactamente el término que corresponde al material del cual está hecho al producto o elemento al cual se hace referencia.

Dimensiones: es conveniente adoptar un sistema para especificar las dimensiones del elemento en referencia.

El Uso: es cada vez más necesario, se debe precisar el empleo de destino de la pieza a el conjunto a que se refiere.

La referencia: colocar el número del plano o de la identificación, si se trata de una pieza especial fabricada por o para la empresa.

Unidad de cuenta: determinar la unidad específica. Por ejemplo> la pieza, el kilogramo, el litro, el centenar etc.

El o los servicios utilizadores: indicar las secciones o áreas que utiliza el elemento almacenado.

Numeración de los artículos Clasificados en Tránsito (T.G): este tipo de artículos requiere una numeración especial que pueda darse de diferentes formas. En todos los casos el número de estante llevara (T.G).

Tema 5: Recepción de las Mercancías

Es una función que consiste en tomar posesión y aceptar los suministros reconocidos en todos los aspectos como conforme al período, o en caso contrario devolverlos, los suministros son los materiales o prestación del servicio.

El concepto de recepción está compuesto de dos partes:

Recepción cuantitativa que controla la naturaleza y la cantidad del pedido.

Recepción cualitativa que controla la calidad en función de las especificaciones de pedido.

Tema 6: Recepción Cuantitativa no Conforme

El receptor cuantitativo no debe entrar en contacto con el proveedor, dejando esta función al comprador. La recepción de un producto que viene en un empaque sellado, puede dar lugar, a observaciones después de la apertura del mismo. La diferencia observadas deben ponerse en conocimiento del comprador.

Tema 7: Recepción de las Mercancías Aportadas por un Tercer Transportador

Es importante tener presente que las legislaciones en vigor hacen responsable al transportador de las mercancías transportadas por cuenta de otros. Por lo tanto en caso de diferencias o averías es conveniente tomar todas las reservas necesarias frente al transportador.

Tema 8: Situación Jerárquica del Receptor Cuantitativo

En empresas grandes, en que la recepción cuantitativa es muy importante en volumen la situación jerárquica puede ser objeto de una organización a parte.

En la fábrica la recepción cuantitativa es llevada por el almacenista y la recepción cualitativa la realiza la sección de contabilidad.

Tema 9: La Entrada en Almacén

Una vez la mercancía llega al almacén, se realiza por parte del almacenista su recuento, luego se coloca en los estantes respectivos y las cantidades se anotan en las fichas de estantes como entrada. Paralelamente después del visado del almacenista la recepción se anota en entradas sobre la ficha de existencia y se saca el nuevo saldo.

Tema 10: Salida de Almacén

En las empresas medianas o pequeñas la salida de almacén se hacen cuando las partes interesadas se presentan en este y se les hace la entrega, por medio de un vale de salida que se elabora en original y dos copias. El original queda en el almacén la primera copia pasa a contabilidad y la segunda se conserva por el demandante, siendo este quien diligencia el documento.

Tema 11: Anotación y Planillado de los Pedidos

Es un sistema de control de las demandas de artículos de cada día. Este control se utiliza especialmente en empresas donde hay gran volumen de pedidos.

El planillado en el momento de consultarse proporciona varios tipos de información como las demandas en curso de ejecución, el tiempo a contar desde su puesta en distribución y control de las fechas.

CAPITULO XIII: CAFETERIA

Es el grupo de personas y bienes encargados del suministro de bebidas y comestibles menores para la atención gratuita a los empleados.

Tema 1: Propósito de la Cafetería

Suministrar a horas determinadas o cuando las personas lo soliciten, el servicio de tinto, agua aromática, gaseosas y/o comestibles menores.

Proporcionar un valor agregado tanto a clientes internos como externos con el fin de mejorar progresivamente el servicio a los mismos, obteniendo mejores resultados.

Tema 2: Funcionamiento del Servicio

Este servicio funciona con un empleado. Este servicio estará encargado de la prestación, según sea el caso de las bebidas y comestibles. Además el personal de dichos alimentos, del ofrecimiento oportuno a las personas del mantenimiento de la vajilla y el menaje y el excelente servicio de estos.

Tema 3: Sistemas de Distribución

Existen diferentes sistemas de distribución de los cuales la fábrica podrá escoger el más apropiado de acuerdo a sus necesidades:

Por un punto de distribución: el sistema consiste en que los empleados van a recibir las bebidas y/o comestibles en un sitio determinado.

Por suministro de dependencias: consiste en el envío de las bebidas o alimentos de cafetería a las diferentes dependencias, dándole al personal que labora en ese lugar hace su autoservicio.

Por sistema de repartición: este sistema consiste en que la persona encargada de la cafetería va a cada una de las dependencias llevando las diferentes bebidas y/o comestibles y haciendo directamente el servicio a los empleados. Este sistema se puede prestar de dos formas permanente o libre, a la hora determinada.

Tema 4: Cantidades a Ofrecer

Las cantidades a ofrecer deben estar plenamente establecidas por el jefe de servicios generales, de acuerdo con el presupuesto fijado y las normas de etiqueta establecidas para dicho servicio.

Tema 5: Medios de Abastecimiento

Los alimentos y bebidas que se requieran para el servicio de cafetería de la empresa serán suministrados directamente a la compañía por los proveedores que se han seleccionado de acuerdo con un contrato establecido con anterioridad en el que se fijan las características propias de cada artículo solicitado.

CAPITULO XIV: VIGILANCIA

Es el grupo de personas y bienes que se encuentran a disposición de toda la comunidad de la empresa, para el logro de la seguridad de personas, bienes e instalaciones.

Tema 1: Propósito del Servicio de la Vigilancia

Velar, salvaguardar, proteger, prevenir cuidar y prestar seguridad a los bienes, personas y/o instalaciones puestas bajo su responsabilidad.

Tema 2: Funcionamiento del Servicio

El servicio funcionara con dos empleados, que cumplen turnos de doce horas de 7 a.m. a 7 p.m. y de 7 p.m. a 7 a.m., siendo estos rotativos.

Temas 3: Contratación del Servicios de la Vigilancia

La empresa seleccionará el sistema de contratación más adecuado de acuerdo con sus necesidades. Existen varios sistemas de contratación:

Directa: consiste que la empresa contrata directamente el personal de vigilancia asignándole el cargo y las funciones que cada uno debe cumplir.

Por Intermedio del Contrato Comercial: la empresa realizara un contrato con una entidad que preste el servicio de vigilancia.

Por contrato con la Policía Nacional: este contrato se realizara entre la empresa y la policía no es muy usual en empresas comerciales.

Tema 4: Responsabilidades del Empleo de las Armas:

Las armas entregadas a los vigilantes solamente pueden ser utilizadas dentro del área o sitio que figura en el contrato de trabajo. Si el vigilante emplea el arma fuera del sitio de trabajo asume la responsabilidad de los daños causados, pero si se utiliza en el cumplimiento de sus funciones la responsabilidad la asume la empresa.

Tema 5: Selección de una Empresa de Vigilancia

Se debe tener en cuenta:

Que tenga licencia de funcionamiento.

Que porte el uniforme y las armas que le han sido autorizadas.

Que acredite eficiente servicio (esto puede saberse verificando referencias).

Que puedan demostrar una amplia trayectoria en su funcionamiento.

Que el personal presente la documentación que exige la ley.

Tema 6: responsabilidad de la Empresa

Cuando el servicio de vigilancia esta a cargo directamente de la empresa, es ella misma la que asume la responsabilidad civil que consiste en la preparación del daño causado. La responsabilidad penal la asume el vigilante.

Cuando la vigilancia es ofrecida por una empresa que presta este servicio, la responsabilidad tanto penal la asume dicha entidad.

Tema 7: Suministro de Armamento

Puede presentarse las siguientes circunstancias:

El armamento es de la empresa.

Las armas son compradas y pertenecen a la empresa y solo se utilizan dentro de los predios de la empresa.

El armamento es de la empresa de vigilancia.

El armamento es del vigilante.

CAPITULO XV: TRANSPORTE

Es el grupo de personas y bienes encargados del manejo de los vehículos, puestos a disposición de la empresa para el transporte de mercancías o productos, así como el manteniendo y presupuestos de los mismos.

Tema 1: Propósitos del Servicio de Transporte

Satisfacer las necesidades propias en cuanto se refiere a movilidad y desplazamiento de los productos que labora la empresa.

Tema 2: Funcionamiento del Servicio

El servicio de transporte funcionará con dos empleados. Esta área esta encargada del transporte de los productos terminados a cada uno de los clientes que pose la empresa.

Tema 3: Documentación del Conductor

Los requisitos para el cargo de conductor son los siguientes:

Pase, certificación de los cursos que lo acreditan como conductor – mecánico, documentos de identificación.

Tema 4: Responsabilidad de la Empresa con Respecto a los Vehículos

La empresa es responsable con respecto a los vehículos, de los siguientes aspectos:

Documentación total del vehículo.

Mantenimiento preventivo y correctivo del vehículo.

Seguridad del vehículo

Seguro de accidentes.

Pago de impuestos del Vehículo.

Tema 5: Entrega del Vehículo al Conductor

Una vez entrada la persona que va a conducir el vehículo de la empresa, se le debe hacer la entrega de este mediante un acta en la cual quedan registrados los siguientes aspectos:

Características del vehículo.

Estado del mantenimiento.

Estado de conservación.

Especificaciones de los accesorios y piesa menores.

Especificaciones de herramienta y equipo de carretera.

Tema 6: responsabilidad del Conductor con Respecto al Vehículo

El conductor tiene responsabilidad civil y penal de la conducción, mantenimiento, seguridad y buen funcionamiento del vehículo.

Tema 6: Manejo Administrativo Del Vehículo.

Es importante tener en cuenta para la administración, que el vehículo tiene tres costos específicos:

De rodamiento, De mantenimiento, De impuestos y seguros.

CAPITULO XVI: ADQUISICIONES Y SUMINISTROS

Es el grupo de personas y bienes encargados de las compras y distribución en la empresa de los productos y elementos que requieren cada uno de los servicios generales.

Tema 1: Propósito del Servicio de Adquisiciones y Suministros

Proveer a la sección de servicios generales de todos los elementos que se requieran para el buen funcionamiento, teniendo en cuenta solicitar varias cotizaciones a diferentes proveedores con el propósito de seleccionar el que ofrezca mayor calidad a menor precio. Proveer de todos los elementos y útiles de oficina a las diferentes secciones de la empresa.

Tema 2: Funcionamiento del Servicio

El servicio funciona con un empleado, y se encarga de:

Comprar todos los artículos necesarios.
 Hacer las adquisiciones de los productos oportunamente.
 Velar por la buena calidad de los artículos.
 Buscar la inversión en un punto clave para la obtención de buenas utilidades.

Tema 3: Tipos de elementos que Compran y Almacenan

De Oficina:

Papelearía
 Útiles de oficina (ganchos, legajadores, lápices etc.).
 Elementos de oficina (cosedora, saca-ganchos etc.).

De aseo y mantenimiento:

De aseo.
 De mantenimiento (Brochas, pinturas, siliconas etc.)
 Maquinaria y equipo (Grasas aceites)
 De cafetería
 De vigilancia.

Tema 4: Estándares para las Compras

Para las compras de los artículos, debe haberse establecido previamente los estándares de peso, tamaño, consistencia y calidad de cada uno de ellos.

El estándar es la regla que debe guiar a toda empresa en cuanto a presentación, peso empaque, color y demás características que sean para que un artículo obtenido del mercado proporcione el nivel de calidad deseado.

Tema 5: Estudio del Mercado

Se debe realizar un estudio de mercado dirigido al sector en el cual se encuentran los artículos y elementos requeridos para los servicios generales el cual es necesario familiarizarse con los diversos tipos de calidad y precios, sistemas y condiciones de créditos, pagos y descuentos.

Tema 6: Requisitos Indispensables para La compra de los Artículos

Para la adquisición de los artículos que realmente requieren los servicios generales, se deben tener en cuenta los siguientes requisitos:

Conocer las necesidades del servicio

Conocer el mercado.

Conocer los productos.

Conocer los procedimientos a usar

Conocer los resultados de las compras incluyendo el manejo.

CAPITULO XVII: EL ARCHIVO

Es el resumen de experiencias de la empresa a través del tiempo que proporciona la base para una continuidad en sus acciones organizándolas de acuerdo con las técnicas más adecuadas.

Tema 1: Servicio de Archivo

Es el conjunto de personas y bienes dispuestos para manejar, coordinar y guardar toda la documentación de la empresa, que esta constituida por la agrupación de papeles, documentos y correspondencia que proviene de las actividades legales o negocios de una persona natural o jurídica y que se convierten en la memoria de una agrupación.

Tema 2: Propósitos del Archivo

Conservar los documentos.

Construir un centro de información activo

Lograr que sea un centro de control sobre las dependencias de la empresa.

Establecer un sistema que proporcione a los usuarios y a la organización misma los más eficientes servicios.

Satisfacer las exigencias de información de las dependencias.

Establecer un banco de datos del personal vinculado.

Tema 3: funcionamiento del Servicio

En la actualidad, según observaciones hechas al archivo de la empresa, esta siendo llevado por la secretaria y según concepto propio no se están utilizando las técnicas adecuadas para que este cumpla a cabalidad su propósito dentro de la organización.

Tema 4: Importancia del Archivo en la Empresa

Para cualquier empresa es importante la correcta administración de sus documentación, porque de ello depende en gran parte la eficiencia en sus comunicaciones, el correcto tramite de la correspondencia, la presentación de los documento que la acreditan como legalmente constituida y organizada.

Tema 5: Equipo y Elementos de Archivo

Se debe contar con un espacio apropiado, mobiliario y accesorio necesarios:

Archivadores.
Clasificadores.
Carpeta.
Guías, subguías.
Ficheros y tarjetas.
Kardex

Tema 6: Información existente en los Archivos

Los archivos pueden ser de tres tipos:

Activo o de consulta permanente.
Inactivo.
Semiactivo

Clases de archivos: se tienen tres clases de archivos

Centralizado
Descentralizado
Centralizado con control central

Tema 7: La Documentación

Es el sistema en el cual se clasifican todos los documentos, siendo ellos todos los materiales que en una u otra forma proporcionan información.

Clases de Documentos:

Documento de uso restringido
Trabajos impresos
Correspondencia
Correspondencia interna
Correspondencia externa

Consecutivo

Tema 8: El proceso de Archivar

Es el procedimiento por el cual los documentos de una empresa se ordenan sistemáticamente, para ser conservados en forma tal que puedan ser recuperados fácilmente y sin equivocación.

Etapas:

- Revisar todos documento antes de archivarlos.
- Leer cada documento y familiarizares con su contenido.
- Formar un índice al determinar las palabras de orden
- Señalar con lápiz las partes del nombre que identifican el documento.
- Seleccionar el material a archivar.
- Intercalar los documentos en el lugar que le corresponde en el archivo.

Tema 9: Microfilmación

Es un sistema muy funcional utilizado para almacenar información con el cual se logran óptimos resultados tanto en la aplicación y operación, como el almacenamiento y recuperación de los datos allí registrados.

Conservación y Recuperación

El sistema de conservación de las películas es igual que el utilizado para los documento. Es un archivador corriente se emplean guías tanto en las gaveta como en los ficheros respectivos.

Procedimiento

Para microfilm un archivo activo este se ira haciendo por carpetas en forma ordenada y anotando el numero de los documentos, su clasificación, cantidad y el mismo encabezamiento de la carpeta.

Lector

La lectura de las microfichas se hacen a través de una pantalla, el lente se acciona por una manecilla y se consigue con ella tanto el enfoque como el aumento de la imagen.

Tema 10: Manual de Archivo

En el archivo de una empresa es indispensable tener como elemento de trabajo básico un "manual" donde se especifiquen todas las normas que lo rigen y los procedimientos que se usan para el manejo adecuado de la documentación.

Las partes de estés manual son:

- Identificación
- Objetivo
- Documentación archivada
- Sistemas utilizados.
- Codificación si la hay.
- Sistemas de transferencias.

Control de la documentación
 Ficheros
 Descarte
 Microfilmación.

Tema 11: Política

Son políticas de la sección de servicios generales:

Ofrecer el servicio que soliciten las demás secciones.
 Brindar un excelente servicio
 Operar con un amplio espíritu de servicio
 Manejar los papeles y documentos teniendo un carácter confidencial o de tipo corriente.
 Suministrar oportunamente todos los insumos e implementos que requiere el personal.

CAPITULO XIX: REGLAS

Son reglas de la sección de servicios generales:

El personal deberá laborar con el uniforme en buen estado.
 El mensajero deberá entregar en forma personalizada cualquier papel o correspondencia.
 Las instalaciones deberán permanecer en perfecto orden
 Realizar mensualmente un mantenimiento a toda la maquinaria de la empresa.
 No almacenar productos que pertenezcan a diferentes clasificaciones.
 No recibir artículos sin una previa verificación por parte de la empresa.
 Cumplir el horario.
 El vigilante no podrá dar información a personas ajenas.
 El vigilante en la noche deberá hacer rondas permanentemente.
 Los vehículos deberán usarse para el transporte de los productos de la empresa.
 El área de adquisiciones y suministros es la única autorizada para las compras.

CAPITULO XX: MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Los procedimientos son planes que establecen un método obligatorio para manejar actividades futuras. Los procedimientos bien definidos son importantes en la organización. Razón por la cual se elaborará un manual de procedimientos para la sección de servicios generales.

CAPITULO XXI: PROGRAMAS

Los programas son planes en los que la empresa fija la secuencia de operaciones y el tiempo requerido para organizar cada una de sus partes. Se deberán establecer programas generales para toda la sección y particulares en cada uno de los servicios con

el fin de tener un alcance total de las funciones, ya que sirven como medio de control. Los programas son:

Programas generales
 Programas de inducción
 Programa de adiestramiento
 Programa de capacitación
 Programa de desarrollo
 Programa de liderazgo
 Programa de motivación
 Programas particulares
 Programas de aseo en áreas específicas
 Programa de mantenimiento de tanques
 Programa de cubiertas y tejados.
 Programas de mantenimiento de ventanales
 Programas de mantenimiento de seguridad.
 Programa de visita a maquinarias
 Programa de mantenimiento de vehículos.

CAPITULO XXII: COSTOS EN QUE INCURRIRA LA EMPRESA PARA LA IMPLANTACIÓN DE LA SECCION DE SERVICIOS GENERALES

La gerencia deberá disponer a esta área de todos los recursos humanos, técnico, financieros, equipos, muebles y enseres necesarios para que cumpla a cabalidad su función.

CAPITULO XXIII: PRESUPUESTO MENSUAL DE GASTOS

Con el propósito de cuantificar y controlar los gastos en que se incurra para el funcionamiento normal de la sección de servicios generales, se determinará un presupuesto mensual, al cual podrán hacerse las modificaciones pertinentes, en acuerdo con la necesidad de la empresa.

CAPITULO XXIV: DISTRIBUCION DEL TRABAJO

Como función administrativa del jefe de servicios generales, se encuentra el distribuir las labores correspondientes a la sección, entre todo el personal de la misma, teniendo en cuenta las funciones para las cuales se contrata el recurso humano y el cargo asignado para cada uno.

Cantidad de Personal

Se considera necesario 13 personas distribuidas de tal forma que cubran la totalidad de las tareas:

Jefe de servicios Generales
 Mensajero
 Aseadora
 Auxiliar de mantenimiento
 Auxiliar de mantenimiento de maquinaria y equipo

Almacenista
 Auxiliar de cafetería
 Vigilante
 Conductor
 Auxiliar de adquisiciones y suministro

CAPITULO XXV: MANUAL DE FUNCIONES

Es una técnica de planeación en la que se contrata en forma sistemática y fácil de manejar, una serie de funciones generales y específicas para los diferentes cargos.

CAPITULO XXVI: RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

Una vez evaluada la demanda de los recursos humanos que se requiere en la sección trabaja la sección de personal con el jefe de servicios generales para el desarrollo de las etapas de contratación.

Reclutamiento

Es el proceso de atraer candidatos para ocupar los puestos, para ello existen dos fuentes: fuente interna y fuente externa.

Selección: es el proceso de escoger entre los candidatos, ya sea de fuera o dentro de la empresa, el más idóneo para el proceso actual o puestos futuros. Se tiene en cuenta:

Hoja de solicitud de empleo
 Entrevista
 Pruebas
 Examen medico

Contratación

Es aceptar legalmente a una persona en la empresa para desempeñar las funciones del cargo para el cual se selecciono. Una persona puede ser contratada de dos formas: en forma verbal y en escrita mediante un contrato.

CAPITULO XXVII: INDUCCION

Con el propósito de obtener un buen clima organizacional y fomentar el rendimiento y la productividad del personal, se debe hacer una amplia introducción de los nuevos empleados a la empresa y a la sección de servicios generales.

CAPITULO XXVIII: ADIESTRAMIENTO, CAPASITACION Y DESARROLLO

Adiestramiento

Es el proceso de preparar de manera practica a un trabajador, empleado o jefe en cuanto a la adquisición de destreza, seguridad y rapidez en el desempeño de una labor, independientemente de los conocimientos que el tenga.

Capacitación

Es el proceso de preparar de manera teórica a una persona para el desempeño de un cargo determinado.

Desarrollo

Es el proceso de aplicación de un programa planeado para proveer, mantener y desenvolver quienes han de integrar un grupo administrativo con el propósito de que la sección y la empresa logren los objetivos efectivamente.

CAPITULO XXIX: AUTORIDAD, COMUNICACIÓN Y SUPERVISIÓN

Autoridad

Es la facultad para tomar decisiones que produzcan efecto. La gerencia general ofrece autoridad sobre el jefe de servicios generales, delegando en este una similar para aplicarla en toda la sección.

Comunicación

Es el proceso por virtud del cual los conocimientos, tendencias y sentimientos de un ser humano, son conocidos y aceptados por otros.

Supervisión

Es la función de ver que las cosas se hagan como fueron ordenadas. Es recomendable una constante supervisión al personal ya que se puede detectar fallas que se están presentando para corregirlas y determinar si las cosas se están haciendo bien y bajo los lineamientos previstos por la sección.

CAPITULO XXX: LIDERAZGO Y MOTIVACION

Liderazgo y motivación constituyen dos factores de vital importancia en cualquier empresa.

Liderazgo

Es la influencia, arte o proceso de influir, en las personas para que se esfuercen con buena disposición y entusiasta hacia la consecución de metas grupales.

Motivación

Es la capacidad de encauzar las acciones de una persona hacia un objeto propuesto, mediante la utilización de los estímulos dirigidos a ella.

Algunas de las técnicas utilizadas para la motivación son:

Dinero

Calidad de la vida laboral

Participación

Refuerzo positivo

CAPITULO XXXI: CONTROL

Es la medición y corrección del desempeño, a fin de asegurarse que se cumplan con los objetivos de la empresa y los planes diseñados para alcanzarlos.

Alcances de Control

El jefe de la sección debe tener un alcance de control total sobre el personal y la calidad de las labores que realiza cada uno de ellos.

Sistemas de Control

Para la sección de servicios generales, se han diseñado sistemas que servirán de guía para observar y corregir ciertos errores que los empleados cometan en cuanto a sus labores diarias, con el fin de analizar las causas que producen las fallas y tomar la medidas correctivas. Los controles diseñados son:

Mensajería y correspondencia
Aseo y mantenimiento
Almacén
Cafetería
Transporte

RECOMENDACIONES:

De las 19 recomendaciones se extractan las siguiente:

- Planear estratégicamente todas las actividades a realizar en la sección, con el fin lograr los objetivos propuestos por la misma.

Concientizar al personal de servicios generales de la importancia que tiene para la empresa, las labores que realizara, ya que son apoyo total para el funcionamiento de la compañía.

Elaborar presupuestos para cada servicio, con el fin de detectar posibles fuentes de fuga de capital.

CONCLUSIONES: las autoras hacen referencia a 8 conclusiones de la cuales se extractan:

A nivel personal, además de afianzar los conocimientos ya existentes sobre servicios generales en las investigaciones, se ha adquirido nuevos sobre planeación, organización, ejecución y control de cada uno de ellos, determinando el objetivo y la función que deben cumplir dentro de la empresa.

La sección de servicios generales servirá como área de apoyo para el desempeño de las demás labores de la fabrica de condimentos "PRODUCTOS ALIMENTICIOS MILANES".

ANEXOS:

Anexo 1:	Organigrama Fabrica de condimentos.
Anexo 2:	Organigrama Servicios Generales.
Anexo 3:	Clasificación del Material.
Anexo 4:	Facsímil de una pagina de Nomenclatura
Anexo 5:	Procedimientos para labores de mensajería y correspondencia
Anexo 6:	Programas
Anexo 7:	Costos en que incurre la empresa para la instalación de la sección generales.
Anexo 8:	Presupuesto mensual de gastos.
Anexo 9:	Manual de funciones

Anexo 10:	Esquema Manual de Inducción
Anexo 11:	Control interno de recibo de correspondencia.
Anexo 12:	Control entrega externa de correspondencia.
Anexo 13:	Control de envío de correspondencia especial.
Anexo 14:	Control de entrega de elementos de aseo y materiales de mantenimiento.
Anexo 15:	Reporte de anomalías
Anexo 16:	Control ordenes de mantenimiento
Anexo 17:	Reporte de maquinaria fuera de servicio
Anexo 18:	Reporte de anomalías
Anexo 19:	Orden de trabajo de mantenimiento de maquinaria.
Anexo 20:	Nota de Inspección
Anexo 21:	Control de notas de inspección.
Anexo 22:	Kardex
Anexo 23:	Solicitud de pedidos
Anexo 24:	Vales de salida
Anexo 25:	Relación de artículos entregados
Anexo 26:	Reporte deterioro de mercancía
Anexo 27:	Inventario físico mensual de mercancía.
Anexo 28:	Solicitud de insumos
Anexo 29:	Control cambio de turno
Anexo 30:	Control de tiempo
Anexo 31:	Control pedidos tramitados.
Anexo 32:	Control mantenimiento vehículo
Anexo 33:	Control diario gastos vehículo
Anexo 34:	Relación de elementos recibidos

RAAS: Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 061

TITULO : ESTUDIO DE SERVICIO AL CLIENTE Y NORMAS BÁSICAS DE COMPORTAMIENTO PRESENTADAS POR EL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO DE LA CORPORACIÓN COLOMBIANA DE AHORRO Y VIVIENDA DAVIVIENDA.

AUTOR (es) : JARAMILLO, Villalobos, Lina Maria.

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de servicios de bienestar, Santa fé de Bogotá, 1993 páginas 127 , anexos 7.

PALABRAS CLAVES:

Gerencia del servicio, marketing de servicios, administración de empresas, gerencia y control de calidad, práctica del diagnóstico administrativo.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo analizar los aspectos concernientes a la atención de la corporación de ahorro y vivienda Davivienda, tomando como punto de partida los recursos humanos y físicos de la sucursal Bogotá y las oficinas y dependencias que la componen, aplicando todas las técnicas necesarias para hacer de la gerencia del servicio, parte integral de la cultura organizacional, con el fin de desarrollar estrategias que permitan mejorar y afianzar estos nuevos conceptos en el personal administrativo y operativo de la empresa, logrando de esta forma una ventaja competitiva.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 16 páginas, destacando autores como:

- GOMEZ Saavedra, Eduardo, el control total de calidad, como estrategia de comercialización # 4
- EIGLIER; Pierre; LANGEARD, Eric, Servucción, el marketing de servicios # 2
- KOONTZ; Harold, curso de administración moderna. # 1
- ALBRECHT, Karl, gerencia del servicio, serie empresarial, Fondo editorial legis, Bogotá, 1992 # 1
- ICFES, serie aprender a investigar, Módulos 2, 3, 4, 5. Editorial, Guadalupe, Bogotá 1990. # 1
- SANCHEZ, Paredes, Fernando, la gerencia y el control total de calidad, Ediciones bancarias y financieras Ltda., Bogotá, 1991. # 1
- TAYLOR; Federick, FAYOL; Henry, Principios de la administración científica moderna, ed, Mc. Graw Hill, Editores, Mexico, 1981 # 1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por cinco capítulos , distribuidos así:

CAPITULO I : LAS GENERALIDADES DE DAVIVIENDA :

Tema 1: objetivo de la corporación:

cuyo objeto social es ser una sociedad anónima que tiene por objeto captar recursos de ahorro y colocarlos en préstamos a la construcción o adquisición de vivienda principalmente.

Su lema "donde esta el ahorrador feliz" expresa la política de la corporación , de prestar un eficiente y amable servicio a sus ahorradores , de los cuales obtiene los recursos que canaliza en obras de construcción de inmuebles en todo el territorio nacional.

DAVIVIENDA, es una entidad de intermediación y de servicios financieros , especializada en la promoción del ahorro principalmente familiar y en la financiación de la construcción y adquisición de inmuebles.

Procura el liderazgo en su sector , en cuanto a imagen, rentabilidad y participación en el mercado , con base en innovación, mayor eficiencia en operaciones y mejor calidad de los servicios ofrecidos a sus clientes.

Principales funciones: Captación, colocación, recuperación de cartera.

CAPITULO II: GESTION DE DAVIVIENDA Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO :

Tema 1: El panorama del sector financiero : Aunque los antecedentes de la investigación revisten gran importancia para la empresa en la creación de una estrategia, vale la pena dar un vistazo a la actualidad del mercado financiero , para lo cual se tomará como referencia la revista de semana, en donde se encuentran aspectos muy interesantes que fortalecen aún más los argumentos que impulsan la tesis.

En términos generales el sector financiero viene arrojando muy buenos resultados. Durante el primer semestre del año , los intermediarios (bancos, Compañías de financiamiento, corporaciones), obtuvieron utilidades por 243.000 millones de pesos. Eso significa un aumento del 61% con relación al mismo período del año pasado . Además un incremento real, descontando la inflación superior al 35%.

Tema 2: Quien Es La Competencia: Al 17 de septiembre la captación acumulada para las principales entidades financieras fue la siguiente:

- DAVIVIENDA \$699.071 MILLONES DE PESOS
- CONAVI \$662.399 MILLONES DE PESOS
- GRANAHORRAR \$457.986 MILLONES DE PESOS

- COLMENA \$450.937 MILLONES DE PESOS
- CONCASA \$415.277 MILLONES DE PESOS

Estos datos en combinación con los suministrados en el primer trimestre del año 93, muestran la evolución de las entidades que día día ganan más ahorradores y que por lo tanto hacen imperativo trabajar con más fuerza en las estrategias de servicio para entregar a los cliente mejores opciones.

Tema 3: Servicios:

Un sistema de pago de acuerdo a sus necesidades le ofrece diferentes sistemas de amortización para sus Créditos Hipotecarios:

Si tiene crédito, puede escoger entre 10 diferentes modalidades de sistema de amortización creciente.

Si tiene crédito en pesos, puede escoger entre cuotas fijas anuales que aumentan en un 100, 80, 50 o en un 0 por ciento del incremento anual del salario mínimo legal según lo escoja el cliente.

amplios plazos de 5 hasta 30 años, que usted puede escoger para pagar su vivienda.

préstamo por anticipado, pues con el certificado de crédito aprobado, usted podrá negociar el inmueble que quiera, tranquilamente.

asistencia domiciliaria gratis para los inconvenientes presentados en su vivienda de plomería, electricidad, vidrios ó cerrajería, así como el seguro contra actos mal intencionados de terceros.

CDTS

Es un depósito de dinero entregado a la Corporación, por un plazo definido, en el cual no puede ser retirado.

Se expide un título negociable denominado "Certificado de Valor Constante", el cual representa la suma de dinero consignada. Se reconoce sobre este dinero una tasa de interés vencida más la Corrección Monetaria.

BENEFICIOS

usted puede disfrutar de la seguridad. puede escoger entre diversidad de periodos (1,2,3,4,5,6,9,12 y 18 meses), según sus proyectos.

el certificado es endosable, el titular del certificado puede ceder los derechos y las obligaciones que tiene sobre él.

Certificado Fijo: Se exige un monto mínimo de apertura, que será devuelto junto con el rendimiento al finalizar el periodo pactado.

Usted puede escoger entre DIVERSIDAD DE PLAZOS, según sus proyectos.
El Certificado es endosable; usted puede ceder los derechos y las obligaciones que tiene sobre él.

CAPITULO III: DIAGNOSTICO, ANTECEDENTES Y ESTUDIOS PRELIMINARES:

Estudio de servicio al cliente , marco histórico, teórico, conceptual, así como las grande empresas mundiales y nacionales, la corporación de ahorro y vivienda DAVIVIENDA, también ha venido adaptando los esquemas administrativos a las tendencias que el mundo moderno ofrece, esto con el único fin de dinamizarlo y hacerlos más viables y acertados en la búsqueda de los objetivos y metas.

Tomando como base ese desarrollo integral y consecuentemente el bienestar de una comunidad se puede definir la calidad como: el conjunto de aspiraciones de los individuos que tienden hacia el bien común , respaldadas por los factores económicos, políticos, sociales y culturales, de tal forma que se logre la superación del nivel de vida del individuo , dentro del marco de la responsabilidad conjunta y delas normas institucionales y democráticas de la comunidad.

Tema 1: La Planeación Estratégica

Esta definida por la gerencia, se debe hacer un análisis del pasado y un diagnóstico del entorno actual de la empresa, con el fin de establecer los objetivos y compararlos con las proyecciones futuras , esto lleva a tomar decisiones y acciones estratégicas . la evaluación final, permite retroalimentar el sistema total y corregir si es necesario. Como a continuación se ve en la figura

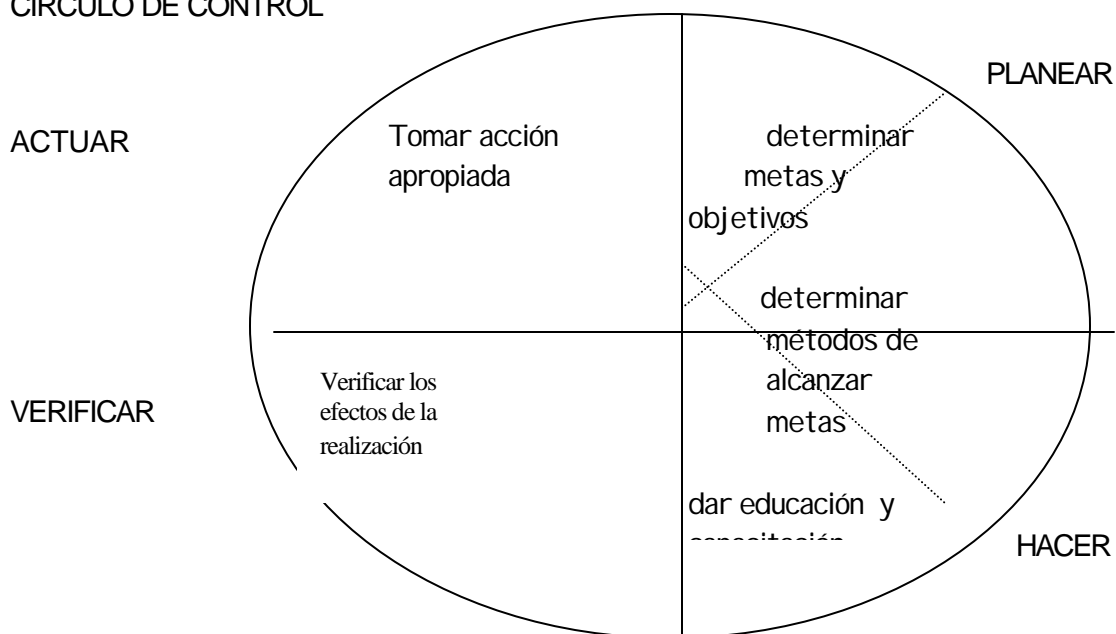
Los puntos principales que se debe tener en cuenta para la planeación de la calidad son:

- El mercado: estudio del consumidor, características del producto, segmentación del mercado y diferenciación del producto.
- La competencia: los productos con los que cuenta, estrategia, precio y costos.
- El producto: especificaciones técnicas, innovación , empaque, almacenamiento y uso
- Precio: estudio y análisis de costos
- Promoción: publicidad y sistemas de promoción y ventas
- Plaza: los canales de comercialización y formas de llegar al cliente.
- Personal: condiciones del personal , desarrollo organizacional.

La cuarta parte destaca la organización general de DAVIVIENDA ,los objetivos generales y específicos del manual de servicio al cliente , la misión, la cobertura nacional del proyecto , el organigrama general de la corporación de ahorro y vivienda esta compuesto en sus pilares por la Asamblea general integrada por los socios y dueños de la empresa, quienes se reúnen ordinaria y extraordinariamente para tratar cualquier asunto que necesite la aprobación de todos los socios.

La estrategia propuesta , se centra la calidad de servicio al cliente, atención, amabilidad, ética, disciplina, comunicación y presentación personal, todo un compendio de aspectos relevantes en cualquier empresa que venda productos y servicios.

CIRCULO DE CONTROL



Tema 2: El objetivo del manual del servicio al cliente propuesto :

Promover al empleado de cargos básicos en el momento del curso del preingreso , de un documento práctico y de fácil interpretación llamado manual de keridura, en donde se recogen los aspectos más importantes de la calidad del servicio al cliente algunas recomendaciones útiles que generan progreso y desarrollo a nivel personal y colectivo además de convertirse en el eje de la decisión de compra del cliente externo.

CAPITULO V: EJECUCIÓN DEL PROYECTO:

la ejecución del proyecto en donde la inducción, el entrenamiento, la capacitación y desarrollo juegan un papel muy importante de la siguiente manera.

- Inducción: charla de servicio al cliente, entrega de manual, aplicación de talleres, evaluación

- Entrenamiento: trabajo del jefe de inmediato con su grupo, seguimiento, medidas correctivas
- Capacitación y desarrollo: charlas motivacionales, talleres de calidad y servicio, conferencias de calidad y servicio al cliente , charlas sobre manejo de problemas, charal de autoestima, charlas de desarrollo personal, charlas de comunicación efectiva.

METODOLOGÍA

Investigación bibliográfica, consultas a expertos, información general y específica de sitio de estudio, talleres , entrevistas.

CONCLUSIONES

De las conclusiones s e destacan las siguientes:

- A través del desarrollo de la tesis : estudio de servicio al cliente y normas básicas de comportamiento presentadas por el personal administrativo y operativo de la corporación colombiana de ahorro y vivienda Davivienda, se pudo concluir que los procesos inductivos de los empleados , deben incluir la preparación del personal en las áreas de servicio al cliente , presentación personal y temas de motivación y desarrollo integral .
- El trabajo utilizó todas las herramientas cognoscitivas recogidas a través de los años de estudio , para trasladarlas de principio a fin , al proyecto de grado y a al empresa en mención.

BIBLIOGRAFÍA

Se destacan 14 notas bibliográficas que destacan temas de : marketing, administración , servicio, organización, dirección , calidad, gerencia del servicio

ANEXOS: lista de anexos:

Anexo A: encuesta al cliente interno

Anexo B: talleres relacionados con el tema de servicio

Anexo C: red de servicio nacional

Anexo D: pie de atención al cliente

Anexo E: pie de encuesta del servicio al cliente interno teniendo en cuenta limpieza y orden, presentación personal, relaciones interpersonales

Anexo F: organigrama.

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 062

TITULO : CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE INTERNO EN LA EMPRESA PROYECTO 2000 LTDA.

AUTOR (es) : LOPERA. Merino, Carolina
MOLINA, Vásquez , Olga Lucia

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de servicios de bienestar, Santa fé de Bogotá, 1993 páginas 209 , anexos 21, tablas 4 .

PALABRAS CLAVES:

Planeación estratégico, organización, selección, reclutamiento, contratación, capacitación, personal, seguridad industrial, servicio al cliente, reestructuración, perfil de cargos, entrevistas, comunicación, manual de funciones, procesos, evaluación del desempeño.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad proporcionar ala sociedad PROYECTO 2000 LTDA – TUPPERWARE COLOMBIA, la estructura teórica que requiere para la creación del Departamento de Servicio al Cliente interno presentada de tal forma que facilite su aplicación en la empresa en el momento y la magnitud que este estime conveniente.

FUENTES:

Las autoras no hacen referencia a ningún pie de página se destacan las siguientes temáticas:

- Albretch , Karl, La revolución del servicio, Colombia
- Arias, Fernando, Administración de recursos humanos, México, Ed. Trillas
- Chiavenatto, Idalberto, administración de recursos humanos. Ed. Mac. Graw hill 1988
- Gitman, Lawrence; administración Financiera básica, México, editorial harla 1990.
- Levy, Leboyerd , Evaluación del personal, ediciones Díaz Santos, 1992
- Ramírez, cesar, Seguridad Industrial, México, Editorial, Limusa 1986
- Metodología informal de la investigación científica , Colombia 1987

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por seis capítulos así:

CAPITULO I: REVISIÓN Y DIAGNOSTICO DE LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA PROYECTO 2000 LTDA.

Tema 1: Generalidades de la empresa:

La empresa PROYECTO 2000 Ltda fue establecida en Colombia en Junio de 1992 como una sociedad LTDA , importadora y distribuidora autorizada por la multinacional PREMARK, de envases plásticos, en su mayoría para la conservación de alimentos de la línea de productos TUPPERWARE.

En la actualidad cuenta con once empleados vinculados a la empresa mediante contrato de trabajo y que laboran dentro de las instalaciones de la organización.

Las oficinas administrativas de PROYECTO 2000 LTDA se encuentran ubicadas en la calle 99 nro 13 –60/80 Santa fé de Bogotá.

Tema 2 : planeación estratégica:

Las actividades relacionadas con el cliente interno que la empresa está desarrollando actualmente no están sujetas a una misión, objetivos, política y estrategias debidamente formuladas que proporcionen un enfoque lógico para establecer la dirección futura de dichas actividades.

Esta clase de planeación incide en la prevención de problemas y en el mejoramiento del desempeño general de la organización.

Tema3 : estructura organizacional

La forma del organigrama es vertical , su estructura organizativa es de tipo piramidal y la línea de mando procede de arriba hacia abajo . También muestra 4 niveles de jerarquía cuyos integrantes están mal distribuidos.

El canal de comunicación que más se utiliza es el de persona a persona , el que proporciona una retroalimentación directa e inmediata y permite modificar el enfoque y dar un énfasis diferente a los mensajes del acuerdo con la reacción obtenida.

Debe hacerse también énfasis en la comunicación escrita dentro de la organización con el fin de otorgarle mayor formalidad , claridad y precisión ala información .

Las funciones no están estrictamente delimitadas y por lo tanto la responsabilidad recae sobre las diferentes personas dependiendo de quién haya ejecutado la función . esto impide que tanto la organización como el desempeño de las actividades sean realizadas en forma eficaz..

Tema 4 : reclutamiento:

Hasta el momento se ha recurrido a las siguientes fuentes de reclutamiento:

Recomendaciones por parte de los empleados y amigos, agencias de empleo, banco de candidatos y otras empresas.

Este proceso no es responsabilidad de una sola persona sino que es realizado por el jefe inmediato del cargo vacante , además no existe un orden lógico , formal y exacto que describa la manera en que debe realizarse para lograr contactar los aspirantes apropiados.

Tema 5 Selección

Con base en los datos presentados en la hoja de vida , se cita al candidato a una entrevista que realiza normalmente el gerente administrativo-financiero en compañía de algunos de los dos gerentes según sea la naturaleza del cargo .posteriormente se realiza una evaluación informal y totalmente subjetiva con el fin de tener en punto de vista de los entrevistadores en cuanto a respuestas, gestos y presentación personal para tomar una decisión frente al candidato.

La inexistencia del flujograma impide que la empresa realice un proceso completo de selección , ya que la persona encargada puede omitir etapas claves que repercutirán posteriormente en la toma de una decisión adecuada .

La optimización de este proceso permite minimizar el riesgo de decisiones inadecuadas de selección , detectar aquellos candidatos que comparte los valores corporativos , ahorrar tiempo y dinero en el adiestramiento y reducir al mínimo el riesgo de problemas , fallas y bajo rendimiento de los empleados.

Tema 6 contratación:

El proceso que legalmente se hace antes que el candidato ingrese a la compañía es el referente a trámites legales como. Diligenciamiento del contrato de trabajo, afiliación al los seguros sociales , a la caja de compensación, y al fondo de pensiones y cesantías.

Tema 7 Inducción:

En su primer día de trabajo se habla al empleado acerca de la disponibilidad que deberá tener cuando haya modificaciones adicionales del horario de trabajo, se realiza un recorrido por las instalaciones explicando las actividades del área y el personal respectivo , se informa la manera de días de pago, descripción de productos o servicios que presta la empresa, la estructura de la organización , la localización del puesto en cuestión a los beneficios extralegales.

Tema 8 adiestramiento y capacitación:

Dentro de este campo de acción la empresa actualmente no realiza ningún tipo de actividad , solo se hace una evaluación periódica del desempeño de los empleados con base en resultados , aspiraciones, puntualidad y capacidad de aprendizaje.

El éxito en esta fase trae a la empresa 2 beneficios: disminuir a un mínimo la rotación de empleados y aumentar a un máximo la calidad del desempeño.

Tema 9: administración de sueldos y salarios:

La empresa establece los sueldos de sus empleados teniendo en cuenta tres aspectos: inflación, mérito, e índice de precios al consumidor. Además de estos tres, la empresa otorga una serie de bonificaciones adicionales que corresponden a los resultados meritorios obtenidos.

Tema 10: seguridad industrial:

La función más importante de estos programas además de la identificación de riesgos es la de proveer facilidades y equipos de seguridad efectivos, tomar medidas remediables rápidas que preserven la salud física y mental de los empleados, establecer normas, encargarse de difundirlas, motivar a los supervisores y empleados y crear un clima en la organización que fomente la seguridad de todos.

Tema 11 propuesta:

Surgen una serie de aspectos relacionados con el servicio al cliente interno de la organización que deben ser fortalecidos con el fin de contribuir a la productividad y eficiencia de la empresa.

La adopción de estos programas implica que toda la organización se sienta conscientemente comprometida para que el cambio que esto genera en cuanto a estructura, funciones, responsabilidades y procesos alcancen los objetivos que se plantean.

CAPITULO II PROPUESTAS ALTERNATIVAS PARA LA SOLUCION DE LOS PROBLEMAS PLANTEADOS EN EL DIAGNOSTICO.

Tema 1. planeación estratégico para el departamento de servicio al cliente interno:

OBJETIVO : formular la misión, objetivos, políticas y estrategias que guiará el desarrollo del Departamento de servicio al cliente interno estableciendo los parámetros que definan su dirección, que apoyen el logro de los propósitos de la empresa y afirmen su solidez para la toma de decisiones que conduzcan a la excelencia.

MISION: Se fundamenta en la planeación, organización, desarrollo, relación y control de las actividades relacionadas con los recursos humanos de la empresa, confiando en sus colaboradores y tratándolos como adultos responsables estimulándolos mediante un liderazgo participativo.

POLÍTICAS

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN: todo aspirante a una vacante a los niveles 3 a 6 deberá diligenciar la solicitud de empleo, no debe existir discriminación, no se contratará personal menor de edad, el personal masculino deberá tener definida su selección, la

verificación de referencias deberá ser exhaustiva y se extremarán las averiguaciones para tener certeza sobre la honestidad de los aspirantes

CONTRATACIÓN E INDUCCIÓN: no se firmará contrato con la persona hasta que no presente todos los documentos, el uso del contrato escrito es obligatorio y no se admitirá contrato verbal, el departamento de servicio al cliente coordinará tales programas y en principio realizará una inducción colectiva para el personal auxiliar y una particularizada para niveles ejecutivos.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO: la filosofía general es medir la evaluación de los trabajos contra las funciones.

SUELDOS Y SALARIOS: La empresa pagará por quincena vencida el salario de todos sus trabajadores, dicho pago se realizará el día hábil inmediatamente anterior al 15 o al 30 de cada mes.

Las únicas autoridades competentes para decretar reajustes de salarios son el Gerente de servicio al cliente interno y el General.

BIENESTAR: la compañía adopta un programa de beneficios extralegales consistente en una serie de auxilios (anteojos, maternidad, educación para trabajadores, hijos de trabajadores, hospitalización, odontología) primas (vacaciones, navidad, antigüedad) bonificaciones (ocasional, antigüedad, evaluación del desempeño) y préstamos (calamidad doméstica, estudio, vivienda y vehículo).

TEMA 2: Reestructuración organizacional:

La estructura organizacional es el armazón necesario para lograr que las cosas se hagan. El proceso de reestructuración consiste esencialmente en agrupar actividades y determinar autoridades y relaciones.

OBJETIVO: otorgar a los niveles de jerarquía y responsabilidad claros que permitan conocer las líneas de autoridad, hacer una adecuada delegación de funciones y una correcta utilización de los conductos regulares.

ANÁLISIS DE LA REESTRUCTURACIÓN: en esta forma se mantiene la forma vertical del organigrama, ya que la ventaja de ésta es la facilidad de lectura así como la facilidad de apreciar la delegación de autoridad por la sola observación de las líneas descendentes.

En cuanto a la departamentalización se sugiere la creación de dos departamentos que desde el punto de vista de la empresa son necesarios, como son el de servicio al distribuidor y al cliente interno.

CAPITULO III: PROGRAMA DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

Tema 1 flujogramas: el flujograma de reclutamiento y selección muestran claramente los pasos consecutivos que deben seguirse para lograr que la ejecución de estos procesos se haga en forma ordenada y completa con el fin de conseguir los candidatos que mejor se adecuen al cargo.

tema 2: fuentes internas de reclutamiento:

PROMOCION: es el avance de un empleado a un puesto mejor en término de mayores responsabilidades.

BANCO DE CANDIDATOS :es el archivo de todas las solicitudes de empleo , que pueden llegar a la empresa por diferentes medios, han sido diseñadas con el fin de unificar la información que se requiere para la selección de candidatos.

Tema 3: fuentes externas:

OFICINAS DE EMPLEO : ofrecen personal especializado o no en diferentes áreas empresariales, que ahorran tiempo y dinero y suelen tener acceso directo a los candidatos apropiados , ofrecen ventajas tales como la experiencia en el análisis de requerimientos , redacción de avisos y las entrevistas.

CONSULTORES ESPECIALISTAS EN RECLUTAMIENTO: se ocupan de la búsqueda de ejecutivos . abordan directamente a los candidatos después de obtener sus nombres mediante investigación o a través de contactos.

UNIVERSIDADES Y ENTIDADES EDUCATIVAS : ofrece ventajas ya que son personas jóvenes con ideas nuevas , actualizadas que provienen de un medio que constantemente les exige ser creativos.

Tema 4: perfiles de los cargos:

Los perfiles de los cargos son la especificación de los requisitos mínimos que deben llenar los candidatos que se presenten en la empresa para ocupar la vacante .

Sirven para dar una visión clara , completa , objetiva tanto a las fuentes internas como a las externas de reclutamiento sobre el tipo de candidato en el que la empresa está interesada.

Tema 5: entrevistas de selección : una entrevista es una conversación cuyo propósito es obtener información sobre el candidato de modo que se pueda evaluar su calificación y cualidades personales con respecto a la especificación de requisitos y de este modo predecir su capacidad para desempeñarse en el cargo.

Se realizan las siguientes entrevistas en la empresa:

- Entrevista preliminar
- Entrevista con el jefe inmediato.
- Evaluación de las entrevistas.

tema 6: pruebas de selección: las pruebas de selección se aplican con el fin de conocer las reacciones mentales , perceptivas, sensoriales o motoras para mensurar aspectos del individuo tales como personalidad, inteligencia, conocimientos, aptitudes, y estado físico del candidato con el objeto de decidir la aceptación o rechazo de su incorporación a la empresa.

Los principales tipos son:

- Pruebas de inteligencia
- Pruebas de rendimiento
- Pruebas de aptitud
- Pruebas de personalidad
- Pruebas físicas..

tema 7: Comunicación de resultados:

el objetivo es dar a conocer al candidato la decisión que la empresa ha tomado de aceptarlo o no con base en la información obtenida en las diferentes etapas del proceso

de selección , mostrando de esta manera el interés que ha puesto en las personas que han colaborado sometándose a este proceso.

Tema 8 programa de contratación e inducción

OBJETIVO: facilitar los procesos que le permiten a la empresa cumplir con los requisitos legales que debe tener toda relación laboral , prevenir el mayor número de errores comunes que puedan resultar por la adaptación del nuevo empleado, generar niveles más altos de productividad, fomentar relaciones armónicas entre y con el personal y generar en los empleados una impresión de aceptación y afectividad por parte de la empresa.

ENTREVISTA DE PERIODO DE PRUEBA

Siete semanas después del ingreso del empleado a la organización , el departamento de servicio al cliente interno realiza una entrevista cuyo objetivo es estrechar los lazos de comunicación entre el empleado y la empresa, o por lo contrario , para dar por terminada esta relación laboral en caso de no haberse cumplido las expectativas de alguna de las partes

CAPITULO 4 PROGRAMA DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO :

Tema 1:objetivo del programa: asegurar que la organización tenga personal con las capacidades y conocimientos que ésta necesita para alcanzar los objetivos estratégicos, entrenar a los nuevos empleados para que alcancen el nivel de desempeño que se requiere en sus trabajos de una manera rápida y económica y desarrollar las habilidades del personal existente, de tal forma que mejore su desempeño en los cargos actuales y se prepare para asumir responsabilidades mayores en el futuro.

Tema 2: Flujograma: el flujograma para el programa de capacitación y adiestramiento muestra claramente los pasos consecutivos que se deben seguir para lograr que la ejecución de este proceso se haga en forma ordenada y completa con el fin de cumplir cabalmente el objetivo..

tema 3 manual de funciones: son una herramienta por medio de la cual se comunica al empleado lo que la organización espera de el , a través de una descripción detallada del cargo y un informe de las áreas exactas de responsabilidad, contribuye también a la fijación de normas y rendimiento, metas, realización del adiestramiento para llevara a cabo discusiones sobre la evaluación.

Se tiene en cuenta el manual de funciones para:

- gerente general
- gerente financiero
- gerente de servicio al distribuidor
- gerente de servicio al cliente interno
- gerente de operaciones
- asistente de gerencia general
- asistente financiero

- asistente de servicio al distribuidor
- asistente al servicio al cliente interno
- asistente de operaciones
- auxiliar contable
- supervisor de bodega
- recepcionista
- secretaria del departamento de operaciones
- auxiliar de bodega
- conductor
- mensajero
- encargada de mantenimiento

tema IV: manual de procesos:

a. proceso de reclutamiento :

- clasificación de las solicitudes de empleo
- consecución de los candidatos provenientes de fuentes externas
- eliminación de solicitudes de empleo

b. proceso de selección:

- estudio de la historia laboral del empleado
- estudio de las solicitudes de empleo
- datos personales
- información académica
- historia laboral
- información adicional:
- proceso de entrevistas
- contacto
- contenido
- control
- planeación
- verificación de referencias laborales

c. procesos de contratación

- diligenciamiento del contrato de trabajo vinculación a salud, seguros sociales, pensión, etc.
- Aclaración de inconformidades
- Entrega de dotación mediante acta

d. proceso de inducción:

- presentación del video "TUPPERWARE"
- Presentación del organigrama de la empresa
- Orientación del empleado hacia el departamento y cargo

e. procesos de capacitación y adiestramiento:

- identificación y análisis de las necesidades de entrenamiento
- preparación de los planes de entrenamiento
- informe detallado de las actividades
- evaluación de resultados de entrenamiento.

Tema 5 : evaluación del desempeño:

Es indispensable e imprescindible identificar las deficiencias y logros del empleado para entrar a mejorarlos o mantenerlos según sea el caso.

Corresponde al jefe inmediato aclarar todos esos puntos al empleado para poder tomar la acción correctiva correspondiente.

CAPITULO V: PROGRAMA DE SUELDOS Y SALARIOS

Tema 1 : valoración de los cargos:

Es el de asignación de puntos que comprende la descomposición de los trabajos en factores y subfactores a los que se les otorgan diferentes grados que miden la mayor o menor intensidad con que estos están contenidos en el trabajo .

De esta manera se obtiene una valoración en cifras que permite una ordenación sistemática para todos los cargos

El propósito de la valoración de cargos es entonces , proporcionar una guía sobre relatividades y diferenciales internos.

Tema 2: Plan de incentivos

La importancia de este plan de incentivos radica en que es un canal que permite motivar a los empleados hacia el logro de un desempeño exitoso en sus funciones contribuyendo así con el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Permite también fortalecer el clima organizacional dando lugar a una reciprocidad por parte de los empleados manifestada en su eficiencia y buen desempeño.

.además facilita a la empresa a recompensar los logros meritorios de sus colaboradores .

es importante destacar que estos incentivos no solo son de carácter económico sino que también pueden ser de carácter intangible como por ejemplo reconocimientos públicos a nivel de organización en general..

MERITOS: empleado del trimestre :se otorga al empleado que haya obtenido el mejor promedio en las evaluaciones de desempeño en los últimos tres meses.

Empleado del semestre: se otorga al empleado que haya obtenido el mejor promedio en las evaluaciones de desempeño de los últimos seis meses

Empleado del año: se otorga al empleado que haya obtenido el mejor promedio en las evaluaciones de desempeño en los últimos 12 meses.

Escudo de cinco años : este reconocimiento se otorga a todos aquellos empleados que cumplan 5 años de labores continuas dentro de la empresa.

INCENTIVOS:

- a. dinero: varia dependiendo del mérito que se reconoce.
- b. cuadro de honor: placas con el nombre del empleado del mes o del año.
- c. Escudo: lo usa para distinguirse entre sus demás compañeros.
- d. Diploma: recordatorio de algunos momentos más importantes en la vida.
- e. Reconocimiento en público
- f. Vacaciones: reconocimiento a sus esfuerzos.
- g. Becas: implica que la empresa cubra total o parcial el valor de la matricula de los estudios.

CAPITULO VI: PROGRAMA DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

Tema 1. identificación de las causas de accidentes: el proceso de identificación de las causas consiste principalmente en realizar inspecciones , chequeos e investigaciones .se deben considerar los factores esenciales que inducen a los accidentes .

FACTORES DEL SISTEMA DE TRABAJO:

1. diseño inseguro de planta y procesos
2. salidas congestionadas
3. planta, materiales o condiciones de trabajo deficientes
4. mantenimiento deficiente del lugar
5. mala iluminación y falta de nitidez
6. sistema inadecuado de ventilación.

FACTORES PERSONALES:

1. Uso irresponsable de los equipos
2. falta de cuidado al cargar o colocar materiales
3. operar sin suficiente holgura
4. operar a una velocidad insegura
5. hacer imperantes los mecanismos de seguridad, con el fin de reducir interferencias
6. distracción causada por otras personas, ruidos o eventos

MEDIDAS PREVENTIVAS:

1. tomar en cuenta los factores de seguridad en la etapa de diseño
2. diseñar equipo de seguridad
3. desarrollar inspecciones
4. investigar todos los incidentes
5. desarrollar una organización efectiva
6. mantener buenos registros
7. tener un programa continuo de información

PRIMEROS AUXILIOS

Suponen el conjunto de ayuda que pueden proporcionarse a una víctima hasta que sea posible la intervención de un medico por tanto, es un deber de una persona conocer y saber ejecutar las maniobras que deben ponerse en práctica., pronta e inteligentemente en caso de accidente o enfermedad súbita.

Tema 2: Equipos e instalaciones

Para desarrollar las funciones de la organización únicamente se utilizan equipos de oficina , no presentan mayores riesgos, de accidentalidad, para quienes lo manejan

En cuanto a las instalaciones de la empresa, es importante, tener una señalización correcta, facilitar la iluminación y ventilación natural, no obstaculizar las vías de circulación y mucho menos las salidas de emergencia.

En lo que se refiere a la señalización es importante anotar que la ausencia de indicaciones o su mala interpretación son una causa de los errores humanos. Colocar las indicaciones en zonas visibles.

Entre las combinaciones de colores con fines informativos existen:

- negro sobre amarillo: advertencia de accidentes
- verde sobre blanco. Indicación de zona de seguridad
- rojo sobre blanco: indicación con relación a incendios
- azul sobre blanco y negro sobre blanco: transmisión de informaciones

los colores normalizados que ayudan al sujeto a comprender rápidamente lo que sucede son :

- Rojo: peligro
- Amarillo: atención
- Verde: Normal.

Tema 3: plan de evacuación:

ASPECTOS QUE SE DEBE TENER EN CUENTA PARA LA EVACUACIÓN :

1. establecer y determinar la participación de las personas
2. coordinar el comité de seguridad y evacuación
3. determinar las áreas críticas
4. informar a los empleados sobre sistemas de alerta
5. determinar grupos de trabajo con funciones específicas
6. divulgar la ubicación de la lista de teléfonos de emergencia

tema 4: Incendios: la prevención de incendios y la actuación ante ellos son la única forma de limitar su destructora acción.

TIPOS DE FUEGO: se presentan con tres elementos : combustible, oxígeno y calor

EXTINTORES: hay extintores para cada tipo de fuego , los hay combinados que pueden apagar los diferentes tipos de fuego. Se deben colocar a una altura de 1.50 metros medidos desde el piso se deben sujetar de manera que se puedan adquirir fácilmente, debe ser sometidos a control que aseguren su funcionamiento.

METODOLOGÍA

Información directa del sitio de trabajo, investigación bibliográfica, encuestas , consulta y asesoría de expertos.

CONCLUSIONES

De las conclusiones se destacan las siguientes:

- Para aumentar la productividad y efectividad de una empresa, la dirección debe darle un énfasis especial a todos aquellos aspectos que de una u otra forma afectan el desarrollo y desempeño de sus clientes internos.
- La planeación estratégica es una herramienta indispensable para la creación de un departamento dentro de la organización puesto que contribuye a definir la dirección que este debe tener para satisfacer las necesidades de la empresa

- El proceso de contratación constituye una garantía tanto para la empresa como para el empleado puesto que refleja formalmente el Acuerdo entre las dos partes estableciendo los derechos y deberes contemplados por la ley
- mantener un programa de seguridad industrial refleja el interés de la alta dirección por el bienestar físico, mental y emocional de sus colaboradores, lo que se traduce en una mayor eficiencia y productividad de los mismos

BIBLIOGRAFÍA

- Se destacan 29 notas bibliográficas destacando temas como: administración, atención al cliente, organización, seguridad industrial, reclutamiento, selección personal, evaluación del personal, administración financiera, administración de recursos humanos, servicio, gerencia estratégica, sueldos y salarios, motivación, investigación científica.

ANEXOS:

El presente trabajo de grado presenta los siguientes anexos

ANEXO A. flujograma de reclutamiento

ANEXO B flujograma de selección

ANEXO C: evaluación de entrevistas

ANEXO D: carta de despido

ANEXO E: certificado de trabajo

ANEXO F: evaluación de desempeño para los niveles 5 y 6

ANEXO G: plano de evacuación oficina calle 99

ANEXO H: plano de evacuación departamento de operaciones segunda planta

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 063

TÍTULO: PLAN PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN EL SERVICIO AL USUARIO, DIRIGIDO A LOS INSTRUCTORES DEL ROYAL CENTER.

AUTOR: MONROY SALAMANCA, Aida del Pilar.
PELAEZ DE DIAZ, Diana lucia.

PUBLICACIÓN: Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicios de Bienestar, Bogotá, 1993. P.P. 210. Anexos 6.

PALABRAS

CLAVES: CLIENTE, SERVICIO, CALIDAD, CULTURA DEL SERVICIO, COMUNICACIÓN, MOTIVACION.

DESCRIPCIÓN: Este trabajo tiene como finalidad concientizar a los instructores del Royal Center sobre la importancia de orientar sus funciones hacia la consecución de la calidad en el servicio, aumentando así la productividad y fortaleciendo la competencia con el exterior, mejorando de tal manera los niveles de bienestar social.

FUENTES: no presenta pie de paginas.

CONTENIDO: Este trabajo esta conformado de la siguiente manera:

INTODUCCIÓN:

Calidad total, gerencia del servicio son algunos de los nuevos conceptos que están incursionando aceleradamente en el mundo empresarial. Es casi obligación de las empresas adoptar esta reciente filosofía si desean subsistir a las exigencias competitivas.

Para lograrlo se ha de concretizar a la alta gerencia y al personal, siendo este ultimo uno de los recursos más importantes dentro de la organización.

El Royal Center conocedor de este hecho ha comenzado su plan de calidad total, dentro del cual contempla un plan de capacitación para el personal, siguiendo los parámetros que se indican en este proyecto de grado. Con base en el diagnostico realizado mediante la información recolectada a través de encuestas y un plan para el desarrollo del programa de capacitación en el servicio.

*CAPITULO I: ANALISIS DE LA INFORMACION***Tema 1: Análisis Estadístico de la Información**

Este capitulo presenta el resultado de las encuestas, su análisis y el índice de calidad de cada una de sus preguntas, para así clasificar y describir el problema de la empresa mediante el diagnostico.

Tema 2: Análisis Estadístico de las Encuestas para instructores

A los instructores se les encuestó con el fin de saber, si ellos conocen los parámetros sobre los cuales se rige la empresa, es decir: Misión, Visión, filosofía, objetivos, políticas, reglamento y estructura organizacional. También se quería determinar el nivel de satisfacción respecto al clima organizacional y finalmente su grado de compromiso con la empresa.

Tema 3: Análisis

En esta parte de la encuesta, se deja ver en sus resultados la falta de interés que los directivos han mostrado en difundir a sus empleados.

Tema 4: Clima Organizacional

Presenta una serie de aspectos relacionados con el clima organizacional, se pide al encuestado que califique de acuerdo a su grado de satisfacción o insatisfacción laboral. Los aspectos a calificar son:

Aspectos Administrativos

Índices de calidad.

Participación en la toma de decisiones.

Información oportuna acerca de los asuntos que competen a su trabajo.

Conocimiento de las políticas administrativas.

Relación de las políticas administrativas con sus necesidades.

Atención a quejas.

Atención a sugerencias.

Tema 5: Relaciones Interpersonales

Participación en cursos de servicio: de los encuestados manifiestan su insatisfacción porque no han participado en los cursos de servicio organizados por la empresa.

Oportunidad para asistir a conferencias, seminarios, etc.: se afirma estar insatisfechos, porque la empresa no les ha brindado la oportunidad de asistir a conferencias y seminarios.

Tema 6: Reconocimiento

Reconocimientos de sus logros por parte de sus colegas: ya que no reciben reconocimientos de sus logros por parte de los colegas.

Reconocimiento de sus logros por parte de sus superiores.

Tema 7: responsabilidad

En cuanto a factores como: autoridad, responsabilidad; no se encontraron insatisfechos, sin embargo, ni este aspecto se halla un nivel cercano a la excelencia. Cabe aclarar que en este momento ninguno de los instructores posee autoridad a pesar de esto no se

encontró insatisfacción para este factor, lo cual indica que ellos prefieren no asumir este tipo de responsabilidades.

Tema 8:Supervisión

Supervisión a su trabajo por parte de sus superiores: insatisfacción por la manera como los superiores ejercen la supervisión a su trabajo.

Estimulo personal dado por sus superiores, los superiores no proporcionan confianza y no les dan autoridad. No les interesan a los superiores que se les delegue autoridad.

No cuentan con la debida orientación de sus superiores.

Consideran que sus superiores no proporcionan el entrenamiento necesario para la elaboración de su trabajo.

Tema 9: Trabajo en si Mismo

Ninguno de los instructores se encuentra insatisfecho por la labor que realiza.

Entusiasmo en el desempeño laboral: a ninguno de los instructores les falta entusiasmo en su desempeño laboral.

Tema 10: Condiciones de Trabajo:

Gran parte de los instructores se encuentran insatisfechos por el número de horas que trabaja semanalmente, esto ocurre principalmente en quienes trabajan en la mañana.

Se sienten insatisfecho ya que piensan que otras profesiones gozan de horarios más cómodos.

Los empleados consideran que en la empresa hace falta manuales de seguridad y una campaña para prevenir accidentes.

Tema 11: instalaciones Físicas

Los empleados no se encuentran satisfechos con el aseo realizado en el lugar de trabajo.

El mantenimiento físico y de las maquinas no se realiza oportunamente.

Es de suma importancia recordar que las empresas están en busca de la excelencia en su servicio, no pueden aceptar o conformarse con que solo un mínimo sean los satisfechos.

Tema 12: Entorno

Esta parte de la encuesta busca establecer como se siente el instructor frente a la competencia del Royal Center, si consideran que esta organización más fuerte que

cualquier empresa con servicios iguales o similares que se presenta allí y por esto se preocupan por asegurar su permanencia en esta o si por el contrario piensa que en otros sitios tendrían mejores oportunidades laborales.

Los encuestados piensan que se puede encontrar un servicio igual o mejor que el del Royal Center.

Consideran que las actuales condiciones de servicio del Royal Center son suficientes para mantenerse seguro frente a la posible competencia.

Tema 13: Grado de Compromiso con la Empresa

Se trata de percibir con esta parte que tan comprometidos está el personal con la empresa como manifestarlo en todas sus actividades dentro y fuera de ella.

Se intenta saber como ven los empleados la empresa como tal y como patrón, para su calificación, se tienen en cuenta los valores y el esfuerzo del personal por la empresa.

Algunos empleados consideran que el Royal Center es malo como empresa, es decir no están de acuerdo con el trato que el usuario recibe de la empresa.

Por otra parte ellos consideran que el Royal Center es un mal patrón, no sienten que este se preocupe por mantenerlos motivados, ni que hayan estabilidad laboral.

Tema 14: Análisis estadístico de las encuentran para afiliados: los afiliados son los que diariamente reciben el servicio y por lo tanto los más indicados para calificarlo. Se les encuesta con el fin precisamente de que manifiesten el grado de satisfacción respecto a los instructores.

La primera parte de la encuesta consta de una serie de preguntas generales acerca de las actividades que prefieren los afiliados y la opinión que tienen a ceca de la organización en general de los eventos. Esta información no será tabulada, será utilizada para evaluar otros aspectos que competen solamente al Royal Center.

La segunda parte hace referencia exclusivamente al desempeño de las funciones de los instructores y la tercera, son preguntas abiertas, para que al igual que los funcionarios, los afiliados propongan posibles soluciones.

Tema 15: Informe

Gracias al principio de Pareto se logro establecer las cursas que producen el 80% de la insatisfacción en el usuario. Para evitar caer en repeticiones innecesarias se puede concluir que el empleado refleja ante su clientela falta de compromiso con la empresa, apatía, falta de Profesionalismo.

Dentro de este tipo de casas de problemas se encierran otros factores como la falta de equidad en la distribución del tiempo del instructor entre sus afiliados, manifestaciones de

desinterés por su cliente y el no cumplir y hacer cumplir normas establecida por la empresa.

El manejo de la comunicación interna: la información que les compete no llega oportunamente, entre la cual se encuentra la que se debería difundir entre los afiliados, pero por su desconocimiento total o parcial no llega o llega incompleta.

Capacitación: se detectó que cuando la empresa organiza eventos culturales los instructores poco asistían, sin embargo, en este momento opinan que no cuentan con la oportunidad por parte de la empresa para acudir a estos eventos. En cuanto a su participación en cursos de servicio, donde existe un número considerable de insatisfacción, más que por la falta de oportunidad, es porque existe predisposición por parte del instructor ya que ha asistido a diferentes cursos y no ha visto su aplicación interna, pero se les exige la aplicación externa.

Tema 16: Determinación de Necesidades:

Las necesidades de capacitación surgen por iniciativa de las directivas de la empresa por considerarse esta parte fundamental dentro del proceso de calidad en el servicio que se ha venido implementando en la organización. Con ello se puede contribuir al desarrollo y superación del personal proporcionándole los medios para un óptimo desempeño laboral.

CAPITULO II: PLAN PARA EL PROGRAMA DE CAPASITACIÓN

Con base en los resultados de la determinación de necesidades, se propone un programa de capacitación para los instructores, el cual esta compuesto por módulos o cursos sobre Calidad y Servicio al cliente. Estos recursos requieren de periódicas y secuencia lógica, por ende su orden es inalterable.

Tema 1: Metas

El propósito de este programa de capacitación es el de informa al participante sobre los aspectos que requieren para la presentación de un servicio eficiente al afiliado.

Otro propósito es el de ofrecer un ambiente propicio para que el instructor desee comprometerse con la empresa y pemancer en ella.

El programa de capacitación también busca a través de este los afiliados se sienta satisfecho al ser atendido por un instructor del Royal Center.

Tema 2: Políticas

La política de capacitación es la de fomentar la formación de los instructores para que puedan alcanzar los objetivos de la empresa, logrando así el crecimiento, desarrollo y rentabilidad de la misma por la calidad de su servicio.

Tema 3: Recursos:

Es importante tener en cuenta los recursos con los que cuenta la empresa y los que están en capacidad de conseguir, es decir los recursos básicos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Tema 4: Recursos Humanos:

Todas las personas, bien sean directamente o indirectamente, en la organización y puesta en marcha del proyecto. Es aconsejable asesorarse de personal especializado a prestar este tipo de servicio.

Tema 5: Recursos Físicos:

Hace mención al lugar apropiado para llevar a cabo los recursos de capacitación en servicio, teniendo en cuenta que sea el más adecuado en cuanto a factores ambientales, ya que son de suma impotencia para evitar distracciones en los asistentes. Estos factores son: iluminación, ventilación, acústica y mobiliario.

Tema 6: Recursos Técnicos:

Materiales de apoyo, son los que el instructor utiliza para transmitir su información durante el proceso de enseñanza y aprendizaje. Estos pueden ser:

Ayudas impresas o reproducciones.
 Ayudas gráficas incidentales.
 Diapositivas y acetatos.
 Ayudas auditivas
 Ayudas audiovisuales.

Tema 7: Recursos Financieros

Se busca orientar a la empresa sobre los costos en los que debe incurrir para la puesta en marcha del proyecto. Para este caso el presupuesto no será alto, puesto que se cuenta con la mayoría de los elementos que proporcionan mayores costos.

Tema 8: Programa de Capacitación: mediante una secuencia adecuada y progresiva de los temas y con base en un guión lógico y motivador se facilitará el aprendizaje de los participantes.

Los elementos para una buena capacitación son:

Proporcionar a cada empleado las destrezas necesarias para conseguir resultados positivos con los clientes.

Descomponer el material de curso en incrementos manejables para que los estudiantes tengan ocasión de dominar las destrezas básicas antes de enfrentar desafíos más complejos.

La conferencia exposición oral que hace un ponente de un tema en determinado tiempo. Este resulta útil cuando se cuenta con la suficiente información y alta capacidad para comunicarla.

Tener claros los objetivos de la reunión e informarlo a los participantes.

Informar los objetivos que se han de lograr al finalizar el curso.

Estudio de casos. El expositor señala los casos de estudio y propicia un ambiente adecuado para su discusión.

Tema 9: Estructura y Comentarios de los cursos

Curso No 1: Lo que usted debe conocer del Royal Center.

Subtemas:

El Royal Center como empresa.

Usted dentro del Royal Center.

Organigrama de la empresa.

Manuales de Funciones

Manuales de procedimientos de cada unidad.

Una vez terminado el curso estará en condiciones de definir la misión, filosofía, los objetivos y las políticas de la empresa.

Curso No 2: El Servicio: estamos en la era del servicio y por lo tanto es importante comprender el concepto del mismo, por esta razón es necesario dar a conocer a los participantes los puntos básicos que lo conforman.

Subtemas:

Concepto y definiciones.
 Aspectos de un servicio.
 Características de calidad y suministro del mismo.
 Antecedentes históricos y experiencias de otras organizaciones.
 Momentos de verdad.
 El sistema de servucción.
 El servicio como producto.
 Definición, elementos.

Curso No: 3: La Gerencia del Servicio

Este tema ha sido escogido por ser de gran importancia cuando de servicio se trata. No se puede hablar de implantar su calidad si no se educa, compromete y concientizar al personal de la organización para conservarla.

Subtemas:

El triángulo del servicio.
 La cultura del servicio.
 Normas del servicio al cliente.
 Importancia de una línea que tienen contacto con el público orientada hacia el cliente.

Curso No: 4: La Comunicación

Se ha diseñado pensando en la utilidad que ha de proporcionar a los instructores el adquirir conocimientos y práctica sobre la comunicación, aspecto necesario en las relaciones interpersonales. En este caso el enfoque será empresarial.

Subtemas:

Significado de la comunicación. El proceso y sus elementos.
 Cómo ayuda el escuchar.
 Superación de las barreras de la comunicación.
 Comunicación con los superiores.

Curso No: 5: Trato con el Cliente:

La finalidad de la selección de este tema es la de orientar a los participantes hacia algunos puntos importantes que debe tener en cuenta en el trato directo con el cliente.

Subtemas:

Expectativas del cliente con respecto al servicio.
Buenas relaciones con el cliente.
La importancia de proporcionar un buen servicio.

Curso No: 6: Manejo de Quejas

Después de conocer sobre el servicio es importante tener criterio suficiente para establecer buenas relaciones con el cliente. De todos modos siempre existirá uno que otro usuario que ha de tener un motivo de queja o disgusto.

Subtemas:

Cuando el cliente tiene un motivo de queja.
Atención de clientes difíciles y/o enojados.
Normas para el manejo de quejas.

Curso No: 7: Servicio y la Calidad Total

Calidad y servicio. La unión de estos conceptos es la única vía para superar los bloqueos que a veces se presentan en el camino tradicional hacia la calidad total y que a su vez da consistencia en cualquier enfoque de servicio. No puede haber calidad total sin servicio.

Subtemas:

Calidad total.
La gente compra funciones no producto.
Cuando el comprador se hace cliente.

CAPITULO III: EL AREA DE CAPACITACIÓN EN EL SERVICIO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

Para cumplir eficientemente con las actividades propuestas para el plan de capacitación en servicio, es indispensable contar con el área administrativa que integrada totalmente a la misión de la empresa, sea responsable de planear, organizar y controlar la inducción, capacitación y adiestramiento en la misma.

Tema 1: Estructura Organizacional

Teniendo en cuenta el esquema organizacional de Royal Center, se propone la ubicación de un cargo responsable de la capacitación en servicio. (al usuario y tecnico-profesional)

Tema 2: Perfil del Capacitador y Determinación de sus Funciones

Cualidades y habilidades:

Expresión verbal clara, sencilla y precisa.
 Comunicación oral y escrita.
 Capacidad de análisis y de síntesis.
 Capacidad para resolver problemas.
 Capacidad de escuchar.
 Capacidad para trabajar en equipo.
 Habilidad para trabajar eficazmente en todos los niveles.
 Habilidad para integrar a los grupos y conducirlos al logro de los objetivos propuestos.
 Desarrollo personal y destrezas de adiestramiento.

Tema 3: Manual de Funciones

Nombre del cargo: Director de Capacitación en Servicio.

Cargo del jefe Intermedio: Gerente Administrativo.

Gerencia: Administrativa : Departamento recurso Humano.

El propósito general del cargo es mejorar los resultados de servicio mediante la creación, diseño y ejecución de sistemas completos de capacitación.

Funciones:

Determinar necesidades de capacitación
 Diseñar programas de capacitación.
 Diseñar y preparar materiales de apoyo para estos programas.
 Llevar a cabo sesiones de capacitación en las áreas que se determinen.
 Diseñar, desarrollar y aplicar objetivos de capacitación.
 Asesorar en capacitación.

CAPITULO IV: DIRECCIÓN DE SERVICIOS

Para conservar una buena relación de servicio la dirección de servicio ha de encargarse de encaminar todos sus esfuerzos, hacia el mantenimiento de los estándares de respuesta del personal a un alto nivel.

Para conseguir el nivel de satisfacción deberá cumplir con eficiencia sus funciones. Estas son de: liderazgo, motivación, comunicación, capacitación e incentivos.

Tema 1: Respuestas Estandarizadas

Son un modelo en el cual se basa su conducta el personal de servicio. Consideradas de gran valor por ser herramientas afectivas para el manejo de la comunicación y trato con el cliente, especialmente cuando de problemas y quejas se trata.

Tema 2: Desarrollo y Mantenimiento de Estándares Altos

Para conservar la fidelidad del cliente es necesario mantener con él buenas relaciones, proporcionarle la satisfacción de sus necesidades. De esta manera se crean clientes satisfechos, es decir clientes sin problemas.

Tema 3: Funciones de la Dirección de Servicios Desarrolladas para el Plan de Capacitación

Se han de considerar las características del personal y los aspectos administrativos de la empresa:

Hay que aplicar métodos para la identificación y motivación de líderes.

Hay que identificar la predisposición que existe para la asistencia a las conferencias.

También es conveniente crear un sistema de incentivos económicos y de reconocimientos al buen desempeño.

Tema 4: Diseño de la Evaluación del Plan de Capacitación en el Servicio al Cliente

Para determinar la efectividad de la capacitación, es necesario contemplar algunos puntos importantes que sirvan de guía para la evaluación, permitiendo medir el grado de cumplimiento o concesión de los objetivos planeados.

En general la evaluación proporciona datos sobre:

La calidad en el diseño y desarrollo de los cursos.

Cumplimiento de las expectativas por parte de los participantes y su opinión acerca de eventos.

El grado de conocimiento adquiridos, incremento en el nivel de habilidades y la generación de cambios de conducta y de actitudes.

Los resultados tangibles del programa en cuanto a la relación costo – beneficio.

CONCLUSIONES: De las 15 conclusiones se extractan las siguientes:

De acuerdo al análisis efectuado se concluyó que para solucionar el problema del servicio al cliente, no basta la capacitación, aunque esta redundante en importancia es fundamental su éxito corrigiendo las fallas.

Es importante para la empresa de servicio el crear un departamento de servicio al cliente, ya que es la base para el progreso de la misma.

La capacitación del personal de una organización es indispensable para su crecimiento laboral y prosperidad de la empresa, obteniendo así mutuos beneficios.

BIBLIOGRAFIA: Las autoras hacen referencia a 14 autores destacándose temas como: servicio, capacitación, comunicación interna, calidad, control total de la calidad.

ANEXOS:

Anexo 1: Encuestas para instructores y afiliados.
 Anexo 2: Tabla de Variables, valores e indicadores para respuestas individuales.
 Anexo 3: Encuesta para afiliados
 Anexo 4: Tabla de variables.
 Anexo 5: Organigrama.

RAAS: *Este resumen analítico fue elaborado por Ximena Cely*

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 064
TITULO:	CREACION Y DESARROLLO DEL DEPARTAMENTO DE BIENESTAR PARA LA EMPRESA CENTRAL DE MEZCLAS S.A.	
AUTOR:	RODRIGUEZ, ANDRADE; Luz Maritza. TAMARA, MOLINA; Claudia Patricia.	
PUBLICACIÓN:	Trabajo de grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Bogotá 1993, P.P.192, presenta 12 pie de paginas.	
PALABRAS CLAVES:	LIDERAZGO, BIENESTAR, PERSONAL, CAPACITACION, EVENTOS.	
DESCRIPCIÓN:	Con este trabajo se tratará de descubrir y cultivar aptitudes en los trabajadores mediante el seguimiento continuo en la ejecución de la investigación interna en cuanto a los programas culturales, deportivos, recreativos, de salud, educación etc. A la vez se realizará visitas de observación que permitan ubicar a los trabajadores en el medio socio – cultural en el que se desarrollan.	
METODOLOGIA:	No presenta.	
FUENTES:	Las autoras hacen referencia a 12 pie de paginas los cuales se destacan los siguientes:	

Informe de Postulación para el Premio Colombiano a la Calidad P1.

4

Departamento Administrativo del Servicio Civil. P.5.

6

CONTENIDO: Este trabajo esta conformado de la siguiente manera:

INTRODUCCIÓN

El bienestar social cuyos fundamentos se basan en la filosofía de la seguridad social, implica una seguridad integral y tiende al logro de las necesidades básicas como: salud, vivienda, educación, recreación, que a su vez responden a un diagnóstico de la problemática social.

De pretenderá proyectar la acción de la empresa hacia la integración de los trabajadores y de sus familias a las actividades que se realicen. Para llevar a cabo los programas es necesario crear hábitos de cooperación y ayuda mutua en los trabajadores para que desarrollen el sentido de compromiso y pertenencia en la empresa. Con la creación del departamento de Bienestar en la empresa se pretende contribuir a elevar el nivel de vida del capital humano de las empresas, además de buscar un mejoramiento continuo y desarrollo personal.

CAPITULO I: MARCO DE REFERENCIA

Tema 1: Marco Histórico

Central de Mezclas es una empresa de tipo sociedad anónima, con capital netamente nacional, que mediante su actividad industrial produce concretos y morteros a base de cemento, pavimentos asfálticos y agregados de origen petróleo utilizados en la industria de la construcción.

Esta empresa fue creada en 1938 por una joven empresa constructora denominada PARDO, RESTREPO & SANTAMARIA, desde entonces se ha caracterizado por ser líder en la fabricación de productos de alta calidad para la industria de la construcción, proporcionando los mejores servicios para su colocación en obra.

La misión de Central de Mezclas S.A. es ser líderes en el mercado de productos y servicios para la industria de la construcción teniendo como objetivo el cliente.

La alta dirección, pretende alcanzar los siguientes objetivos fundamentales:

- Planear el crecimiento y futuro desarrollo de la compañía a mediano y largo plazo.
- Coordinar las áreas de la organización, con el fin de optimizar los recursos físicos, financieros, comerciales, operativos, técnicos y humanos de la compañía.
- Promover el desarrollo y el bienestar de sus colaboradores, mediante el mejoramiento continuo de los colaboradores de cada área, para servir a la familia, a la sociedad y al país.

Tema 2: Desarrollo del Personal hacia la Calidad

Participación y compromiso: los empleados nuevos asisten a programas en el que a demás de conocer la historia y la filosofía de la empresa, se enteran de las metas, las misiones y los objetivos de la compañía y de los objetivos específicos de sus área.

Para fomentar la participación de los trabajadores en el logro de metas, se realizan evaluaciones de desempeño, que además de permitir establecer el cumplimiento de responsabilidades, buscan fijar objetivos de mejoramiento que el empleado debe desarrollar en el periodo inmediatamente posterior.

Tema 3: Información para la Calidad

Datos y Fuentes: las principales bases de datos con las que cuenta la organización en el manejo de la información se encuentran:

Programación: define la capacidad de producción y distribución de cada una de las plantas.

Despachos: administra la salida de productos y servicios.

Cuentas corrientes: maneja la información básica de clientes y obras.

Tesorería: maneja los ingresos y egresos de dinero.

Contabilidad: realiza codificaciones contables de todas las transacciones y habilita todos el movimiento contable.

Presupuestos: hace las proyecciones estadísticas teniendo en cuenta el déficit y el superávit.

Activos Fijos: administra técnica, contable y opretivamente los bienes de la empresa realizador por depreciaciones.

Control de Calidad: maneja los parámetros de dosificación de cada una de las plantas. Contiene bases de datos de todos los tipos de materias primas utilizadas.

Inventarios, compras y proveedores: define códigos de control de elemento. Controla los inventarios de Almacén de la compañía.

Mantenimiento: registra la historia de cada uno de los equipos de operaciones de la compañía. Maneja el costo de mantenimiento de dichos equipos.

Relaciones Industriales: mantiene actualizado un registro de todos los colaboradores. Maneja la nomina prestaciones sociales, asesoría sobre la evaluación de méritos para los trabajadores.

Correo Electrónico de Gerentes: permite a la alta dirección la consulta de información de cualquier índole para la toma de decisiones.

Tema 4: Justificación del Departamento

Unidad o dependencia dotada y capacidad administrativa, responsable de la adopción, implementación y efectividad de estas orientaciones.

Para establecer las bases sólidas en la creación de este departamento es necesario:

Crear conciencia sobre su importancia en el logro de los objetivos institucionales.

Incidencia en el funcionamiento de todas y cada una de las dependencias que conforman la entidad.

Tema 5: Estructura Organizacional del Departamento

La unidad administrativa de bienestar social pertenece a la división de relaciones industriales y forma parte del sistema de administración de personal pero en otras dependencias de la dirección o gerencia lo que le permite mayor apoyo y autonomía.

Tema 6: Función del Departamento de Bienestar

Se pueden clasificar las funciones según las condiciones o medios hacia los cuales se proyecta su situación y según su nivel de actuación e intervención:

Ayuda a la apersonas o grupos en la utilización de los recursos.

Participación en los programas de Bienestar social de la empresa.

Detectar e identificar mediante la investigación las causas de los problemas resultantes de las fallas en la estructura organizacional.

Investigar y diagnosticar la causa de los problemas de satisfacción e ineficiencia de las personas, con respecto a la seguridad de empleo y a las posibilidades de prosperar en el.

Conocer y profundizar los problemas derivados de la realización no adecuada del trabajo.

Asesorar a los grupos primarios, comités de trabajo de deportes, cultura y otros grupos informales con miras a un eficiente funcionamiento.

Los Concientiza de las necesidades y potencialidades prestándoles asesoría para el desarrollo de estas.

Tema 7: Etapas en un Proceso de Desarrollo de Programas de Bienestar Social

Etapas de solución de un proyecto, estudiando la viabilidad.

Se trabaja sin tener en cuenta al sindicato y cada uno realiza su trabajo independiente.

Se deben tener en cuenta los siguientes factores para la motivación: logro, creatividad, reconocimiento, y participación.

Se destacan los logros obtenidos en carteleros y con copia a la hoja de vida.

Los programas deben ofrecer beneficios intangibles como:

Participación, compañerismo, integración en el trabajo, mayor responsabilidad.

Tema 8: Círculos de Calidad o Participación

Se debe hacer una administración participativa donde lo que suceda en la organización sea conocido por los colaboradores en toda la organización.

La confianza de las personas no es decir sino una acción que pasa por todos en la empresa, esto mejora las condiciones de trabajo y la eficiencia en las relaciones laborales.

Los principales ingredientes son:

Desarrollo de persona, apertura mental, mayor compromiso, sinceridad con la organización, política de puertas abiertas, información y conducta.

Tema 9: Objetivos de los Círculos de Calidad

Comunicación vertical a través de jefes y subalternos, con participación de todos los niveles.

Dar a conocer los objetivos de la planeación y situación de la empresa.

Dar a conocer las normas y procedimientos para que se puedan cumplir.

Tema 10: Postulados en los Círculos de Calidad

Los círculos de calidad se han definido como un pequeño grupo de personas pertenecientes a una misma área de trabajo, que se reúnen con el mismo fin para identificar, analizar y resolver la calidad del producto y otros problemas de sección.

Dentro de esta filosofía se tienen considerados como un grupo que efectúa actividades de mejora y de solución de problemas dentro de una empresa en forma voluntaria y en el sitio de trabajo al cual pertenece.

No son sistemas donde la Gerencia ordenen formar grupos para empezar a crearles beneficios a la empresa.

Desarrollar al máximo las capacidades humanas.

Contribuir al mejoramiento y desarrollo de la empresa.

Tema 10: Capacitación, Participación y Motivación

Primero que todo se debe recibir la filosofía del hombre importante dentro de la organización, se debe capacitar y se deben dar herramientas para que sea un elemento productivo dentro de ella.

No solamente dando capacitación a los individuos se puede lograr un éxito dentro de los círculos de calidad. Se debe dar a las personas participación y sobre todo autonomía. Esto quiere decir, temiendo confianza para hacer el trabajo, se crea la forma de desarrollar tareas propias en beneficio de la compañía para luego presentarlas a la gerencia. Los trabajos realizados deben tenerse realmente en cuenta y demostrarles verdadera importancia a los resultados obtenidos, lo cual conducirá al éxito.

Capacitación y desarrollo de Personal

El desarrollo del personal debe entenderse como el desarrollo de las capacidades de la persona para asumir y cumplir mayores responsabilidades. Un programa de desarrollo de personal debe atender tres aspectos: Conocimientos, habilidades ya actitudes.

El objetivo de los grupos de trabajo es servir de marco para el desarrollo permanente del personal.

Los grupos constituyen un sistema que procura la superación de la calidad de todas las funciones de la empresa incluyendo la superación de la calidad humana.

Tema 11: Características de la Organización de los Grupos de Trabajo

La comunicación: el objetivo de esta es llegar a un acuerdo entre dos o más personas sobre una idea o imagen del asunto de que se trata, los jefes deben desarrollar su habilidad para hablar con claridad y la paciencia de escuchar con atención.

La disciplina: una persona es disciplinada cuando cumple sus compromisos, responsabilidad.

La sinceridad: el decir lo que se cree, el confesar lo que se siente y el admitir lo que se puede, son manifestaciones de la sinceridad.

Tema 12: Conducción de una Reunión con Grupos de Trabajo

Lugar: es recomendable que las reuniones se realicen en el lugar de trabajo, lo que implica que el supervisor debe contar con una pequeña área con un escritorio, a menos que la seguridad, el ruido y demás condiciones ambientales aconsejen lo contrario.

Moderador: en un principio deberá ser el supervisor, jefe de planta, jefe inmediato o líder, quien ha sido debidamente enterado para la conducción de las reuniones y manejo de las técnicas de solución participativa.

Participación: es sumamente importante el ir logrando la participación de todos los miembros.

Recolección de datos: se recomienda que sean los propios participantes quienes se encarguen de obtener dichos datos si estos no se están recolectando en forma cotidiana se puede pensar en una conveniencia de dicha recolección.

Análisis de los Datos: es la actividad que mayor enriquecimiento y satisfacción proporciona a las personas; es importante entonces el estipular y guiar a las personas para que vayan aprendiendo a usar herramientas de análisis.

Presentación de resultados: es estimulante para los operarios tener la oportunidad antes vedada de presentar los resultados de sus investigaciones o debates sobre los diferentes temas.

Tema 13: Visión Actual del Trabajo

La visión reciente y que sirve para fundamentar el concepto de círculos de calidad se caracteriza por los estudios sobre el comportamiento humano en las organizaciones donde es relevante:

La necesidad de reconocimiento y la seguridad de pertenecer a algo más importante en la moral del trabajador para la productividad, que las condiciones físicas que se trabajen.

La colaboración en grupo no ocurre por accidente, sino al contrario debe ser planeada y desarrollada.

Tema 14: Marco Geográfico

La empresa central de Mezclas en su proceso de desarrollo ha ubicado la planta de producción de concretos en diferentes puntos de Santafé de Bogotá como son: Autopista, Américas, Bosa, Ciudad Salitre, Contador, Sur y Tocancipa. Los centros de explotación de agregados se ubican en Tunjuelito y una planta que produce pavimentos asfálticos llamada asfaltos ubicada en Tunjuelito.

CAPITULO II: INFORME DE DIAGNOSTICO EXTERNO

Tema 1: Descripción del Marco Industrial

La industria del concreto de Bogotá esta encargada de empresas importantes como son la Central de Mezclas S.A, Concretos Premezclados; Concretos Bogotá, Metroconcreto, Concremovil, Concretos Diamante. Estos se encargan de preparar productos para la utilización de los mismos en la industria y en el servicio de la construcción.

El mercado de concretos de Bogotá está en un punto de ventas excelente, lo cual ha obligado a las empresas a entrar en la filosofía de la calidad total, donde se trata de involucrar al trabajador en la misión de la compañía comprometiéndose con la ejecución plena y satisfactoria de las actividades encomendadas, llegando así al nivel de productividad y competencia eficaz de la industria.

Tema 2: Recolección de Datos

Como medio de recolección de datos se diseñó una encuesta la cuál fue diligenciada en todas las empresas por las personas encargadas de elaborar y ejecutar los programas de bienestar. En el desarrollo de dicha encuesta se presentó como inconveniente la reserva de alguna información por ser de carácter confidencial para algunas compañías.

Tema 3: Análisis

Dentro de la industria y servicio de las construcciones ha hecho una clasificación de acuerdo a la variedad de beneficios que se brindan a los trabajadores, se encuentran empresas como Premezclados, Metroconcreto que se caracterizan por no tener sindicato, lo cual facilita los programas de bienestar social sean más flexibles que los consignados en convención colectiva, lo cual ayuda al buen desempeño en la planeación, organización, dirección, control y coordinación de las diferentes actividades de bienestar social.

Los programas de capacitación están orientados no solo a los asuntos laborales y de seguridad industrial, si no también a temas relacionados con la familia, educación sexual, drogadicción, alcoholismo, como ser padres eficientes etc.

Algunas empresas incluyendo dentro de los beneficios del sistema de medicina prepagada, donde las más usadas son Colsanitas y salud Colmena cuya afiliación en algunos casos depende del fondo de empleados. Otras cuentan con un médico en planta o enfermera de salud ocupacional, o recurren directamente a los servicios del ISS.

Tema 4: Observaciones

Premezclados ha buscado la manera de integrar al trabajador con la compañía formando comités, los cuales son considerados como el termómetro de la empresa, están conformados por los jefes de planta, algunos trabajadores, jefes de relaciones industriales y jefes de otras dependencias quienes se reúnen y exponen problemas de planta y se plantean nuevos programas.

En la empresa Concretos Diamante se destaca la entrega de escudos en oro, como símbolo para las personas que hayan cumplido 5, 10, 12, 20 y 30 años de servicio a la compañía, publican una revista mensualmente donde divulgan notas especiales sobre el empleado del mes elegido por su trabajo, compromiso y dedicación.

En la empresa Tubos Moore S.A. la parte de beneficios se maneja por la cooperativa de ahorro y crédito, la cual se encarga de hacer préstamos para vivienda y educación, inherente a este su objetivo, la empresa traslada a la cooperativa programas de capacitación para la familia del trabajador, reuniones sociales, fiestas de los niños etc.

Tema 5: informe Gráficas Educación

El análisis de los beneficios referentes a la educación demostrados gráficamente muestra que el 92.3% de las empresas en cuestionadas brindan programas educativos para los empleados.

Tema 6: Informe Gráfica Recreación

La gráfica de recreación muestra como el 100% de las empresas encuestadas tienen dentro de sus programas de bienestar las celebraciones especiales como cumpleaños y aniversarios en las cuales participan los empleados con sus familias.

Tema 7: Informe Gráfico de Capacitación

La gráfica de capacitación muestra que el 100% de las empresas encuestadas ofrecen cursos de capacitación para los empleados dependiendo del cargo, a la vez dictan cursos sobre familias, comunicación, educación en los hijos y temas de actualidad.

Tema 8: Informe Gráfica Recreación Ecológica y Turística

En primer lugar se observa como las empresas brindan gran importancia a los hijos de los empleados en la organización de las fiestas infantiles con un 100%, las fiestas de empleados con un 84.6%.

Tema 8: Informe Gráfica Actividades Deportivas Internas

En la gráfica de actividades deportivas Internas prevalece con 100% los campeonatos internos en diferentes modalidades ya sean masculinos o femeninos.

Tema 9: Informe Gráfica Modalidades Deportivas

Esta gráfica indica el nivel de aceptación en los diferentes deportes, notándose la preferencia del fútbol con un 92.3% debido al índice de población masculina con que cuentan.

Tema 10: Informe Gráfica Cultural

Los beneficios a nivel cultural, el 76.9% de las empresas tienen un boletín informativo, el cual circula quincenalmente o mensualmente y sus artículos son coordinados por los mismos trabajadores.

Tema 11: Informe Gráfica Salud

En esta Gráfica se muestran los beneficios a nivel general que las empresas han sido consideradas con sus empleados, ya que presentan un gran número de beneficios en esta área no solo a quienes están sindicalizados, sino para quienes no lo están como son los de administración.

Tema 12: Informe Gráfica Diagnostico Externo

Luego de haber detallado cada área específica de los programas de bienestar se determina cuál de estos beneficios prevalece sobre los demás, es decir que tienen mayor acogida por parte de los empleados de todas las empresas encuestadas.

En primer lugar se determina la capacitación con un 73%, recreación empresarial con 72.2% y educación con 64%, fondos con 61.5, recreación y cultura con 56%, modalidades deportivas con 52.6%, buzón de sugerencias con 38.4% y cooperativas con 30.7%.

CAPITULO III: INFORME DE DIAGNOSTICO INTERNO

Tema 1: reseña de la Empresa Central de Mezclas S.A

Es una empresa para la producción y venta de materiales y servicios para la industria de la construcción caracterizando por su primer producto concretos y morteros, los cuales son elaborados a base de cemento y agregados de origen de petróleo.

Tema 2: Proceso de Fabricación del Producto

La empresa cuenta además con una planta de producción de materia prima llamada MINAS, allí es donde se elabora el proceso de producción de los agregados como gravilla, arena de río y gravilla fina, el proceso de producción inicia en el momento de excavación en la cantera donde se consigue la piedra.

Tema 3: Distribución del Personal

Minas tiene un terreno excesivamente amplio, por lo tanto se encuentra distribuida en 3 plantas, manas, Santa Inés y Santa María y cuenta además con una planta de concreto llamada planta Sur.

Actualmente laboran 168 personas entre administración y operarios, laboran en administración 21 personas contando entre estos ingenieros, asistentes de departamento, jefes de departamentos, secretarias y auxiliares; en la parte operativa cuentan con 147 trabajadores distribuidos en los cargos de talleres, producción, distribución y mantenimiento.

Tema 4: Necesidad del Estudio

El diagnostico interno en la empresa, se llevo a cabo con el fin de observar y analizar el nivel de motivación y satisfacción de los empleados de administración y de producción con respecto a los beneficios que actualmente poseen para identificar de esta forma las necesidades que se tienen al respecto.

Tema 5: Recolección de Datos

Para realizarlo, se utilizaron dos formatos de encuestas similares, esto, con el fin de no crear expectativas, especialmente en los operarios quienes se encuentran sindicalizados.

Se tomo una muestra respectiva del 30% en cada planta, para ello fue necesario el desplazamiento a cada una de estas y realizar la entrevista encuesta personalmente y así obtener mayor información y veracidad en las respuestas debido a la confianza que se logra a través del dialogo.

Tema 6: Análisis

Las encuestas realizadas desarrollan aspectos fundamentales en la investigación que ayudaran a ubicar en primer lugar los programas que llamen la atención de los encuestadores y donde según los resultados en la recolección de datos se destacan con un 80% la educación y un 100% la capacitación, siendo estos dos aspectos fundamentales y de gran importancia para los empleados, puesto que siempre se tiene el propósito de surgir no solo a nivel laboral, sino como complemento en la parte social, cultural y principalmente como persona.

A la vez existen empleados que han realizado estudios técnicos y no encuentran la posibilidad de obtener un reconocimiento de puesto para poder avanzar en dichos estudios.

A los trabajadores en general les llama la atención organizar la semana cultural, la cual puede ser organizada dos veces al año, para que participen los grupos de teatro, danza, música, existentes en la compañía, exposiciones de arte y cine club en el cual se da la oportunidad de hacer una critica sobre la temática de la película.

En cuanto a la salud ha sido el área más critica pues su solicitud por parte de todos los entrevistados fue excesiva. Practicar un examen médico casi seis meses y exámenes generales sobre todo en cilicosis, espirometria, etc. El medico en planta es muy importante ya que diariamente se presenta algún contratiempo y no hay quien los atienda en cada emergencia.

Tema 7: Observaciones

Se aprecio que los trabajadores están conformes en cierto modo con las garantías que les brinda la compañía en el ámbito laboral, esto se aprecio en un 80% de los trabajadores.

Por otra parte se hacen necesario elaborar un boletín informativo que integre a la gerencia y su comité con los demás funcionarios de la compañía; y a la vez trata de buscar mayor participación por parte de los trabajadores en la elaboración de los artículos sin que estos sean extensos y exponga temas diversos, dándole espacio a la calicatura, lo gráficos, los grafitis, las frases celebres, comentarios del Gerente General sobre producción, donde señale los objetivos de la empresa, las metas a corto y largo plazo, el desempeño de alguna área, las nuevas adquisiciones etc.

En cuanto a los cursos de capacitación se sugiere tomar en cuenta la opinión de los empleados ya que son ellos quienes conocen las necesidades, las deficiencias que se tienen y que impiden el buen desempeño.

Las instalaciones locativas son parte integral para el buen desempeño de las actividades laborales, los más perjudicados en esta área son los operarios, estos refieren especialmente los vestieres, los baños y la cafetería de las plantas los cuales se encuentran en mal estado o no suficientes para la cantidad de empleados que las utiliza, además que no se considera la higiene y el aseo como partes fundamentales de la salubridad en estos lugares.

Tema 8: Informe Gráfica Capacitación

En el análisis de las sugerencias referentes a los cursos de capacitación demostrado gráficamente se observa que el 52% de los encuestados plantea esta necesidad ya que la industria presenta un constante avance en el ámbito tecnológico, siendo este una empresa que ocupa un lugar destacado en la industria concreta; requiere de personal capacitado y actualizado en las áreas de la compañía que así lo requiere.

Tema 9: Informe Gráfica Funciones del Departamento

Extender los beneficios de los operarios a administración 6% es este aspecto hay desequilibrio en el área de beneficios y salarios esta sugerencia fue hecha por el personal de administración.

Los programas de medicina prepagada 6% es un beneficio para la administración ya que la póliza que actualmente poseen no cubre ni siquiera una mínima parte de los riesgos a los que están expuestos, la medicina prepagada tienen mayor cubrimiento y más servicios.

Los auxilios para vivienda y vehículo fueron sugeridos por el 4.5% de los empleados de administración esto ayudaría a elevar el nivel de vida del trabajador.

Tema 10: Informe Gráfica Propuestas Participativas

El boletín informativo es una propuesta participativa, los trabajadores sugieren que se publique cada 15 días o cada mes de esta forma ellos estarán informados de las actividades de la compañía y teniendo en cuenta la oportunidad de contribuir en la ejecución de algunos artículos.

También se mencionó el buzón de sugerencias para hacer llegar propuestas encaminadas a mejorar el desempeño, agilizar los procesos y realizar críticas constructivas.

Tema 11: Informe Gráfica Recreación

La participación familiar 70.50% es uno de los porcentajes más altos de las sugerencias ya que es la parte importante del bienestar del trabajador, por que si la familia comparte actividades programadas por la empresa habrá mayor integración, más unidad familiar, compromiso y entrega del trabajador para con la empresa.

Tema 12: Informe Gráfica Actividades de Bienestar

La integración de planta de la empresa 79.5% es el promedio más alto y en el cual tanto administración como operación coinciden en que hace falta mucho por hacer, ya que esto repercute en el ámbito laboral, la productividad y el sentido de pertenencia que tienen hacia la empresa.

CAPITULO IV: PROGRAMAS DE BIENESTAR ESPECIFICOS PROPUESTOS

Los programas de bienestar orientados hacia una filosofía de calidad total pueden servir como instrumento de cambio cumpliendo con la tarea de ayudar al administrador, ya que es un instrumento que actúa en forma preponderante, favoreciendo la comunicación

ascendente en un valor significativo para la solución de problemas, para aumentar la posibilidad de participación y para mejorar la relación empresa – empleado.

En cuanto a la motivación, la gerencia debe proporcionar una oportunidad de desarrollar la creatividad del individuo para neutralizar el tenido en lo que respecta a los incentivos materiales o no, existe un buen numero de ellos entre los cuales se destacan:

Concurso de logros por los grupos de trabajo.

Placas de reconocimiento en el acto público.

Oportunidad de concurso tanto internos como externos.

Visitas a otras plantas.

Asistencia de conferencias y seminarios sobre temas específicos.

Premios monetarios al mejor trabajo, se dividen entre los miembros del grupo.

Premios monetarios al mejor líder de planta.

Pago de horas extras.

Salidas a otras ciudades y visitas a empresas

Viajes de fin de semana con la familia a un lugar turístico.

Tema 1: Programas Recreativos, Deportivos y Culturales

Programas de Recreación

Día Recreativo: este programa contribuye a fomentar la amistad y conocimiento de los compañeros a través de dinámicas de grupo.

Día del Profesional: se celebraran las diferentes profesiones.

Día del Niño: programas recreativo cultural que busca rescatar e inculcar valores autóctonos nacionales de los niños.

Vacaciones Recreativos: canaliza las diferentes alternativas en el área de los deporte, las manualidades, la música y el folklor.

Paseando Por Bogotá: es un programa recreativo dirigido a niños entre 6 y 12 años aproximadamente, quienes podrán conocer y disfrutar diferentes sitios de interés cultural.

Tema 2: Planilla de Inscripción en Eventos Recreativos

Esta planilla es de gran utilidad, especialmente cuando se organizan actividades de forma consecutiva, ya que es una manera organizada de llevar un control de participantes y dar la oportunidad a lo que no han compartido estos programas.

Dentro de las actividades ecológicas tenemos:

- Caminatas
- Paseos

Dentro de la recreación Masiva tenemos:

- Supermatch
- Carrera atlética.

Actividades deportivas tenemos:

- Formación de escuelas deportivas.
- Cursos vacacionales
- Condición física
- Cursos de formación deportiva.
-

Tema 3: Organización Club Deportivo

El club deportivo busca coordinar las actividades deportivas y establecer una organización formal y una coordinación en las personas quienes lo dirigen.

Establecer grupos de trabajo quienes determinaran los tipos de eventos según las necesidades del cliente interno estudiadas por ellos mismos.

Asamblea General: debe estar conformada por representantes del área administrativa, operativa y del sindicato. Ellos son los que coordinaran todas las áreas de funciones.

Comité Ejecutivo: son quienes establecen las políticas y metas para llevar a cabo.

Los Accionistas: esta formado por quienes dirigen cada área y funciona participativamente.

Tema 4: Club Deportivo Central de Mezclas S.A

Para llevar a cabo la organización de un club deportivo se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

Ingresos

Egresos

Gastos generales

Entre las actividades tenemos:

Ajedrez

Atletismo

Campeonato de baloncesto

Billar

Bolos

Ciclismo

Fútbol

Microfútbol

Tejo

Béisbol

Natación

Tema 5: Cursos de capacitación

Su objetivo es ofrecer cursos a empleados y familiares en campos prácticos de facilitar el desarrollo de habilidades para realizar tareas que reportan grandes beneficios económicos y personales. Entre ellos tenemos:

Cursos para esposas de empleados

Cursos de vacaciones para mayores de 11 años.
 Cursos complementarios (arreglos navideños, presentación personal entre otros.
 Talleres educativos
 Taller sobre la comunicación
 Taller "Estar dispuesto a escuchar es estar dispuesto al Cambio".
 Taller la actividad.
 Taller actitud mental constructiva.
 Taller Autoestima y autoimagen.
 Conferencias educativas.

Tema 6: Organización de Eventos

La empresa esta en condiciones de prestar un excelente servicio en la realización de toda clase de reunión y eventos sociales. Las instalaciones cuentan con una moderna dotación: Proyector de Diapositivas y acetatos, televisor, BHS, equipo de sonido, grabación, papelografo, atriles sonoros etc.

Festival Cultural: se pretende con este tipo de actividad, promocionar e incentivar los esfuerzos de los grupos culturales para rescatar y realzar nuestra tradición colombiana.

Tema 7: Evento Remembranzas de Nuestras Regiones – Bazar del Pueblo.

Se pretende lograr la integración socio – cultural de la familia Central de Mezclas S.A. a través de un evento donde la protagonista es la gente.

Acciones a desarrollar:

Concurso de remembranza
 Concurso gastronómico.
 Concurso de la mejor caseta
 Trabajo en equipo

Actividades específicas:

Presidencia
 Coordinación general
 Coordinación de tráfico:
 Aseo y bienestar
 Orden y disciplina
 Lideres
 Divulgación

Tema 8: Normas

Ninguna presentación debe efectuar acciones negativas y ni siquiera cuestionar de otra participación. Diferentes diseños por grupos.

Temas 9: Programas de Productividad

Grupos de Trabajo: se trata de trabajar con la gente escogiendo miembros de cada área quienes serán voceros y representante en los llamados grupos de trabajo los cuales tendrán como función específica la divulgación de inquietudes y sugerencias de los diferentes dependencias de la compañía.

De igual manera plantearan y discutieran los programas a desarrollar en un tiempo determinado con el fin de que estos sean unánimes en la empresa y no halla inconformidad por alguna de las partes.

Programas de Motivación y dedicación: para mantener un alto nivel de interés y productividad es necesario crear un medio que motive, donde la gente pueda encontrar razones personales para consagrar sus energías en un beneficio común.

Capacitación y Desarrollo: estos son de enorme provecho en el rendimiento de la empresa, su resultados no se determinan cuantitativamente pero las ventajas cualitativas si pueden identificarsen fácilmente.

Calidad – garantía de Productividad: se que método para mejorar la calidad del servicio y la productividad siempre incluye elementos como participación, evaluación, recompensa y continuidad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: de las 16 conclusiones se extrajeron las siguientes:

Las empresas que hoy día están esforzándose por trabajar con y para sus empleados buscan un mejoramiento continuo no solo a nivel empresarial si no a nivel integral dando mayor importancia la trabajador, enfocan el nivel de vida y satisfacción de necesidades a la calidad integral para su personal y a su vez integrar a la familia para lograr una incorporación de todos los factores que interviene le bienestar de los colaboradores de una gran empresa.

Central de Mezclas S.A ha realizado actividades de Bienestar social pero no de manera continua, por tal razón no es posible ubicarlas cronológicamente; lo que cual trae como consecuencia la desorganización o perdida del interés por parte de quienes participarían en estos, además afecta en la organización de nuevos programas en razón del presupuesto.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 31 autores, destacándose temas como: círculos de calidad, gerencia en recursos humanos, servicios y psicología empresarial.

ANEXOS:

- Anexo 1: Entrevista Diagnostico Externo.
 Anexo 2: Entrevista Interna para Administración.
 Anexo 3: Entrevista Diagnostico Interno para Operarios.

RAAS: Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.

COLOMBIA UNIVERSIDAD DE LA SABANA RAAS 065

TITULO : PLAN ESTRATÉGICO PARA GERENCIAR EL SERVICIO AL CLIENTE
 EN LA AEREOLINEA SATENA.

AUTOR (es) : FLOREZ, Pinzón Ximena .
 CORTES, Ramírez Natalia.

PUBLICACIÓN: trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias
 Económicas y administrativas, programa Administración de Servicio de
 Bienestar, Santa fe de Bogotá, 1993, páginas 135 , figuras 8 ,anexos 4.

PALABRAS CLAVES:

Planeación, servicio al cliente, competitividad, debilidades,
 oportunidades, fortalezas, amenazas, gerencia del servicio, calidad
 total.

DESCRIPCIÓN: El trabajo de grado tiene como objetivo realizar una planeación
 estratégica eficaz para gerenciar el servicio en la aerolínea Satena,
 gracias esta planeación se establecerá la misión, visión, cultura
 corporativa y los más importante un sentido de servicio que busque la
 conquista de clientes potenciales.

FUENTES: Los autores hacen referencia a 19 pies de página, los autores mas
 destacados son:

- Albretch , Karl, la revolución del servicio. Bogotá; legis, 1990 # 5
- Stanton, William J. Fundamentos de Mercadotecnia, México, Mc. Graw Hill, # 4
- Fred, R.David .La gerencia estratégica. Bogotá legis 1991 # 2

CONTENIDO:

El trabajo consta de cinco partes , distribuidas así :

CAPITULO I: OBJETIVOS DEL PROYECTO:

los objetivos del proyecto, tanto general como específico cuya finalidad es diseñar un plan estratégico para gerenciar el servicio y lograr posicionar su imagen ante las demás aerolíneas y usuarios.

CAPITULO II: SITUACIÓN ACTUAL DE SATENA:

Por medio de la aplicación de los formatos de vuelo se captó la información necesaria para determinar la situación actual de SATENA ,en lo que a servicio al cliente se refiere, encuestando las 92 agencias estipuladas por las aerolíneas, representando de esta manera el 100% de la población.

Tema1: Diagnóstico de agencias: En las agencias de viajes se presenta una falta de promoción de la aerolínea y un desconocimiento parcial de las rutas efectuadas por estas, en algunos casos confían y recomiendan a otras líneas aéreas así no trabajen en ellas .

También se habla de una mala imagen del soporte físico ,específicamente de los aviones utilizados para el transporte de pasajeros creyendo que su seguridad aérea es poco recomendable.

Tema 2: Diagnóstico de vuelo: Con los vuelos realizados se verificó el servicio prestado a bordo , en el aeropuerto y el soporte físico .

Se observó que existe una falta de servicio en los empleados de Satena ,acentuándose más en los que trabajan en el aeropuerto que en los de servicio a bordo, sin exceptuarlos .

El estado de sus aviones en lo que apariencia se refiere (sillas ,baño ,mesas auxiliares, avios, pintura etc.) están en óptimas condiciones ,sin excluir el estado de sus motores y hélices ya que no pertenecen al estudio realizado.

Tema3: Competencia: conocer quienes son los competidores ,obliga a la empresa a enjuiciarse lo cual constituye una actitud fuerte. Una causa de ansiedad, lo ocasiona la existencia de otras empresas , mejores o peores pues la crítica destructiva negativa es más fuerte que la crítica constructiva.

Por eso , para conocer su universo competitivo , se realizaron visitas y las entrevistas correspondientes para obtener la información de fortalezas y debilidades en general de aerolíneas que permitieron hacer un análisis competitivo en sistemas en recursos y en estrategias, ellas fueron:

- Avianca (Leticia, Medellín, Cali)
- Aces (bahía Solano, Medellín)
- Aires (Villavicencio, TAME, Puerto leguizamo.)

se plantea la situación actual de la empresa, el diagnóstico y el análisis de la competencia , donde la impuntualidad de la salida de los vuelos tiene 2 causantes: la congestión presentada en el aeropuerto por la cantidad de aviones que están utilizando las aerolíneas debido a la apertura de los cielos en Colombia y los retrasos en los vuelos de SATENA por falta de arreglo y aseo a tiempo de los aviones. A nivel de competencia se establecen las fortalezas y debilidades de la aerolíneas: Avianca, Aires, Aces.

CAPITULO III: ANALISIS DEL MERCADO ACTUAL:

Plantea el análisis del mercado, la identificación de debilidades ,fortalezas, amenazas y oportunidades, estrategias competitivas , donde es importante resaltar:

Tema 1: Mercado meta: la segmentación del mercado en Satena debe ser establecida con la siguiente prioridad:

1. el personal de la empresa.
2. los clientes actuales .
3. clientes potenciales.

Tema 2: Identificación de fortalezas y debilidades

A nivel de fortalezas y debilidades son fuerzas internas de la organización que son manejadas por la gerencia vale la pena destacar que entre una de sus fortalezas esta en que SATENA es la única empresa que viaja a regiones de menor desarrollo económico, su filosofía cada día mejorando para usted, la solidaridad en situaciones de emergencia, entre sus debilidades encontramos: mala imagen, inexistencia de una estrategia de servicio, falta de espíritu de servicio, las amenazas y oportunidades son fuerzas externas , las cuales se refieren a las tendencias económicas ,sociales, políticas tecnológicas y competitivas.

Tema 3: Identificación De Amenazas Y Oportunidades:

Las amenazas y oportunidades son fuerzas externas, las cuales generalmente no son controladas por la gerencia .

Las oportunidades externas se refieren a las tendencias económicas ,sociales, políticas, tecnológicas y competitivas, así como hechos son potencialmente dañinos para la posición competitiva presente o futura de una organización.

CAPITULO IV: PLAN ESTRATÉGICO PARA GERENCIAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA AEROLÍNEA SATENA

Desarrolla el plan estratégico para gerenciar el servicio, se establece la misión, políticas, estrategias , valores de la organización ,normas, estándares, recompensas, sanciones en donde su misión será crear una cultura de servicio excelente en todos los niveles de la empresa para así poder lograr una mayor participación en el mercado, obteniendo la fidelidad ,captación y satisfacción del cliente. Al igual es importante destacar que existe una relación directa entre productividad y empleados motivados , y para tener empleados motivados hay que tener gerentes y supervisores igualmente motivados. Cuando los empleados consideran favorables las políticas de relaciones humanas de la organización , los clientes opinan positivamente sobre la calidad del servicio que reciben.

Tema 1: Planear: la planeación implica definir la misión de acuerdo con el mercado objetivo, los medios que se utilizan para llegar a este y la diferenciación competitiva.

La visión es parte fundamental de la planeación estratégica, pues se necesita ante todo una reflexión sobre el futuro ayudando a crear o construir lo deseado y con la toma de decisión preventiva en el ambiente..

Misión: Crear y vivir una cultura de servicio excelente en todos los niveles de la empresa para que en el proceso de implantación, sea ésta la base del programa de gerencia de servicio y así poder lograr una mayor participación en el mercado, obteniendo la fidelidad, captación y satisfacción del cliente, reportando así beneficios de desarrollo en el país.

Cultura Corporativa: Cuando se habla de cultura corporativa se hace referencia al medio interno de la organización, el cual influye directamente en la excelencia del servicio.

Es importante que los ejecutivos entiendan su cultura corporativa antes de tratar de lanzar un programa de servicio.

Ellos necesitan saber que tan lista está la gente para iniciar este proceso y como podrían reaccionar ante este.

Tema 2: Hacer: Al trazar y desarrollar las actividades que comprende el hacer, se buscará el mejor mecanismo para que la alta gerencia asimile el cambio del organigrama que jerarquiza a la organización, a la inversión de la pirámide, la cual es el modelo que orienta la forma de dirigir las organizaciones para obtener mayor rendimiento en la calidad del servicio.

Tema 3: Verificar: Para la medida del cumplimiento de etapas con referencia a los planes y la corrección de las desviaciones para asegurar el logro de los objetivos, se diseñaran encuestas para aplicarlas a los usuarios del servicio, se evaluarán los atributos claves descubiertos a través de la investigación de mercado y de acuerdo con los resultados obtenidos, se hará una retroalimentación calificando el servicio y ayudando a corregir las fallas que se pueden presentar. Se sugieren algunos indicadores en las recomendaciones dadas al final de este proyecto.

Tema 4: Actuar: el actuar implica establecer o mejorar procesos que lleven a Satena a un posicionamiento y a pensar en todo momento en la mejora continua.

Esto se debe realizar diariamente y constantemente en todos los niveles de la organización.

Para llevar a cabo esto, se seguirá la ruta de la calidad o espiral de la calidad.

CAPITULO V: RECOMENDACIONES:

Las recomendaciones que serán de gran utilidad para mejorar la calidad del servicio prestado, principalmente hace énfasis en la capacitación del personal de la organización, la creación de un departamento especializado de servicio al cliente, el diseño de un sistema de incentivo y motivación para los clientes y el desarrollo de un sistema de apoyo necesarios para enseñar y reforzar los comportamientos deseados por gerentes, supervisores y empleados entre otras.

METODOLOGÍA:

Información directa del sitio de trabajo, investigación bibliográfica, encuestas, consulta a expertos en cada uno de los temas tratados.

CONCLUSIONES :

De las 10 conclusiones se extraen las siguientes:

- La gerencia del servicio se está convirtiendo en la nueva arma corporativa para ganar clientes, haciendo necesaria su implementación en las organizaciones con visión futurista.
- La gerencia del servicio está estrechamente ligada a la planeación estratégica , ya que esta es una herramienta de manejo del cambio aspirado a crear o construir un futuro deseado previendo lo que la organización deberá ser para adaptarse a la inestabilidad del ambiente, teniendo en cuenta la voluntad de los directivos y considerando el servicio como estrategia de diferenciación.
- Un aspecto bastante positivo de la realización de este trabajo , ha sido la experiencia adquirida en el área de auditorias de servicio, tanto para clientes internos como externos, en donde estos resultados fueron transformados para diseñar un plan estratégico de la educación universitaria y poderlo ejercer en un futuro muy cercano como profesionales.

BIBLIOGRAFÍA:

31 citas bibliográficas, en los que se destacan temas de: excelencia en el servicio, planeación, gerencia estratégica, calidad en el servicio, mercadeo.

ANEXOS: lista de anexos:

Anexo A: Encuestas cliente interno

Anexo B: Encuestas cliente externo

Anexo C: Parámetros de atributos utilizados en los formatos.

RESUMEN ANALITICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 066

TITULO: VIVIR LA EXCELENCIA , MODELO DE SERVICIO AL CLIENTE
APARTA-HOTEL RESIDENCIAS TEQUENDAMA.

AUTOR: ARCILA, Real Olga Lucia
PRADO, Pérez Sandra Janneth.

PUBLICACIÓN:

Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de Servicio de Bienestar, Santa fe de Bogotá, 1993,paginas 103, figuras 11,tablas 4 , anexos 2.

PALABRAS CLAVES:

Servicio al cliente, estrategias, calidad total, excelencia, cultura organizacional.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo establecer un modelo de servicio al cliente en el apartotel residencias Tequendama, basado en la Gerencia del servicio y apoyado en la filosofía de calidad total que permita a la empresa hacer de la excelencia el principio de acción en el desarrollo de las actividades de servicio.

FUENTES:

los autores hacen referencia de 7 pie de página destacando autores como:

- SERNA, Humberto , mercado corporativo, fondo edit. Legis #3
- Albretch Karl y Zenkeron , gerencia del servicio #2
- NAVARRETE , Hernando, gerencia de calidad total #2

CONTENIDO:

El trabajo consta de cinco capítulos, distribuidos así:

CAPITULO I: GENERALIDADES: El primero describe la justificación, objetivos y generalidades, que busca lograr la satisfacción de las necesidades del cliente y deseos del ser humano como una tarea compleja que necesita dedicación y continuidad. Es por esto que el desarrollo de un modelo de servicio al cliente permite estimular en el personal la mentalidad de servicio y crear una cultura de calidad que suministre los recursos necesarios para hacer que la satisfacción del cliente sea el enfoque principal corporativo.

Tema 2: Entender al cliente

Al igual un propósito específico es concienciar a la gerencia de la importancia que tiene el establecimiento del modelo de servicio al cliente como programa para lograr la calidad en el desarrollo del trabajo y comunicar los beneficios que traerá a la organización. El modelo de servicio al cliente en el aparta-hotel residencias tequendema, se ha de tener en cuenta ciertos elementos claves que permitirán hacer de él una realidad productivas, estos elementos son:

- Tiempo
- Esfuerzo
- Paciencia
- Inversión

Ingredientes del programa que necesitan además del compromiso de la organización desde las directivas hasta el personal que esta en contacto directo con los clientes, para así lograr un resultado positivo que se refleje en cada actividad del servicio.

Karl Albretch , después de muchas observaciones y de participar en programas de servicio , ha desarrollado un modelo básico de cinco etapas el cual lo describe en su libro “ revolución del servicio” y que sirve como marco de referencia para desarrollar el modelo del servicio al cliente.

Las cinco etapas del modelo son:

1. entender al cliente
2. clarificar la estrategia del servicio
3. educar la organización
4. poner en marcha las mejoras fundamentales
5. hacerla permanente

las cuales se desarrollan considerando la gerencia del servicio como el proceso estratégico de diferenciación y que permitirá hacer del modelo un apoyo para enfrentar la revolución de los clientes.

CAPITULO II: CLARIFICAR LA ESTRATEGIA DE SERVICIO

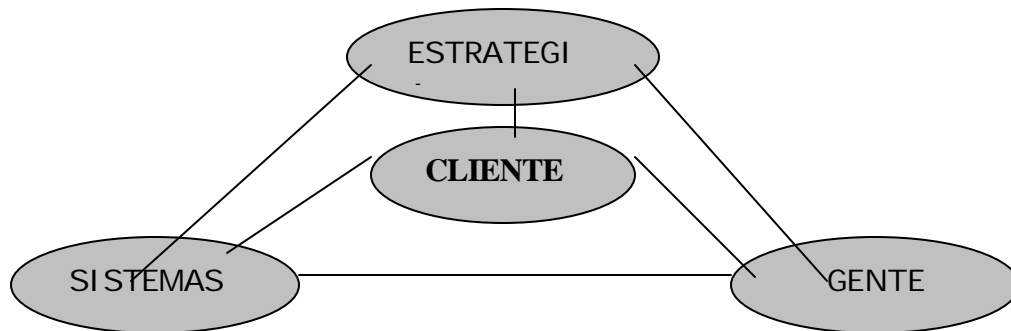
La segunda parte que determina el entendimiento con el cliente como primer paso para planear el programa de calidad ,donde se considera al cliente interno y externo ya que ellos son la vida de la organización.

Es muy importante hacer un esfuerzo por entender al cliente y a los empleados de manera que los resultados que se consigan sean los más veraces posibles .

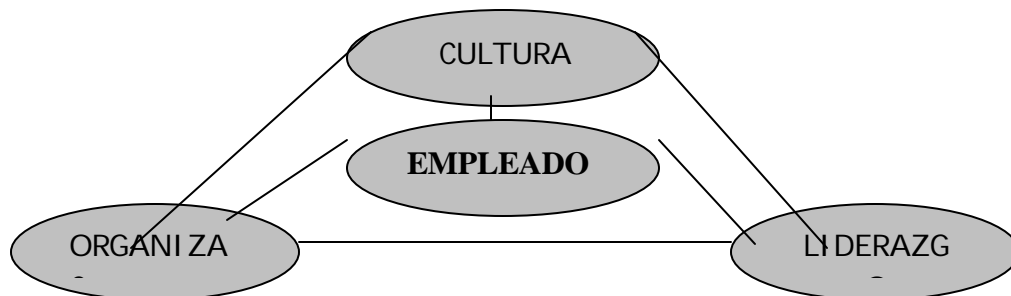
Para esta etapa de entender al cliente es necesario realizar una investigación donde se considera al cliente externo y al interno ya que son ellos la vida de la organización y quienes pueden suministrar la información real para el desarrollo de la evaluación de la empresa en cuanto al servicio se refiere.

En residencias Tequendama la evaluación se realizó a través de encuestas ya que es el método más adecuado para obtener información de acuerdo con el propósito del estudio. En el cliente externo se tiene en cuenta: atención, eficiencia, valor agregado, servicios amistosos y eficaces. En el cliente interno: conocimiento de la empresa, satisfacción en el trabajo, entrenamiento y actitud frente al servicio.

Tema1:Triangulo del servicio externo



Tema 2 : Triangulo del servicio interno



CAPITULO III: PLAN ESTRATÉGICO:

Donde se clarifica la estrategia del servicio y el plan estratégico necesario para desarrollar un mejoramiento continuo, esta estrategia se basa en el entrenamiento de los empleados ,apoyo del cliente interno, misión dirigida hacia el servicio con calidad, creación de un plan de incentivos, al igual debe incluir la misión ,ser simple , no ser trivial,. Antes de plantear la visión corporativa hay que resaltar la importancia de comprender 2 elementos necesarios al planear estratégicamente y que son esenciales de la gerencia del servicio: triangulo del servicio del cliente externo e interno, cada uno de los cuales refleja las relaciones que se presentan en la presentación de un servicio.

Tema 1: Definición , composición, facilitadores, objetivo:

El plan estratégico se aplica tomando como referencia el libro mercadeo corporativo interno el cual busca integrar la institución en equipos motivados que busquen y consoliden la calidad y la excelencia del servicio. La calidad hoy día es requisito indispensables de las empresas para sobrevivir en el mercado . El servicio es la diferenciación competitiva .

En el aparta-hotel residencias tequendema se ha diseñado como plan estratégico los equipos de mejoramiento continuo tomado como marco de referencia el libro mercadeo corporativo interno, donde se explica clara y detalladamente el funcionamiento de estos los cuales , busca integrar a todos los miembros de la institución en equipos motivados que busquen y consoliden la calidad del servicio. Se tiene en cuenta :

- Definición: los equipos de mejoramiento continuo son un programa a través del cual grupos de empleados se organizan para comunicarse
- Composición: el jefe o director del área y sus colaboradores inmediatos.
- Facilitadores: son el equipo motor del proyecto, se deben distinguir por su liderazgo y compromiso con los programas de servicio
- Número de equipos de funcionamiento: integrarse por áreas afines o dividirse una misma área en varios equipos.
- Objetivos: lograr el crecimiento permanente de los miembros del equipo, el mantenimiento de un adecuado clima laboral, la consolidación de una cultura corporativa y el mejoramiento constante y permanente.
- Funciones: como medio formal de comunicación:
 - difusión de la misión
 - difusión de políticas
 - divulgación de planes y proyectos
 - mercadeo interno
 - medio de información horizontal y ascendente
 - vehículo de sugerencias

como equipo de análisis y mejoramiento :

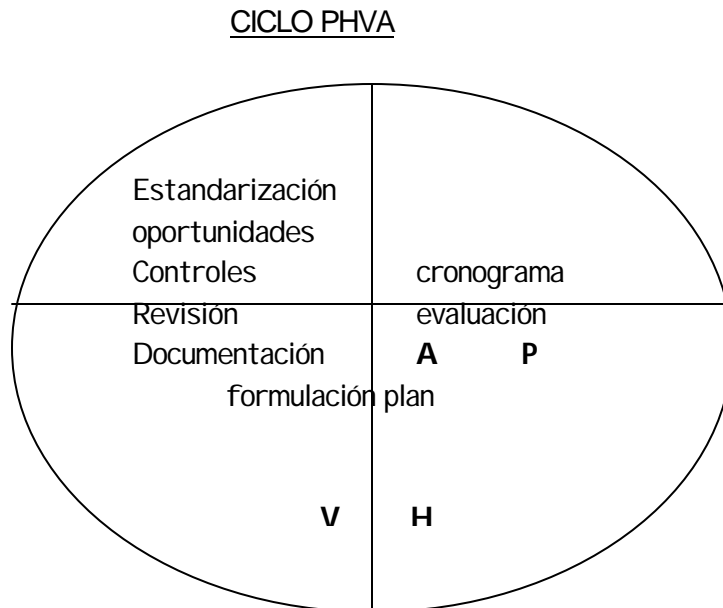
- detecta defectos o problemas
- analiza su incidencia y causas
- propone soluciones internas
- verifica su ejecución directa
- administración de equipos de mejoramiento : que cuenta con una dirección, comité de coordinación de equipos, facilitadores, mecánica de reuniones.

CAPITULO IV: EDUCAR A LA ORGANIZACIÓN:

Tema 1: Poner en marcha las mejoras fundamentales: Es la permanencia en la búsqueda de la excelencia , el planear, hacer, verificar, actuar que busca la excelencia de calidad total en toda la organización, la permanencia en la búsqueda de la excelencia que busca

que la gerencia este comprometida con el servicio ,buscar y lograr resultados óptimos en la satisfacción del cliente .

Teniendo en cuenta el grafico:



CAPITULO V: PERMANENCIA EN LA BÚSQUEDA DE LA EXCELENCIA:

Cuando se realiza un modelo de excelencia se busca que este haga parte del trabajo diario de la organización , hay que reconocer que es un proceso largo y requiere de directivos que motiven al personal para que la búsqueda de calidad en el servicio sea algo permanente e involucre a todos los niveles de la organización.

La tarea de una gerencia comprometida con el servicio es buscar y lograr resultados óptimos en la satisfacción del cliente. Cuando la calidad en el servicio se hace permanente la excelencia se convierte en un principio clave en el desarrollo de cada trabajo

Tema uno : Círculos de servicio :

La quinta parte radica en los círculos del servicio en la motivación vital para el óptimo bienestar de la empresa, la principal ventaja de los círculos de servicio es que permite la participación del empleado dentro del proceso de mejorar el trabajo y se le responsabiliza de las soluciones, creando un sentido de propiedad y responsabilidad donde surge una mayor dedicación a la empresa y un compromiso por cada tarea asignada.

METODOLOGÍA

Información directa del sitio de trabajo, investigación bibliográfica, encuestas , consulta y asesoría de expertos.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- Un modelo de servicio al cliente permite a la organización tener unas pautas y guías de acción referentes a vivir la excelencia en la atención al cliente.
- La calidad exige empleados participativos, cooperativos, identificados, ,amantes de su trabajo y comprometidos con los objetivos de la empresa es decir empleados motivados.
- La planeación estratégica establece una cultura organizacional donde se desarrolla liderazgo y la cooperación.

BIBLIOGRAFÍA:

El trabajo de grado hace referencia a 24 citas bibliográficas de temática :

- la excelencia en el servicio, Gerencia de recursos humanos, integrando al personal y a la empresa , cultura corporativa y productividad organizacional ,la gerencia efectiva Gerencia de la calidad total , la productividad , mercados

ANEXOS:

Contiene 2 anexos que identifican :

Anexo A. encuesta al cliente interno
Anexo B. encuesta al cliente externo.

RESUMEN ANALITICO : ELABORADO POR NAHYR BELTRÁN

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 067

TITULO: PROPUESTA SOBRE UN DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE

AUTOR: OLMOS Puerto Yolanda. SALAZAR Montes Bibiana.

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Santafé de Bogotá, 1993, pp.123 figuras 12, gráficas 19.

PALABRAS CLAVES: CALIDAD, SERVICIO, CLIENTE, MANUALES, DEPARTAMENTO, CONTROL, POLITICAS.

DESCRIPCION:

Este trabajo esta enfocado a la implementación de un departamento de servicio al cliente en la Funeraria La Paz, teniendo en cuenta estudio bibliográfico, análisis de la situación actual, elaboración de encuestas de calidad de servicio y diseño real del departamento.

FUENTES:

De los pie de página se destacan los siguientes:

- | | |
|--|---|
| ALBRECHT, Karl. Revolución del Servicio. Bogotá: Legis, 1990 | 1 |
| KARLZ, Bernard. Como gerenciar el servicio al cliente. Editorial Legis, Bogotá, 1989 | 1 |
| SHELL, Mayenberger. Adolfo. Control de Alojamiento, Universidad externado de Colombia, Bogotá, 1990. | 1 |

CONTENIDO:

CAPITULO 1. PROCESO ADMINISTRATIVO

En la primera parte se analiza el proceso administrativo de la Funeraria La Paz, de acuerdo a la información proporcionada por los directivos, haciendo énfasis en las deficiencias de su administración.

Tema 1. Situación actual

Características y cualidades del servicio.

Debido a la susceptibilidad en la cual se encuentran los clientes, hace de máxima importancia el manejo de todos los detalles, para garantizar una absoluta satisfacción sobre las expectativas del cliente

Tema 2. Proceso administrativo.

Planeación: para canalizar en forma adecuada las actividades y los esfuerzos de todas las unidades que componen la empresa, y lograr la consecución sistemática y coordinada de las estrategias y misión de la organización.

Organización: la estructura organizacional aplicada en la Funeraria la Paz es móvil para que se desarrollen los procesos de planificación y control de los recursos como medición de los resultados. Actualmente esta estructura se encuentra dividida en tres grandes grupos de responsabilidad (la parte directiva representada por el Gerente General, el control Administrativo por el Administrador de Servicios Funerarios, El control Operacional por los Jefes de Ventas).

Ejecución: en esta parte del proceso administrativo, el análisis contempla la selección de personal, realiza programas de adiestramiento, cursos de actualización, distribución, estímulos y motivación al esfuerzo, programas de seguridad y evaluación al trabajo.

Control: se ejerce conjuntamente, la institución no tiene establecidos métodos, normas y formatos que permitan medir el desempeño al nivel del servicio.

CAPITULO 2. DISEÑO DEL DEPARTAMENTO

- Definición
- Misión
- Funciones del departamento: apoyo y asesoría a la Institución, objetivos y elementos de la Institución, velar por el cumplimiento de la doble función que posee el personal de contacto con el cliente, promocionar la venta de servicios adicional y valor agregado, Supervisar al personal en contacto.
- Localización del departamento de servicio al cliente.
- Análisis del sistema organizacional propuesto

Planeación

Objetivos

Políticas

Estrategias

Reglas

Normas

Programas

Recursos: Humanos, Físicos, Financieros

Organización
 Estructura
 Funciones de cargos
 Manual de funciones
 Diagramas de análisis de procedimientos

Ejecución

La ejecución hace parte del proceso administrativo y en la cual se desarrollan actividades, ideas y decisiones.

En esta etapa el Departamento de Servicio al cliente, lo integran personas, recursos físicos y financieros, para cumplir con planes y estrategias propuestas para la alta Gerencia.

Control

Es la última etapa del proceso administrativo y donde se mide el logro de los objetivos planteados en la planeación. Analiza el desempeño, la situación actual y futura de las interrelaciones de todos los recursos con que cuenta, corrigiendo y previniendo errores en la marcha.

CAPITULO 3. ANALISIS ENCUESTA CALIDAD DEL SERVICIO

Determina la calidad del servicio que brinda la Funeraria La Paz al cliente externo, teniendo así parámetros, para la implementación del Departamento de servicio al Cliente.

Luego se realiza un análisis de la encuesta calidad de servicio, con el propósito de determinar fortalezas y debilidades, u justificar con realidades la necesidad de poner en marcha el Departamento de Servicio al Cliente.

Por último se presentan conclusiones obtenidas de la investigación y se hace una recomendación general del estudio.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

El Departamento de Servicio al cliente es el encargado de hacer duradera la calidad del servicio, mediante la persistencia y liderazgo competitivo.

La Funeraria la Paz aumentará sus ventas, utilidades y su participación en el mercado, por medio de un plan marketing propuesto por el departamento.

Las encuestas de calidad de servicio son un medio de evaluación para descubrir fortalezas y debilidades enriqueciendo el servicio.

No se encuentran recomendaciones

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 8 autores, destacándose los siguientes:

ALBRECHT, Karl. Revolución del Servicio. Bogotá: Legis, 1990

CENTRO INTERNACIONAL PARA LA INVESTIGACION Y DESARROLLO PROFESIONAL. Mercadotecnia 2001. Corporación científica, Madrid, 1984.

KARLZ, Bernard. Como gerenciar el servicio al cliente. Editorial Legis, Bogotá, 1989

SALLENAVE, Jean Paul. Gerencia y Planeación Estratégica. Editorial norma. Santafé de Bogotá, 1991

ANEXOS:

No se encuentran anexos.

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

<i>COLOMBIA</i>	<i>UNIVERSIDAD DE LA SABANA</i>	<i>RAAS 068</i>
-----------------	---------------------------------	-----------------

TITULO:	MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN INSTITUCIONES DE SALUD
AUTOR:	GOMEZ de Fernández Luz Angela. MONTROYA Araujo María Carolina
PUBLICACION:	Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1994, pp.58 Figuras 12, anexos 3.
PALABRAS CLAVES:	CALIDAD, SERVICIO, CLIENTE, MANUAL, PLANEACION, ORGANIZACIÓN, ESTRATEGIAS.

DESCRIPCION:

El principal propósito del trabajo es presentar un manual sobre el modo de actuar de los funcionarios frente a los clientes que acuden a las instituciones de salud. El manual va dirigido principalmente a las áreas de recepción, hospitalización, teléfonos, alimentos y bebidas, habitaciones y aseo, considerando que son las que más momentos de verdad presentan dentro de sus procesos de servicio.

En cada una de las áreas se describe el título del cargo, departamento, a quien se debe reportar, relaciones laterales, funciones, estándar de ejecución, educación y entrenamiento, experiencia, habilidades mentales requeridas para el cargo, salud, equipos y herramientas a utilizar, condiciones de trabajo y termina con los pasos para el proceso de atención al cliente.

FUENTES:

De los pie de página se destacan los siguientes:

ALBRECHT, Karl. Gerencia del Servicio. Bogotá: Legis, 1988	5
GINEBRA, Joan. Dirección por Servicio. La otra Calidad. Arana de la Garza, Rafael. México: MxGraw-Hill, 1991	3
KARLTON OWEN, Joseph. Conceptos modernos sobre administración de Hospitales. México. 1963	1

CONTENIDO:

CAPITULO 1. REVISION DE LITERATURA

¿Quién es el cliente?

La respuesta a esta pregunta podría parecer como un destello deslumbrante de lo obvio, pero muchos negocios y profesiones no se dan cuenta de lo que son realmente los clientes y como se deben tratar. Entre los profesionales de la salud existe una importante tendencia a rechazar y a veces negarse a considerar la persona que esta tratando, como un cliente.

De la claridad con que esto se comprenda y se haga propio, dependerá el grado de calidad del servicio que se preste.

La creciente preocupación por el servicio que se presta en este tipo de instituciones, es un signo favorable de que éstas van haciéndose conscientes que los pacientes son personas, personas preocupadas y aprensivas, que probablemente preferirían estar en cualquier otro lugar.

El punto que debe considerar todo funcionario que labore en empresas de servicio de salud, es que el paciente esta enfermo, que se ha hospitalizado porque no tiene otro medio aceptable para tratarse y que con toda seguridad su deseo fundamental es obtener el tratamiento que desea y salir del hospital. Si todos los empleados, sin importar cual sea, tiene en cuenta lo anterior, con seguridad el hospital no tendría que preocuparse por el aspecto de relaciones públicas, de admisiones, por el efecto que ejercen los colores claros, etc., ya que aunque estos factores influyen sobre el paciente, no lo hace ni la mitad de lo que el sincero convencimiento por parte del enfermo, de que se esta haciendo todo el esfuerzo para servirlo, curarlo y para que pueda salir pronto del hospital.

Los profesionales de la salud evitan referirse a la persona que esta enferma como cliente, se refieren a ellas de muchas maneras: el paciente, el huésped, el enfermo de la habitación 503; toda clase de rótulos, excepto el que más debe vales: "El Cliente".

Esto se debe básicamente a dos razones:

1. El profesional considera a la persona enferma como alguien que se debe tratar y curar, no como alguien que esta pagando una suma de dinero por servicios médicos.
2. Se resisten a considerar al paciente como cliente, porque algunos creen que el hecho de hacerlo así, demerita la práctica de la medicina y la rebaja a un nivel que no es digno ni profesional.

Anteriormente al paciente era literalmente eso: El Paciente, eso significaba hacer lo que el médico decía que hiciera, ir donde el médico ordenaba, esperar sin quejarse y mostrar respeto ante cualquiera que llevara una bata blanca o estetoscopio.

Los tiempos han cambiado, los clientes de cuidados de salud son más conocedores de cuestiones médicas.

Una investigación realizada en el hospital Santa Mónica, de Santa Mónica, California, reveló que los clientes valoran la confianza y la credibilidad, más que cualquier otra variable de los cuidados de la salud.

Hoy en día, el cliente de los servicios de salud es más crítico, más exigente, mejor educado y en algunos casos, dispuesto a pagar un mayor costo por el cuidado médico.

Hay tres preguntas para considerar:

1. ¿Quiénes son nuestros clientes?
2. ¿Qué atributos de servicio son importantes para ellos?
3. ¿Qué estamos haciendo para satisfacer sus necesidades de servicio?

Individualmente el paciente es un manojó de ansiedades, que siente aprensión por su enfermedad, se siente incómodo e inseguro por el nuevo ambiente, esta preocupado por asuntos económicos y psicológicamente está vuelto hacia adentro.

En la fase aguda de la enfermedad, el paciente tiene poca consciencia de lo que lo rodea, el médico es un universo y la enfermera su más frecuente punto de contacto. Cuando el médico proporciona al paciente la seguridad de curarse, se amplía para este el horizonte de la atención, y se da cuenta de lo que sucede en su ambiente inmediato; los servicios de aseo y alimentación, la actitud del personal, la atención de enfermería y otros servicios, los cuáles valora y califica.

Todo esto nos lleva a decir:

- El cliente es la persona más importante de cualquier negocio
- Un cliente no depende de nosotros, nosotros dependemos de el
- Un cliente no es una interrupción de nuestro trabajo. Es su objetivo.
- Un cliente nos hace un favor cuando llega no le hacemos un favor atendiéndolo
- Es parte esencial del negocio
- Merece la atención más comedida que podamos darle

Los momentos de verdad se ven afectados por la recaída en los siete pecados del servicio:

- Tratar al cliente con apatía
- Desairar a los clientes
- Ser frío con los clientes
- Tratar a los clientes con aire de superioridad
- Robotización
- Ceñirse al reglamento
- Dar evasivas al cliente

Principales condiciones que debe cumplir un buen servicio:

- Poner interés en el contacto
- Espontaneidad y capacidad resolutive en el contacto
- Ir un paso más allá
- Arreglo cuando las cosas salen mal.

CAPITULO 2. MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO

Nos describen el manual para cada uno de los cargos (Recepción, Hospitalizaciones, Teléfonos, Alimentos y Bebidas, Habitaciones y Aseo) así:

Tema 1. Recepción.

Es una de las áreas neurálgicas en este tipo de institución, ya que en ella se produce la primera impresión. Es el sitio en el que se recibe a los clientes y visitantes y se les da toda la información referente a los trámites a realizar para llevar a cabo el proceso de hospitalización; y cualquier tipo de ayuda.

En lo referente a su localización y ambientación, debe estar ubicada en el área de acceso a la institución, de manera que permita ser encontrada fácilmente.

Debe ser un sitio claro y espacioso, el cual permita la movilización del empleado, le facilite conseguir cualquier información solicitada, y pueda actuar con eficacia y eficiencia.

El objetivo principal de esta sección es asegurar que la información llegue al cliente de manera pronta y clara, teniendo en cuenta que las personas que solicitan ayuda, generalmente tienen algún problema.

Lo anterior hace de este sitio un punto clave de la institución, no solo por el estado de ánimo de los clientes, sino también por el volumen de personas que atiende.

Descripción del cargo:

1. Título del cargo
2. Departamento
3. Reporta a
4. Relaciones laterales
5. Funciones
6. Estándar de Ejecución
7. Educación y entrenamiento
8. Experiencia
9. Habilidades mentales requeridas
10. Salud
11. Equipos y herramientas a utilizar
12. Condiciones de trabajo

Tema 2. Hospitalizaciones

En el área de la institución que concentra mayor cantidad de trámites, en ella se lleva a cabo el ingreso y salida de pacientes, y el pago de todos los servicios utilizados por ellos.

Por esto es necesario que se encuentre correctamente distribuida y organizada, y que el personal posea la capacitación necesaria en el manejo de procesos y procedimientos, que permitan la agilización de sus funciones.

Por el volumen de personas que maneja, es el área en que más congestiones se presentan, por lo que se puede crear una mala impresión al cliente, debido a esto es necesario que el personal sea amable, tolerante y cordial.

El objetivo principal de esta sección es garantizar la adecuada ubicación del paciente, y el cobro correcto de los servicios prestados por la institución, llevándolo a cabo con rapidez y exactitud.

Descripción del cargo:

1. Título del cargo
2. Departamento
3. Reporta a
4. Relaciones laterales
5. Funciones
6. Estándar de Ejecución
7. Educación y entrenamiento
8. Experiencia
9. Habilidades mentales requeridas
10. Salud
11. Equipos y herramientas a utilizar
12. Condiciones de trabajo
13. Proceso de atención al cliente.

Tema 3. Teléfonos.

Esta área de trabajo es fundamental para las comunicaciones tanto internas como externas. La buena prestación de este servicio se basa en el cumplimiento de las funciones con rapidez y amabilidad, y en la calidad de la información entregada.

Su importancia radica en que no sólo afecta al “cliente Interno”, o sea aquel que se encuentra en la institución, sino también, al cliente externo, entendiéndose como aquel que se encuentra fuera y solicita una comunicación con el interior.

De este departamento depende en gran parte la imagen que da la institución llegue al exterior, ya que es el principal punto de contacto que se posee.

La prestación de este servicio debe involucrar la eficacia y la eficiencia, con la educación y la amabilidad, si falta alguna de ellas, el servicio no podrá ser considerado como bueno.

Descripción del cargo:

1. Título del cargo
2. Departamento
3. Reporta a
4. Relaciones laterales
5. Funciones
6. Estándar de Ejecución
7. Educación y entrenamiento
8. Experiencia
9. Habilidades mentales requeridas
10. Salud
11. Equipos y herramientas a utilizar
12. Condiciones de trabajo
13. Proceso de atención al cliente.

Tema 4. Alimentos y bebidas

Teniendo en cuenta que el factor de este departamento que más influye en el cliente es la prestación del servicio de alimentos y bebidas, ya que el contacto del paciente con el personal es muy breve, se buscará en este capítulo dar unas pequeñas normas sobre la prestación correcta de los alimentos, y sobre la atención a los pacientes en las habitaciones.

Considerando que el único personal de este departamento que tiene contacto directo con él, es el que realiza la distribución de los alimentos, y en algunos casos (de acuerdo con el presupuesto), es el mismo personal de aseo el que lleva a cabo esta labor, no se considera necesario extenderse en la descripción de este cargo.

Normas de prestación de los alimentos

1. Debe haber armonía entre el color, consistencia, técnicas de preparación, grupo alimenticio, sabor y olor.
 2. Los alimentos deben estar distribuidos uniformemente
 3. Procurar que las técnicas de preparación utilizadas, garanticen el mantenimiento de las características.
 4. Variar la secuencia de preparación de los alimentos
 5. Cambiar los aderezos, sabores y presentaciones de los alimentos.
 6. Asegurar que las guarniciones coincidan con el plato fuerte.
 7. Es importante anotar que los menús cambian de acuerdo a la patología del paciente.
- Tema 5. Habitaciones.

Es uno de los departamentos que más afecta de manera directa al paciente, ya que la mayor parte del tiempo que se encuentra en la institución, permanece en las habitaciones.

Aunque el estado en que se encuentra la planta física contribuye de manera considerable, no se puede negar la influencia que tiene el contacto humano en la impresión que el cliente se lleve de la institución.

Es necesario tener en cuenta, que la absoluta complacencia del cliente, no se consigue solo con el trato amable y con una planta física en buen estado, sino que la habitación debe estar arreglada de manera que forme un conjunto armónico, que transmita tranquilidad y seguridad al paciente. Se deben procurar los colores claros en paredes pisos y cortinas, tanto de la habitación como del baño. Las camas deben ser cómodas, y los juegos de cama en colores claros, que permitan notar un estado higiénico.

Descripción del cargo:

1. Título del cargo

2. Departamento
3. Reporta a
4. Relaciones laterales
5. Funciones
6. Estándar de Ejecución
7. Educación y entrenamiento
8. Experiencia
9. Habilidades mentales requeridas
10. Salud
11. Equipos y herramientas a utilizar
12. Condiciones de trabajo
13. Proceso de atención al cliente.

Tema 6. Aseo

Es imposible pensar en el buen funcionamiento de una institución de salud, sin el correcto desempeño del personal de este departamento. Debido a que de éste depende no solo la impresión que el cliente se lleva, sino, el estado de asepsia de las instalaciones.

El personal debe ser consciente, que de él depende la salud de los pacientes, él es el responsable directo por el mal aseo, o por cualquier descuido en el desempeño de sus labores.

El personal de aseo debe recibir una correcta capacitación en lo referente a los procedimientos y al uso de las herramientas y elementos necesarios para el desempeño de sus labores.

Descripción del cargo:

1. Título del cargo
2. Departamento
3. Reporta a
4. Relaciones laterales
5. Funciones
6. Estándar de Ejecución
7. Educación y entrenamiento
8. Experiencia
9. Habilidades mentales requeridas
10. Salud
11. Equipos y herramientas a utilizar
12. Condiciones de trabajo
13. Proceso de atención al cliente.

La última parte la compone una serie de anexos sobre las visitas realizadas a las instituciones de salud y sus impresiones en la atención al cliente en cada una de las áreas anteriores.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

No existe una norma o política general sobre el trato a los pacientes y visitantes de las instituciones de salud, y si en algunas existe no se aplica en su totalidad. De igual forma algunos funcionarios tratan de aplicar una atención tipo "Hotel".

No es fácil la tarea de iniciar o sembrar la inquietud sobre la mejor manera en que se debe tratar y atender especialmente a los pacientes.

No hay una conciencia clara sobre la forma de atender a los cliente.

De las recomendaciones se destacan las siguientes:

- Crear conciencia en todo el personal, sobre la importancia de la calidad del servicio
- Implantar programas permanentes de capacitación, que permitan al personal estar al tanto de los cambios producidos en los procesos y procedimientos que involucra su trabajo.
- Implementar en el programa de Administración de Servicios, las áreas de estudio sobre este tipo de instituciones.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 13 autores en la cual se destacan:

ALBRECHT, Karl. Gerencia del servicio. Bogotá: Legis, 1988
 La Excelencia en el servicio. Bogotá: Legis, 1991
 La Revolución del servicio. Bogotá: Legis, 1990

BAEZ CASILLAS, Sixto. Descripción de puestos en Hoteles, restaurantes y bares. Bogotá: Legis, 1991

COURTIS, John. Mercadeo de Servicios: Un nuevo enfoque: del operativo al perceptivo. Bogotá: Legis, 1988

ANEXOS:

Esta compuesto por tres anexos generales

Anexo 1. Descripción de visitas realizadas a las diferentes instituciones.

Anexo 2. Formato de descripción de puestos.

Anexo 3. Flujogramas.

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 069

TITULO : DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN EN LA INVESTIGACIÓN PROYECTO DE NORMALIZACION DE LAVANDERIAS HOSPITALARIAS

AUTOR (es) : MANRIQUE , Plazas Maria Mercedes
 GUERRON, Zamudio Sandra Lucia

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de servicios de

bienestar, Santa fé de Bogotá, 1994, Pág. 32 , anexos 4, 12 pie de página.

PALABRAS CLAVES:

Administración, dirección de hospitales, estadística, metodología de investigación, seguridad industrial, calidad investigación.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo diseñar, ajustar y validar los instrumentos de información mediante el estudio y análisis de las técnicas de elaboración de estos instrumentos como su aplicación a la muestra piloto, con el fin de corregirlos y ajustarlos a la realidad de la investigación “ PROYECTO DE NORMALIZACION DE LAVANDERIAS HOSPITALARIAS” y así obtener éxito en los resultados.

Además este instrumento técnico de recolección de información adecuado determina el logro de la calidad en la información que se recoja contra la flexibilidad a fin de que se adapte a todo tipo de institución (hospital, clínica, institutos), por ello es indispensable tener un diseño y una estructura adecuadas y adaptados a las necesidades particulares del macroproyecto.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 12 pie de página , Destacando autores como:

- BARRANCHO, A, Estadística elemental moderna , ed. Ariel S.A. Barcelona, 1973
#5
- NAGHI, Mamad, Metodología de la investigación , ed. Limusa, México, 1984
#3
- SABINO , Carlos, el proceso de la investigación . edit. El Cid, Bogotá 1980,
#1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por tres capítulos , distribuidos así:

CAPITULO I: ASPECTOS METODOLOGICOS DE LA INVESTIGACIÓN:

Tema1: Ubicación metodológica:

Situación del problema: necesidad de contar con instrumentos confiables para la recolección de información de origen administrativo que se requiere para el análisis de las situación actual de los servicios de lavandería hospitalaria como parte del proyecto.

Justificación: el éxito de toda investigación se fundamenta en una información veraz. De sete hecho se infiere en la importancia de los instrumentos utilizados para la recolección

de datos lo cual implica la revisión exhaustiva de los mismos y la obtención de resultados acertados, sin temor a sesgos ni errores.

Tema 2: Objetivos

- Conocer los fines del proyecto macro para plantear el diseño de los instrumentos técnicos de recolección de información.
- Aplicar los instrumentos a la muestra piloto
- Organizar los datos obtenidos a través de tabulación y codificación.

Tema 3: Marcos de referencia:

MARCO GEOGRAFICO: los instrumentos técnicos elaborados serán aplicados a la muestra piloto seleccionada en el proyecto , para la primera fase de la investigación en instituciones de Cundinamarca y Santafé de Bogotá.

MARCO CONCEPTUAL: Es necesario definir exacta y correctamente algunos términos evitando así ambigüedades en su significado:

- diseñar: representar algo esquemáticamente
- Validar: conceder confianza, dar fuerza o firmeza.
- Instrumento: objeto fabricado para hacer más fáciles determinados trabajos.
- Encuesta: Sondeo de opinión sobre un determinado tema en el que se recogen testimonios .
- entrevista: encuentro convenido.
- cuestionario: relación de preguntas.
- datos primarios: son aquellos que genera el investigador para encontrar soluciones.
- encuestadores: personas especializadas y previamente instruidas que recorren los lugares de investigación.

Prueba piloto: tomar una muestra con características similares a la población objeto de estudio y aplicar los instrumentos para medir el grado de comprensión y proceder a las modificaciones.

Tema 4 : Delimitación del estudio.

Descripción general de la población objeto de los instrumentos:

La muestra piloto del macro está conformada por 5 instituciones de salud , 3 en Santafé de Bogotá y 2 en Cundinamarca.

Instituto de cancerología(Bogotá)

Instituto neurológico (Bogotá)

Clínica Reina Sofía (Bogotá)

Hospital de Soacha (Cundinamarca)

Clínica Zipaquirá(Cundinamarca)

CAPITULO II: DISEÑO Y APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Tema 1: El proceso de investigación : Toda investigación trae beneficios : mejora y ayuda en el proceso de toma de decisión, ofrece un servicio a los participantes del proyecto apoyándolos y brindándoles la oportunidad del conocimiento de nuevas áreas.

En el proceso de investigación pueden establecerse las siguientes fases:

- Planificación: plan completo de todas las operaciones.
- Ejecución: abarca desde la recogida de datos y observación hasta su tabulación .
- Exploración: son los métodos estadísticos necesarios para efectuar el análisis.
- Divulgación: consiste en publicar los resultados en beneficio de todos los que están interesados.

Tema 2: Diseño de los instrumentos (entrevista – encuesta)

La entrevista es una técnica de comunicación mediante la cual 2 o más personas intercambian ideas cuya finalidad es dar o recibir información , ES UNA CONVERSACIÓN CON UN OBJETIVO DETERMINADO.

Fases:

- Fase preparatoria: determinar los temas, los objetivos, el tiempo, la situación, el lugar y el entrevistado.
- Fase ejecutoria: consta de la apertura: presentación, descongelamiento y cierre , agradecimiento , posibilidad de nuevo encuentro.
- Fase evaluatoria: se procesa la información , se establecen los grados de veracidad mediante lenguaje verbal y gesticular. Y por ultimo se hace la síntesis.

Ventajas:

- El entrevistador puede dirigir el comportamiento del entrevistado, lo cual permite obtener mejores entrevistas.
- El investigador puede crear técnicas de control de desarrollo de las alternativas.

Modelo del proceso de elaboración del cuestionario:

- Especificar la información requerida.
- Determinar tipo de pregunta
- El como obtener información requiere decisiones con respecto a la estructura y la forma del cuestionario.
- Un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas sobre actitudes crea problemas si se proporciona por correo.
- Con frecuencia se hará necesario hacer varias preguntas en lugar de una sola
- Examinar cada pregunta para saber si el entrevistado tiene la información que busca.
- Algunos veces los entrevistadores tendrán la información pero no la darán
- cuando la pregunta es complicada amenaza al entrevistado ellos se rehusaran a cooperar
- FORMAS DE PREGUNTA:
- Pregunta abierta: los entrevistadores están en libertad de contestar a las preguntas abiertas con sus propias palabras y no a limitarse a escoger una serie de alternativas
- Pregunta cerrada: se sugiere al entrevistador dar respuesta según las categorías o alternativas de respuesta proporcionada.

- Preguntas en espiral: cuando el interrogatorio este encaminado a detallar paso por paso toda la información.

Tema 3 : Diseño de los instrumentos:

Tomando como base el marco conceptual sobre la elaboración de instrumentos de recolección de información, se diseño un paquete de entrevistas y encuestas para su aplicación y validación.

Tema 4: Aplicación de los instrumentos:

Planeación de la aplicación: surge de la necesidad de la aplicación de técnicas de recolección de información a fin de evaluarlas para el logro de los objetivos propuestos.

Operacionalización: la entrevista se aplico teniendo en cuenta las líneas de autoridad en forma descendente, por cuanto era necesario que el entrevistador visualizará la organización y entrevista del área de estudio desde el nivel superior.

Control de la aplicación: evaluar y medir el desarrollo de las acciones ayuda a detectar y prever desviaciones para establecer medidas correctivas, por esto es importante contar con instrumentos adecuados que proporcionen información acerca de la evolución de la ejecución de los planes ya que a través de la retroalimentación se pueden corregir los aspectos modificables de lo realizado.

Tema 5: Aplicación de la matriz DOFA a la planeación.

DIFICULTADES: el tiempo y el espacio no son suficientes para realizar a cabalidad las entrevistas-encuestas.

OPORTUNIDADES: los entrevistadores cuentan con el apoyo de la dirección de la institución. la dirección de la institución está interesada en sacar adelante nuevas perspectivas y reformas.

FACILIDADES: por su filosofía y reglamento , las instituciones cuentan con el sistema de turnos que permite obtener mayor información.

AMENAZAS: el fracaso del programa debido a la falta de apoyo y desarrollo a la investigación en el proyecto de normalización de lavanderías hospitalarias por parte de las entidades involucradas.

CAPITULO III : ANÁLISIS Y REDISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS:

TEMA 1: análisis de los instrumentos:

Encuesta para jefes de lavandería: En el encabezamiento es necesario adicionar algunos datos que permitan vislumbrar el perfil del jefe o encargado del área.

En la estructura, las opciones de respuesta son muy variadas y extensas lo cual dificulta el proceso de tabulación.

Encuesta operarios: es necesario cambiar el nombre de esta encuesta operario por personal operativo, adicionar al encabezamiento datos que proporcionan mayor información sobre el perfil de este cargo.

Encuesta operarios-seguridad industrial: esta encuesta va anexa a la del personal operativo , ya que el encabezamiento es el mismo y va dirigida a la misma persona.

Encuesta relación con otras áreas: por organización es conveniente adicionar el nombre de la institución y la localidad.

Encuesta cliente externo: suministra la información suficiente y necesaria, esta elaborada de tal manera que no causa al paciente malestar.

Tema 2: rediseño de los instrumentos:

A partir del análisis de los instrumentos aplicados a la muestra piloto, se deduce que es necesario modificar su estructura con el fin de aplicarlos a la muestra objeto de estudio proyecto de normalización para lavanderías hospitalarias

METODOLOGÍA

investigación bibliográfica, consultas a expertos, información general y específica de sitio de estudio.

CONCLUSIONES

De las conclusiones se destacan las siguientes:

- La observación de entrevistador sirve de complemento para la aplicación de los instrumentos.
- La aplicación de los instrumentos en diferentes instituciones hospitalarias permite crear estándares de medición para el sector salud.
- El resultado de este proyecto garantiza la confiabilidad de la información para el desarrollo del proyecto macro.
- Los instrumentos de recolección de datos deben ir siempre enfocados hacia las necesidades y propósitos de la investigación

BIBLIOGRAFÍA

Se destacan 10 notas bibliográficas resaltando temas como:

Proceso de Investigación, planificación, ejecución, exploración, divulgación, matriz DOFA, seguridad industrial, administración, dirección de hospitales, estadística para administradores

ANEXOS:

Anexo A: Diseño entrevista-encuesta

Anexo B: Cronograma

Anexo C: Perfil del cargo

Anexo D: Rediseño entrevista-Encuesta

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 070

TITULO : REESTRUCTURACION DEL DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL CLUB DE SUBOFICIALES DE LA POLICIA NACIONAL (CLUSUPOL)

AUTOR (es) : ALARCÓN, Candil Olga
GARZON, Casallas Norma.
MORALES, Lagos Martha.

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de instituciones de servicio, Santa fé de Bogotá, 1994 páginas 147 , anexos 30 .

PALABRAS CLAVES:

Servicio de alimentos y Bebidas, control, calidad, administración de servicios de alimentos y bebidas, eficiencia.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo analizar los diversos controles que orientan el manejo de alimentos y bebidas , a través de la evaluación de los recursos con que se cuenta para optimizar el servicio, minimizar los costos y así lograr que la gestión empresarial se logre dentro de los parámetros de calidad total en el CLUB DE SUBOFICIALES DE LA POLICIA NACIONAL.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 9 pie de página en las que se destacan autores como:

- SHEEL , Adolfo , control de alimentos y bebidas ,Universidad Externado de Colombia #5
- COMBLECE, LEONIE, Lambertine, Administración de bar, cafetería y restaurante #1
- LILLICRAP, D,R ; GARCIA DE LEON , Guadalupe, Servicio de alimentos y bebidas #1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por tres partes así:

CAPITULO I: COMPRA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS:

En todas las empresas la eficiencia es característica esencial del buen manejo y productividad de los servicios.

La compra de alimentos y bebidas es uno de los aspectos más importantes para planear la utilidad de una empresa , en el control de su adquisición es necesario establecer un sistema de información que se adecue a la necesidad de los usuarios a través de documentos que especifiquen claramente las características apropiadas de los artículos , en donde el objetivo principal es mantener un stock adecuado de materias primas en lo relacionado con cantidad, calidad y precio, las necesidades de la compra serán determinados por el almacén y autorizados por el comité asesor.

Tema 1: Métodos De Compra:

- **Contratistas:** Se utilizan cuando se manejan alimentos clasificados dentro del grupo de lácteos, frutas y verduras , cervezas y gaseosas ;con este método se fija una cantidad determinada y una frecuencia de entrega.

Existe otra modalidad , el de llevar Stock máximos y mínimos de acuerdo con lo que la operación requiere, al contratista sólo se le recibe lo que necesita

- **Mercado abierto:** Una vez que el jefe de alimentos y bebidas conoce la necesidad, se dirige a los proveedores para solicitar cotizaciones y elige la que más le convenga teniendo en cuenta con que se ajusten a las políticas de la organización.
- **Conocimiento de las necesidades de la institución:** Este depende del volumen de ventas, el cual está determinado por la temporada turística alta o baja.

Tema 2: Procedimiento en la gestión de compras:

- **Control de proveedores por articulo:** Es un registro para determinar que entidades suministran la materia prima necesaria, de acuerdo con las especificaciones requeridas con base en una previa selección.
- **Especificaciones Estándar:** Será elaborado por el Chef, es un formato que contemple las características de los productos en cuanto a peso, color, temperatura, entrega, tamaño, madurez, aspecto físico y tiempo de entrega.

Tema 3: Procesos necesarios para la gestión de compras:

Son los pasos que se deben seguir para obtener materia prima de excelente calidad a un precio razonable, generando la información necesaria para esa gestión.

Para llevar a cabo el proceso de compra de los grupos de inventarios de carnes y salsamentaria , pescados y mariscos, aves y caza, frutas y verduras y lácteos, el economo en coordinación con el cheff diligencian el formato denominado lista de mercado.

Tema 4: Recibo de alimentos y bebidas:

La actividad de recibo de alimentos y bebidas se considera de singular importancia , ya que esta actividad da por terminada el ciclo normal de la gestión de compras, iniciándose el control de materia prima , en esta etapa se debe asegurar que los productos enviados por el proveedor correspondan a los requeridos y ordenados en cuanto a cantidad , precio, especificaciones generales procediendo a su adecuado diligenciamiento de la documentación , cuyo objetivo es asegurar la recepción de la mercancía de tal forma que cumpla con las normas exigidas.

Tema 5: Almacén de alimentos y bebidas: La actividad del almacén es el eje donde se establece el control y la medición de alimentos y bebidas , es allí donde se determina a través de la información que suministra la medición del costo diario de materia prima consumida.

El almacenamiento es el eslabón entre la recepción de provisiones y su preparación, en la misma forma en que la recepción efectiva es esencial para obtener como resultado una buena compra.

El almacenamiento desempeña una función de conservación de la mercancía, pero también es un excelente punto de control.

Dentro de CLUSUPOL, la presidencia puede ejercer un control sin que ello signifique mucho en términos de tiempo y personal.

Tema 6: Proceso para el almacenamiento de alimentos y bebidas:

Los procesos para llevar a cabo el almacenamiento de alimentos y bebidas en cuanto a tratamiento de información son:

- Entrega y requisición de alimentos y bebidas.
- Registro de recepción
- Requisiciones.
- Comprobante de entrega
- Entrega de mercancía adicional
- Mercancía en centros de producción

CAPITULO II: PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS: Radica en el almacenamiento y producción de alimentos y bebidas teniendo en cuenta los principios generales , gestión de existencias, valoración de inventarios , procedimientos generales, , procedimiento de producción de alimentos, control de materia prima en centros de producción , flujograma de procesos en centros de producción entre otros.

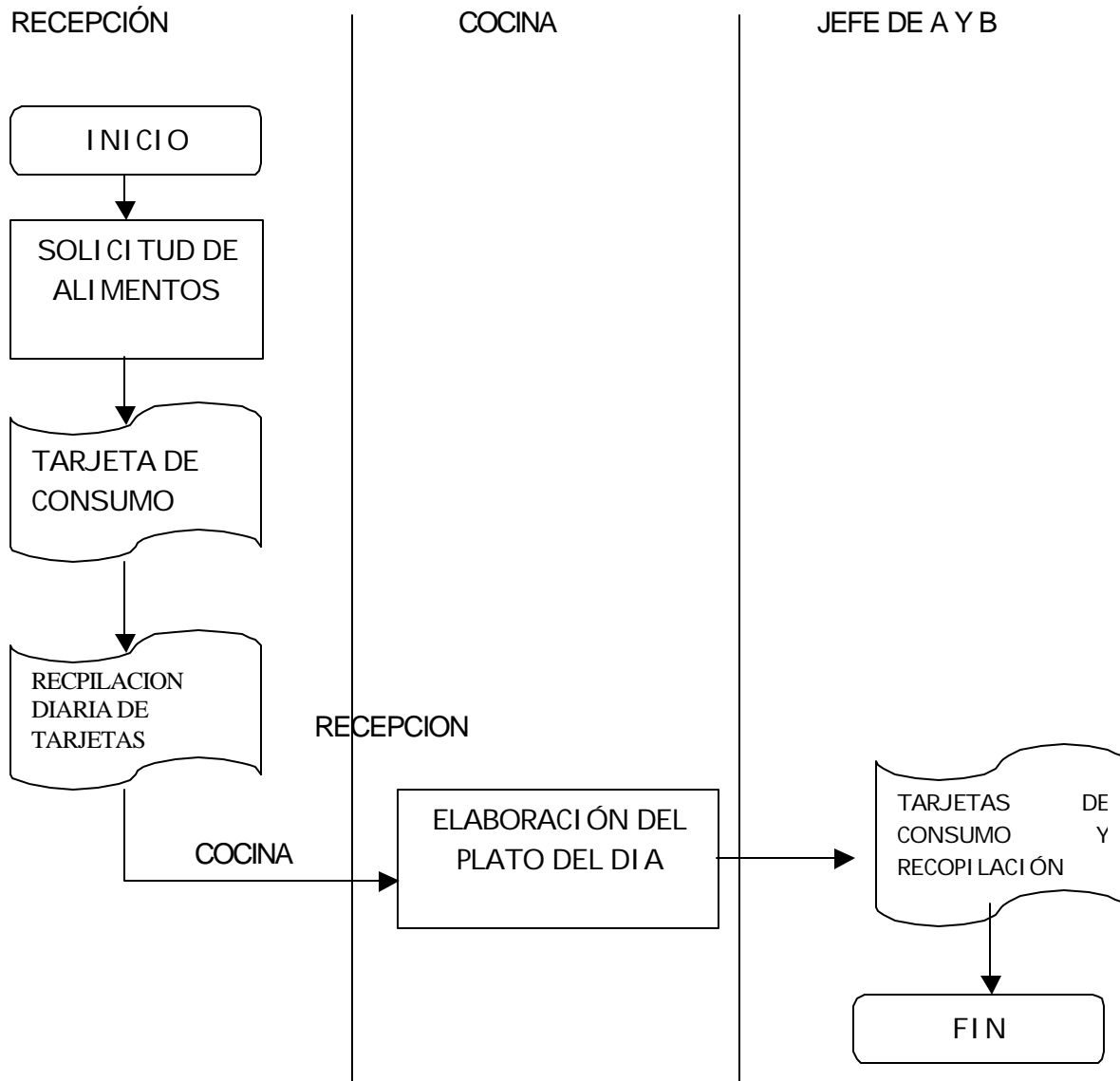
El almacén es el eje donde se establece el control y la medición de alimentos y bebidas, es allí donde se determina a través de la información que suministra la medición del costo diario de materia prima consumida , es el eslabón entre la recepción de provisiones y su preparación , en la misma forma en que la recepción efectiva es esencial para

obtener como resultado una buena compra. La producción de alimentos y bebidas conduce a la generación de procesos de canalización de materia prima en los centros de producción permite verificar si el producto terminado es consumido y facturado. Se debe establecer una base de control de producción a través de mecanismos que verifiquen la materia prima consumida y el producto terminado para que facilite la comparación de cantidades.

Tema 1: Procedimiento de producción de alimentos:

- Tarjetas de consumos de alimentos : es un documento que proviene de la recepción , es elaborada previamente y entregada al asociado según su necesidad se elabora en original con resguardo cortado en el respectivo talonario , existe una especificación para cada servicio de alimentación (desayuno, almuerzo, cena).
- Recopilación diaria de tarjetas de consumo: la recepción elabora un informe diario sobre el servicio de comedor prestado a los turistas y /o residentes en el Club , especificando el número de platos que se deben elaborar el día.
- Planilla de resumen de tarjetas de consumo: se elabora semanalmente con el fin de controlar el número de tarjetas de consumo utilizadas y a la vez el número de platos que se debieron haber elaborado en esa semana.
- Comandas: Se utiliza cuando se da el caso de solicitud de platos a la carta y es elaborado por el mesero. Las comandas se elaboran en original y copia cuya distribución es la siguiente:
Original -----→ recepción factura del solicitante o caja.
Primera copia --→ cocina (centro de producción: jefe de alimentos y bebidas.

FLUJOGRAMAS DEL PROCESO DE TARJETAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS:



CAPITULO III: BAR : CONTROL Y PRODUCCIÓN:

La tercera parte el bar , control , producción y procedimiento de la gestión de facturación, especifica que el bar debe estar complementado por un sistema eficiente de control entre cajero y barman , para que sirvan las bebidas correctas y facturen adecuadamente , llevando un registro de todas las bebidas que salen del bar. Al igual el sistema de control permiten que se evalúen las ventas durante un período y se observen las pérdidas y ganancias .

Tema 1: Procedimiento en el control de Bar:

- Requisiciones : este documento es diseñado para hacer pedidos internos del bar al almacén, es elaborado por el Barman , con base en stocks predeterminados, se debe hacer en original y copia.
- Comprobante de entrega: Este documento es el soporte de las entregas realizadas del almacén al bar, que deben coincidir con las cantidades vendidas.
- Control de ventas de alimentos y bebidas: En este documento se consigna el número de artículos consumidos en un período de tiempo determinado , teniendo en cuenta la cantidad, el precio unitario y el precio total; estableciendo además las entradas, que son soportadas por un comprobante de entrega con sus valores respectivos:
EL SALDO INICIAL + REQUISICIONES – VENTAS NOS DETERMINAN EL SALDO DIARIO.

Tema 2 : Control de facturación de alimentos y bebidas:

La facturación es la etapa final del ciclo de alimentos y bebidas , este debe asegurar el registro del producto terminado y despachado, el objetivo principal es aplicar las técnicas de facturación de forma adecuada para llevar un control apropiado del producto terminado consumido.

PROCEDIMIENTO EN LA GESTION DE FACTURACIÓN:

- Liquidación Cuenta asociado o factura de servicios: en este documento se liquidan los servicios brindados al cliente de acuerdo con el consumo
- Libranza: a través de este documento se hace el cobro a crédito ,el asociado autoriza la libranza y esta es enviada a la sede principal de CLUSUPOL donde se hace el respectivo descuento por nómina.

METODOLOGÍA

Información directa del sitio de trabajo, investigación bibliográfica, consultas a expertos, información general y específica de sitio de estudio.

CONCLUSIONES:

Las autoras no hacen referencia ninguna conclusión.

BIBLIOGRAFÍA

Las autoras hacen referencia a 7 notas bibliográficas destacando temas de administración de alimentos y bebidas, calidad y mejoramiento continuo, organización y métodos, control, administración del servicio de alimentos .

ANEXOS:

Anexo A: control de proveedores por artículo,
 Anexo B: especificaciones estándar
 Anexo C: cuadro de planeamiento
 Anexo D: Cuadro de control de alimentos teniendo en cuenta las porciones estándar.
 Anexo E: recetas estándar,
 Anexo F: lista de mercado,
 Anexo G: solicitud de compras,
 Anexo H: memo de corrección de factura
 Anexo I: reporte diario de alimentos , bebidas, cigarrillos
 Anexo J: requisiciones
 Anexo K :comprobante de entrega de mercancías
 Anexo L: recopilación diaria de comandas
 Anexo M: inventario
 Anexo N: factura de servicios.

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR BELTRÁN P.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 071

TITULO : MANUAL TÉCNICO OPERACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES DE LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA

AUTOR (es) : LEON, BASTIDAS, Mary Janeth

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de servicios de bienestar, Santa fé de Bogotá, 1994 páginas 140 , anexos 3.

PALABRAS CLAVES:

Mantenimiento. Gerencia de servicio, servicios generales, reestructuración, planeación, administración, normas, operación de servicios.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad última dar respuesta a las necesidades de los clientes (empresas, Consumidores actuales) tal satisfacción requiere un resultado positivo alcanzable en la utilización de ciertos objetos o la realización de determinados actos alternativos. Considerando los servicios generales como un departamento que puede ser el fin o medio para el desarrollo de la vida organizacional propia de la universidad y encontrándose en el sector terciario de la economía, puesto que presta servicios en forma directa al cliente interno y externo y reconociendo la importancia de la Universidad de la Sabana como una institución que desempeña funciones técnicas relacionadas con la parte académica, es necesario que dentro de la programación y evolución que presenta la universidad a nivel de infraestructura física, los servicios generales deben ir creciendo a la par con la organización creando nuevas necesidades a esta dependencia al brindar la ayuda necesaria en cuanto a montajes, mantenimiento, aseo, seguridad, adecuación de espacios y demás aspectos que influyen en el desarrollo y buen marcha de la gestión táctica.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 4 pie de página, destacando autores como:

- Archivo universidad de la sabana, ponencia universidad de la sabana, resolución 194 11 mayo de 1972 #2
- ICFES, Metodología de costos en la educación superior, división de planeación y financiación Bogotá 1980 #1

CONTENIDO:

El trabajo de grado está constituido por cuatro capítulos distribuidos así:

CAPITULO I: LOS SERVICIOS GENERALES

El primer capítulo destaca el papel de los servicios generales, su teoría, definición, descripción, donde al determinar la estructura organizacional de cualquier empresa se deben precisar los centros de responsabilidad que representan diferentes actividades para la planeación estratégica, control administrativo y control operacional.

Tema 1: Teoría Y Terminología Del Servicio :Al igual se destaca el servicio como factor importante donde su carácter de heterogeneidad bajo el concepto terciario y la divergencia de propósitos intelectuales se clasifican :

- Públicos y privados
- Mercantiles o susceptibles a la venta y no mercantiles
- Intermedios y finales
- Destinados a empresas y destinados a economías domésticas.
- Con características de consumo el servicio se clasifica en :
 - De producción
 - De distribución
 - Sociales
 - Personales

Por otra parte ha establecido una conocida tipología intentando encontrar un paralelismo con las distintas fases del desarrollo económico , según esto los servicios pueden ser:

- Personales no calificados: servicios domésticos para mujeres, alistamiento militar para hombres y ventas callejeras para ambos sexos.
- Personales calificados: son servicios ofrecidos por artesanos, tenderos , comerciantes mayoristas y minoristas, personas dedicadas a la reparación o mantenimiento y personal auxiliar.
- Industriales: aquellos que no pueden suministrar características individuales , susceptibles de aceptar innovaciones y mejoras para la productividad.
- Masivos para consumidores: como viajes, restaurantes etc.
- Comerciales de alta tecnología.

El resultado tiende a ofrecer al consumidor servicios de mejor calidad y menor costo , además el aumento de la productividad resultante de gestiones exitosas en la administración moderna, beneficia el proceso de los servicios , transferidos a los costos , lo que origina competitividad ayudando a la balanza comercial.

Pero, que son los servicios? El servicio se define como un producto intangible que permite satisfacciones que compensan el dinero invirtiendo en la realización de deseos y necesidades, al igual se define como la sumatoria de todas las acciones positivas, tendientes a lograr la satisfacción de las necesidades internas o externas , utilizando para ello los recursos humanos, materiales y financieros. Sus principales características son:

- Tienen consecuencia no forma.
- Son intangibles
- Hay participación del cliente
- Las empresas de servicio son intensivas en personalidad
- La prestación del servicio es un sistema de relaciones sociales
- No son almacenables
- Son heterogéneas

Los servicios generales se consideran como un conjunto de actividades de apoyo institucional que influyen en el buen funcionamiento y productividad en las labores que adelantan la organización , a su vez es el área de gestión táctica que define la imagen de la entidad frente al usuario.

Dentro del cuadro operacional de los servicios generales se consideran las siguientes áreas :

1. mantenimiento
2. aseo
3. parqueadero
4. jardinería
5. seguridad y vigilancia
6. alimentos y bebidas
7. almacén
8. carpintería
9. transporte
10. mensajería
11. otros: lavandería, servicio fotocopias, conmutadores, papelería, enfermería, teléfono etc.

CAPITULO II : ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INSTITUCIÓN

Destaca los antecedentes históricos de la institución, el marco general, la historia, origen , localización, filosofía, misión, visión , objetivos, estructura organizacional, cuyo objetivo primordial de la Universidad de la Sabana es lograr una educación integral , personalizada y académicamente exigente en un ambiente a escala humana.

Tema 1: Marco general de la universidad de la sabana :

El nombre de la institución es Universidad de la Sabana y su naturaleza jurídica es la de fundación frente a las leyes colombianas , denominándose así fundación Universidad de la sabana, es un establecimiento privado de educación superior , sin ánimo de lucro.

Su representante legal es el rector Rafael González Cagigás,
Es una empresa de servicios con fines educativos.

El proceso educativo busca el desarrollo armónico de la personalidad , el ejercicio responsable de la libertad , el culto de virtudes humanas, cristianas y la adopción de ideales de servicio.

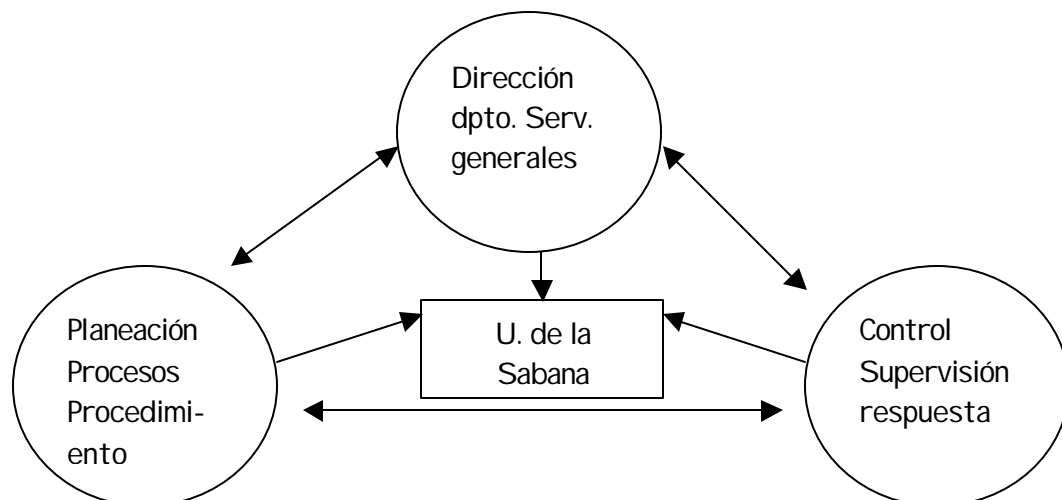
La formación impartida por la Universidad comprende en todas las facultades elementos humanísticos científicos, técnicos , éticos , sociales y deportivos .

Tema 2: Estructura organizacional: Analizando la universidad opera bajo una organización formal , cuenta con una pirámide jerárquica definida en 4 niveles:



tema 3 : los servicios generales frente a la institución: los servicios generales frente a la institución nacen como necesidad de mantener adecuadamente las instalaciones , donde es importante el nivel y el presupuesto fijado para la actividad , cuya reestructuración se hace necesaria dependiendo de la organización y agrupación de las actividades comunes en grupos de trabajo que permitan cubrir las necesidades que la empresa genera para su funcionamiento cuya mision de dicho departamento será: satisfacer las necesidades en cuanto al mantenimiento, aseo y demás actividades que interfieran en el desarrollo de la institución que son consideradas de apoyo vital para la eficiencia de la Universidad, la gerencia de servicio en el departamento de servicios generales consiste en incrementar la cultura, crear expectativas de calidad promocionar un clima de motivación, suministrar los recursos necesarios, ayudar a resolver problemas, eliminar obstáculos, y estar convencido que la ejecución de un trabajo de alta calidad da buenos resultados.

La gerencia del servicio necesita acudir para su desarrollo a los principios fundamentales del liderazgo y al replanteamiento de la estructura organizacional y funcional del departamento. Teniendo en cuenta el esquema de Karl Albretch :



Tema 4: Reestructuración del departamento de servicios generales

La eficiencia de los servicios que presta un departamento de servicios generales depende de la organización y agrupación de las actividades comunes en grupos de trabajo que permitan cubrir las necesidades que la empresa genera para su funcionamiento.

Un departamento de servicios generales bien manejado puede ser conducente a ahorros en costos, a través de una planeación de actividades del recurso humano, recurso físico (equipos y herramienta necesaria) y recurso financiero, que permitan solucionar a tiempo las necesidades institucionales .

Es por esta razón que a medida que la universidad va creciendo en población, servicio e instalaciones, el departamento de servicios generales como punto de apoyo institucional se ve en la necesidad de crecer y evolucionar a la par con el campus, ya que una de sus funciones es mantener la calidad de este

CAPITULO III : PROYECCIÓN PRESUPUESTO SERVICIOS GENERALES PLANES FUTUROS:

Destaca la proyección del presupuesto de servicios generales , cuyo dispositivo más común de planificación empleando unidades monetarias es el presupuesto, un plan de costos para gastos durante un período fiscal prescrito, el presupuesto es el plan que con mayor frecuencia es llevado y controlado por la alta administración , se debe tener en cuenta para su elaboración :

- índice de crecimiento
- necesidades de la organización
- presupuesto anterior.

Dicho presupuesto solo tendrá el 9.833% lo cual no es una valor exagerado como inversión en beneficio de la calidad del servicio que puede prestar este departamento a la institución.

CAPITULO IV: RECOMENDACIONES PARA LOGRAR UNA PLANEACION EFICAZ DEL AREA DE MANTENIMIENTO :

La Planeación involucra anticipar los hechos y tomar decisiones sobre lo que se va a hacer aprovechando todas las alternativas . la planeación es lo que permite actuar en vez de reaccionar. Le permite propugnar sus ideas a la alta administración y le asegura que a la larga las condiciones sean de costo efectivo.

La planeación estratégico , es el nombre que se ha dado un conjunto de contribuciones encaminadas a la orientación general de una empresa, cuyo propósito esencial radica en lograr una ventaja competitiva sostenible a largo plazo

Tema 1: Tipos de mantenimiento, equipos e instalaciones, propuesta de planeación estratégico e actividades: un buen sistema de almacenamiento eliminara la mayoría de las averías , extenderá en grado considerable la vida útil de cada unidad y ahorrará mucho dinero reduciendo al mínimo el tiempo ingitivo de los operarios y equipos de producción.

Existen varios tipos de mantenimiento:

- mantenimiento centralizado
- mantenimiento asignado
- mantenimiento por contrato
- mantenimiento correctivo
- mantenimiento programada
- mantenimiento preventivo
- mantenimiento incidental

la planificación y la programación a largo alcance , consiste en establecer rutinas de mantenimiento periódico y revisiones generales planificadas. También comprende la revisión análisis de la información de historial y las revisiones generales planificadas.

METODOLOGÍA

investigación bibliográfica, consultas a expertos, información general y específica de sitio de estudio.

CONCLUSIONES

De las conclusiones se destacan las siguientes:

- El área de mantenimiento es el motor del departamento de servicios generales ya que es donde se desenvuelven la mayoría de los proceso y procedimientos que permiten el mejor y mayor desempeño de la universidad.
- La calidad en los servicios que la universidad presta se ve directamente afectado si el departamento de servicios generales no cumple con los requerimientos que la universidad necesita.
- El éxito del equipo de servicios generales se basa en la confianza y entendimiento lo cual permite que resistan las presiones y demandas de los demás miembros de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

De las once notas bibliográficas se destacan los siguientes tremas:

- Administración, servicios generales, mantenimiento, planeación, programación, estrategia, Gerencia del servicio .

ANEXOS

El trabajo de grado presenta 3 anexos de:

Anexo A: corte pozo eyector de aguas residuales

Anexo B: planta de laguna de oxidación

Anexo C: isometría del cuarto de bombas.

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 072

TITULO: INVESTIGACION PARA EL MONTAJE DEL SERVICIO DE BANQUETES DE LA EMPRESA CARULLA & CIA EN SANTAFE DE BOGOTA, D.C.

AUTOR: LEON Bocanegra, Adriana

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Santafé de Bogotá, 1994, pp.232 Figuras 31, tablas 21. Cuadros 24

PALABRAS CLAVES: BANQUETES, CALIDAD, SERVICIO, ALIMENTOS, CLIENTE, MANUAL, PLANEACION, ORGANIZACIÓN, ESTRATEGIAS.

DESCRIPCION:

El principal propósito del trabajo es determinar las características administrativas y operativas para el montaje del servicio de banquetes de la empresa Carulla & Cía. S.A. Realiza una investigación de mercados para determinar las características del mercado potencial, además establece una estructura organizacional del servicio de banquetes con el propósito de determinar el grupo humano con el cual se trabajará.

FUENTES:

De los pie de página se destacan los siguientes:

BERMUSEZ, Mauricio. Curso de técnicas de Servicio de Alimentos y Bebidas. Bogotá. Corporación Nacional de Turismo. 1989 8

GRAN LAROUSSE de la cocina. Barcelona, España. Ed. Planeta. 1988. Vol. 1. 6

DE LA TORRE, Francisco. Administración Hotelera. México D.F. Trillas. 1982 2

SATATION, William J. Fundamentos de Mercadotecnia Mc. Graw Hill México. 1989 2

CONTENIDO:

CAPITULO 1. MARCO REFERENCIAL

Tema 1. Antecedentes del servicio de Banquetes

En la historia del hombre la noción de comida se confundió enseguida con un rito mágico: el individuo debió conciliarse con las misteriosas fuerzas de la naturaleza para ser afortunado en la caza. Al comer sus compañeros el animal que había matado, recuperaba sus fuerzas físicas y mentales.

El origen de los banquetes es muy antiguo, tuvo lugar en los pueblos de las primeras civilizaciones de la humanidad, los cuales realizaban diferentes eventos que daban lugar a estas celebraciones, que con el paso de los años fueron variando pues se dieron otros eventos, con otras características que cambiaron su forma de realización pero siguieron contando con su carácter de celebración.

Tema 2. Concepto de banquete

La palabra “banquete” data del siglo XIV, procede del italiano “banchetto” que significa pequeño banco, en el cual se sentaban los invitados.

Tipos de banquetes

De acuerdo con el Servicio Nacional de aprendizaje (SENA) existen los siguientes tipos de banquetes:

1. Banquete de gala: en el que se celebra un acontecimiento social muy importante como matrimonios de la realeza o de la alta sociedad.
2. Banquete de Matrimonio: en el cual se celebra el matrimonio civil o religiosa de una pareja.
3. Banquete Oficial: con el cual se celebran ciertos eventos de carácter estrictamente estatal, gubernamental, municipal, etc.
4. Banquete de una sociedad: con este se celebran eventos que son importantes para determinado número de personas que permanecen unidas por intereses económicos comunes.
5. Banquete privado: aquel que se da dentro de un círculo especial de amistades.
6. Banquete de cumpleaños: se ofrece con este motivo.
7. Banquete de baile blanco: se realiza en clubes con el fin de presentar a las hijas de los socios en sociedad.

Clasificación de los banquetes

Los banquetes pueden clasificarse según los siguientes criterios:

- a. El sitio.
- b. La hora.
- c. Grupo social.

Tema 3. Factores importantes para la organización de un servicio de banquetes

Los preparativos necesarios para la planeación y ejecución de un banquete, son responsabilidades de un gerente de banquetes o en su defecto del organizador encargado, quien en algunos casos, se ocupa también de la labor de ventas.

Dichos preparativos abarcan una serie de tareas que se consideran con antelación para brindar el servicio con máxima eficiencia.

Cuando se organiza un servicio de banquetes, además de elegir el menú y las bebidas a servir, es necesario conocer con anticipación otros datos como:

- Número exacto de asistentes, se confirma 24 horas antes
- Colocación de las mesas
- Mesa de honor
- Lugares que deben reservarse
- Decoración del salón y de las mesas
- Aperitivos y vinos
- Hora en que comenzará el banquete
- Si hay discurso, cual es su duración
- Servicio de café o licores
- Tipo de servicio
- Necesidad de sonido
- Pista de baile
- Espacio para el bufé.

Con base en estos datos el encargado de banquetes elaborará un plan de trabajo y dará las órdenes pertinentes para el mise en plas, la decoración de las mesas y la disposición del salón.

Tema 4. Tipos de servicios

Servicio Francés: en el dominio gastronómico los franceses acostumbran servirse por sí mismos, escogiendo las piezas y la cantidad que apetecían. Por este motivo es el servicio más apreciado por los gourmets.

Servicio Inglés: este servicio ofrece ventajas de ser rápido y práctico, en especial cuando hay que repartir o racionar los platos caros o exóticos. El servicio inglés, no da la

oportunidad al cliente de elegir la ración libremente debiendo hacerlo el mesero con discreción y tacto.

Servicio Ruso: es considerado un servicio elegante y se caracteriza por la importancia que da a la decoración con los platos, es propio de las fiestas de hoy en día, conocido comúnmente con el nombre de buffet.

Servicio americano: es práctico y rápido, son estas características las que han hecho que este tipo de servicio se haya impuesto en la mayoría de restaurantes y cafeterías descomplicadas.

Servicio Italiano: es tal vez el menos conocido en nuestro medio, consiste en ofrecer cinco secuencias así:

Antipastos, primer plato, segundo plato, quesos o frutas y postres. Este servicio es la herencia más cercana de los grandes banquetes ofrecidos por la realeza europea, en los cuales se ofrecía hasta 14 tipos de viandas diferentes.

Autoservicio: este es relativamente nuevo pero en la actualidad se está imponiendo en las cafeterías y algunos restaurantes cuya característica es la comida rápida, es un servicio descomplicado, rápido y económico, consiste en servir las viandas que se encuentran en las palanganas al baño maría.

El menú para recepciones y banquetes

La confección de un menú es una tarea minuciosa que implica la combinación y agrupación de platos para conformar una oferta atractiva de productos. Al elaborar un menú se deberá tener en cuenta aspectos como el número de comensales, su clase, categoría, edad, sexo como también las circunstancias que motivan la realización del banquete y se analizan las posibilidades de trabajo del equipo de cocina y de servicio, el material, las áreas disponibles o el lugar donde se prestará el servicio en caso de domicilio.

CAPITULO 2. ESTUDIO DE MERCADO

Tema 1. Investigación de mercados

La investigación de mercados vincula a la organización con su medio ambiente de mercado. Es un proceso que tiene que afectarse según las exigencias de un proyecto que requiere el análisis sistemático de determinada información con respecto a un mercado objetivo para producir información que ayude en el proceso de toma de decisiones.

Mercado: puede definirse como un lugar donde se reúnen compradores y vendedores, se ofrecen productos o servicios para su venta y se transfiere la propiedad. Un mercado puede definirse así mismo como la demanda hecha por cierto grupo de compradores posibles de un producto o servicio.

Oferta: la oferta de un bien en un mercado es la expresión de la actitud de los vendedores con relación a la venta de ese bien.

La oferta puede definirse también como los bienes y servicios que los vendedores están dispuestos a ofrecer en el mercado.

Demanda: es un plan general de compras; es decir las diversas cantidades que se comprarían a diversos precios, en un lugar y un momento determinado.

El Servicio: se entiende como servicio una mercancía comerciable aisladamente; o sea, un producto intangible, generalmente no se experimenta antes de la compra pero permite satisfacciones que compensan el dinero invertido en la realización de deseos y necesidades de los clientes.

Mercadeo de servicios: es la forma en que una organización equipara sus propios recursos humanos, financieros y físicos con los deseos de sus clientes. En donde el propósito de la organización es crear, ganar y conservar a su cliente el cual es y debe ser el foco central de todo lo que hace dicha organización.

Tema 2. El mercado para un servicio de banquetes

En Santafé de Bogotá, hoteles, clubes sociales y restaurantes, así como también casas de banquetes; hacen parte del mercado del servicio de banquetes, en donde se vislumbra el comportamiento activo de estas organizaciones que a nivel individual presentan una excelente rentabilidad, y en conjunto, una marcada competitividad fundamentada en el servicio al cliente.

Procesos de investigación de mercados.

El proceso de investigación de mercados se desarrollo de acuerdo con las exigencias de este proyecto, y con base en el objetivo planteado para lo cual se siguieron los siguientes pasos:

1. Definición del objetivo del proyecto

Específicamente, se determinó realizar la investigación de mercado con el fin de determinar las características del mercado.

2. Análisis de la situación actual

Se determinó la demanda como objeto de la investigación de mercado ya que representa los productos y/o servicios que los clientes quieren adquirir; con el fin de establecer la oferta, es decir, los aspectos que forman parte del montaje de un servicio de banquetes

3. Planeación de la investigación

Selección de fuentes de información

Elección de la muestra

Diseño de instrumentos para recopilar datos

Selección de técnicas para recopilar datos

Recolección de datos

4. Análisis e interpretación de los datos

Procesamiento de datos

Análisis de datos

Tema 3. Proyección de crecimiento de la demanda para el servicio de banquetes de Carulla.

La etapa final de la investigación de mercado corresponde a un seguimiento del estudio a partir de la proyección de la demanda, con el propósito de que Carulla posea una orientación hacia el futuro del potencial del mercado.

La proyección de crecimiento de la demanda se realizó con base a los dos sectores que la representaron en la investigación, es decir, los clientes de punto de venta y el sector empresarial, compuesto por las sociedades de los sectores industrial, financiero y de servicios.

Proyección del crecimiento de la demanda del sector de los clientes de puntos de ventas.

Como se mencionó anteriormente, este sector correspondió a la demanda a nivel de hogares, representada por amas de casa encuestadas en los almacenes de Carulla localizados en Country, Santa Barbara, Niza y Galerías.

Para proyectar la demanda de este sector se hizo necesario tomar como base la clasificación de hogares establecida por el DANE, teniendo en cuenta los hogares particulares en relación con su nivel de ingresos lo que facilita determinar el número de demandantes.

Proyección de crecimiento de la demanda del sector empresarial. Los resultados de movimientos de sociedades de la Cámara de Comercio de Bogotá mostraron que son más las empresas que se han creado que aquellas que han sido disueltas. Es más muchas de ellas han cambiado de razón social incluyendo ahora un mayor número de actividades y están aprovechando las ventajas que la apertura ha traído en otras áreas diferentes a las que en forma tradicional estaban acostumbrados los empresarios del país.

CAPITULO 3. ASPECTOS IMPORTANTES PARA EL DISEÑO DEL SERVICIO DE BANQUETES.

Tema 1.

Tomado como punto de apoyo este concepto y en cumplimiento de los objetivos de este proyecto, se identifican como elementos de del servicio:

- Los clientes: que hacen parte de la demanda de los servicios de banquetes y por tanto protagonistas de la investigación de mercado, es decir los clientes del sector empresarial y los clientes de punto de venta, cuyas necesidades fueron objeto de análisis y proporcionaron la herramienta primordial para el diseño del servicio.

- El soporte físico: es decir el soporte material para la producción del servicio, representado por los requerimientos de dotaciones de muebles, equipos vajilla, cubertería, lencería, menaje de servicios etc.
- El personal en contacto: es decir el cliente interno, las personas empleadas por la empresa del servicio.

Aspectos importantes para el diseño de la oferta de productos y servicios

La carta de banquetes: el diseño de una carta de banquetes representa parte de las actividades cotidianas de una ciudad, allí están reflejados los estilos de vida, los gustos, las actividades sociales, que dan lugar a la realización de diferentes eventos o celebraciones.

La carta no solo es una lista de productos, es un decisivo elemento de mercado, constituye la oferta de productos en donde el cliente podrá encontrar un poco más de lo que necesita, lo que hace que sea también elemento de competitividad frente a otros establecimientos.

Elementos de una carta de banquetes:

Según el tipo de evento, básicamente su estructura debe contener:

- Entradas frías
- Entradas calientes
- Platos fuertes
- Postres
- Quesos
- Menú

Tema 2. Determinación del personal de servicio de banquetes

Corresponde a la determinación de la estructura organizacional; es decir los centros de responsabilidad que represente las diferentes actividades relacionadas con la prestación de servicios de banquetes y así constituir una base para que se desarrollen procesos de planificación y control de recursos.

La estructura organizacional ideal al llevarse a cabo el montaje de servicios de banquetes de Carulla, deberá caracterizarse por los siguientes cargos:

- Jefe de banquetes
- Coordinadora de eventos
- Chef de banquetes
- Maitre de banquetes
- Mesero
- Auxiliar de cocina

- Stewards
- Conductor

Tema 3. Procesos que conforman el sistema de información para la gestión de venta, control y facturación de un servicio de banquetes.

De acuerdo con las funciones del personal de servicio de banquetes, se logra determinar un flujo de información que implica el desarrollo del servicio y que por ende hace necesario la existencia de una serie de formatos, como soporte del sistema de información generado por las actividades del servicio.

Los procesos que conforman el sistema de información para la gestión de las operaciones son:

- Proceso de solicitud y confirmación de reservas
- Proceso de solicitud de cotización de servicios
- Procesos de contratación de servicios
- Proceso de facturación

Dentro de la realización de estos procesos se presenta la elaboración de los siguientes formatos:

- Planilla del libro de reservas
- Cotización de servicios
- Contrato de servicios
- Orden de producción
- Orden de servicios
- Hoja de información

Tema 4. Establecimiento del soporte físico del servicio

Al llevar a cabo este proyecto, Carulla deberá contar con los siguientes elementos para su servicios de banquetes.

Dotación de sillas y tablonés

Las vajillas

La cubertería

La cristalería

La lencería

El menaje de servicios

El menaje de servicio de bar

Menaje del área de preparación de alimentos

El entorno material en el que se desarrollará el servicio

El entorno material hace referencia a las áreas que deben comprender el servicio de banquetes.

Luego Carulla & Cía deberá definir el servicio en este punto, definiendo si el servicio de banquetes:

1. se brindará únicamente al domicilio tanto de las empresas como de los hogares
2. o sí, se dispondrá de una sede propia, independiente de la planta central de la compañía

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- En este proyecto INVESTIGACION PARA EL MONTAJE DEL SERVICIO DE BANQUETES DE LA EMPRESA CARULLA Y CIA S.A. la investigación de mercado fue un proceso que permitió conocer la demanda del mercado, determinando en forma específica las expectativas del cliente y el nivel de aceptación de la empresa Carulla, como entidad suministradora de un servicio de banquetes.
- El alcance de la realización de este trabajo espera llegar a contribuir de manera significativa al llevar al buen termino el montaje del servicio de banquetes la empresa Carulla y Cía. S.A. con la certeza de augurar el éxito del proyecto.
- La proyección de crecimiento de la demanda en el grupo de empresas y en el grupo de hogares, estuvo determinado por el crecimiento registrado por la cámara de Comercio y el DANE de los respectivos grupos; el cual sirvió de base para proyectar la demanda a cinco años en términos de cubiertos demandados.

De las recomendaciones se destacan las siguientes

- Es conveniente que se determine inicialmente si el servicio va a contar con instalaciones propias es decir con una sede totalmente independiente de la planta central de la compañía; ubicada en un sitio estratégico de la ciudad.
- El diseño de servicio de Carulla y Cía S.A. deberá realizarse con base a los criterios considerados por el cliente (práctico, cómodo, económico, personalizado, de calidad y flexible) así como también una sólida estrategia de mercado; para que pueda enfrentarse a la trayectoria de otros establecimientos que integran la competencia.
- En el futuro al llevar a cabo un estudio de este tipo se recomienda realizar a la par con este, un trabajo de campo dentro del ámbito de los servicios de banquetes que le

permitan al investigador vivenciar experiencias que contribuyan al desarrollo del trabajo.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 15 autores tratando temas de técnicas de alimentos y bebidas, mercadeo, administración hotelera, control de alimentos entre otros.

ANEXOS:

Anexo 1. Encuestas a empresas

Anexo 2. Encuestas a clientes de puntos de ventas

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 073

TITULO : CREACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA BRINADAR UN MEJOR SERVICIO A LA CLIENTE EXTERNO EN LA CORPORACIÓN DE AHORRO Y VIVIENDA COLMENA

AUTOR (es) : GALEANO, Alvarez Lucero

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de instituciones de servicios , Santa fé de Bogotá, 1994, Pág. 101 , figuras 4, anexos 1, pie de página 4.

PALABRAS CLAVES:

Marketing de servicios , administración financiera, atención al cliente, productividad del recurso humano, función directiva, mercadeo de servicios financieros, calidad, mercadeo de banqueros ,comunicación activa.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado basado en la corporación social de ahorro y vivienda Colmena, ha tomado como política diseñar y desarrollar herramientas que contribuyan a optimizar la capacitación y motivación , especialmente de los nuevos colaboradores, asi mismo se realiza un

análisis sobre los productos de captación , diferenciando las modalidades que autoriza la Superintendencia Bancaria para captar ahorro , se definen las ventajas, beneficios y características de cada uno de los productos ofrecidos como alternativas de los ahorradores , facilitando el manejo de objeciones ofrecidas en el medio., el mejor conocimiento de la Corporación permitirá identificar, en mayor grado, los objetivos y las labores que se desarrollan en los diferentes cargos , logrando así una mejor calidad personal y profesional.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 4 pie de página , en la bibliografía se destacan temas administración financiera, atención al cliente, productividad del recurso humano, función directiva, mercadeo de servicios financieros, Destacando :

- Sistema financiero colombiano , modulo de inducción , Corporación social de ahorro y vivienda Colmena. #1
- Cottle, David, servicio centrado en el cliente, Madrid, Editorial Diaz de santos #1
- Grobbs, M Ray, Resdenbach, Eric, banca de excelencia, como lograr servicios de alta calidad en los bancos, México, 1993 . #1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por nueve capítulos , distribuidos así:

CAPITULO I :FUNDACIÓN .

Tema 1: reseña histórica: la historia monetaria colombiana propiamente dicha , comienza a partir de la independencia, antes de 1821, la circulación monetaria en el país estuvo compuesta por monedas españolas , en ese año , se estableció que el patrón monetario colombiano será el peso de plata. Tras múltiples dificultades ocasionadas por la primera guerra mundial , el congreso nacional ordena que se contrate una misión de expertos para organizar la estructura monetaria y bancaria del país .

Tema 2: Importancia del sistema financiero: debe propender por el incremento del ahorro nacional y reasignarlo en forma más oportuna y eficiente hacia la inversión productiva, mediante la aplicación de una gran variedad de mecanismos , instrumentos e instituciones con base en un gran volumen de fondos.

Tema 3 : La superintendencia bancaria: creada por la ley 45 de 1923, es el organismo rector del sistema financiero , esta elegido para un periodo de 4 años por el presidente de la republica.

Tema 4 corporaciones de ahorro y vivienda: constituidas por el decreto 678 de 1972 con el fin de captar ahorro privado para canalizarlo hacia la industria de construcción ,

preferiblemente de vivienda, dentro del sistema de valor constante, en la modalidad del UPAC (unidades de poder adquisitivo constante), el rendimiento del ahorrador determina con la corrección monetaria y la tasa de interés sobre el valor en UPAC de los depósitos, en la modalidad de pesos, al ahorrador se le paga una cuota fija diaria de interés, sobre el saldo diario.

El principio del valor constante que regula el comportamiento de las unidades de poder adquisitivo constante (UPAC), es un mecanismo financiero mediante el cual, los dineros depositados por los clientes y los créditos otorgados por la corporación de ahorro y vivienda, reajustan diariamente su valor en pesos, de acuerdo por porcentajes mes a mes que fija el Banco de la República.

La corrección monetaria diaria es el mecanismo automático de reajuste de valor en pesos de la UPAC, se fija de acuerdo con el comportamiento del índice de precios al consumidor.

Tema 5: Sistema Colombiano de ahorro y vivienda: bajo el gobierno del Doctor Misael Pastrana Borrero, en el plan de las 4 estrategias, se determina la necesidad de canalizar los recursos privados para desarrollar el sector de la construcción, especialmente de vivienda, surge entonces, el sistema Colombiano de ahorro y vivienda como un instrumento de ejecución de esta política.

La corporación social de ahorro y vivienda Colmena, abrió sus puertas al público en febrero de 1974, trabaja captando ahorros particulares y canalizándolos hacia el sector de la construcción a través del préstamos hipotecario.

Tema 6: Autoridades especiales:

- La superintendencia bancaria
- Fondo de garantías de instituciones financieras

Autoridades relacionadas con el sector:

- Junta directiva del Banco de la República
- Banco de la República
- Congreso nacional
- Gobierno nacional
- Ministerio de hacienda y crédito público
- Superintendencia de valores

CAPITULO II : CORPORACIÓN SOCIAL DE AHORRO Y VIVIENDA:

Tema 1: Razón social: Corporación social de ahorro y vivienda Colmena.

Tema 2: Domicilio: Ciudad de Bogotá .

Tema 3: Imagen corporativa: el símbolo original de la corporación fue el trihexágono o panal, relacionado con una colmena, donde todos trabajan por una causa común, el color amarillo, relación a la miel, el minero, comienza a representar la corporación y ha tener una gran difusión.

Tema4 : reseña histórica: sus empresas fundadoras fueron el círculo de obreros y la caja social de ahorros, obtuvo su personería jurídica el 7 de junio de 1973, por parte del superintendente bancario, Dr, Mario Alberto Rubio, primer delegado , quien fue también su primer presidente.

Tema 5: Objeto social: colmena , es una sociedad anónima que tiene por objeto captar recursos (ahorros) y colocarlos en préstamo, preferiblemente destinados a la construcción de vivienda.

Tema 6: El negocio: Colmena es un intermediario financiero para promover y captar ahorro que financie el sector de la construcción , a través del sistema UPAC, al promover el ahorro, se atiende a personas naturales y jurídicas preferiblemente de estratos medio y alto.

Se atienden las necesidades de servicios a los clientes en forma oportuna y ágil con un excelente grupo humano y tecnología adecuada , con eficiencia y servicio al cliente.

CAPITULO III : SERVICIOS:

la corporación social de ahorro y vivienda COLMENA ha transformado la economía del país en principal factor e impulso a la construcción y ahora, otra serie de servicios que ha modernizado el uso del dinero.

- **Mision:**

La vocación social de Colmena constituye su característica esencial. Es por ello que el aporte al desarrollo de esquemas de financiación de vivienda de interés social, le ha permitido alcanzar el liderazgo que la hizo merecedora de la Orden al Mérito al Desarrollo Social, entregada por el Gobierno Nacional.

NUUESTRA MISION

Somos una entidad que presta Servicios Financieros integrales y satisface las necesidades de las familias promoviendo su progreso.

Nos responsabilizamos por la generación de utilidades para hacer realidad la obra de la Fundación Social y garantizar nuestro crecimiento económico.

Creamos un esquema de gestión empresarial participativo, fundado en la unión de los talentos, las ideas y los resultados, que permite el desarrollo de nuestra gente.

- **VISION:**

La vocación social de Colmena constituye su característica esencial. Es por ello que el aporte al desarrollo de esquemas de financiación de vivienda de interés social, le ha permitido alcanzar el liderazgo que la hizo merecedora de la Orden al Mérito al Desarrollo Social, entregada por el Gobierno Nacional.

NUUESTRA VISION

Debemos ser el mejor apoyo financiero para el progreso de la familia valores

La vocación social de Colmena constituye su característica esencial. Es por ello que el aporte al desarrollo de esquemas de financiación de vivienda de interés social, le ha permitido alcanzar el liderazgo que la hizo merecedora de la Orden al Mérito al Desarrollo Social, entregada por el Gobierno Nacional.

NUUESTROS VALORES

Nuestra misión será realidad porque:

- Mantenemos una actitud de respeto hacia los demás.
- Actuamos con honestidad.
- Brindamos un servicio excelente.
- Estamos comprometidos con todo lo que hacemos.
- Trabajamos de manera eficiente.

Tema 1: Transferencias telefónicas:

CARACTERISTICAS

Cubrimiento Nacional.

Opera bajo el sistema en línea.

El servicio se asocia al NIT del titular del producto de Captación.

El Cliente puede tener 100 usuarios autorizados que accedan al sistema.

Cada usuario puede manejar hasta 10 cuentas de ahorro.

Ir a Inicio

SERVICIOS

Tema 2: red multicolor:

- De Consulta
- De su Cuenta de Ahorro puede saber: Saldo total, saldo disponible, saldo en canje, últimas 5 transacciones, reporte de movimiento en un período de tiempo determinado y todo sobre sus Certificados de Ahorro.

Transferencias

Traslade su dinero entre Cuentas de Ahorro Colmena y de su Cuenta a Cuentas Bancarias.

Información

Usted puede enterarse sobre la ubicación de las oficinas Colmena, los Cajeros Automáticos C24 y de los cajeros afiliados.

Puntos de pago de la Red Multicolor

Indicadores económicos y tasas de interés equivalentes

Correo Electrónico

Usted puede recibir asistencia permanente por este medio.

megacuenta

Una cuenta nada corriente!

su cuenta de ahorros le genera corrección monetaria y un interés adicional cancelado trimestralmente sobre el saldo mínimo, además usted tiene disponibilidad inmediata de su dinero.

BENEFICIOS Y CARACTERISTICAS

DISPONIBILIDAD Y FLEXIBILIDAD : Su ahorro es a la vista, es decir, puede consignar y retirar en el momento que desee.

FACIL ACCESO : El monto de Apertura es de \$500.000

FACIL MANEJO : Se entrega con la apertura una Tarjeta débito Colmena (Acceso a la página de Tarjeta Débito)

RENTABILIDAD : genera la Corrección Monetaria diariamente, así su dinero no pierde valor y además paga una tasa adicional sobre saldo mínimo trimestral, lo cual es mayor rentabilidad.

SOLIDEZ Y RESPALDO : Contamos con más de 20 años de experiencia y pertenecemos al Grupo Social, una de las más grandes y sólidas del País.

EXCELENTE SERVICIO, CERCANÍA Y EFICIENCIA : Con más de 170 oficinas en todo el país, más de 300 Cajeros Automáticos propios y sistema de Audio Respuesta.

INCENTIVOS Y PROMOCIONES : Permanentemente se están ofreciendo una gran variedad de promociones y de beneficios a nuestros cuentaahorradores. Durante 1999 estaremos rifando APARTAMENTOS entre todos nuestros ahorradores con promedios mayores a \$200.000. Hay una oportunidad de participar por cada 100.000 y el doble de oportunidades

Techo COLMENA es una cuenta de ahorro programada con el fin de conseguir el valor de la cuota inicial de la vivienda que desea adquirir.

BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS

Existen dos categorías de este producto

Techo COLMENA VIS Especialmente para clientes con ingresos entre 2 y 4 Salarios mínimos, los cuales al tener esta cuenta pueden acceder a los subsidios de la Caja de Compensación Familiar o del Inuerbe.

Techo COLMENA especial para personas con ingresos superiores a 4 SML.

DISPONIBILIDAD : Cuenta de ahorros a la vista. puede disponer de su dinero cuando lo quiera.

MANEJO : Con Talonario para Techo COLMENA VIS y con Tarjeta Débito para Techo COLMENA Especial

RENTABILIDAD : Se reconocen diariamente intereses sobre el saldo al final del día, y sobre saldo mínimo mensual.

ACCESO : El monto de apertura es de \$50.000. El ahorro en esta cuenta le permite aumentar las posibilidades de la aprobación para el crédito de vivienda, aún si es independiente y adicionalmente el ahorro que demuestre en esta cuenta le permite acceder a los subsidios de las Cajas de Compensación Familiar o del Inurbe según sea su rango de ingresos.

INCENTIVOS Y PROMOCIONES : Por la constancia en su ahorro programado la Corporación COLMENA le ofrece una variedad de incentivos, como participar en el sorteo del valor de la cuota inicial de su vivienda y anualmente ahorrarse una cuota del ahorro la cual COLMENA pagaría por usted. Adicionalmente los

Un paquete integral que le brinda diferentes alternativas!

Beneficios

Requisitos

El Megacrédito Colmena es un paquete especial de crédito, con el que su sueño de casa propia se hace realidad.

Si usted ya escogió su inmueble y firmó la promesa de compraventa, COLMENA le ofrece CRÉDITO para:

- Compra de Vivienda (inmueble) nueva financiada por COLMENA.
- Compra de Vivienda (inmueble) nueva o usada NO financiada por COLMENA.
- Compra de Vivienda (inmueble) usada que no tenga hipoteca.

Con el MEGACREDITO COLMENA, Usted predice el comportamiento de su crédito, paga uno de los INTERESES MAS BAJOS del mercado y hace el crédito a su gusto.

Tema 3: Giro de fondos y créditos

un sistema de pago de acuerdo a sus necesidades Colmena le ofrece diferentes sistemas de amortización para sus Créditos Hipotecarios:

Si tiene crédito, puede escoger entre 10 diferentes modalidades de sistema de amortización creciente.

Si tiene crédito en pesos, puede escoger entre cuotas fijas anuales que aumentan en un 100, 80, 50 o en un 0 por ciento del incremento anual del salario mínimo legal según lo escoja el cliente.

AMPLIOS PLAZOS DE 5 HASTA 30 AÑOS, que usted puede escoger para pagar su vivienda.

PRESTAMO POR ANTICIPADO, pues con el certificado de crédito aprobado, usted podrá negociar el inmueble que quiera, tranquilamente.

La opción de ESCOGER EL DIA Y LA FORMA EN QUE QUIERE PAGAR SU CREDITO el cual se puede realizar por Débito Automático, Audiocolmena, o en las oficinas.

UN COMPLETO PAQUETE DE SEGUROS : de vida para Usted y contra incendio, rayo y terremoto; para su inmueble.

ASISTENCIA DOMICILIARIA GRATIS para los inconvenientes presentados en su vivienda de plomería, electricidad, vidrios ó cerrajería, así como el seguro contra actos mal intencionados de terceros.

TOTAL COMODIDAD, pues si usted lo desea, nosotros nos encargamos de todos los trámites y operaciones que se requieran para conseguir su crédito y además se los financiamos, una vez sea aprobado.

LA POSIBILIDAD DE GANARSE EL SALDO TOTAL DE SU CREDITO con los sorteos mensuales del CREDISORTEO.

CREDITOS PARA REMODELAR, AMPLIAR Y SUBDIVIDIR su vivienda actual o para libre inversión, respaldado por una garantía hipotecaria.

Además, PRÉSTAMO PARA LA LIBERACIÓN DE SU HIPOTECA ACTUAL y un excedente para remodelar, ampliar o subdividir el inmueble.

Puede disfrutar de UNA DE LAS TASAS MAS BAJAS DEL MERCADO !

Otra modalidad del MEGACREDITO es el CREDITO DE CONSUMO

Pensando en necesidades que requieran de un mayor plazo de financiación Colmena ha diseñado para usted un CREDITO FACIL, que le permitirá financiar sus sueños, como: compra de vehículo, viajes, decoración de vivienda, compra de electrodomésticos, ampliar su negocio, etc.

Es un CREDITO para lo que necesite con plazos de financiación hasta de 60 meses, estudio del crédito gratis, sin codeudor si es asalariado y adicionalmente los bienes que se adquieran con el crédito no tienen que ser pignorados".

ahorradores de Techo COLMENA participan en todos los incentivos y promociones de las MEGACUENTAS COLMENA.

Tema 4: giro de fondos:

CDTS

La inversión del momento!

Es un depósito de dinero entregado a la Corporación, por un plazo definido, en el cual no puede ser retirado.

Se expide un título negociable denominado "Certificado de Valor Constante", el cual representa la suma de dinero consignada. Se reconoce sobre este dinero una tasa de interés vencida más la Corrección Monetaria.

BENEFICIOS

Usted puede disfrutar de la SEGURIDAD que le brinda Colmena.

Puede escoger entre diversidad de periodos (1,2,3,4,5,6,9,12 y 18 meses), según sus proyectos.

El Certificado es ENDOSABLE, el titular del certificado puede ceder los derechos y las obligaciones que tiene sobre él.

MODALIDADES

Certificado Fijo: Se exige un monto mínimo de apertura, que será devuelto junto con el rendimiento al finalizar el periodo pactado.

Certificado Pagames: Se exige un monto mínimo de apertura, por el cual podrá disfrutar mensualmente del rendimiento generado por los intereses y la corrección monetaria. Al finalizar el tiempo pactado, su capital le será reintegrado.

Certificado a tremino pesos

Muy pronto se dará cuenta de su rentabilidad!

Es un depósito de dinero entregado a la Corporación por un plazo definido en el cual no puede ser retirado.

Colmena le expide un título negociable denominado "Certificado en Pesos", el cual representa la suma de dinero consignada y se reconoce sobre éste un interés.

BENEFICIOS

RESPALDO, Contamos con más de 20 años de experiencia, atendiendo las necesidades financieras de su familia.

RENTABILIDAD.

Usted puede escoger entre DIVERSIDAD DE PLAZOS, según sus proyectos.

El Certificado es endosable; usted puede ceder los derechos y las obligaciones que tiene sobre él.

Tema5: Tarjetas de crédito Colmena:

Quién dijo que las Tarjetas de Crédito Colmena Mastercard solo sirven para comprar! esta tarjeta además de permitirle realizar compras en establecimientos a nivel nacional e internacional, le ofrece un mundo de beneficios:

- Una gama de Tarjetas de Crédito según sus necesidades.
- Puede realizar avances en todas las oficinas del país de Colmena Corporación, Cajeros Automáticos C24 y Audiocolmena.
- Anualmente se realiza un "Aumento masivo de cupos".
- Servicio de Audiocolmena para realizar consultas, pagos y avances en efectivo.
- Para los tarjetahabientes Gold y Empresarial, Asistencia Colmena.
- Seguros especiales.
- Cuotas de manejo favorables.
- Tasas de interés competitivas.
- Compras diferidas a 1 mes no tienen interes.

SEGUROS TARJETA DE CREDITO COLMENA MASTERCARD

- MASTER SEGURO DE VIAJES. Seguro en caso de accidentes personales de Usted y su familia durante el viaje, siempre y cuando compre sus pasajes en cualquier tipo de transporte con su Tarjeta de Crédito Colmena MasterCard.

MasterSeguro de viajes compensará, sin costo adicional, por lesiones personales que puedan ocurrir durante el viaje y que sean cubiertas por este seguro, de la siguiente manera :

- Tarjeta Stándard Colmena MasterCard: Por muerte accidental o desmembración hasta US\$ 75.000
- Tarjeta Gold Colmena MasterCard: Por muerte accidental o desmembración hasta US\$ 250.000
- MASTER SEGURO DE AUTOS. Es un seguro que protege, sin costo adicional al tarjetahabiente, cuando alquila un auto en Estados Unidos o Canadá con cargo a su Tarjeta de Crédito Gold o Empresarial Colmena MasterCard.
- CENTRO DE SERVICIO DE ASISTENCIA AL CLIENTE
- (Global Service de Mastercard)
- Abierto 24 horas al día , 365 días al año.
- Llamada sin costo.
- Representante de servicio al cliente en español, inglés y portugués.
- Teléfonos : 1-800-257-5617 en Estados Unidos
1-314-542-7111 fuera de los Estados Unidos.
- SEGURO DE FRAUDES. Por robo, pérdida, falsificación y/o adulteración de la Tarjeta, cubre hasta \$ 12.000.000.
- SEGURO DE VIDA. En caso de muerte o incapacidad total y permanente su deuda queda cancelada, cubre hasta \$20.000.000

ASISTENCIA EN VIAJES

- cuando necesite ayuda en viajes ya no tendra que levantar la voz, solo tendra que levantar el telefono y llamar a asistencia colmena.
- Asistencia Colmena es el servicio exclusivo y sin costo de las Tarjetas de Crédito Gold y Empresarial Colmena MasterCard.
- Es el servicio que asiste al tarjetahabiente y a su familia aún cuando viajen por separado y en cualquier medio de transporte.
- No es necesario comprar los tiquetes con la Tarjeta de Crédito.
- Atención las 24 horas llamando gratis desde Colombia al 9800 919500 y desde cualquier parte del mundo al 618 44 02 o al 616 00 55 en Bogotá (pago revertido).
- El servicio de asistencia se activa a los 15 Km. del domicilio habitual del tarjetahabiente en el territorio de Colombia y en cualquier lugar del mundo en todos los viajes de duración no superior a sesenta (60) días.

COBERTURAS:

- Traslado o repatriación hospitalaria en Colombia y en el exterior
- Asistencia hospitalaria en el exterior
- Desplazamiento y estancia de un familiar del asegurado
- Interrupción del viaje por fallecimiento de un familiar
- Prolongación de la estancia en el exterior por lesión o enfermedad

- Envío urgente de medicamentos
- Transmisión de mensajes urgentes
- Indemnización por pérdida del equipaje en vuelo regular de aerolínea comercial
- Ayuda por urgencias odontológicas en todo el mundo
- Traslado en ambulancia

TARJETAS DE CREDITO COLMENA

- Tarjeta Standard Colmena MasterCard
- Tarjeta Gold Colmena MasterCard
- Tarjeta Empresarial Colmena MasterCard
- Tarjeta Fútbol Club Colmena MasterCard

TARJETA STANDARD COLMENA MASTERCARD

Esta tarjeta le ofrece:

- Avances hasta por el 30% del cupo total diferido a un mes en oficina y tres meses en C24 y Audiocolmena.
- Cuota de manejo en Colombia \$13.500.
- Cuota de manejo en el exterior US\$25.
- Todos los beneficios de la Tarjeta de Crédito Colmena MasterCard.

TARJETA GOLD COLMENA MASTERCARD

Esta tarjeta le ofrece:

- Avances hasta por el 30% del cupo total diferido a un mes en oficina y tres meses en C24 y Audiocolmena.
- Cuota de manejo en Colombia \$16.500.
- Cuota de manejo en el exterior US\$30.
- Asistencia en viajes para usted y su familia aún cuando viajen por separado.
- Todos los beneficios de la Tarjeta de Crédito Colmena MasterCard.

TARJETA EMPRESARIAL COLMENA MASTERCARD

Con esta Tarjeta los ejecutivos de su empresa tendrán a su disposición un efectivo medio de pago para atender las necesidades de crédito propias de su cargo.

Ventajas inteligentes para su empresa:

- Control de recursos de la empresa a través del estado de cuenta mensual.
- De uso nacional e internacional.
- Asignación de cupos de acuerdo al criterio de su empresa
- Avances del 10% del cupo diferido a un mes en oficina y tres meses en C24 y Audiocolmena
- Cuota de manejo en Colombia \$ 16.500
- Cuota de manejo en el exterior de US\$30
- Asistencia en viajes para los ejecutivos y sus familias aún cuando viajen por separado
- Todos los beneficios de la Tarjeta de Crédito Colmena MasterCard

TARJETA FUTBOL CLUB COLMENA MASTERCARD PARA QUE USTED ESTE EN LA JUGADA!!

Con todos los beneficios de la Tarjeta de Crédito Colmena MasterCard, es una Tarjeta con la que podrá apoyar a su equipo de Fútbol preferido, aportando el 1% del valor de sus compras al Club.

- El cupo asignado puede ser el de una Tarjeta Standard o una Gold
- Avances hasta por el 30% del cupo total diferido a un mes en oficina y tres meses en C24 y Audiocolmena
- Cuota de manejo en Colombia y en el Exterior esta dada de acuerdo al tipo de tarjeta standar o gold.
- Todos los beneficios de la Tarjeta de Crédito Colmena MasterCard.

Tema 6: Audio Colmena

Contacto para clientes colmena

Nos interesa que usted se entere!

Se llevó acabo la Asamblea General de Accionistas de Colmena Corporación en la cual se aprobaron los estados financieros correspondientes al segundo semestre de 1998, debidamente autorizados por la Superintendencia Bancaria. Aquí se aprobó la capitalización de la totalidad de las utilidades del ejercicio. La institución obtuvo durante 1998 utilidades por un valor de 4 20.312 millones, resultado que ubicó a Colmena como una de las entidades con mejores indicadores de rentabilidad en el sector financiero, gracias a la solidez y confianza depositada por sus ahorradores desde hace 25 años.

Hoy contamos con 180 oficinas en 50 ciudades y más de 300 Cajeros Automáticos propios que conforman la Red de Autoservicio Colmena 24 Horas.

Hoy frente al cambio del milenio Colmena ha ajustado su plataforma tecnológica para asumir los retos del año 2000, no sólo desde lo tecnológico, sino también de producto, servicios y recursos humanos que garantizan el mejor apoyo para todos ustedes, nuestros clientes.

A partir del mes de abril, Colmena estará nuevamente ofreciendo el Megacrédito como la mejor solución de crédito hipotecario, aprovechando la importante disminución en las tasas de interés, los adecuados precios de las viviendas y los nuevos alivios ofrecidos por el gobierno a los deudores.

Seguiremos trabajando para que ustedes nuestros clientes sigan sintiendo que Colmena está con su familia, por su futuro.

Alberto Gutierrez Bernal

Presidente

EN COLMENA NUESTROS CLIENTES SIEMPRE GANAN

Con su cuenta en Colmena, usted está participando en el sorteo de apartamentos nuevos, ubicados al norte de Bogotá y con todos los servicios. Aquí, todos los clientes con cuentas de ahorros, participan con el número de su cuenta. Saldo mínimo \$ 200.000. Por cada \$ 100.000 tiene una nueva oportunidad de ganar y si tiene Tarjeta Débito, duplica el número de oportunidades.

Todas las cuentas participan en los sorteos y ganan una buena rentabilidad

Audio colmena disfrute de un servicio diseñado pensando en su comodidad. Con una llamada desde su casa, oficina o cualquier otro lugar, usted puede realizar transacciones sin restricciones de horario.

Un servicio a domicilio!

CARACTERISTICAS

Este servicio puede utilizarse con:

- El número de la Tarjeta Débito Colmena y la clave personal de AudioColmena la cual se asigna en cualquiera de nuestros cajeros automáticos C24 o comunicándose con el audiocolmena.
- El número de la cuenta y los 4 primeros números de su cédula

Usted tiene acceso a nuestros servicios siguiendo un sencillo menú de opciones, con solo marcar los siguientes números:

Bogotá 3105101

Medellín 5752010

Cali 6080808

Barranquilla 3533000

Bucaramanga 6527500

Manizales 808444

Para las ciudades del EJE CAFETERO (Manizales, Armenia, Pereira y Cartago) se tiene la línea 9800-968111.

Un UNICO NUMERO A NIVEL NACIONAL 9800-911330.

Tema7. Otros servicios:

Multiservicios Electrónicos

Pago Empresarial Colmena

Pago Acreedores y Proveedores

Servicio Nacional de Recaudos

Transferencias Bancarias

Trámite de Remesas

Manejo de Divisas

Mesa de Dinero

CAPITULO IV: MEDIOS:

La corporación social de ahorro y vivienda colmena es una entidad financiera que presta servicios a personas naturales y jurídicas , a nivel nacional, ya que cuenta con 112 oficinas de captación agrupadas en regiones.

Tema 1: Servicaja Colmena.

Sin pérdida de tiempo. Realice sus operaciones y consultas desde su computador!

Sistema a través del cual, Usted obtiene una gama de servicios y beneficios, mediante la conexión de un módem desde el sistema central de COLMENA a su computador para que disfrute en su oficina o residencia, de los servicios financieros de consulta, transacción, información y correo electrónico.

Tema 2:Cajeros automáticos:

Disfrute de la seguridad, cercanía y agilidad en sus operaciones las 24 horas del día!
En MAS DE 350 CAJEROS AUTOMATICOS C24 usted podrá realizar:

- Retiros con cualquier Tarjeta Débito Nacional y Cirrus Internacional
- Consultas de Saldo
- Transferencias de dinero entre cuentas Colmena
- Pago de Servicios Públicos
- Avances con su Tarjeta de Crédito Colmena MasterCard.
- Cambio de clave secreta
- Asignación y cambio de clave personal de audiocolmena
- Miniextracto colmena

Consulte directorio de Oficinas, Cajeros Automáticos en OFICINAS !
Puntos de Servicio

Tema 3: Caja Rápida : es una terminal electrónica de autoservicio , diseñada para agilizar las operaciones del área de caja : permite realizar: Consignación en cheques , servicios públicos, consultas de crédito hipotecario, información de saldos.

Tema 4: contacto colmena: es una terminal que combina las capacidades aumentadas del video y la moderna tecnología de la pantalla de contacto , con la facilidad de procesamientos de transacciones de un cajero automático.

Tema 5: Auto caja Colmena: es una ventanilla de seguridad en que los clientes tienen acceso directo desde su carro sin tener que bajarse de él , a través de la cual un cajero atiende todas as operaciones al cliente.

Tema 6: Consultor de saldos: es un medio electrónico a través del cual el cliente puede realizar la consulta saldo , utilizada para ello la tarjeta debito de colmena y el único requisito es digitar la clave personal.

CAPITULO V: EL FACTOR HUMANO Y LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES.

Es el más importante dentro de la organización de servicios, donde el comportamiento y el desempeño de los individuos afectan directamente el servicio.

El servicio esta fundamentado en todas las actividades y expresiones de los ojos, las manos, la cara y el cuerpo, el estado de ánimo es definitivo tanto como la expresión.

Es importante notar que muchos clientes se pierden, debido a una actitud negativa que se demuestra a través de un estado de ánimo dispuesto a no servir.

Sin el factor humano , no se podría determinar el conjunto de propiedades o características que definen la calidad para satisfacer las necesidades expresadas por los clientes.

El aspecto humano implica un logro que debe responder a las expectativas de los clientes en la prestación del servicio, esto implica:

- Gestión de procesos sociales
- Consideración de las interacciones humanas.
- Reconocimiento de la importancia del concepto de los clientes acerca de la imagen , cultura, desempeño.
- Aumentar las habilidades y capacidad del personal.

Tema 1 capacitación: se debe consolidar como un proyecto permanente de entrenamiento para todos los miembros de la organización y en especial para las oficinas, que tienen contacto con el cliente externo.

La capacitación debe tener como finalidad , que cada uno de los funcionarios maneje los atributos de atención y servicio expresados por los clientes , en términos de lo que ellos esperan recibir al utilizar los productos.

La capacitación lleva siempre a mejorar la capacidad de los individuos , para contribuir a un futuro concreto , dirigido siempre a prestar el mejor servicio, la conciencia del espíritu de servicio consiste en sentir , pensar y actuar en función del cliente, por esto cada funcionario debe querer prestar un servicio con calidad , demostradas en todas sus acciones.

Tema 2: la motivación: una de ellas es elogio significativo que se da a través del entrenamiento , también se puede motivar para ganar por medio de:

- Bonificaciones en dinero
- Una charla estimulante
- Recompensa por un servicio sobresaliente
- Un reconocimiento , lo cual significa que no ha pasado inadvertido y se hace más efectivo cuando se hace en presencia de otros.

Para estimular la motivación , el desarrollo y la comunicación , se debe tener en cuenta:

- Seleccionar personal adecuado
- Reconocimiento cuando se hacen esfuerzos extraordinarios por tener a los clientes satisfechos.
- Dinero un motivador temporal, pero no un reconocimiento duradero

Tema 3 Administración de quejas por clientes inconformes:

se deben tener políticas internas con respecto a las quejas de los clientes , haciendo un análisis del procedimiento que se lleva a cabo , esto requiere de un compromiso de toda la organización de servicios y continuas revisiones y mejoramiento de sistemas establecidos para gestión de calidad.

Tema 4. Clientes enojados: son clientes que han detectado fallas o vacíos en cualquier proceso, los cuales requieren de toda la atención por parte del cliente interno ,debido a que su necesidad no ha sido satisfecha , puede mostrarse malhumorado, impaciente , apresurado y rudo, puede ser su forma natural o ser un problema que se le ha presentado dentro de la organización .

Es necesario conocer todos los detalles completos de la queja , es importante mostrar un vivo deseo de ayuda, el ser cortés y asegurarlo con simpatía, puede brindar resultados positivos y puede cambiar el momento de verdad.

Tema 5. Creación y mantenimiento de buenas relaciones con los clientes: las buenas relaciones se dan por medio de una planeación cuidadosa y estricto control y a la habilidad del personal de adaptarse a circunstancias cambiantes.

La relación con los clientes son el reflejo de la relación con los empleados , uno de los beneficios reales de las normas exactas y precisas del comportamiento , consiste en crear en la mente del cliente interno un sentido de ayuda.

CAPITULO VI: LA COMUNICACIÓN.

Desempeña un papel primordial en el éxito de una estrategia de servicio, la comunicación es un proceso mediante el cual se comparten conocimientos, sentimientos, comportamientos y valores.

tema 1. elementos de la comunicación:

- emisor: quien envía el mensaje
- receptor: quien recibe el mensaje
- mensaje: contenido de la comunicación.
- Canal: medio a través del cual se transmite el mensaje.

En símbolos que puedan expresarse por medio de:

- La expresión escrita: con letras y figuras.
- La expresión oral: hablada o por sonidos.
- La expresión corporal: ademanes, gestos, posturas.

Tema 2 : comunicación con el usuario: las normas efectivas que se deben tener en cuenta para lograr una buena comunicación son la s siguientes:

- Hacer preguntas: dar explicaciones sobre hechos.
- Escuchar: al captar todo lo que se transmite , el interlocutor, podrá entender las necesidades y así estar en capacidad de brindar ayuda para la solución de problemas.
- Comunicarse: hablar el mismo idioma del cliente
- Un tono de voz adecuado que denote entusiasmo
- Mirar a los ojos del cliente
- Ser cortes.

Tema 3: barreras de la comunicación:

- El emisor es confuso , no sabe expresarse o tiene intenciones ocultas
- El canal utilizado no es el propio, distorsiona el mensaje o impide que llegue.
- El receptor no esta atento y no capta se puede encontrar cansado preocupado o desinteresado.

Sin embargo el funcionario es el responsable de lograr una buena comunicación mediante:

- Claridad en los mensajes
- Utilizar el canal más apropiado
- Verificar la calidad de la comunicación.
- Corrección de errores

Tema 4: La comunicación no verbal: los mensajes que se transmiten a través del lenguaje corporal , son valiosos en la comunicación y se debe estar atento para:

- Emitirle al cliente un mensaje claro y coherente
- Comprender los mensajes que el cliente envía
- La mayoría de los gestos son universales, una sonrisa es una señal de que la gente esta feliz.

CAPITULO VII: DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL:

Las características de un servicio o de su prestación , pueden ser cuantitativas (medibles) o cualitativa (comparables)

Se tuvieron en cuenta:

- Confiabilidad:
- Capacidad de respuesta:
- Competencia en el medio corporativo
- Accesibilidad:
- Cortesía:
- Credibilidad:
- Comprensión:

- Tema1:Confiabilidad: trabajar con una corporación que siempre los trate igual o mejor sin importar los cambios en las políticas de la corporación.
- Tema2: Capacidad de respuesta: los clientes esperan una actitud de deseo y prontitud para prestar el servicio, llamar en forma rápida a los clientes en caso de una pregunta, contestarles dudas en forma correcta o ayudar a los clientes en caso de una pregunta
- Tema 3: Competencia en el medio corporativo: se requiere empleados con habilidades necesarias para desempeñar sus trabajos, personas de contacto, calificada y experta.
- Tema 4: Accesibilidad: los clientes requieren un servicio al que puedan acudir a llamar por teléfono en forma oportuna, corporaciones que permanezcan abiertas durante horarios convenientes .
- Tema 5: Cortesía: los clientes esperan que el personal que los atiende sea respetuoso, educado, considerado, amistoso, limpio en apariencia y que demuestre un deseo de ayudar.
- Tema6:Credibilidad: los clientes quieren una corporación merecedora de confianza, digno de crédito y honestidad, los clientes son mucho más sofisticados a este respecto de lo que se piensa
- Tema 7 Comprensión: significa que los empleados los requerimiento específicos de cada quien , les preste atención individual y los reconozca.

Con esto la calidad en el servicio es un concepto multidimensional y por lo tanto muy complejo, significa muchas cosas para muchas personas, a si mismo la importancia relativa de los cambio en las dimensiones para los diversos grupos de clientes .

Todos estos aspectos requieren una dimensión profesional , ya que reflejan una cierta dedicación para hacer las cosas bien a la primera vez, hacer las cosas bien , así como crear un nivel preciso y manejable de calidad

Tema 8: Fortalezas en el servicio:

- imagen positiva
- buena presentación personal
- amabilidad
- buena atención

tema 9: Debilidades en el servicio:

- falta de calor afectivo

- cajeros insuficientes al medio día
- información incompleta sobre productos y servicios
- los extractos nunca llegan
- el cajero automático congestionado.

Tema10: Caja: la actitud de los cajeros con los clientes es de amabilidad y los describen sonrientes y atentos a colaborarles , les agrada mucho cuando les reconocen y se refieren a ellos por su nombre, pues los hacen sentir importantes, sin embargo se les percibe un poco pasivos y poco alegres.

Tema11: Promotora comercial: esta percibida como una apersona mable, pues les colabora a los clientes con agrado , los clientes se acercan a ella cuando tienen una pregunta especifica

Tema 12 : Subgerente: descrito como una persona amable y atenta pero poco se le conoce , recurren a él cuando necesitan una autorización especial.

Tema 13: gerente: los clientes sienten que la gerente no tiene contacto directo con ellos , por lo que se percibe poca cálida y falta de más acercamiento al público en general.

CAPITULO VIII : LA UNIFILA ELECTRONICA

Esta es una herramienta para establecer parámetro que faciliten y permitan que el sistema contribuya al logro de un servicio al cliente con calidad .

Tiene como objetivo principal , reducir los tiempos de espera y atención en el área de caja ,los cual permitirá logra agilidad, el sistema contribuye a l mejoramiento en la calidad del servicio.

Tema 1: Tiempo promedio de atención: tiempo de espera en fila fijado para la oficina como tiempo máximo que debe esperar un cliente , el tiempo meta es de 10 minutos de espera.

Tema 2: tasa de llegadas: corresponde al número de clientes que ingresan a la fila.

Tema3: cantidad de clientes en la fila: el análisis comparativo de estos reportes durante un periodo determinado permite identificar los días y horas durante los cuales se presenta mayor congestión.

Tema 4: tiempo promedio de atención: este muestra el promedio de tiempo en minutos que debe esperar un cliente para ser atendido .

Tema 5: el tiempo de funcionamiento: tiempo promedio indispensable en horas de funcionamiento del sistema si la oficina esta preniendo la unifila , en el horario diurno debe estar funcionando de 6 horas: 9:00 a.m. a 3:00 p.m. en el horario adicional de 5:00 pm. A 8:00 p.m.

CAPITULO IX: LA CLAVE DEL EXITO:

El servir en el medio financiero significa: servir mejor que la competencia, ya que cualquier error que se cometa, puede traducirse en perder el cliente , cuando más intangible sea el servicio, se encuentra mayor influencia de aspectos tangibles directos e indirectos , para conservar o cambiar dicho servicio.

Tema 1: La oportunidad: cual es el beneficio , como proponerse hacer la diferencia benéfica en el medio financiero y por que se puede realizar con éxito, es importante que el cliente lo sepa.

Cuando se hace una descripción de la situación, se muestra la frase de la misión, decir que COLMENA, hace la diferencia no basta, ya que mostrar los medios reales de hacerlo, ayuda al cliente a crear una imagen compartida del futuro, que les permitirá prosperar y adquirir vivienda propia, que es la meta de miles de colombianos que no la poseen.

Tema 2: la competitividad: el valor agregado para competir con sus competidores consiste en dar a los clientes una mayor rendimiento de su inversión, junto con un mejor servicio, creará las necesidades a seguir utilizando los mejores servicios.

Tema 3. los costes de los servicios. Están basados en percepciones de valor y a que la productividad en este medio no pueda determinarse sino con cifras, la corporación debe ser flexible para adaptarse a los cambios que el entorno demanda.

Debe tener en cuenta:

- los costes por fallos internos.
- Los costes de fallos externos
- Costes de prevención
- Liderazgo e costos

Tema 4: la eficiencia en el medio: es satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, que puedan realizar sus transacciones sin dificultad siempre y cuando se cumpla con las normas establecidas, ya que la excelencia es, hacer las cosas bien y no buscar razones o excusas para explicar por que no se pueden hacer, por esto la importancia de aprender cosas nuevas con el fin de que el personal esté capacitado para resolver cualquier duda o necesidad y cuando algo falla en el sistema no responder: "yo no sabía", sino dar respuestas rápidas y eficientes.

Tema 5: la tecnología adecuada: los recursos más apropiados son los clientes y los empleados, pero la tecnología está diseñada para satisfacer algunas necesidades de los clientes.

La adquisición de nuevos equipos de oficina como terminales financieras 5 100 y terminales administrativas y servidores, hacen que el servicio sea más ágil en el área de información y caja, ya que esta manejada directamente desde la oficina.

METODOLOGÍA

investigación bibliográfica, consultas a expertos, información general y específica de sitio de estudio Y encuestas

CONCLUSIONES

De las conclusiones se destacan las siguientes:

- Ser auténtico, empático, y respetuoso con la gente, todo el que tenga una verdadera habilidad para hacer que los demás se sientan importantes, tiene una ventaja de base para establecer líneas de comunicación con otras personas.

- El recurso humano es el más importante dentro de la organización de servicio como esta, donde el comportamiento y el desempeño de los individuos afectan directamente el servicio
- La corporación tiene responsabilidad por los productos y servicios que ofrece a los clientes, ya que es una obligación responder por los daños y perjuicios causados por la deficiencia en los servicios.
- La misión fundamental en la corporación es prestar el mejor servicio, esto se refleja en el alto número de clientes potenciales que utilizan sus servicios y que cada día va en ascenso.
- Se está en la capacidad de brindar ejemplo y mejora continua en los procesos y organización de la entidad con mayor eficacia

BIBLIOGRAFÍA

- Se destacan 16 notas bibliográficas destacando temas como: administración financiera, atención al cliente, productividad del recurso humano, función directiva, mercadeo de servicios financieros, servicio, productividad y calidad.

ANEXOS:

El presente trabajo de grado presenta 1 anexo

ANEXO A: ENCUESTA AL CLIENTE EXTERNO

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 074

TÍTULO : MANUAL DE HUERTA Y JARDINERÍA

AUTOR (es) : GONZALEZ, Posada Amalia.

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de servicios de bienestar, Santa fé de Bogotá, 1994 páginas 209, cuadros 2.

PALABRAS CLAVES:

Huerta, jardinería, recursos naturales, control de calidad, técnicas de cultivos, medio ambiente, conservación.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo incrementar y generar los trabajos del campo enseñando las técnicas del cultivo de la huerta

casera y de la jardinería, conocer los recursos naturales del medio y las posibilidades de cultivo y explotación de las distintas especies, al igual inculcar la importancia de mantener el control de calidad en los productos de huerta y jardinería.

FUENTES:

Las autoras no hacen referencia a ningún pie de página , en la bibliografía se destacan temas de tierras fértiles, granjas integrales autosuficientes .Destacando autores como:

- BEJARANO DE CARNAVAL , Cecilia, los suelos su uso y manejo
- CADAVID, G, Ivan, Granja integral autosuficiente,
- ICA, hortalizas.
- GOBERNACIÓN DEL VALLE , principios generales de jardinería

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por tres capítulos así:

CAPITULO I: LA HUERTA CASERA Y EL MANEJO DEL SUELO:

La huerta casera y el manejo del suelo ,distribuidos en doce temas como: huerta, el suelo, abonos y fertilizantes, plagas enfermedades y algunos controles, preparación de la tierra, semilleros, cultivo de hortalizas sencillas, de consumo frecuente, otros cultivos de interés, plantas y su ambiente, cuidado y propagación de las plantas, plantas del interior. Cada tema va acompañado de ilustraciones acerca de su contenido y de un ejercicio, y cada capitulo de una auto evaluación ; de esta manera el alumno podrá identificar y determinar por si misma , el grado de aprendizaje y avance obtenidos en el tema estudiado y tomar las medidas oportunas para reforzar sus conocimientos,

Tema 1: LA HUERTA:

El término horticultura significa el cultivo del huerto . También se define como el estudio de las plantas que se conocen con el nombre de hortalizas, verduras y leguminosas. En cuanto a la huerta se dice que es el lugar destinado para cultivar las hortalizas.

CLASIFICACION DE LA HUERTA

Según sus fines las huertas se clasifican en :

- Huerta familiar o casera
- Huertas comerciales
- Huerta experimental

Tema 2: EL SUELO

El suelo es la parte superior de la corteza terrestre , de espesor variable , que mediante la incorporación de materia orgánica y la acción de diversos procesos físicos , químicos y biológicos se ha hecho apta para el desarrollo de las plantas.

PROPIEDADES FISICAS DE LOS SUELOS

- El color: generalmente deben tener color oscuro , el color se aclara a medida que se profundiza.
- Textura: se refiere a las diferentes proporciones de separado en la fracción mineral del suelo.
- Estructura : es la manera como se unen las partículas para formar terreno.
- Porosidad: esta compuesta por los poros o pequeñas cavidades que existen en el suelo.
- Permeabilidad del suelo: penetración del agua en la masa del suelo y sus circulación a través de dicha masa.
- Profundidad efectiva: es la profundidad hasta donde se llega , sin tropiezo, las raíces de las plantas en busca de aguas y alimentos . Los tropiezos o limitaciones que encuentran las raíces para penetrar son: capas , endurecidas , piedras , rocas.

Tema 3: ABONOS Y FERTILIZANTES:

los abonos orgánicos:

- los excrementos de animales o restos de ellos en descomposición (estiércol)
- las plantas en estado fresco o de descomposición.
- Los restos de las industrias que trabajan con animales.

Recomendaciones para obtener un buen abono orgánico:

- Evitar el pisoteo mientras se colocan las capas, no aplicar pesticidas .
- Preferir hierbas y estiércol frescos , para lograr una descomposición uniforme y rápida .
- Utilizar siempre cal apagada , la ceniza, no reemplaza la cal .
- Al tener todos los materiales se aconseja cargar totalmente el foso el mismo día , también se puede hacer en varios días siguiendo el orden de las capas.

Tema 4: PLAGAS Y ENFERMEDADES Y ALGUNOS CONTROLES:

Las hortalizas son atacadas por varias plagas que producen grandes daños y disminuyen en gran parte la producción . las plagas se deben controlar en forma adecuada y oportuna. las más comunes son:

Babosas, gusanos de tierra, gusanos de follaje, Pulgones.

Precauciones con los insecticidas:

Es muy peligroso usar insecticidas en recintos y donde hay personas y animales. Se presentan envenenamientos , los insecticidas pasan por la piel y la respiración y envenenan la sangre.

No se deben dejar al alcance de los niños.

- Leer bien las instrucciones.

- No se guardan con la comida
- Usar guantes y máscara
- Bañarse después de usarlos.
- No botar las botellas vacías enterrarlas lejos de la casa
- Como máscara puede usar tres pañuelos

Tema 5: PREPARACIÓN DE LA TIERRA :

Antes de arar o remover el suelo se debe :

2. rozar: limpiar el terreno de arbustos y rastrojos que impidan otras labores.
3. destroncar: arrancar los troncos y raíces que impidan los demás trabajos de preparación del suelo.
4. despedregar: retirar las piedras que impiden las labores de cultivo.

Después de arar o remover el suelo se debe:

1. la cruzada se debe hacer en suelos duros o pesados y en los que han estado en descanso durante varios años.
2. la desterronada para mejor pulverización del suelo, se hace unos 15 días después de la cruzada o mes y medio después de la arada.
3. la emparejada se recomienda principalmente cuando se emplea maquinaria para la siembra y la fertilización .

Tema 6: SEMILLEROS:

Es el área de terreno preparada para depositar la semilla y proporcionarle los máximos cuidados durante la germinación de la plántula, así como durante los estados iniciales de crecimiento hasta el momento del transplante.

En general todas las especies hortícola pueden sembrarse directamente, sin embargo , para algunas es más conveniente la practica del transplante , principalmente por su tamaño pequeño y su desarrollo inicial lento, alto costo de la semilla y ausencia de herbicidas adecuadas para la siembre directa entre otros.

CAPITULO II- PARTICULARIDADES DEL CULTIVO DE ALGUNAS HORTALIZAS:

Tema1: Cultivo de hortalizas más sencillas:

- Zanahoria: planta herbáceo bianual, pero cultivada en forma anual. Principal fuente de vitamina A se debe tener en cuenta el clima y el suelo, siembra el control de malezas, la fertilización y la variedades, plagas, enfermedades.
- Remolacha: planta bianual de raíces gruesas , carnosa, de varios tamaños, se le cultiva como planta anual, en el segundo año de follaje.
- El perejil: esta hortaliza se le conoce dentro del grupo de las hierba y cada vez adquiere una mayor importancia para su empleo industrial de procesados de sopas.
- El repollo: es la hortaliza más popular e importante del grupo de las coles y se distingue de estas por la formación de una cabeza en la parte terminal del tallo .
- El apio : es una hortaliza muy importante , su nombre designa plantas umbelíferas olorosos.

TEMA 2: CULTIVO DE HORTALIZAS DE CONSUMO FRECUENTE:

- Pimentón: pertenece a la familia de las solanáceas . es una planta perenne pero de cultivo anual.
- Pepino cohombro: clasificada dentro del grupo de las hortalizas fruto, es de la familia de las cucurbitáceas .
- Coliflor: planta anual perteneciente a la familia de las crucíferas.
- Tomate: solanácea originaria de América del sur se tiene en cuenta clima y el suelo, siembra el control de malezas, la fertilización y la variedades, plagas, enfermedades.
- Acelga: pertenece a la familia de las quenopodiáceas, no es una de las especies más cultivada , pero se aprecian sus hojas lisas y pecíolos suculentos.

TEMA 3: Otros cultivos de interés:

- Cultivo de espárragos: esta hortaliza tallo , cuyo nombre vulgar es espárrago triguero, pertenece a la familia de las liliáceas , se trata de un cultivo perenne.
- Cultivo de aromáticas: las plantas aromáticas son llamadas plantas de compañía como sistema de control biológico de moscas , plagas y demás enfermedades.

Su cultivo requiere mucha pulcritud y que cada matica se destaque , las verduras se pueden apretujar un poco en los surcos , pero las hierbas amontonadas en desorden hacen un pésimo efecto a la vista y el resultado del cultivo será desastroso en especial por su confusión

CAPITULO III JARDINERÍA :

TEMA1: las plantas y su ambiente:

las plantas como todos los seres vivos necesitan de unas condiciones fundamentales propias que les permitan llevar a cabo la funciones necesarias para un desarrollo sano y continuado.

Necesidades básicas de las plantas:

- Agua
- Suelo
- Luz
- Aire
- Tierra.

Principios generales de jardinería:

Para la formación de un jardín se deben tener en cuenta los diferentes puntos para trabajar con éxito : Clima, localización, diseño, suelo., humedad, planeación y diseño

tema 2: Cuidado y propagación de las plantas

Plagas enfermedades y cuidados : las plantas son atacadas por una gran variedad de plagas t enfermedades , esto implica estar siempre en guardia contra estos trastornos , hay que inspeccionar las plantas regularmente, prestando especial atención al envés de las hojas que es donde suelen congregarse las plagas y atacar los hongos.

Se deben examinar las plantas jóvenes con cuidado y frecuencia, ya que están particularmente expuestas a enfermedades se deben tener en cuenta las siguientes enfermedades:

- Enfermedades parasitarias.
- Enfermedades producidas por hongos.

Tema 3: plantas de interior

Son las que se cultivan dentro de la casa , ya sea por sus hojas ornamentales o por las flores o por ambas a la vez .

Las plantas para sobrevivir y crecer requieren básicamente de una gran intensidad de luz diurna que puede producirse o complementarse artificialmente mediante bombillos especiales o tubos fluorescentes .

A la mayoría les perjudica el sol directo por que les quema las hojas, cuanto más verdes son las hojas más probabilidad tienen de sobrevivir con éxito en un interior con poca luz. Las especies de colores vivos necesitan estar en un lugar donde reciban mayor cantidad de luz.

Las plantas del interior necesitan que el aire se renueve , aunque no las corriente, por esto no se les debe situar en una habitación cerrada de poco uso . son sensibles a los cambios de temperatura.

Al final de este manual se encuentran las respuestas a dichos ejercicios y auto evaluaciones.

También se encontrara un glosario amplio que enriquece al alumno y le ayuda a una mejor comprensión dela asignatura.

La elaboración de este manual permite capacitar mejor a los alumnos para desempeñar estas labores con calidad y competencia profesional.

METODOLOGÍA

investigación bibliográfica, consultas a expertos, información general y específica de sitio de estudio.

CONCLUSIONES

De las conclusiones s e destacan las siguientes:

- Se promueve la creación de fuentes de trabajo para la mujer mediante la explotación de recursos naturales.
- La producción de cultivos de calidad influye en la sana competencia comercial y por lo tanto en beneficio de la economía familiar, local, nacional.
- El estudio de este trabajo estará proyectado para lograr unos conocimientos, a la vez científicos, prácticos y accesibles para las personas que se dedican al manejo de huertas y jardines.

BIBLIOGRAFÍA

Se enfatizan 38 notas bibliográficas de las cuales destacan temas relacionados a :

- Los suelos su uso y manejo, Granja integral autosuficiente, hortalizas, principios generales de jardinería, huerta, suelos, clases de plantas, normas, herramientas que se deben tener en cuenta en la adecuada implementación de la huerta

ANEXOS:

no presenta

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 075

TITULO : Manual de procedimientos de selección y contratación del recurso humano en Plasticchem de Colombia LTDA.

AUTOR : Castro, Vargas Alma Rocío.

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1994, 92 páginas, 22 textos bibliográficos, 11 conclusiones, 7 anexos.

PALABRAS

CLAVES : Proceso de selección, personal, solicitud de empleo, periodo de prueba, pruebas psicotécnicas.

DESCRIPCION: El trabajo de grado tiene como finalidad realizar un manual de procedimientos del proceso de selección y contratación, escrito en forma lógica siguiendo los pasos que ocurren normalmente en este proceso, estableciendo y unificando políticas y procedimientos claros que permitan agilizar y racionalizar la prestación del servicio, definiendo la participación de quienes intervienen en él.

FUENTES: Las autoras no hacen referencia a ningún pie de página.

CONTENIDO: Este trabajo de grado toma como base el proceso de selección ya que éste desempeña un papel importante en el desarrollo de las relaciones laborales. La selección persigue básicamente la escogencia del mejor candidato dentro de una serie de aspirantes para lo cual es indispensable que se obtengan datos como la identificación completa del aspirante entre otras.

I. MISION DEL DEPARTAMENTO DE SELECCIÓN Y OBJETIVO DEL PRESENTE MANUAL.

Misión: Proporcionar, en forma oportuna el recurso humano que requiere la empresa para el desarrollo de sus actividades, garantizando su calidad, mediante procedimientos confiables que permiten predecir la adaptación, productividad y proyección del trabajador en la organización.

Objetivo: Establecer y unificar políticas y procedimientos claros que permitan agilizar y racionalizar la prestación del servicio, definiendo la participación de quienes intervienen en él.

II. POLITICAS GENERALES DE SELECCIÓN DE PERSONAL.

Los principios gerenciales que rigen a la empresa, exigen que el personal que entre a formar parte de la organización se caracterice por un alto sentido de idoneidad, manteniendo para esto en todo momento un alto grado de técnica y eficiencia en su proceso de selección y contratación a fin de proveer los cargos en todo los niveles ocupacionales con el mejor personal que pueda encontrarse dentro de los recursos humanos disponibles en las diferentes áreas de trabajo.

Lo anterior tiene por objeto mantener una organización de tal naturaleza, que permita que empleados bien calificados estén siempre listos para asumir posiciones de alta responsabilidad que garanticen la continuidad de dirección para lograr el proceso y desarrollo de la empresa.

Con objeto de lograr la plena utilización de sus recursos humanos, esta empresa se regirá siempre con el principio, e que el éxito depende en buena parte, de la calidad de los hombres que la dirigen y la conforman, de la ubicación de esos hombres en el lugar adecuado para el mejor desarrollo y promoción de su formación, experiencia, talentos y cualidades potenciales escondidas en cada persona que conforman la estructura organizacional.

III. DIAGRAMA PROCESO DE SELECCIÓN.

IV. DESCRIPCIÓN Y PROCEDIMIENTO PARA CADA FASE DEL PROCESO DE SELECCIÓN.

El proceso de selección de personal que se plantea y describe en el manual, se fundamenta sobre los postulados de :

- Factibilidad
- Armonía
- Efectividad.

Pasos Que Componen El Proceso De Selección :

Tema 1 : Planificación de necesidades de personal

Se refiere al conocimiento de las vacantes indefinidas o temporales que se presenten en las empresas y a la estrategia para su cobertura. La actividad de planificar estas necesidades solo es factible sobre la base de un conocimiento anticipado de las exigencias de personal, a través de inventarios de contingente humano, realizados por la dependencias interesadas donde se incluyan estadísticas detalladas sobre :

- a. Número previsto de reemplazamientos.
- b. Número previsto de adiciones por crecimiento, reorganización, etc.

tema 2 : Requisición de Personal

La actividad de selección comienza con una petición o requisición de persona que surge como una necesidad de suplir un recurso humano en alguna de las secciones de la organización. La petición debe ser clara en cuanto a requisitos exactos del puesto de trabajo. Debe ser definida y realista acerca de lo que el peticionario quiere, el pedido o requisición de personal además de constituirse en el documento que autoriza el inicio del proceso de selección, es un elemento de control para los ingresos y retiros, fundamental para los directivos de la empresa.

Tema 3 : Provisión de Cargos

Esta es la fase del proceso mediante la cual se motiva a un grupo de trabajadores potenciales, que reúnan determinadas características esenciales y que puedan ajustarse a las demandas de un puesto vacante. Sin embargo no se debe descartar el reclutamiento de candidatos externos, ya que estos también aportan beneficios para la empresa.

Tema 4 : Solicitud de Empleo

Las formas de solicitud es un medio para obtener rápidamente datos históricos verificables y bastantes precisos del candidato. Por lo general incluyen información sobre elementos como educación, antecedentes laborales y los puntos débiles y fuertes. El formulario de solicitud sirve para :

- a. Indica formalmente que el solicitante desea el empleo.
- b. Da al entrevistador la información básica que necesita para llevar a cabo la entrevista.
- c. Pasa a ser parte de la información de personal de la empresa si el solicitante es contratado.

Tema 5 : Estudio de Solicitudes de Empleo

Este estudio debe ejecutarse de una forma objetiva y versar sobre el perfil de los candidatos y su preparación para desarrollar el cargo. La solicitud de empleo contiene abundante información que es posible utilizar para evaluar a los candidatos. Algunas normas prácticas de revisión para obtener esta información son :

- utilizar las solicitudes como una guía para contratar. Quienes buscan empleo revelan lo que consideran como sus ventajas en las solicitudes e inadvertidamente revelan sus debilidades también al minimizarlas.
- Estudiar el historial de empleo del aspirante, utilizando la información de la solicitud como un punto de partida para verificar que tipos de empleo ha desempeñado, con que frecuencia ha cambiado de trabajo y que tan ambiciosa parece ser.
- Estudiar la forma en que los aspirantes responden a las preguntas. Respuestas claras y concisas probablemente reflejan procesos mentales claros.

Tema 6 : Presentación de Candidatos.

Tema 7 : Pruebas Psicotécnicas

Las pruebas son apreciaciones de cualidades o características, que se obtienen mediante observación y calificación en determinadas situaciones estandarizadas. Las pruebas también son consideradas como técnicas que representan procedimientos eficientes y estandarizados para seleccionar entre grandes cantidades de aspirantes a empleo o promoción. Los conceptos básicos de las pruebas son :

- Validez : la validez de una prueba es la precisión con que la misma mide lo que se supone que debe medir.
- Confiabilidad : Es la consistencia de las calificaciones obtenidas por las mismas personas cuando se someten nuevamente a pruebas con exámenes idénticos o con una forma equivalente de prueba.

Tema 8 : Entrevista Psicológica

Es un instrumento a través del cual se obtiene un conocimiento de la persona en lo referente a su medio, cualidades, preparación, experiencia, aptitudes y expectativas para finalmente determinar el nivel de ajuste entre el candidato, el cargo y la empresa. La entrevista le permite al psicólogo, formarse un concepto que junto con el de las pruebas permiten predecir el desempeño del candidato al cargo, estableciendo paralelo entre los requisitos del cargo y el papel del candidato evaluado, para tener criterios mas concretos de aceptación o rechazo.

Una de las finalidades básicas de la entrevista es identificar esquemas de conducta que sean característicos del entrevistado. Las ocurrencias y reacciones ante situaciones que se repiten en las experiencias del solicitante sugieren esquemas característicos de reacción.

Las entrevistas son un medio de comunicación recíproco, el entrevistador y el entrevistado tienen que preguntar y contestar.

Tema 9 : Análisis de Candidatos.

Tema 10 : Verificación de referencias

Es un procedimiento para comprobar o constatar el historial de los candidatos a proveer determinado cargo. Su función básica es obtener información sobre el trabajo de candidato, su naturaleza en más detalle.

Tema 11 : Examen Medico Preempleo

Tiene como fin asegurarse que el candidato puede desempeñarse en forma efectiva en el puesto que solicita.

Tema 12 : Solicitud y estudio de Documentación

Los documentos exigidos son : la cédula de ciudadanía, libreta militar, certificado judicial, fotocopia de diplomas de grados obtenidos, certificados de trabajo. La lista de documentos, solo se solicita a la persona que ya ha sido seleccionada.

Tema 13 : Tramites Finales del Proceso de Selección

Obedece a la fijación de las condiciones salariales del candidato, las que deben enmarcarse dentro de las políticas salariales de la empresa.

Tema 14 : Tratamiento para candidatos no aceptados

Cuando la decisión acerca del candidato es de rechazo o queda pendiente se envía una carta al candidato en donde se le agradece su participación en el proceso de selección o se le informa que su hoja de vida queda pendiente.

Tema 15 : Contratación de personal

Es política de la empresa enganchar o contratar al mejor personal que exista dentro de los recursos humanos externos disponibles. De acuerdo con el proceso de selección establecido, con el objeto de garantizar que este se constituya en un valioso activo que facilite y haga posible el alcance de los objetivos de la empresa, con un alto grado de eficiencia y elevada moral laboral.

Tema 16 : Recepción o Inducción de Personal

Es un acercamiento dirigido entre la empresa y el trabajador. Sus objetivos principales son ;

- a. Lograr que el empleado obtenga el sentido de pertenencia e integración a la empresa.
- b. Proporcionar al empleado la información acerca de la estructura orgánica y funcional de la empresa.
- c. Dar a conocer al nuevo empleado las políticas para la administración del recurso humano, normas y procedimientos que la desarrollan,
- d. relacionarlo con su grupo de trabajo y funcionarios internos o externos que su cargo exija y darle a conocer las instalaciones físicas.

Tema 17 : Evaluación del Periodo de Prueba

El periodo de prueba es la etapa final del proceso de selección, tiempo durante el cual cualquiera de las partes puede dar por cancelado el contrato de trabajo en forma unilateral. Antes de cumplir este plazo, el jefe inmediato debe evaluar al empleado, con el fin de determinar si posee las capacidades y méritos necesarios para continuar al servicio de la empresa..

METODOLOGIA : Experiencia en el lugar de trabajo, revisión bibliográfica y consultoría con expertos en el tema.

CONCLUSIONES : De las once conclusiones se extraen :

- El personal constituye un tipo especial de recursos. A diferencia de otros las personas tienen personalidad, pueden pensar, tienen creencias y ejercen alguna influencia sobre su trabajo : como y cuando lo hace.
- Toda empresa depende de seres humanos, es muy difícil concebir una en que no participen las personas.

RECOMENDACIONES : De las ocho recomendaciones se extraen :

- Con el objeto de visualizar y cualificar los recursos humanos vinculados a la empresa, conviene estructurar en forma detallada y minuciosa la planta de personal para una vigencia determinada, en la cual se contemple un listado donde se mencione el nombre y el numero de cargos para cada una de las dependencias que conforman la organización.
- Para el diseño de los perfiles psicológicos y técnico, es conveniente que el psicólogo o la persona encargada, se base ante todo en el manual de descripción de cargos y requisitos y a su criterio involucrará la información recopilada a través del requerimiento del personal. De acuerdo a estos datos traza los perfiles en el informe de entrevista psicológica.

BIBLIOGRAFIA : Veintidós bibliografías de temas relacionados con : recursos humanos, selección de personal, administración de personal, administración.

ANEXOS : Siete anexos que contienen :

ANEXO A: Requisición de personal
ANEXO B: Aviso de promoción interna
ANEXO C: Solicitud de promoción interna
ANEXO D: Solicitud de empleo

ANEXO E : Evaluación de la entrevista
 ANEXO F : Evaluación periodo de prueba.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA UNIVERSIDAD DE LA SABANA RAAS 076

TITULO: DIAGNOSTICO DEL FUNCIONAMIENTO DE LOS RESTAURANTES ESCOLARES EN LA ZONA URBANA DEL MUNICIPIO DE LA PALMA, CUNDINAMARCA.

AUTOR: CARABALLO Michele, DELITH Carol, SILVA Yaneth.

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1994, pp.179 figuras 20, tablas 9, cuadros 9.

PALABRAS CLAVES: ORGANIZACION, ESTRUCTURA, CLIENTE, MANUALES, DEPARTAMENTO, CONTROL, POLITICAS.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende efectuar un diagnóstico del funcionamiento de los restaurantes escolares a través de la observación y análisis de cada uno de los procesos y los procedimientos que integran el aspecto nutricional y administrativo, para establecer alternativas que permitan un aprovechamiento total de los recursos físico, alimentario y del potencial humano.

FUENTES:

De los pie de página se destacan los siguientes:

Plan Integral de Desarrollo Municipal, La Palma "Reconciliación para el Progreso" Diciembre 1993. Volumen 1. 2

Estudio y Factibilidad para la Creación de una empresa productora y comercializadora de material impreso. 1993. 1

Administración de personal. Instituto de Educación a Distancia. INSE. Bogotá. Colombia 1984 1

CONTENIDO:

El trabajo de grado se encuentra constituido de la siguiente forma:

CAPITULO 1. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO

Tema 1. Reseña histórica

En el primer capítulo se profundiza en el conocimiento y análisis del problema de investigación, se procedió a ubicar el problema dentro de un marco geográfico que brinde los principales lineamientos sobre la región del Rionegro y específicamente el Municipio de La Palma Cundinamarca.

Se analiza desde el punto de vista geográfico el territorio, en el se busca conocer los recursos y las ventajas que posee la región en cuanto a su extensión, topografía y clima para la producción y cultivo de productos alimenticios, del mismo modo conocer como pueden incidir os factores ambientales en el estado de la salud de la población en general.

Tema 2. Descripción física de la zona

Area geográfica: el municipio de la Palma se encuentra ubicado al noroccidente del departamento de Cundinamarca. Pertenece a la zona geográfica conocida como región del Rionegro, la cual toma el nombre del río que recorre gran parte de su extensión.

- Ubicación
- Extensión
- Topografía
- Clima
- Caracterización del municipio
- Economía de la región

Infraestructura social y desarrollo urbano

Educación y cultura: en el sector urbano se cuenta con los siguientes establecimientos educativos: colegio departamental Calixto Gaitán, de modalidad bachillerato clásico y en jornada diurna. Normal Departamental Divina Providencia de modalidad bachillerato pedagógico y en jornada diurna.

Para la totalidad de las escuelas el número de maestros de educación básica primaria es de 105 distribuidores así: cabecera municipal 25 docentes y 80 en la cabecera rural la cual cuenta con 38 establecimientos educativos a nivel primaria.

Salud: el servicio de salud de la región aún no descentralizado esta representado especialmente por el Hospital San José, que presta un servicio acorde con sus recursos físicos y financieros.

Seguridad Social: la inseguridad causada por la violencia que se está viviendo a nivel nacional la cual es más notable en esta región sumándose a los problemas derivados de la politiquería y su ubicación distante de la capital, cuando con vías de comunicación en mal estado, impiden que la gente piense en invertir en otros lugares con el siguiente perjuicio económico y social; por lo tanto se nota un bajo grado de valores morales y sociales.

Administración Municipal: el conjunto de unidades productivas relacionadas con la prestación de servicios profesionales y públicos tanto en el sector oficial como del sector privado, que están presentes en la región son: empresas de Obras sanitarias de Cundinamarca; Empresas de Energía Eléctrica de Bogotá y Empresa Nacional de Telecomunicaciones.

Estructura orgánica: la estructura orgánica que funciona en la actualidad en el municipio de la Palma, no esta aprobado por ningún acuerdo municipal

CAPITULO 2. GENERALIDADES Y ANALISIS DE LOS RESTAURANTES ESCOLARES.

Tema 1. Restaurantes escolares

En el segundo capítulo se expone las generalidades de los restaurantes escolares como:

- Ubicación
- Antecedentes
- Componentes organizacionales.

Dichas generalidades ayudan a dar una mejor visión sobre la forma y medios por los cuales funcionan dichos restaurantes.

Aspectos comunes de los restaurantes escolares de las concentraciones.

Debido a que el núcleo educativo del municipio emite los mismos lineamientos administrativos tanto para la concentración Policarpa Salavarrieta como para la concentración Jonh F. Kennedy, el estudio del componente organizacional, técnico operacional y financiero, se esbozarán de manera general para los dos planteles educativos.

Componente organizacional

A nivel municipal las concentraciones escolares se encuentran dependiendo de los servicios administrativo, los cuales son dirigidos por el Director del Nucleo Educativo quien tiene como función gestionar la provisión oportuna de recurso, bienes suministros y la construcción, ampliación y mantenimiento de la planta física ante las autoridades competentes.

Tema 2. Componente técnico operacional.

Para ofrecer el servicio de los restaurantes escolares básicamente operan cinco organismos importantes, tales son:

El Instituto Colombiano de Bienestar Familiar

- Coordina con los diferentes estamentos que participan; es decir con el municipio, la junta, los maestros y el personal encargado.
- Organización del programa de los restaurantes escolares.

El Municipio La Palma

También desempeña un papel importante en el funcionamiento de los restaurantes escolares por cumplir las siguientes funciones:

- Nombramiento del personal para manejo de programa de los restaurantes escolares como son la ecónoma y auxiliares de cocina.
- Asumir el transporte de los alimentos del sitio y proveedor que dictamine el ICBF al municipio

La Junta de Padres de Familia

- Contribuye a una organización que permita el hacerse responsable del programa ya que sólo puede llevarse a cabo mediante la participación comunitaria.
- Designar la persona que prepara los alimentos en caso de que la alcaldía no lo nombre.

Los profesores

- Selección en las comunidades en que no se pueda dar cobertura total a los beneficiarios mediante valoración nutricional, rendimiento escolar y situación socio económica familiar.
- Coordinación con padres de familia para la realización de la labor educativa y la consecución de los recursos locativos y financieros.

Las personas directamente relacionadas con el servicio

- Recepción de alimentos y firma de las facturas respectivas

- Preparación de los alimentos
- Distribución de los alimentos con ayuda de los alumnos, maestros y madres de familia si es necesario.

Tema 3. Componente económico financiero.

Los recursos asignados al restaurante escolar son manejados directamente por las asociaciones de padres de familia representados por el presidente de la junta quien es representante legal y quien debe de sacar la póliza de cumplimiento ante la Alcaldía.

Al ICBF le corresponde el aporte en especie, es decir de utensilios de trabajo y menaje, así como de alimentos no perecederos, cuando ocurra pérdida de alimentos el responsable del programa debe poner la denuncia respectiva e informar a la alcaldía y a la Nutricionista del Centro Zonal de Pacho.

CAPITULO 3. INTERVENTORIA Y AJUSTES ADMINISTRATIVOS PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO.

Tema 1.

El capítulo tres enmarca el Restaurante escolar como una de las actividades institucionales de mayor aceptación y reconocimiento por la población; pero la mayoría de las instalaciones cuando las hay son improvisada, carentes de mantenimiento y dotación tanto en el comedor como en la cocina.

Estructuralmente falta mantenimiento y pintura en las instalaciones de ambas concentraciones.

En cuanto a los procesos y procedimientos del servicio de los restaurantes Escolares se da inicio con la compra de alimentos no perecederos por parte del ICBF como de los perecederos por la ecónoma directamente encargada, mostrando en este proceso las especificaciones claras del producto, en cuanto a precio y cantidad, reconociendo la necesidad que se ha determinado con anterioridad.

Como ya se conoce en la preparación de alimentos se define que el menú es una habilidad primordial en el manejo del servicio de alimentos en cuanto a planeación y producción, habilidad que conlleva a la culminación de procesos con la obtención de un producto.

Es prioritario para la investigación conocer el diagnóstico nutricional de la población usuaria que toma el Restaurante Escolar, a través de la prevalencia de la desnutrición en forma directa e indirecta mediante el conocimiento de los aspectos educativos, como el fomento de la escolarización, el rendimiento académico, la disminución de la deserción y del ausentismo escolar.

Para este reconocimiento se utilizan herramientas de apoyo en la valoración nutricional como tablas antropométricas que permiten observar los requerimientos nutricionales de cada menor según su grado de desnutrición, para ser complementadas con la alimentación que se ofrece en el servicio.

Tema 2. Planta Física Equipo y Menaje.

Teniendo en cuenta la modalidad del servicio, el número de usuarios y el volumen de alimentos a procesar, se determinará y analizará el diseño de la construcción, la redistribución en planta y la capacidad del equipo y menaje de este servicio de alimentos.

Concentración Policarpa Salavarrieta

- Cocina
- Comedor
- Disposición de basuras

Concentración Jonh F. Kennedy

- Cocina
- Comedor
- Disposición de basuras
- Cuarto de almacenamiento

Tema 2. Procesos y procedimientos.

Para el suministro de alimentos se observo que el proceso de compra está a cargo de la presidenta de la Junta y de la Ecónoma de los restaurantes escolares.

La primera de ellas tiene a su cargo el suministro de productos alimenticios no perecederos, su traslado y distribución. Dicho suministro se realiza con el aporte anual que el ICBF da a los restaurantes escolares tanto del área urbana como rural, cuyo valor en cheque se reparte para cubrir los dos semestres. La cantidad asignada aumenta cada año de acuerdo con el costo de la vida.

Recibo y almacenamiento.

Policarpa Salavarrieta: en este restaurante el mercado es recibido por las auxiliares de cocina, las cuales firman una relación de entrega de mercado a la presidenta de la junta una vez comparada la cantidad y clase de alimentos recibidos.

En esta etapa el control de Calidad se efectúa básicamente sobre el empaque y buen estado del producto.

A la fase de almacenamiento no se le da la correspondiente importancia ni se aplican las normas que exige un establecimiento de esta categoría como son las de almacenar víveres, según su origen, tamaño, empaque, peso, uso y esencialmente la temperatura ideal.

Concentración Jonh F. Kennedy.

Una vez efectuada la compra de los combustibles se continua con la etapa del recibo, en los restaurantes escolares se presentan dos tipos:

El realizado por el presidente municipal de los restaurantes el cual consiste en recibir el mercado hecho en corabastos; se comparan las facturas con el pedido efectuado en cuanto a cantidad, clase y calidad de los productos.

Cuando los víveres llegan del municipio a la concentración en mención estos son repartidos a los diferentes establecimientos escolares, los cuales son repartidos por los maestros o personal autorizado, siendo cada uno responsable de su uso y porque a partir de este momento se pierde el control sobre dichos insumos y su destino.

No existe clasificación por clase y vida útil de los productos para almacenarlos, sino que se mezclan.

- Preparación de alimentos
- Sistemas de cocción
- Técnicas de manipulación y preparación de alimentos
- Distribución de alimentos.

Tema 3. Potencial humano

La naturaleza de las organizaciones exige potencial humano con determinadas características y aptitudes mentales, físicas, morales y sociales acordes con los puestos de trabajo y con los objetivos empresariales.

La calidad humana y laboral del personal de una empresa dependen básicamente de la efectividad de los procedimientos de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo que se efectúen como programas dentro de las organizaciones.

Selección del personal.

Los aspirantes al cargo sencillamente se presentan en las oficinas de la Alcaldía Municipal expresando su deseo de trabajar, pero no existe un procedimiento de reclutamiento y selección que asegure la calidad laboral, ya que no se les exige requisitos como hoja de vida, experiencia, buen estado de salud y demás características que debe contener el perfil de un trabajador del área de alimentos.

Capacitación

No existe un programa como tal de capacitación para los miembros de los restaurantes escolares ni por parte del ICBF que es el ente directamente encargado de esta función, ni por parte de la Alcaldía Municipal.

Análisis del cargo

A través del análisis y evaluación de puestos existentes en los restaurantes escolares se pretende proporcionar una relación exacta de las labores que las empleadas llevan a cabo en su puesto.

El análisis de las labores se realizó tomando como base las responsabilidades, tareas, funciones y características de cada cargo lo cual se logró por medio de la observación directa, de la revisión de documentos y de la entrevista al personal para finalmente conocer cuales son las fuentes potenciales de descontento del personal.

Tema 3. El servicio.

Como se ha resaltado en el transcurso de esta investigación los restaurantes escolares prestan un servicio de alimentos de tipo no comercial ya que se caracterizan por ser entidades sin ánimo de lucro, cuyo fin no es vender sino suplir una necesidad a través de una alimentación complementaria a la población en edad escolar acorde con las distintas etapas de su desarrollo.

Producto

El clima de la región y su obligación en el piso térmico medio son favorables para el cultivo de una gran variedad de productos pero la calidad del terreno montañoso en su mayoría disminuye la posibilidad de intensificar la producción agrícola de la región.

- Disponibilidad
- Consumo
- Aprovechamiento
- Modalidad
- Almuerzo
- Refrigerio simple
- Refrigerio reformado

Tema 4. El cliente

Dentro de cualquier establecimiento que ofrezca un servicio siempre se encontraran dos tipos de clientes el cliente interno y el cliente externo.

Características del cliente

El cliente usuario del servicio de los Restaurantes Escolares son los alumnos de primaria de las concentraciones oficiales Jonh F. Kennedy y Policarpa Salavarrieta comprendidas entre el periodo que transcurre desde los siete hasta los catorce años de edad, sin embargo no es difícil encontrar niños en la fase de la pubertad.

- Requerimientos nutricionales del escolar
- Valoración nutricional
- Toma de medidas antropométricas
- Evaluación del estado nutricional
- Factores ambientales

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- La principal causa de los problemas que se presentan dentro de los procesos del servicio de alimentos radica en la falta de aplicación del proceso administrativo en cada una de las áreas iniciando desde la misma etapa de compra en donde no se asegura el flujo apropiado de insumos que se requieren en cuanto a calidad y cantidades específicas.
- La motivación laboral es bastante deficiente iniciando por la calidad remunerativa y por la falta de capacitación técnico operacional a través de cursos, seminarios o material especial, además no se le esta brindando la dotación ni elementos necesarios, ni un ambiente laboral con las condiciones adecuadas.
- Los restaurantes escolares están contribuyendo a disminuir los índices de desnutrición, pero con mayores esfuerzos institucionales a nivel administrativo su función social puede ser mucho mejor y efectiva.

De las recomendaciones se extraen las siguientes

- La gestión de compra de alimentos es una de las áreas de responsabilidad que mas requiere de control y de la Implementación de la información adecuada, para conocer y diligenciar los insumos o materia prima ya que esta actividad debe ser coherente al nivel de producción, tipo de menú, capacidad de costo y de alimentación. Las indicaciones a tomar en cuenta en los restaurantes escolares son las siguientes:

Mercadeo, estrategias, planificación estratégica, segmentos, fijación de precios, posicionamiento ambiente , promoción, recurso humano.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo definir la estructura organizacional de la decanatura de Admisiones para la Universidad de la Sabana a nivel pregrado , teniendo en cuenta las funciones de mercadeo que aplican las instituciones dentro de sus actividades administrativas.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 44 pie de página ,destacando autores como:

- KOTLER , Phillip y Fox strategic marketing for education institution, fundamentos de mercadotecnia # 12
- STANTON William , Fundamentos de mercadotecnia. # 5
- CALLEJA Thomas , la universidad como empresa # 4
- RODAS, C, Alejandro, principios básicos de administración. # 2
- PIESTRACK , Daniel , los siete factores claves del marketing estratégico # 1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por cuatro capítulos , distribuidos así:

CAPITULO I:LA UNIVERSIDAD

TEMA 1: la Universidad :un estilo de empresa:

la Universidad un estilo de vida , aspectos comunes de la Universidad –empresa, cuyo objetivo fundamental es generar conocimientos, su organización consta normalmente de la parte administrativa , encargada del manejo de los recursos de la universidad , y la parte académica, constituida por un rector, vicerrectores , decanos y docentes. Al igual que otro tipo de empresas , la Universidad se desarrolla mediante el trabajo conjunto de varias personas que pretenden alcanzar unos objetivos fijados. “la Universidad actúa en un entorno donde se sirve y del que forma parte”.

TEMA 2 : aspectos comunes de la universidad –empresa: *La misión* :es la razón social de la empresa , formulada para satisfacer las necesidades de la sociedad, el cual es el compromiso que tienen las empresas de proyectarse hacia el futuro progresando para el bien de la sociedad.

El recurso humano es el recurso más importante para la operación y administración de una organización , está conformado por todos los individuos que desempeñan diferentes actividades dentro de una organización, y trabajan conjuntamente para alcanzar unos objetivos personales y organizacionales.

El sistema financiero y administrativo: es aquel que mantiene la solvencia de una empresa, suministrando los flujos de efectivo necesarios , para satisfacer las obligaciones y adquirir los activos fijos y circulantes necesarios para lograr los objetivos de la empresa. La principal diferencia que existe en el sistema financiero de una universidad y el de otro tipo de empresa, es que la universidad no pretende el beneficio económico propio, sino que toda la utilidad se reinvierte para el mejoramiento mismo de la universidad y de sus miembros .

La *estructura jerárquica* : es la agrupación o conjunto técnico de las relaciones que deben presentarse entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos dentro de una institución , con la finalidad de obtener su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos determinados .las universidades comparten la mayoría de las funciones administrativas de otros tipos de empresa. Sin embargo , el área de mercadeo no ha sido institucionalizada todavía en institutos de educación superior .

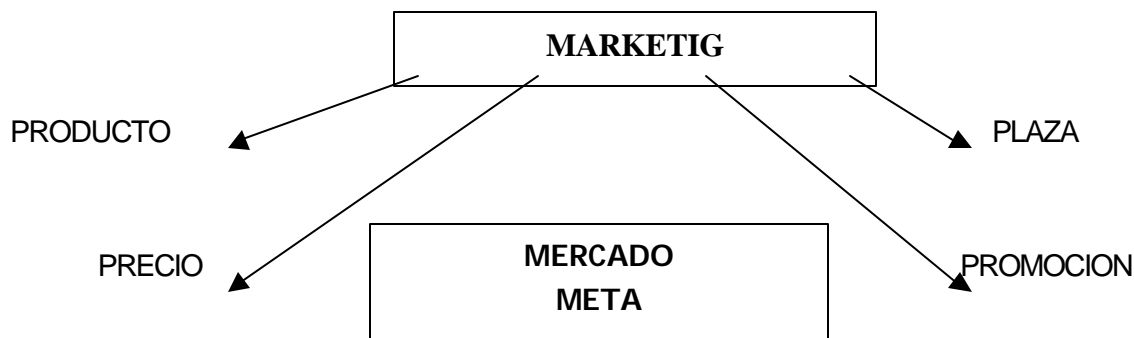
Por otra parte , existe un área académica que caracteriza a las universidades y se diferencia de otras organizaciones. Estas áreas están instituidas por la docencia, la investigación y la difusión de la cultura , las cuales son dirigidas por sus respectivos decanos.

CAPITULO II: FUNDAMENTOS DE LAS FUNCIONES DE MERCADEO EN CUALQUIER TIPO DE ORGANIZACIÓN:

Tema 1: Segmentación del mercado que se quiere servir: Destaca que el mercadeo es la actividad que crea la demanda de un mercado, para satisfacer necesidades y deseos, el mercadeo cumple con los objetivos de la organización , planeando el servicio o producto que se va a hacer , fijando su precio, promocionándolo y distribuyéndolo. Estas son las herramientas utilizadas en el marketing , llamadas mezcla de mercadeo.

Para tener un acertado proceso de mercadeo , se deben tener en cuenta varias características :primero, el mercado es un proceso dinámico creado a través de una análisis , planificación, una implementación y un control, segundo el mercadeo no es un producto del azar , sino que se trabaja por medio de unos programas formulados cuidadosamente, tercero, la finalidad del mercadeo es producir una transacción de valores, donde el cliente reciba beneficio del servicio y la otra parte reciba un valor a cambio, cuarto el mercadeo , busca segmentar un mercado y no tratar de satisfacer todos los deseos de la totalidad del mercado, quinto, los objetivos de la organización deben ser muy concretos , para que la actividad sea más acertada, sexto, ene el momento de crear un programa de mercadeo, se trabajará con base en la demanda del mercado, séptimo, las herramientas que utiliza el mercadeo, es la mezcla de mercadeo, que son : el producto, precio, promoción y distribución. Para la selección se deben seguir la siguientes pautas, primero, el mercado escogido debe ser compatible con las metas y la imagen de la organización , segundo, las actividades de mercadeo deben coincidir con las demás actividades de la empresa y se deben adaptar a los recursos de la misma.

Tema 2 : Mezcla de los elementos que constituyen el sistema de marketing: La mezcla de los elementos que constituyen el marketing se describen en la siguiente figura:



EL PRODUCTO: es un conjunto de elementos y atributos físicos identificables , como la integración de sus servicios que se estructuran con el objetivo de satisfacer una necesidad o deseo del mercado.

EL PRECIO.: Es la cantidad de dinero que está dispuesto a pagar el consumidor para lograr la posesión , o consumo u uso de un producto o servicio.

LA PROMOCION: es un elemento de la mezcla del mercadeo encargado del proceso de comunicación entre la organización y el mercado.

PLAZA : son los medio que utiliza la empresa para poner sus productos en el mercado, al alcance del consumidor.

Tema 3 : Posicionamiento del producto o servicio en el mercado: el posicionamiento de un producto o servicio esta relacionado a su vez con todas las áreas de la empresa. Este a su vez , le da la dirección a los objetivos y a las acciones de la empresa, orientándolos hacia el cliente .también obliga a la organización a definir lo que se va ofrecer y contra quien se va a competir . Por otra parte , en el caso de los servicios , el posicionamiento contribuye a que el consumidor potencial pueda percibir en forma más tangible los beneficios del servicio, por medio de una adecuada utilización de la mezcla de mercadeo y símbolos visuales que identifiquen a la empresa. Esta característica es importante por que los servicios , pos su carácter intangible, solo se conocían en el momento del consumo o por el concepto de terceras personas.

CAPITULO III: LAS FUNCIONES DE MERCADEO APLICADAS A UNIVERSIDADES COMO EMPRESAS SIN ANIMO DE LUCRO:

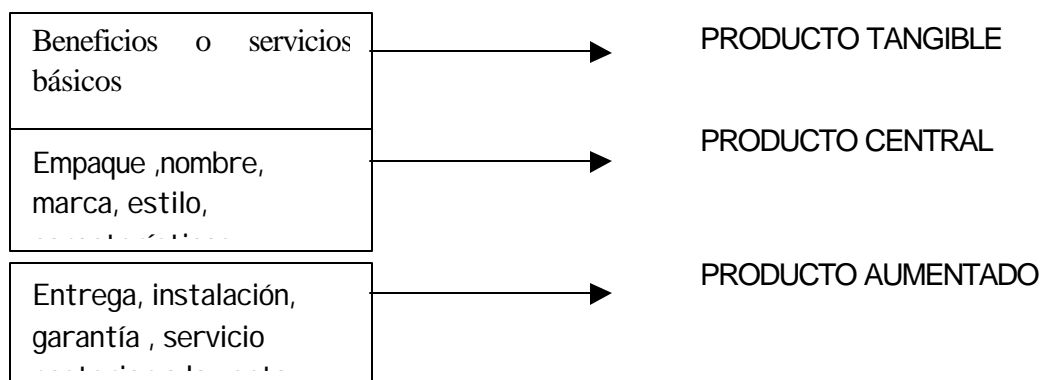
la tercera parte destaca las funciones del mercadeo aplicada a las Universidades sin ánimo de lucro. Una empresa superior orientada al mercadeo es aquella que determina los deseos y necesidades de las metas del mercado, y los satisface mediante el diseño , la comunicación, el precio, y la entrega de programas apropiados y competitivamente factibles. la universidad orientada hacia el mercadeo garantiza que ese intercambio se realice eficientemente, beneficiando a las dos partes, por medio de un manejo racional de todas las funciones de mercadeo.

Tema 1: Definición de mercado para una universidad. Las instituciones educativas a nivel superior tienen varias clases de público o mercado de las cuales puede elegir, para que formen parte de ellas, el mercado se puede definir como un grupo determinado de gentes y/o organizaciones que tiene un interés actual o potencial y/o efecto en una institución.

El primer tipo de consumidores es el de los consumidores, estas son las personas que adquieren o desean el servicio y son beneficiados directamente por éste. En el caso específico de la universidad, se podría identificar este grupo como los aspirantes que tienen interés por la universidad, los donantes son aquellos individuos que aportan dinero o bienes materiales a la universidad, incluyen exalumnos, fundadores y entidades gubernamentales, el público local hace referencia a la comunidad vecina con la que tiene relaciones de cooperación la universidad, el público en general son las personas que se llevan una imagen de la universidad que pueden afectar todo lo relacionado con el patrocinio y el apoyo legislativo, la gente de los medios es el mercado que se encarga de divulgar la imagen de la institución, utilizando medios de comunicación.

Tema 2: Ofertas de productos, estructura de precios, sistema de distribución y actividades promocionales de una universidad:

La variedad de productos o servicios que ofrece una universidad se pueden analizar en tres niveles: central tangible y aumentado, el producto central busca satisfacer la necesidad básica de educación superior, el producto tangible corresponde a la parte física que percibe el consumidor cuando está adquiriendo el servicio, el estilo hace referencia al ambiente que se vive en la universidad, por sus instalaciones, edificios, salones de clase etc.



Tema 3: posicionamiento de una universidad en el mercado de jóvenes aspirantes a ingresar

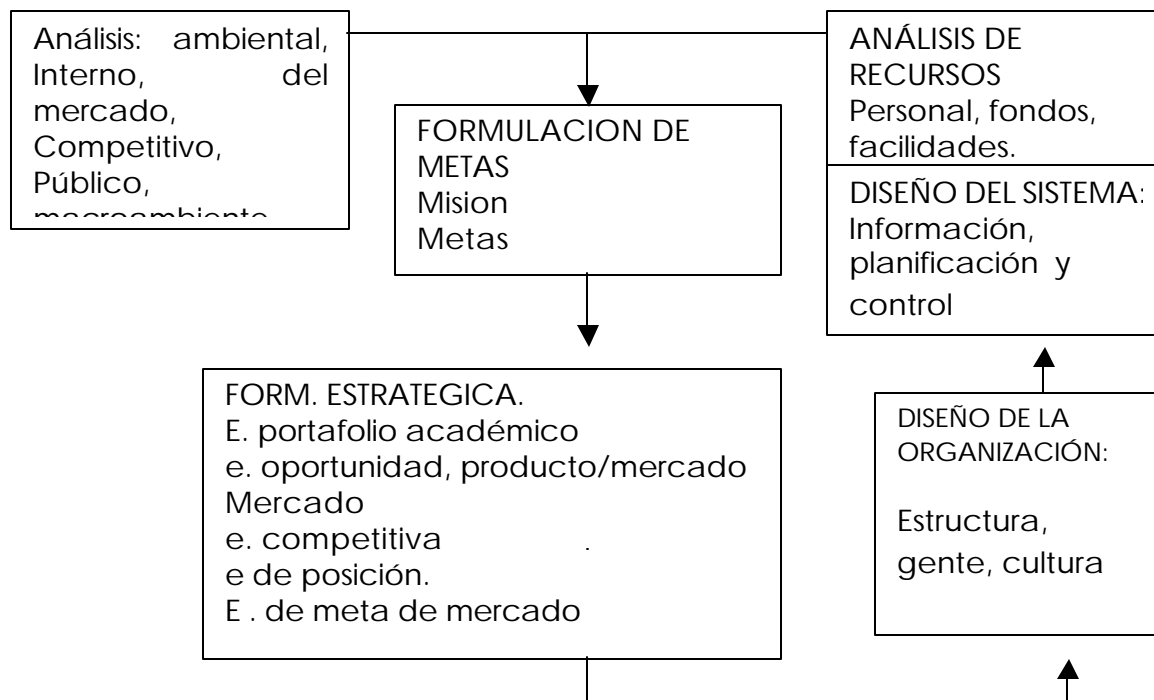
Al igual se debe tener en cuenta el posicionamiento de una universidad en el mercado teniendo en cuenta:

- LA MEZCLA DE MERCADEO EN LA UNIVERSIDAD
- LA POSICIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO
- IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO SELECCIONADO
- UTILIZAR UN SÍMBOLO QUE POSICIONE LA ORGANIZACIÓN.

CAPITULO IV: PROCESO DE PLANEACION ESTRATEGICO PARA LA CREACIÓN DE LA DECANATURA DE ADMISIONES CON ORIENTACIÓN AL MERCADEO , EN LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA

El proceso de planeación estratégica para la creación de la decanatura de admisiones orientada hacia el mercadeo , en la Universidad de la Sabana se canaliza en el medio ambiente, se formula la misión, se proponen estrategias para cumplir con los objetivos establecidos por la decanatura y finalmente se implementan posibles cambios en la organización modificando su estructura jerárquica.

Tema 1: Amenazas y oportunidades del análisis ambiental de la universidad de la Sabana: El mercadeo para la universidad se puede definir como un grupo determinado de gentes y/o organizaciones que tienen un interés actual o potencial y/o efecto en una institución. Además se tiene en cuenta una planificación estratégica teniendo en cuenta y como síntesis el siguiente esquema:



Todo esto demuestra que crear un enfoque de mercadeo es necesario para cualquier institución , basadas en la planeación estratégica, con tácticas, con el objetivo de lograr mejoramiento en el proceso de admisiones de la universidad de la sabana.

Tema 2 : Fortalezas y debilidades del análisis de los recursos de la universidad de la sabana:

recurso humano: se encarga de reclutar , seleccionar, contratar y capacitar personal operativo, directivo y académico, el proceso de reclutar se lleva a cabo mediante la recolección de hojas de vida , una vez se determina la vacante, se escogen las hojas de vida, a continuación el director de recursos humanos , realiza entrevistas personales con los candidatos para conocer sus posibles aptitudes para el trabajo, la segunda entrevista es ejecutada por el directivo de l área correspondiente , al igual se encarga de evaluar el desempeño, sin embargo no existe ninguna orientación hacia el mercadeo, ya que no se ha planteado el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente interno y externo .

RECURSO FINANCIERO: se encarga de mantener la solvencia de la institución administrando los ingresos y calculando los costos. Esta área mantiene todos los balances de la universidad para proyectar la situación financiera de la universidad año a año.

Tema 3: Formulación de metas de mercadeo para la decanatura de admisiones con orientación al mercadeo de la universidad de la Sabana.

La formulación de metas para la decanatura de admisiones de la Universidad de la Sabana se realizaron en concordancia con la misión , objetivos de la universidad, su filosofía, políticas y normas. Primero se estableció la misión que es la razón de ser d la decanatura , orientándola hacia el mercadeo, con una proyección al futuro , los objetivos por su parte establecen los logros que se propone cumplir la decanatura , con orientación al mercadeo.

Tema 4 : Formulación de estrategias de mercadeo para la decanatura de admisiones

El objetivo principal de la decanatura de admisiones , en su propósito de establecer estrategias de mercadeo, pretende contribuir también al cumplimiento de las metas generales de la universidad , bs objetivos planteados proponen a su vez , mejorar la situación actual de la universidad , planteando posibles cambios a nivel académico y administrativo , que podrían generar mayores oportunidades de mercado. Estas permitieron el desarrollo de las siguientes estrategias:

- Estrategia de portafolio académico
- Estrategia de oportunidad del producto/ mercado
- Estrategia competitiva
- Estrategia de posicionamiento
- Estrategia de grupo objetivo

Tema 5: Diseño de la organización de la decanatura de admisiones de la universidad de la sabana

La estructura organizacional en la universidad de la sabana presenta áreas académicas y administrativas , ordenadas jerárquicamente indicando los niveles de autoridad, comunicación y responsabilidad de cada una de ellas . Esta estructura no contiene

ninguna actividad de mercadeo a excepción del departamento de admisiones y promociones , que esta ubicado en el área administrativa .

METODOLOGÍA

Investigación bibliográfica, consultas a expertos, entrevistas información general y específica de sitio de estudio.

CONCLUSIONES

Promocionar y vender un producto o servicio no basta para obtener resultados favorables en las utilidades de una empresa. Tampoco es suficiente producir algo de muy buena calidad, si no se cumple con las necesidades, deseos y demandas del mercado , si se da a conocer. Por eso existe el mercadeo: para anticiparse a las necesidades del mercado , produciendo un bien tangible o intangible con la mejor calidad que cumpla con las especificaciones del cliente para finalmente dárselo a conocer.

BIBLIOGRAFÍA

Se destacan 23 notas bibliográficas destacando temas como:

- Estructura empresarial: Como adaptarla a los cambios , Calidad de Servicio: del marketing a la estrategia, factores claves del marketing estratégico ,Fundamentos de mercadotecnia, calidad , servicio al cliente.

ANEXOS :

No presenta.

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR BELTRÁN

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 078

TITULO: FORMULACION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EN J.E. RUEDA Y CIA LTDA.

AUTOR: BULLA, Yomali.

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1994, pp.196 cuadros1 .

PALABRAS CLAVES: ORGANIZACION, ESTRUCTURA, CLIENTE, MANUALES, DEPARTAMENTO, CONTROL, POLITICAS.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende estudiar los aspectos administrativos y operativos, y de esta manera concreta determinar el personal humano con que cuenta en la actualidad la empresa J.E Rueda y Cia. Ltda. Teniendo en cuenta sus necesidades de ubicación y personales y así presentar una propuesta administrativa de manera práctica.

FUENTES:

De los pie de página se destacan los siguientes:

- | | |
|---|---|
| FERNANDEZ ARENA, José Antonio. La Auditoría administrativa. 1989. | 2 |
| W. GRANT. Ireson. L. GRANT, Eugene. Manual de ingeniería Industrial. 1982 | 3 |

CONTENIDO:

CAPITULO 1. UBICACIÓN METODOLÓGICA

Tema 1. Formulación del problema.

Es evidente que la importadora J.E RUEDA Y CIA LTDA., como organización que administra la importancia y distribución a nivel nacional de vinos y licores y con tan solo

diez años de experiencia, ha venido creciendo a tal punto que empezó con doce empleados y en la actualidad cuenta con cincuenta a parte de los socios.

Este crecimiento los llevo a contar con personal especializado en cada rama (profesional), al realizar estudios de personal (evaluación del desempeño) a crear niveles de especialización, mejorar la comunicación y observar el crecimiento físico de la compañía.

Como la organización creció en diez años un 350% aproximadamente en cuanto a recurso humano, se fueron presentando fallas a nivel administrativo las cuales se mencionan más adelante.

El problema radica en que nadie ha hecho estudio ni ha analizado el porque se han venido presentando fallas en los últimos años.

Tema 2. Objetivos

General.

Elaborar la reformulación estructural en la organización J.E. RUEDA Y CIA LTDA., a través de la aplicación del proceso administrativo, el cual garantizará un mejor logro de sus objetivos y metas, logrando así la comunicación directa haciendo que la gente acepte el cambio al que fuese sometida.

Específicos.

- Reorganizar el organigrama.
- Elaborar el manual de funciones
- Establecer perfil de cargos administrativos
- Eliminar la suplicidad y brechas entre puestos y funciones.
- Realizar el análisis de los procesos y procedimientos vigentes

Tema 3. Tipo de Estudio.

La elaboración de la reformulación de la estructura organizacional en J. E RUEDA Y CIA LTDA., se llevará a cabo a través de una investigación documental y aplicada.

Documental ya que describe las características de la compañía que han de tenerse en cuenta. Investigación a través de la revisión documental; localización de documentos que tengan información, los cuales se incluirán en el manual de funciones (actual manual de funciones).

Tema 4. Método de recopilación de datos.

Universo

El universo de la investigación es la compañía importadora y distribuidora de licor, denominada según escritura pública J.E RUEDA Y CIA LTDA.

Población

Corresponde a los 50 empleados que laboran en dicha compañía, entre subordinados y directivos.

Recolección de información

Para recolectar la información se aplicaron los siguientes instrumentos:

- Observación para el personal subordinado y directivo:
Una de las mejores formas de recopilar datos nuevos es a través de la observación directa, ya que se puede investigar más a fondo el comportamiento en el ambiente de trabajo.
- Cuestionario para el personal subordinado y directivo
Se aplicó un cuestionario cuyo objetivo general fue conocer el desarrollo laboral a través de la observación, de la pregunta abierta y cerrada de los distintos procesos y procedimientos que realiza el personal.

Tema 5. Análisis de resultados.

Por medio de la observación directa y del cuestionario se incluye:

- Elaborar el manual de procesos y procedimientos
- Elaborar el manual de funciones con la implicación del proceso administrativo
- Reorganizar el organigrama, describiendo los cargos, nivel de dependencia, tramo de control y nivel de comunicación.
- El personal se encuentra desmotivado en la parte humana (teniendo en cuenta la persona).

Con este cuestionario se pretendió recoger la mayor información posible acerca de sus empleados frente a la compañía, la evolución fue buena pues ellos saben que con el aporte de todos se logrará salir adelante y construir un mejor futuro.

Barreras no existieron al recoger la información ya que la autora de dicho cuestionario se integró rápidamente al ambiente de trabajo, además se colaboró para que el cuestionario se hiciera más objetivo y sincero, cualquier duda o pregunta fue resuelta por eso se considera que los datos registrados son exactos con respecto a la realidad.

CAPITULO 2. LA ORGANIZACIÓN

Tema 1. Estructura de la compañía.

Urwick define la función de la organización como la división de todas las actividades que son necesarias para un fin común y la disposición de las mismas en grupos que se asignan a individuos.

J.E. RUEDA Y CIA LTDA., se constituyó como sociedad limitada por estar conformada por un número limitado de socios (en este caso tres) y que responden únicamente hasta el monto de su capital para pago a terceros.

Analizando el organigrama, vemos que la organización tiene un crecimiento horizontal, por lo tanto es de tipo funcional. Como también es staff, ya que se encuentra un apoyo de la Junta Directiva, a través del cargo asignado como revisor fiscal, el empleo del staff en la estructura se debe a la ayuda técnica o especializada sobre determinados temas administrativos, de carácter legal, el cual además la asamblea de socios le consultan sus temas para una mejor toma de decisión.

Tema 2. División y especialización del trabajo.

Las ideas de división del trabajo y especialización son inseparables.

Una de las primeras discusiones de las ventajas de la especialización la expuso Adam Smith en su obra la Historia de las Naciones en 1776.

El gran aumento de la cantidad de trabajo se debe tres circunstancias: primera, el aumento de habilidad de cada trabajador, segunda, la economía de tiempo que generalmente se pierde en pasar de una especie de trabajo a otra; y finalmente el invento de un gran número de maquinaria que facilita y acorta el trabajo y permite a un hombre realizar el de muchos.

El departamento de ventas es muy amplio debido a que es el motor y eje central de la organización, el gerente tiene a su cargo seis subordinados, quienes se encuentran en el segundo nivel de Jerarquización, ellos a su vez (algunos no todos) tienen subalternos. En el caso de los vendedores estos se encuentran organizados por zonas geográficas, realizando sus operaciones a nivel Bogotá.

Tema 3. Jerarquización y comunicación.

En una empresa, mientras más definida sea la línea de autoridad, desde la autoridad final (la más alta) de la administración hasta cada una de las posiciones subordinadas, más efectiva será la estructuración de las decisiones y la comunicación en la organización.

En la organización existen cinco niveles de Jerarquización, el primero son los gerentes, el segundo los subgerentes, asistentes, directores y administradores, el tercero los jefes de

departamento, el cuarto y quinto los subordinados. Dichos niveles buscan una cadena de mando la cual debe ser interrumpida, esto implica que no se debe saltar ningún nivel de las dos direcciones.

Tema 4. División y especialización del trabajo.

El gran número de la cantidad de trabajo se debe a tres circunstancias: primera, al aumento de habilidades de cada trabajador; segunda, la economía de tiempo que generalmente se pierde de pasar de una especie de trabajo a otra; y finalmente el invento de un gran número de maquinaria que facilita y acorta el trabajo.

El departamento de ventas es muy amplio debido a que es el motor y eje central en la organización, el gerente tiene a su cargo seis subordinados, quienes se encuentran en el segundo nivel de Jerarquización.

Algo contrario sucede con el departamento de mercadeo, pues las personas que laboran en el todas son profesionales, además tienen conocimientos básicos en el idioma extranjero (ingles) ya que los cargos así lo requieren.

El departamento administrativo es el más extenso, el gerente tiene a su cargo cinco personas y estos a su vez tiene subalternos, las personas que se encuentran en el segundo nivel son profesionales y se desempeñan acorde con su profesión.

Tema 5. Delegación de funciones

Para la elaboración del formato se toma como diseño el manual de funciones del centro recreativo Prosocial.

Una vez analizada la encuesta, se desarrollo la información específica y descriptiva de los puestos, basándose en la denominación del cargo, el jefe inmediato, la departamentalización, la responsabilidad y el objetivo del cargo.

CAPITULO 3. ESTUDIO DE MOVIMIENTOS

Tema 1. Definición

El estudio de movimientos es un procedimiento científico y analítico, a través del cual se determina un método preferible para realizar un trabajo.

Diagrama del análisis del proceso

Es la representación gráfica de las etapas separables, donde un documento se desarrolla cuando realiza una tarea que requiere movimientos de un lugar a otro.

Diagrama del análisis del procedimiento

Es la representación gráfica de las etapas separadas de los impresos son soporte administrativo, que muestran las relaciones entre los impresos con copias.

Tema 2. Proceso de Investigación de Procesos y Procedimientos

Para la Cia J.E. RUEDA & CIA. Se deben tener en cuenta los siguientes pasos para la elaboración del manual de procesos y procedimientos:

1. Definir procesos de investigación
2. Control de procesos
 - a. Asignación del responsable del proceso
 - b. Definición del proceso
 - c. Establecimiento de medición y puntos de control.
 - d. Procesos de control y aseguramiento de conformidad

Tema 3. Realización del análisis de los movimientos

Se realizaron algunas actividades operacionales del proceso, en el cual se presentaron los diagramas correspondientes al procedimiento de cada uno de ellos ayudando a planear, organizar, ejecutar y controlar la Cia J.E. RUEDA CIA LTDA.

Tema 4. Evaluación del proceso

Para lograr mantener, controlar y evaluar el proceso en perfecto orden y buen funcionamiento, en la organización J.E RUEDA Y CIA LTDA., es indispensable que interactuen las siguientes funciones y se realice una retroalimentación partiendo del quinto nivel.

Lo anterior requiere dedicación permanente, permitiendo preservar las normas de los procesos y procedimientos, la creación de nuevos cargos, buena comunicación y la información de fallas u anomalías, esto lo debe realizar la Subgerencia Administrativa y auditoría debe analizar.

- Items que causan rendimiento deficiente, esto puede ser ocasionado por: la falta de experiencia, la incapacidad, la falta de voluntad.
- La frecuencia con que ocurre el problema, se debe preguntar: ¿cuánto ha crecido el problema? ¿Qué importancia tiene el empleado y su comunicación en este proceso?.
- Observar si decrece el problema o sigue creciendo y que solución se debe dar al respecto.

Auditoría administrativa.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- Una perfecta ampliación del proceso administrativo es punto clave para el logro de los objetivos generales y específicos de la cía.
- Se dispone de un documento de consulta permanente a quienes tienen como funciones las tareas administrativas y tomas de decisión de la Cía.
- Permite a la organización realizar evaluaciones periódicas sobre la eficiencia de los empleados, replantear cambios necesarios sobre diagnósticos plenamente identificados, previniendo resultados.

De las recomendaciones se extraen las siguientes

- Desarrollar un programa de servicio al cliente donde se involucre toda la organización, en el cual, se puedan encontrar los medios adecuados para infundir a la cultura básica de la compañía, el entusiasmo, la expectativa y la acogida que puedan generar los talleres de servicio. Un modo de realizarlo es desarrollar el concepto de círculos de calidad.
- Desarrollar un programa de selección de personal, el cual comprenda todos los pasos; el manual de funciones será de gran ayuda, para encontrar el perfil profesiográfico para cada cargo requerido.

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 8 autores, destacándose los siguientes:

CASHIN A. James y otros. Manual de auditoría. Grupo Editorial Océano, Edición original Mc. Graw Hill, 2da edición, Madrid España.

GRANT L. Eugene y otros. Manual de Ingeniería Económica y Organización Industrial. Compañía Editorial Continental S.A. México segunda Edición. 1982

RODRIGUEZ VALENCIA, Joaquín. Sinopsis de Auditoria Administrativa. Editorial Trillas. Sexta Edición. México. 1981

ANEXOS:

- Anexo 1 Manual de Funciones departamento de ventas
 Anexo 2 Encuesta

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

<i>COLOMBIA</i>	<i>UNIVERSIDAD DE LA SABANA</i>	<i>RAAS 079</i>
-----------------	---------------------------------	-----------------

TITULO : LOGÍSTICA DE ALMACENAMIENTO

AUTOR (es) : Cortazar, García Patricia

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de servicios de bienestar, Santa fé de Bogotá, 1994 páginas 142 .

PALABRAS CLAVES:

Mercadeo, mercancías, administración y dirección técnica de la producción ,estrategias, almacenamiento .

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo analizar la logística de almacenamiento de la empresa, para describir procedimientos para el manejo del almacenamiento de materiales y productos mediante la administración del flujo de materiales , el lugar de consumo, la cantidad requerida, las condiciones adecuadas, el lugar físico, el tiempo justo y aun costo mínimo .

FUENTES:

Las autoras no hacen referencia a ningún pie de página , en la bibliografía se destacan temas de Mercadeo, mercancías, administración y dirección técnica de la producción estrategias, almacenamiento .

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por 5 capítulos , distribuidos así:

CAPITULO I : METODOS DE ALMACENAMIENTO:

El primer capítulo destaca los métodos de almacenamiento, la definición de logística de almacenamiento, las funciones, objetivos organizacionales, código de barras, características, equipos auxiliares, generalidades de un centro de distribución.

Tema uno: definición de logística de almacenamiento: Desde un punto de vista conceptual, la logística se puede visualizar como un sistema de actividades interdependientes que usualmente involucra el transporte, el almacenamiento, el manejo de materiales, el manejo de los inventarios, el manejo de personal, el manejo de empaque y de los sistemas de información y administración del sistema logístico.

Es el conjunto de actividades que se realizan para guardar artículos desde que se producen hasta que se consumen .

La ubicación del almacén en el organigrama de la empresa, varía con las características propias de cada empresa , ya que sirve frecuentemente a todas las áreas de la compañía, bien como almacén de materiales, proveeduría, repuestos y accesorios , producto terminado, etc..

El almacenamiento es un servicio muy valioso que puede aportar y revalorar la idea de servicio en los usuarios del mismo. La falta de previsión de las dependencias afectará sin duda alguna el desempeño de las actividades normales del almacén.

La deficiente información sobre los productos que se almacenan pueden originar pérdidas de los mismos por daños, mayores costos de operación, que en la mayoría de los casos se interpretan como la prestación de un servicio deficiente .

Tema 2 Funciones de almacenamiento :

En la mayoría de los casos los artículos son producidos y almacenados en lugares cercanos a los consumidores finales con el fin de reducir los períodos de entrega , convirtiéndose en un medio esencial de la mercadotecnia.

Como en términos generales un artículo se hace necesario para el consumidor por ser útil y estar disponible , evita que la administración vea el almacenamiento solo como un centro de costos, sino que lo aprecie como un instrumento eficaz para la producción y las ventas .

Tema 3 : Ubicación en el contexto general de la empresa:

OBJETIVOS ORGANIZACIONALES:

Objetivos básicos que deben considerarse para la definición de su ubicación organizacional:

- Prestar un servicio de almacenamiento para la producción , las ventas y la compañía.
- Funcionar en la forma más eficiente posible que se traduce en tener costos mínimos. El almacenamiento será siempre una fuente de reducción de costos.

El almacenamiento , la producción y las ventas: este aspira a tener un sitio que absorba los períodos prolongados de trabajo y que evite los altos costos de las producciones bajas. Con el almacenamiento se puede nivelar las alzas y bajas de la demanda de las ventas.

El almacenamiento y las áreas de asesoría: es una función directa de operación y su relación con estas áreas debe ser similar a las que ellas tienen con la producción y las ventas: es decir, son funciones de asesoría, controles financieros y legales sobre las áreas de operación.

El almacenamiento en empresas de servicio: el almacén se reduce generalmente a la proveeduría; por su relación con el funcionamiento administrativo dependerá de esta área

El almacenamiento en empresa de producción y distribución: si la empresa es de tamaño considerable depender del área de operaciones. Lo ideal sería que el almacén tuviera la misma posición que las demás áreas operativas, tales como tráfico, compras, control de materiales, planeación de producción, etc.

El almacenamiento relacionado con otras dependencias: tiene relaciones porque existe para presta un servicio.

Se deben tener en cuenta las siguientes áreas :

- Auditoria
- Contabilidad
- Producción
- Ventas
- Control de calidad

TEMA 4: Objetivos del almacenamiento:

El objetivo del almacenamiento racional consiste en asegurar el máximo aprovechamiento de espacio, compatible con la buena conservación y protección de la mercancía teniendo en cuenta:

- La fácil y segura identificación
- Un ahorro positivo de tiempo
- Un sistema ágil para tener la mercancía en el área de cargue rápidamente

Tema 5: maestro de productos:

El maestro de productos es un archivo de contenido , el cual lleva registros con datos básicos sobre las características que se quieren manejar de los diferentes productos o mercancías que pertenecen a un bodega . puede tener acumulación de datos estadísticos.

Este debe tener registrado:

- Código del producto

- Nombre y descripción del producto.
- Unidad de empaque
- Categoría del producto
- Costo
- Stock

Formas de manejar el maestro de productos: manual, sistematizada, .

Parámetros en el manejo del maestro de productos: descripción, sistemas numéricos, codificación.

Tema 6: Código de barras

CARACTERÍSTICAS DEL CÓDIGO DE BARRAS:

- es único y universal para un país
- se encuentra regulado por la Superintendencia de industria y comercio
- a cada productor se le asigna un determinado rango de trabajo, ejemplo:
 - 0000001/0010000 productor de papel
 - 0010001/0020000 Productor de cereales
- no se puede repetir los número de códigos.
- El código se encuentra en la etiquetas de los productos.
- En el momento de la venta se utiliza el código.
- La lectura se hace con la ayuda de una máquina inteligente.
- La transmisión se hace parte de una base de datos lo que facilita el proceso.
-

BENEFICIOS DE LA UTILIZACIÓN DEL CODIGO DE BARRAS:

- Velocidad y agilidad de la captura de información
- Tecnología segura sencilla y confiable
- Precisión

Tema 7: Características de almacenamiento.

Espacio y mano de obra: el espacio se debe aprovechar mediante un diseño que contemple área y altura. el espacio ha de considerarse en términos de volumen y no solo de superficie.

Accesibilidad: las mercancías de rotación alta deben almacenarse en sitios que se puedan recibir y despachar rápidamente, para que así se les de el mínimo de manipulación .

Protección y arreglo: al almacenar la mercancía se debe tener en cuenta los requerimientos de la misma en cuenta a: temperatura, humedad, inflamable

Tema 8: Equipos Auxiliares Para El Manejo De Materiales En El Centro De Distribución:

- Bandas transportadoras
- Tornillos Sin Fin
- Transportadores de aletas
- Aprons
- Elevadores de cangilones

- Neumáticos e hidráulicos
- Estibas o palets

CAPITULO II: INGENIERIA DE ALMACENAMIENTO:

La segunda parte destaca la ingeniería de almacenamiento , sus objetivos, características, protección, estantería.

Tema uno: objetivos

El objetivo de almacenamiento racional consiste en asegurar el máximo aprovechamiento del espacio, compatible con la buena conservación y protección de la mercancía, teniendo en cuenta:

- La fácil y segura identificación
- Un ahorro positivo del tiempo
- Un sistema ágil para tener la mercancía en el área de cargue rápidamente

Tema 2: CARACTERÍSTICAS:

Espacio y mano de obra:

Se debe usar espacio al máximo el espacio, se debe trabajar con equipo y tiempo indicado, se debe emplear, especialmente el equipo y no la mano de obra.

Accesibilidad:

Mercancías de rotación alta, debe tener fácil acceso, mercancías de rotación alta debe tener el mínimo de manipuleo.

Arreglo:

Selección de la mercancía, toma física de inventarios debe permitir controlar la mercancía a través del sistema.

Fifo:

Lo primero que entra debe ser lo primero que sale.

Tema 3: protección :

Es necesario proteger las mercancías y no almacenarlas proteja la mercancía , en especial se usan las llamadas estibas, la estiba consiste en una plataforma portátil sobre la cual se colocan los artículos por unidades de carga , con el fin de facilitar el apilado y el movimiento por medio de equipo especial pueden ser: de madera, metal, plástica.

Tema 4: Estantería para tubería:

Estantería de carga liviana: estantería de 300 metros de altura, especial para artículos livianos., propuestos y papelería.

Estantería para carga pesada: almacena hasta 12 metros, maneja cualquier tipo de artículos, maneja cualquier cantidad de peso.

Estantería de carga liviana y gravedad: especial para manejar productos al menudeo, fácil para controlar y elaboración de inventarios, combina la operación de almacenamiento y selección, sistema rápido, sistema que utiliza bandas transportadoras.

La operación de almacenamiento se da por:

- Recibo de mercancía: el almacenamiento se origina cuando el departamento de compras, genera la orden de compra, se entrega la copia al proveedor, quien debe alistar la mercancía de acuerdo con las instrucciones dadas y principalmente con las necesidades del almacén.

CAPITULO III: OPERACIÓN DE ALMACENAMIENTO

Tema uno: Recibo De Mercancía:

El almacenamiento se origina cuando el departamento de compras, genera la orden de compra.

Una posible organización esta contemplada así:

Jefe de recibo.....	responsable de revisión y supervisión Responsable del manejo de documentos Responsable del aumento de activos de la compañía al firmar la factura y comprometer pago.
Recibidor.....	responsable de recibir la mercancía Responsable de la identificación de la mercancía .

Tema 2: Operación de recibo:

Definición del sistema de entrega el cual puede ser.

En el muelle:

El proveedor trae personas que descargan el camión, el recibidor solo inspecciona y supervisa.

En el carro:

El proveedor no trae personas que descargan el camión.

Es necesario tener auxiliares para la labor de descargue, por parte de la compañía.

Identificación de la mercancía:

El éxito para el manejo de la bodega es un excelente, recibo de identificación de mercancía.

Al identificar la mercancía debe ser perfecta y exacta y debe estar acompañada de un sistema de etiqueta que permita tener identificada la mercancía a todo momento.

Una posible etiqueta es la siguiente:

CODIGO _____
 LOCALIZACIÓN _____
 PL _____ AL _____ CAJA _____
 FECHA _____ RECIBIDO POR _____

Tema 3 : almacenamiento

Características:

Ingresar la mercancía a la bodega, almacenarla.

El sistema debe ser ágil, que permita sacar la mercancía lo más rápido posible al área de cargue o entregársela a alguna que la compro.

No se puede perder una mercancía en la bodega

No se puede dañar la mercancía

Debe existir el mínimo de manipuleo

Tema 4 : despacho de mercancía:

Características:

- La bodega no puede estar ordenada por códigos
- La bodega debe estar ordenada por localizaciones
- Las localizaciones son similares a la dirección, cambia el propietario pero no cambia la organización.
- Se puede organizar un recorrido de la bodega basados en las localizaciones.

CAPITULO IV :LA TOMA FÍSICA:

La cuarta parte destaca la toma física de inventarios, el objetivo de los conteos, el inventario unitario, tarjetas, asignación de personal, toma de la información, análisis de diferencias, inventarios rotatorios.

Tema 1: objetivos de los conteos:

Cuando se va a iniciar un inventario se debe identificar claramente cuales serán los objetivos a contar, existen dos grandes objetivos que se dividen y son:

- Inventario valorizado directamente: es la situación donde a la compañía no le interesa si le costaría mucho identificar exactamente producto por producto , que se tiene almacenado.

La base de este sistema está en la contabilidad , ya que el control que se tiene es directamente sobre el valor del inventario y no sobre las cantidades, o sea, el ajuste será directo en valores globales y no producto por producto. El kárdex de control de inventario se afecta así:

- Iniciar un almacén con cero de existencias en valor y cantidad.

- Recibe el primer despacho a la contabilidad solo ingresa un valor ya sea el precio de venta totalizado o el del costo.
- Efectúa ventas durante el día , las cuales quedan registradas en las respectivas cajas, Dicho valor disminuirá el valor del inventario automáticamente.

Tema 2 : Inventario unitario: la compañía necesita determinar la cantidad de unidades que existen en el inventario, producto por producto para luego valorizarlo.

El kárdex de control de inventario se afecta así:

- al iniciar con cero en cantidades y unidades.
- El primer despacho llevará el control de cada producto tanto en unidades como en precio de venta.
- Cada vez que se sale algún producto básico disminuirlo en sus cantidades , quedará directamente disminución en el valor del inventario.

Objetivos a citar en un inventario físico.

- cantidad de productos en unidades
- tipo de producto: descripción y código de catalogo.
-

Tema 3: tarjetas:

De acuerdo con el tipo de sistema que se analizará más adelante, se debe diseñar la tarjeta que se utilizará para la toma física del inventario. Este diseño se encuentra directamente relacionado con los objetivos del tipo de inventario que se va a efectuar.

Información básica: cantidad de artículos, precio de venta o de costo de artículo, código del producto o catálogo , persona que contó, consecutivo de tarjeta.

Tema 4: tarjeteo:

Contador con tarjeta: se asigna un área un grupo de contadores y se le entrega una determinado cantidad de tarjetas, con las cuales irán realizando los diferentes conteos.

Se necesitan dos grupos de tarjetas como mínimo, para efectuar uno o dos conteos.

Tema 5 : asignación de personal: cuando se está preparando el inventario se debe determinar la cantidad de personas que participan en el inventario físico , la forma más indicada es:

Definir en cuanto tiempo se desea terminar el inventario

Definir que sistema se utilizará

Dando como resultado el número de personas a participar

Es muy importante diseñar un control para poder identificar exactamente quienes la persona a la cual se refiere

Tema 6 toma de la información:

Cuando se ha iniciado el inventario físico y las mesas de control han identificado que ya se puede empezar a efectuar el cruce correspondiente de físico contra libros se puede efectuar así:

- si solo es un conteo y no está sistematizado
- se esta sistematizado, se entrará a grabar alguna de las tarjetas al computador.
- Sise utilizan duras , éstas si pueden pasar directamente a grabación.

CAPITULO V: SEGURIDAD INDUSTRIAL

La quinta parte destaca la seguridad industrial, los factores básicos, las prácticas corrientes en el ordenamiento interior, las normas de seguridad y el análisis de costos, La seguridad ambiental es una aspecto fundamental que debe tenerse en cuenta al montar cualquier empresa.

Para este caso la seguridad en la bodega es muy importante, si se observa desde el punto de vista de la productividad , pues los métodos de control de accidentes aumentan la producción y disminuyen los costos.

La implementación de un sistema de seguridad en la bodega implicara unos costos, que con el tiempo serán superados con todo los beneficios que se obtienen. La función básica es la de prevenir accidentes, la seguridad industrial es el conjunto es el conjunto de normas técnicas tendientes a preservar y conservar la integridad física y mental de los equipos y maquinaria de la empresa con el fin de obtener una mayor productividad.

tema 1: Factores básicos de la seguridad industrial:

- código de colores: el rojo : alarma. Azul: prevención. Amarillo: precaución.
- Custodia: según el tipo de deposito habrá que recurrir a guardias , celadores o al sistema automático de alarma.
- Sustracción: mediante selección y empleo exclusivos de personal calificado y responsable debe tener una póliza de seguros por sustracción.

Tema 2: normas de seguridad para el manejo de la mercancía:

Para prevenir cualquier clase de accidentes dentro de la bodega cuando se está manejando la mercancía se debe tener en cuenta las siguientes recomendaciones.

- Se debe instruir al personal sobre métodos seguros para el manejo de materiales teniendo en cuenta las condiciones físicas del trabajador.
- No se debe almacenar mercancía en sitios demarcados para equipos de extinción.
- Se debe organizar el tráfico en los pasillos
- Se debe cubrir los pasillos principales con superficies antideslizantes .

Tema 3: análisis de costos:

El análisis de costos es uno de los factores que intervienen en el costo de almacenamiento, intervienen los siguiente rubros ya sea al establecer una bodega , pudiendo establecer la productividad de la misma.

- COSTOS DE MANEJO: A. LABOR DIRECTA DEL ALAMACEN: mano de obra directa, salarios, horas extra, subsidio de transporte, prestaciones legales, prestaciones extralegales, aportes de salud.
- COSTOS DE MANEJO DE EQUIPOS: 1. MONTACARGAS: depreciación, combustible, baterías, mantenimiento, contratos.

- EQUIPOS ESPECIALES DE MANEJO: depreciación o arriendo, combustible, materias, llantas, 3. ESTIBAS: costos reparación .
- COSTOS DE ALMACENAMIENTO: A. BODEGAS: arriendo, impuestos, seguros, B. EQUIPO DE ALMACENAMIENTO: mantenimiento, arriendo. C. SEGURIDAD D. CONTROL DE PLAGAS. E. CONTROL DE INCENDIOS
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN: equipos de computo , comunicación, equipos de oficina
- COSTOS PROPORCIONALES GENERALES: procesamiento de datos, gastos administrativos y operativos, gastos de mercado, impuestos.

METODOLOGÍA

investigación bibliográfica, consultas a expertos, información general y específica de sitio de estudio.

CONCLUSIONES

De las conclusiones se destacan las siguientes:

- un almacenamiento racional consiste en asegurar el máximo aprovechamiento de espacio, compatible con un buena conservación y protección de la mercancía
- mediante un buen almacenamiento se consigue entregar al consumidor final artículos a tiempo , en la cantidad indicada, en buen estado y al menor costo.
- Mediante un adecuado control de inventarios se conoce: qué producto pedir, cuando pedirlo y cuanto pedir.
- Un buen almacenamiento ayudará al desarrollo de los siguientes factores:
 - Técnico: porque se mejorará el sistema de almacenamiento y control
 - Económico lo cual se reflejará en un ahorro en los costos de operación.
 - Operativo: se optimizarán los métodos de almacenamiento.

BIBLIOGRAFÍA

Se destacan 10 notas bibliográficas resaltando temáticas de: Mercadeo, mercancías, administración y dirección técnica de la producción ,estrategias, almacenamiento .

ANEXOS:

No presenta

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 080

TITULO : MONTAJE DE UNA EMPRESA DE PRODUCCION Y DISTRIBUCIÓN DE CHOCOLATES PARA EL SECTOR HOTELERO

AUTOR (es) : FAJARDO, Parra Alicia.

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de servicios , Santa fé de Bogotá, 1994, Pág. 124 , tablas 14, 21 pie de página.

PALABRAS CLAVES:

Fundamentos de marketing, administración financiera, gestión empresarial ,metodología de la investigación, organización y administración de hoteles y restaurantes, revolución del servicio, contabilidad, economía.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo establecer las necesidades creadas por el crecimiento de la industria dedicada a la hotelería y gastronomía (hoteles, restaurantes y clubes) de lato nivel social, impulsadas por dar un mejor servicio a sus clientes, con la elaboración de un producto alimenticio acorde a las necesidades presentes en cada institución , para lo cual se creará una mediana empresa productora y distribuidora de chocolates con el fin de suplir dichas necesidades.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 21 pie de página , destacando autores como:

- PAYARES, Zoilo , ROMERO Diego, Hacer empresa: un reto, ediciones tercer mundo 1992. #6
- KOONTZ ,Harold, WEITLRICH Heinz, Administración , ed. Mc. Graw Hill , Colombia 1990. #4
- STANTON, William, ETZEL Michael , Walker Bruce, fundamentos de marketing Mc. Graw Hill, Colombia 1992. #3
- MURICH Lourdes, GARCIA Jose, fundamentos de administración , editorial trillas, México 1989 #3

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por cuatro capítulos , distribuidos así:

CAPITULO I: GENERALIDADES

Tema 1: TEMA : formulación del problema: ¿de que forma se podría cubrir la necesidad y demanda de atención que presenta el sector hotelero(incluido restaurantes y clubes) por un producto innovador , pero exclusivo en cuanto a su forma y presentación para cada empresa, que forma parte de los amenities (detalles que la organización ofrezca a sus clientes?

Tema 2: Planteamiento del problema: la competencia ha despertado una conciencia de los múltiples y variados elementos que componen a esta industria de servicios los cuales tienen que ser satisfechos para crear un ambiente de cumplimiento y satisfacción por lo que se considera de gran importancia asegurarse que cada huésped goce la hospitalidad que esperaría recibir al alojarse en su propio hogar.

Dentro de la lista de detalles se encuentran los amenities que básicamente son elementos que son colocados en las habitaciones de los hoteles como cepillos dentales, crema dental, peinilla, champú, crema de manos, etc. Además ciertos recuerdos o detalles como barras o pastillas de chocolates colocados en la mesa de la habitación o después de haber arreglado o alistado la habitación en las horas de la noche para que el huésped encuentre algo agradable encima de su almohada.

Una empresa que entregue productos de excelente calidad ajustándose a las necesidades de cada cliente (en cuanto a características propias del producto como son: color, olor, sabor, tamaño y empaque) y brindando un precio justo (de acuerdo a los niveles de mercado) y rentable para el comprador como para el vendedor.

Tema 3 : Objetivos de la investigación:

- elaborar un proyecto para crear una medicina empresa que ofrezca productos de chocolate especializados para aquellas instituciones de servicios como son: clubes, hoteles, restaurantes, buscando cubrir la presente oferta que se ha venido generando como respuesta a la gran competencia que se ha creado entre estas, con el fin de satisfacer al cliente.
- Elaborar un estudio financiero, con el fin de determinar los gastos e ingresos que generará la nueva empresa, y así poder determinar la cantidad necesaria de chocolates a elaborar para obtener un equilibrio.
- Diseñar un sistema de entrega de los chocolates en el sector hotelero, para que los posibles clientes puedan tener el producto en el momento, lugar y tiempo adecuado.
- Formular una propuesta que contribuya a la generación de ingresos y de empleo con el fin de coadyuvar en parte a solucionar los problemas de desempleo y violencia en el país.

Tema 4: Marco de referencia:

Marco teórico: para la creación de una empresa, lo primero que debe hacerse, es definir el producto o servicio que se quiere ofrecer, en base a un estudio realizado el cual determine la selección de un producto o servicio que satisfaga las carencias o necesidades que se vean en el medio, así como, ofrecer un producto o servicio que presente una oportunidad de negocio.

Posteriormente se procede a hacer una descripción detallada de lo que será la empresa en los aspectos que se consideren más importantes, con el fin de dar lo que se quiere de la empresa, describiendo como se va a realizar el trabajo y demostrar que va a tener la empresa para que sea exitosa.

Estos aspectos varían de empresa a empresa según el enfoque que se tenga burocrático, humanista, de servicio, de utilidad etc. También puede cambiar de autor a autor y entre los empresarios según el ideal que tenga.

Los aspectos que se analizarán y estudiarán para la creación de la fábrica de chocolates que supla las necesidades presentes en el sector turismo y en los clubes es :

1. introducción a la empresa: se definen los objetivos que se desean para el nascente negocio, políticas, estrategias, procedimientos ,al igual el producto seleccionado para la fabricación, venta y distribución del mismo.
2. naturaleza de la empresa: selección del tipo de empresa , donde se tiene si hay o no socios, el número de personas que la conforman, su capacidad y la competencia y el sector al que va a pertenecer
3. el producto y los proveedores: se conoce si el producto o servicio de la empresa va tener un mercado importante en un sector que se encuentra en pleno crecimiento y las posibilidades que se puedan tener de que este sea vendido a la competencia
4. estudio de mercados y línea de productos a ofrecer: es importante realizar un estudio apropiado de los segmentos de la población hacia los cuales van orientados los productos de la nueva empresa
5. ubicación.: esta es tanto geográfica como locativa, debe procurarse que quede cerca de la principal fuente de materia prima o del mercado meta.
6. el proyecto de inversión: con el fin de prever todos los aspectos susceptibles considerados a fin de llevar a buen término el mismo, se tiene en cuenta:
 - identificación de la empresa
 - maquinaria
 - mercado
 - nómina
 - finanzas: balances estado de pérdidas y ganancias costos fijo y variables liquidez
7. variables económicas y políticas: estar atento a los constantes cambios que se presentan en el medio económico relacionado con mi empresa, así como el régimen legal vigente para el tipo de empresa creada , principales líneas de crédito .

CAPITULO II: INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA:

Tema1: generalidades:

La empresa tiene como fin la producción y venta de chocolates ,los cuales tendrán diferentes formas de presentación y tipos de empaque , según el gusto y las necesidades del cliente, y el diseño de cada institución .

Con la fabricación de este producto y el ofrecimiento del servicio , se tiene clara oportunidad de negocio, puesto que el crecimiento que ha tenido en los últimos años el sector hotelero, obliga a sus propietarios y gerentes a emplear todo tipo de estrategia para sobresalir entre los demás y a motivar al cliente para que regrese.

Tema 2: Planificación:

La empresa que se va a crear , se orientará a la producción de chocolates , venta de los mismos y atención directa al cliente .

Misión: ser la empresa Bogotana que mejor produzca y comercialice chocolates satisfaciendo las necesidades específicas de las instituciones de servicio, como: hoteles, clubes, restaurantes, entre otros, se pretende ofrecer una amplia gama de exclusivos chocolates aun bajo precio y con la prestación de un servicio amable y eficiente que satisfaga las necesidades del cliente.

Filosofía : entregar los mejores chocolates gracias a la integración de todos los procedimientos y personal de la organización.

Objetivo: generar rentabilidad sobre los dineros que van a invertir los accionistas , produciendo y vendiendo chocolates elaborados con la más alta calidad, siguiendo los procesos y procedimientos adecuados para satisfacer las necesidades y expectativas de los compradores.

Políticas: Política general: se producirán con base a los pedidos que se tengan , guiándose por los procedimientos establecidos y siempre en busca de la satisfacción del cliente.

Estrategias: Son programas generales de acción y despliegue de recursos para lograr objetivos generales.

- Ventas: promociones de los productos, el lanzamiento de nuevos productos, precios más bajos que la competencia,
- Compras: sistema de “ser amigos del proveedor” haciendo sentir a estos como parte de la organización.
- Integración y personal: celebración de cumpleaños, eventos deportivos, fiesta de navidad, empleado del mes .

Tema 3: Organización: todas las actividades estarán relacionadas con los objetivos y propósitos de la empresa , establecidos durante el proceso de planeación, donde se tendrá en cuenta la finalidad primordial de la organización la cual será promover la eficiencia, simplificar el trabajo y no complicarlo.

Modelo organizacional:



Este cuadro resume los puntos para la creación y nuevos modelos de organización, que se aplicaran a la naciente empresa, modelos que son nuevas tendencias de reingeniería basadas en los nuevos esquemas.

ANÁLISIS DEL ORGANIGRAMA: en primer lugar y antes que nada se encuentra el CLIENTE, girando la organización y la empresa en torno a este , ya que el cliente es el motor y razón de ser de la empresa.

Los procesos y actividades giran entorno al cliente , buscando siempre satisfacer sus necesidades y deseos.

Las funciones se encuentran recopiladas en procesos , proceso que se distribuyeron en un equipo central dos equipos base y uno de apoyo, cada uno de estos tiene sus puertas abiertas para resolver cualquier inconveniente que se presente en cualquier departamento dela organización.

Tema 4 : Ejecución:

Las etapas a seguir en el proceso de dirección serán en primera instancia la comunicación, motivación, y la integración , todo esto llevado a la creación de una empresa exitosa.

La integración comprende la función a través de la cual el administrador elige y se allega , de los recursos necesarios para poner en marcha las decisiones previamente establecidas para ejecutar los panes.

La motivación es el factor que nos muestra la estabilidad laboral y progreso que pueda tener la empresa.

Tema 5 : Control:

El control puede definirse como la evaluación y medición de la ejecución de los planes con el fin de detectar y prevenir desviaciones, para establecer las medidas correctivas necesarias.

La producción se regirá bajo el aseguramiento de la calidad total con el objeto de buscar incrementos posteriores en la producción, reducción de costos, y uniformidad y mejora del producto.

Tema 6 : naturaleza de la empresa:

La empresa se encontrará en el grupo de los sectores, tanto secundario, como terciario, dentro de la escala de la economía colombiana.

El sector industria: (secundario: porque se dedicara a la producción venta y distribución de chocolates.

Sector servicios(terciario)porque se dedicará adicionalmente a la prestación de un servicio hacia aquellas instituciones que ofrezcan servicios en el campo de la gastronomía y el alojamiento.

TIPO DE EMPRESA:

Se va a conformar una sociedad de responsabilidad limitada, siendo está una de las formas más corrientes y utilizadas en Colombia entre las pequeñas y medianas empresas.

En este tipo de sociedad todos los socios serán responsables por las operaciones sociales que realice la empresa solo hasta el monto de sus respectivos aportes y exige que el capital esté pagado en su totalidad cuando se constituya la sociedad.

COMPETENCIA:

Como competencia indirecta se tendrán aquellas grandes empresas que elaboran chocolates como son:

- Italo
- Compañía nacional de chocolates
- Colombina
- La especial

Como competencia directa se tendrán aquellas medianas y pequeñas empresas que se dedican a la elaboración de dulces de tipo casero como los son:

- Emilita
- Chocolates Maria Jose
- Luisa Brun
- Nayarit
- La chocolatería
- Dyango

Teniendo todas estas de precio de venta al público, de \$10.000 la libra.

CAPITULO III : EL PRODUCTO.

Tema 1: Capacidad de producción : se contara con:

- Una persona encargada de la pintura
- Dos personas encargadas de la elaboración de chocolates cada una debe elaborar 1500 chocolates al día lo que equivale 50 libras diarias de chocolate aproximadamente.
- Los empaques son dos , pueden cumplir con el empaque de igual número de chocolates cada mes.

Tema 2: Clases de chocolates

CLASE A:

- con sabor a menta, relleno de arequipe (especialidad de la casa)
- chocolate con sabor relleno a cereza
- chocolate con krispi
- chocolate con uvas pasas
- chocolate con maní
- chocolate mixto
- chocolate con masmelo
- chocolate con coco

CLASE B:

- chocolate con sabor a menta
- chocolate con sabor a nueces o almendras
- chocolate con sabor a limon o a naranja
- chocolate natural.

Tema 3: empaques.

- empaque individuales con papel de seda de 2 colores y un lazo en lana.
- Empaques individuales en papel celofán con una cinta que haga contraste con el papel.
- Empaques individuales en pequeñas cajas de cartón cuadradas.
- Empaques en bolsas de celofán , por libras con un moño, elaborado en cinta de papel

Tema 4: Separación del producto según su distribución:

Grupo 1: Zona norte

Grupo 2: zona chapinero

Grupo 3: Zona centro

Grupo 4: otras.

Tema 5: Formas de distribución

Cuando todos los pedidos estén en cajas y se hallan separado de acuerdo al respectivo grupo , se procederá a colocarlos en el almacén , con el fin de tenerlos listos para la distribución:

Lunes y miércoles. Grupo 1 y 2

Martes y jueves : grupos 3 y 4

Los viernes las diligencias que necesite la empresa.

Tema 6: compras : los proveedores serán quienes satisfagan las necesidades, requerimientos y exigencias de la naciente empresa, y que cumplan con todos los requisitos de la más alta calidad , así como las facilidades de pagos cuando se requiera , inclusive ofrecer buenos descuentos.

Tema 7: Ciclo de compra : servicios generales se encargará a todo lo referente a las compras y se guiaran por medio del siguiente ciclo:

1. emisión de la requisición de compra.
2. análisis de la requisición
3. investigación y selección de los proveedores.
4. emisión de la solicitud de pedido
5. seguimiento del pedido
6. recepción e inspección del pedido
7. verificación del pago de la factura.

TEMA 8 estudio de mercados: las empresas productoras de chocolates no ofrecen productos específicos que se ajusten a las necesidades precisas de cada institución , se considera muy importante introducir en dicho mercado una serie de productos que ofrezcan , además de sus características esenciales un valor agregado que les permita ajustarse a las necesidades específicas de cada cliente.

CONSUMIDOR FINAL Y POSIBLES COMPRADORES: Se considera muy importante empezar esta investigación de mercados por el conocimiento del consumidor final, puesto que sus gustos y preferencias son las que determinan las decisiones de los posibles clientes , solo si estos consumidores finales encuentran apropiado el producto la empresa podrá pensar en convertirse en proveedora del mismo (chocolate) para estas instituciones.

ADMINISTRADOR O PROPIETARIO DEL NEGOCIO: puesto que la encuesta inicial a l consumidor fina , revelo una buena aceptación por parte de estos hacia los chocolates, a continuación se procederá a la realización de la encuesta a aquellas personas que será las que determinan si comprarán o no el producto en la institución a la cual pertenece : estas personas podrían ser el jefe de compras o servicios generales o administrador

ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA ENCUESTAS

Los resultados de la investigación son bastante alentadores y se refleja una clara oportunidad de negocio en la elaboración de chocolates para que las empresas ofrezcan a sus clientes y visitantes

PROYECTO INICIAL DE OFERTA. S e proponen chocolates elaborados a base de cacao natural con sabores a menta naranja limón cereza, etc. Y rellenos de kripy, mani, arequipe, etc, diseñados para satisfacer las necesidades del cliente .

Especificaciones del producto:

Presentación: el empaque cambiara de institución a institución , se ofrecerán empaques individuales en papel de seda con un lacito de lana.

TAMAÑO variara de acuerdo al tamaño de los moldes escogidos por cada institución.

Mercado meta: será inicialmente Bogotá donde se tendrá como mercado meta aquellas instituciones de servicio como hoteles , restaurantes, clubes donde se ofrecerá un

producto a aquellas empresas de alta categoría con el fin de que estas les ofrezcan un valor agregado a sus huéspedes, socios o comensales.

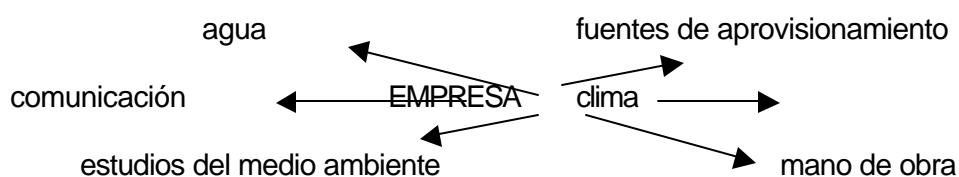
CAPITULO V: UBICACIÓN

La empresa se encontrará ubicada en Santafé de Bogotá entre las carreras 15 y 19 y calles 116.

Zona central respecto a la mayoría de los restaurantes, clubes y hoteles de la alta categoría (3,4,5)

Se tendrá en alquiler un área aproximada a los 90 metros cuadrados donde se distribuirán las áreas de producción y las oficinas .

Tema 1: Factores localización :



- fuentes de aprovisionamiento: se destina un área de recepción de materia prima e insumos, la cual se encuentra aledaña a la zona de almacenamiento
- comunicación : el servicio de transporte es bastante fácil y cómodo, así como bueno y variado . debido a la ubicación del establecimiento cerca de la avenida 15 (a dos cuadras) .
- estudio del ambiente: se encuentran a sus alrededores los jardines infantiles, el hotel fontana y varios restaurantes.
- Clima: se cuenta con un adecuado sistema de ventilación (tanto natural como artificial)
- agua: es potable. llega por medio de un tubería , conectada al sistema de alcantarillado de la ciudad.
- Mano De Obra: con la aplicación de las políticas, reglas y estrategias de la empresa y su respectivo cumplimiento por parte de los miembro de la organización , se contribuirá al logro de una estabilidad laboral .

Tema 2 Estudio financiero : servirá de guía para administrar el naciente negocio contribuyendo a la asignación de los recursos en forma eficaz y rentable .

Inicialmente se hallará el punto de equilibrio , con el fin de evaluar el punto en el cual la empresa iguala a sus ventas a sus costos, con el fin de poder determinar el número de unidades que se necesitan vender para poder ver las utilidades y determinar que tan rentable podrá ser o no..

Posteriormente se hará un balance que corresponderá al mes de apertura de la empresa.

Posteriormente se proyectará mes a mes durante los 3 meses siguientes y luego a los 3 años siguientes.

Tema 3: Documentación y legalización de la empresa:

1. paso: reunión de los socios para constitución de la empresa
2. confirmación del nombre en la cámara de comercio
3. legalización de la escritura
4. inscripción en la cámara de comercio.
5. obtención del nit (número de identificación tributaria)
6. inscripción de los libros de contabilidad
7. obtención de la licencia sanitaria
8. permiso de planeación distrital municipal
9. permiso de bomberos
10. licencia de funcionamiento.
11. obtención del número patronal ala ISS:
12. inscripción de los trabajadores al ISS
13. inscripción de la empresa al instituto de bienestar familiar.
14. inscripción la SENA
15. inscripción en una caja de compensación.

METODOLOGÍA

investigación bibliográfica, consultas a expertos, información general y específica de sitio de estudio Y encuestas

CONCLUSIONES

De las conclusiones se destacan las siguientes:

- Este proyecto de grado ser de gran utilidad para todas aquellas personas que se encuentran interesadas en montar alguna mediana empresa , quienes podrán utilizarlo como manual de consulta.
- Actualmente el sector hotelero ha tenido vertiginosos crecimiento , lo que hace necesario cada día con más intensidad la creación de empresas que sirvan de medio de unión entre las industrias y sus visitantes.
- La creación de esta empresa va ser un aporte a la sociedad y economía colombiana ya que contribuirá por un lado al mejoramiento de la actual problema de desempleo , ya que será una fuente generadora de empleos tanto directos como indirectos , y por otro lado contribuirá al crecimiento de la economía del país

BIBLIOGRAFÍA

Se destacan 21 notas bibliográficas destacando temas como:

Servicio, contabilidad, comercio, guía hotelera, economía , administración financiera, metodología de investigación, manual de administración y organización de hoteles y restaurantes, diseños de investigación, gestión empresarial, reingeniería corporativa, fundamentos de marketing.

ANEXOS:

El presente trabajo de grado no presenta anexos

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 081

TITULO : PLANEACION Y DISEÑO EN UN PROGRAMA DE CAPACITACION
ESTUDIO DE CASO –COMPañÍA AGRÍCOLA DE SEGUROS S.A. 1993-1994

AUTOR (es) : HOYOS , Stevez, Sandra Patricia

PUBLICACIÓN: trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de instituciones de servicios, Santa fé de Bogotá, 1995, páginas 151 , anexos 13, graficas 25, apéndices 2 .

PALABRAS CLAVES:

Planeación, programación administración, comunicación , costos, participación, procesos administrativos evaluación, capacitación, diseño administrativo ,marketing de servicios, personal

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad diseñar y proponer un programa de capacitación que contribuya a la formación y el desarrollo integral del recurso humano de la compañía agrícola de seguros S.A. con el propósito de lograr un mejor desempeño de funciones , por parte de todos y cada uno de sus colaboradores.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 16 pie de página se destacan autores como:

- Werther, William y Davis Keith; administración de personal y recursos humanos, México 1991, Ed. Mac. Graw Hill #4

- Mendoza, Núñez, A, Manual para determinar necesidades de capacitación , México Trillas 1992 #2
- Hetcher Shirley , Tecnicas para evaluar , Washington Usa 1999 #1
- Cobra Marcos, Marketing de servicios, conceptos y estrategias, Mc;Graw Hill 1991 #1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por cinco capítulos así:

CAPITULO I PRESENTACION

Tema 1 : naturaleza: la compañía agrícola de seguros es un establecimiento público , adscrito al gremio cafetero, dotado de personería jurídica , autonomía administrativa y patrimonio propio , creado en el año de 1927 y reformado en el año de 1992 a rías del cambio de presidencia.

Tema 2: Mision: es una organización de seguros dedicada a la protección del mercado colombiano , preferencialmente del eje cafetero y sus instituciones , tal organización busca la satisfacción de sus clientes bajo pautas de excelencia y una razonable rentabilidad para sus accionistas .

Tema 3: Historia: todo se inicio en 1927 se creo la Federación Nacional de Cafeteros, para defender y promocionar el desarrollo de la industria cafetera y mejorar el nivel de vida del caficultor.

Su sólido desarrollo y su acertado y eficaz manejo hicieron necesario el surgimiento de otras empresas complementarias que conformaron el grupo cafetero.

Así, la compañía agrícola de seguros nació como resultado de la necesidad de la federación Nacional de Cafeteros de contar con su propia aseguradora , para poder cubrir los cuantiosos e importantes riesgos propios , los de las compañías filiales y en general, los del fundamental gremio cafetero del país.

Desde su fundación la compañía ha tenido solamente 3 presidentes: Luis Nariño Ortiz desde 1952 hasta 1964 y desde el 1ro. De octubre de ese año hasta septiembre de 1992, actualmente la presidencia es ocupada por el Doctor José Fernando Jaramillo Hoyos desde septiembre de 1992 hasta el presente.

Tema 4: Estructura

La dirección administrativa y representación de las compañías es ejercida por la Junta Directiva y el presidente .

La Junta Directiva es el más alto organismo de la compañía .Esta designa al presidente , quien es la máxima autoridad administrativa de la sociedad y de él dependen todos los empleados ; también nombra a todos los vicepresidentes por cuyo conducto se coordina el funcionamiento y objetivos de las compañías.

El presidente y 4 vicepresidentes tienen la representación legal.

Tema 5: Política de crecimiento

La compañía consecuente con las pautas emanadas de la Federación Nacional de Cafeteros , ha tenido como objetivo prioritario el servicio al sector en todos los

departamentos del país, Su política de crecimiento ha estado acorde con las necesidades del eje cafetero, razón por la cual durante mucho tiempo opero en un mercado cerrado, al cual ha servido siempre satisfactoriamente.

Además de asegurar los intereses de las compañías del grupo cafetero: federación de cafeteros, Banco cafetero, Flota mercante Gran Colombiana, Concasa, almadeco, almacafé, comités departamentales de cafeteros, , cooperativas de caficultores, compañía agrícola de inversiones , , entre otras, hoy participa como asegurador directo o como coasegurador en los riesgos de un vasto sector industrial y económico el país, dentro del cual se ha destacado empresas como Avianca, Ecopetrol, Sofasa, Pintuco, Carvajal, Cosaaautos, Colbateco, .

SUCURSALES:

Actualmente son ocho las oficinas que atienden negocios de la compañía en otras ciudades, diferentes de Bogotá: Cali, Manizales, Medellín, Bucaramanga, Armenia, Pereira y Neiva.

Tema 6: Identidad Corporativa:

El símbolo de las compañías AGRÍCOLA DE SEGUROS S.A. Y AGRÍCOLA DE SEGUROS DE VIDA S.A., son dos granos de café acogiéndonos, de esta manera a su naturaleza de entidad perteneciente al grupo cafetero y como respuesta a su objetivo prioritario al servicio al sector cafetero.

PRINCIPIOS Y VALORES:

Su deber es atender a los clientes en forma amable y personalizada y asesorarlos en todo lo relativo a las necesidades seguros.

SE ORIENTAN HACIA EL MERCADO Y HACIA LA COMPETITIVIDAD:

Respetan profundamente las necesidades de sus clientes y el profesionalismo de sus competidores, por estos, el portafolio, de los productos y el servicio entregado al cliente deberá satisfacer la totalidad de los requerimientos de sus mercados, además de contener alguna ventaja adicional que los haga mejores que la de sus colegas, buscan constantemente ese elemento perceptible de diferencia.

DISFRUTAN EL SERVICIO AL CLIENTE

Les gusta sus trabajo en especial aquellos momentos en que atienden a sus clientes, por esta razón, las estrategias de servicio procuran la anticipación de las necesidades de los clientes y el dar pasos extras en procura de su mayor satisfacción.

ESTAN A LA VANGUARDIA EN MATERIA DE AGILIDAD Y PRODUCTIVIDAD:

La tecnología los procesos, y los sistemas de información que soportan sus productos y servicios, siempre estarán a la vanguardia, especialmente porque se aseguran de contar con el mejor ambiente tecnológico y e segundo lugar, porque la practica regular será el mejoramiento continuo.

SU PENSAMIENTO FRENTE AL INTERMEDIARIO : UN ALIADO ESTRATÉGICO:

Por lo tanto .lo escuchan, lo apoyan, lo asesoran, y lo protegen, su relación siempre será de equilibrio, equidad y competitividad.

HONESTIDAD E INTEGRIDAD

Las comprenden como el trato ético a todo asunto y el respeto y acatamiento de la ley ,la moral y las buenas costumbres.

RESPONSABILIDAD Y DISCIPLINA:

Obran asumiendo la totalidad de su responsabilidad acatando las políticas , reglamentos y procedimientos de su organización.

TRABAJO EN EQUIPO:

La practican con base en relaciones calidad y respetuosas y dentro de un ambiente de compañerismo , solidaridad, gratitud y lealtad.

LIDERAZGO:

Su comportamiento organizacional se basa en el liderazgo efectivo de resultados apoyado en mente abierta iniciativa y permanente disposición hacia el dialogo.

EFICIENCIA

El valor agregado de todas sus acciones es claro, sencillo y altamente justificado

CALIDAD

Entendida como la total satisfacción de los requerimientos del cliente , tanto interno como externo

Tema 7:beneficios:

Las compañías ofrecen los siguientes beneficios:

1. primas extralegales: una prima extralegal a 1 salario y medio en junio y dos en diciembre o sea tres y medio salarios al año
2. fondo de empleados: se requiere llevar 3 meses al servicio de la compañía con contrato a término indefinido.

El fondo ofrece : créditos, auxilios, recreación.

3. medicina prepagada con CAFESALUD

5. Póliza de hospitalización y cirugía

5. auxilio de asistencia médica .

6. departamento médico

7. auxilio odontológico

8. auxilio para lentes y monturas

9. auxilios educativos para hijos

10. auxilio educativo y de grado universitario para empleados

11. seguro de vida y accidentes personales para empleados

12. auxilio funerario

13. préstamos

14. caja de compensación.

Tema 8: Capacitación:

La capacitación es un aspecto primordial dentro de los programas de desarrollo y bienestar al personal .Dada la importancia que ella reviste , se realizan continuamente cursos y seminarios para los cuales , cuentan con recursos tanto internos como externos, encaminados a actualizar en las diferentes áreas , al personal que allí labora y cualquier otro funcionario que manifieste estar interesado en el tema.

Tema 9 Método:

SUJETOS : se escogió como sujeto de trabajo la Compañía agrícola de seguros S.A. , que por los servicios ofrecidos y las características de su negocio requiere un especial cuidado en la capacitación de su personal , principal arma en su estrategia de ventas

y prestación de tales servicios, personal que asciende a un número aproximado de 200 empleados en la casa principal de Santa fé de Bogotá.

INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTO:

Se hizo una investigación de instrumentos de tipo directo, como es la observación participante directa, donde el investigador pertenece al grupo, organización, realidad sobre la cual investiga.

El investigador entra a formar parte de la organización como empleado (practicante) del área de selección y desarrollo de personal, donde además de esta investigación desarrollaba otros proyectos.

Y del tipo indirecta: como las encuestas de actitud, encuesta en la cual se indaga sobre las opiniones respecto a las condiciones laborales, la supervisión, y las políticas de personal.

Y las entrevistas, realizadas con el personal directivo y de mandos medios con el fin de buscar las necesidades y disponibilidad de la organización para tal investigación.

CAPITULO II DETECCION DE NECESIDADES

Tema 1: concepto y alcances de la detección de necesidades

Las necesidades denotan cualquier diferencia cuantificable entre un ser y un debe ser, entre el rendimiento exigido por un puesto y el de las personas que lo ocupan; o bien, entre el rendimiento debido y el previsible de las personas van ocupar el puesto.

tema 2: clases de necesidades:

1. desde el punto de vista de amplitud: necesidades de la empresa (organizacionales), necesidades de un área (ocupacionales), Necesidades de un trabajador(individuales)
2. desde el punto de vista temporal: necesidades urgentes, necesidades a corto plazo, necesidades de desarrollo a largo plazo
3. desde la perspectiva de raíces y orígenes de los problemas: necesidades de conocimientos, necesidades de carencias, necesidades por carencias, necesidades en el renglón de salarios
4. de acuerdo con la naturaleza de las carencias: necesidades de capacitación humanística y de capacitación técnica

tema 3 propósitos y tareas

la detección de necesidades se encamina a:

- proporcionar bases para nuevos planes y programas en toda la compañía y en sus diversos sectores.
- Revisar y mejorar planes y programas ya existentes
- Identificar las discrepancias entre el debe ser y el ser
- Definir si las necesidades son de capacitación o específicamente de adiestramiento.
- Definir las prioridades de acuerdo con la importancia y urgencia de las necesidades.

Tema 4: Metodología y técnicas:

Hay que partir de los síntomas ya que por definición, aún no se conocen los verdaderos problemas y mantener clara la distinción entre los síntomas y los problemas.

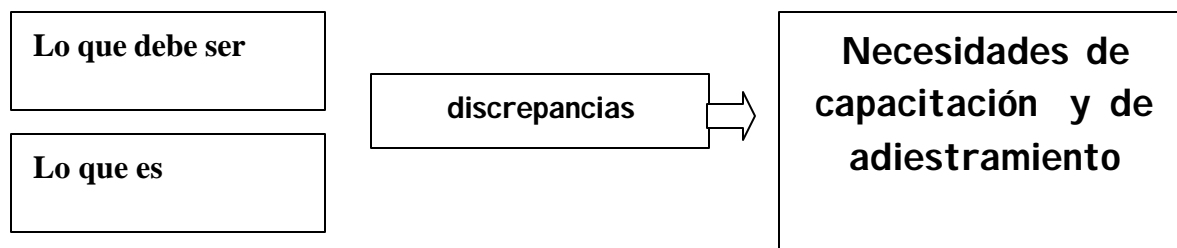
Se elaboran las herramientas para recabar la información recibida. Dichas fuentes y/o herramientas se pueden ilustrar así:

- inventario de recursos humanos
- inventario de habilidades de los distintos sujetos,
- registros de observación directa
 - tarjetas de opinión
 - encuesta a través de cuestionarios.
 - Entrevistas
 - Examen de ambiente laboral y físico y de recursos humanos.
-

Tema 5: recolección e interpretación de datos:

Las posibilidades de clasificación pueden ser:

- estructuras afectadas
- personal afectado
- actividades que exigen capacitación
- problemas de fácil solución y problemas difíciles.



Tema 6: Informe Final

Normalmente se somete a la dirección General para su ratificación y rectificación.

Este informe cubre los siguientes puntos:

1. introducción.
 2. la problemática
 - a. enumeración de los problemas
 - b. tipificación de los mismos
 - c. análisis causal
 - d. jerarquización
 - e. ámbito de repercusión: población afectada, resultados afectados.
 3. actividades que piden capacitación
 4. plan general de la misma
- objetivos

- insumos
- costos etc.

tema 7: objetivos de capacitación y desarrollo:

estos objetivos estipulan claramente los logros que se desean y los medios de que se dispuso. Deben utilizarse para comparar contra ellos el desempeño individual

- elevar el nivel de eficiencia y satisfacción del personal a través de la actualización y perfeccionamiento de los conocimientos y habilidades.
- Lograr una elevación de la cantidad y calidad del trabajo , así como en la superación personal y en el mejoramiento del nivel socioeconómico de los individuos
- Disminuir y hasta eliminar , los problemas de falta de conocimientos , habilidades o actitudes del personal.
- Disminuir las inasistencias y los retardos , los errores , la cantidad y costo de desperdicios , los accidentes y las enfermedades profesionales.

Tema 8 Políticas de capacitación:

En general la capacitación será un sistema permanente y continuo orientado a:

- - preparar el personal de nuevo ingreso, a fin de proporcionarle la información necesaria para que conozca la organización a la que acaba de ingresar.
- favorecer la adaptación del personal siempre que haya algún cambio de equipo o procedimiento.
- Preparar a los interesados cuando haya que cubrir vacantes de nueva creación o promover a algún trabajador.
- Permitir al personal idóneo y preparado de la organización , impartir los cursos de capacitación y en casos especiales la contratación de instructores externos.

Tema9: Estructura orgánica funcional:

Con el fin de cumplir de forma eficiente con las actividades que implica sistematizar la capacitación , es indispensable contar con un área administrativa , que integrada a los objetivos, políticas y necesidades de la organización , sea responsable de planear, organizar y controlar la función de capacitación y desarrollo de la misma.



1. PLANEACIÓN Y PROGRAMACIÓN: tendrá a su cargo: la detección de las necesidades de capacitación mediante el análisis de los problemas que afectan a la organización y la determinación de los que se resuelven con capacitación y adiestramiento, la elaboración de planes y programas de capacitación con base en el diagnóstico de necesidades, implica también decidir acerca de la forma en que la capacitación se va a realizar.
2. OPERACIÓN Y REGISTRO: Organizar los cursos o eventos de capacitación, diseñar e implementar mecanismos de registro de los eventos y del personal capacitado.
3. EVALUACIÓN: Realizar el análisis objetivo de los resultados obtenidos con la capacitación. Habrá que revisar desde la detección de necesidades, el cumplimiento de los objetivos, la organización de los cursos, el grado de aprendizaje de los participantes y su aplicación al trabajo, así como la contribución a la solución de problemas organizacionales.

CAPITULO III : PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN.

Las fases del proceso

- identificación y definición de las necesidades manifestadas.
- detección de las necesidades encubiertas.
- Fijación de objetivos a partir de las necesidades
- Elaboración de un plan general de capacitación
- Organización de los eventos de capacitación
- Seguimiento

Tema 1: estructuración de los contenidos:

INFORMATICA: Modulo 1: Sistema operacional D.O.S., Modulo dos; procesador de texto Word perfect, Módulo tres; Hoja electrónica Lotus 1.2.3, Modulo 4 manejador de base de datos D'base IV.

SEGUROS: Modulo 1: seguro de personas, Modulo 2 Seguro de transportes, Modulo tres Generalidades de reaseguros, Modulo 4: Reaseguro proporcional, Modulo 5 Reaseguro no proporcional, modulo 6: Situación actual del mercado reasegurador, seguro de vida por grupo, seguro colectivo de vida laboral, seguro colectivo de accidentes personales ,seguro de vida infantil, indemnizaciones.

CAPITULO IV: ACTIVIDADES DIDÁCTICAS : TÉCNICAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE:

tema1: Participación:

La participación alienta al aprendiz y posiblemente, permite que participen mas sentidos lo cual refuerza el proceso, como resultado de la participación se aprende de manera más rápida y se puede recordar lo aprendido durante más tiempo

Tema 2: repetición:

Aunque no es considerada entretenida la repetición deja atrasos mas o menos permanentes en la memoria

Tema 3 relevancia:

El aprendizaje recibe gran impulso cuando el material que va a estudiar tiene sentido e importancia para quien va a recibir la capacitación.

Tema 4: transferencia:

a mayor concordancia del programa de capacitación con las demandas del puesto corresponde mayor velocidad en el proceso de dominar el puesto y las áreas que conlleva.

Tema 5 . retroalimentación:

Proporciona a las personas que aprenden información sobre su progreso . contando con retroalimentación, los aprendices motivados pueden ajustar su conducta de manera que puedan logra la curva de aprendizaje más rápida posible.

Tema 6: materiales de apoyo:

Cumple varias funciones en el proceso:

- explicar, demostrar ilustrar
- dar realce y colorido a la información
- facilitar la comunicación del instructor con los participantes y de los participantes entre sí.
- Acercar a los participantes lo más posible a la realidad y llevar esta a ellos.

Los materiales mas comunes y que gozan de mayor popularidad se dividieron en tres apartados.

- visuales.
- Auditivos
- Audiovisuales
- Informática
- Seguros

Tema 7:instrumentos de evaluación:

Un instrumento de evaluación es una serie de reactivos que llevan al participante a emplear la información , las habilidades y las actitudes aprendidas para la solución de determinados problemas.

Instrumentos a los cuales se puede acudir:

- pruebas de práctica: para demostrar destrezas y habilidades psicomotrices
- escalas estimativas: para evaluar actitudes y conductas
- pruebas verbales: las de selección de falso y verdadero, selección múltiple, correspondencia de reactivos colocados en dos columnas paralelas pero no frente a frente, complementación, frases incompletas y preguntas abiertas etc.

CAPITULO V : ORGANIZACIÓN DE EVENTOS:

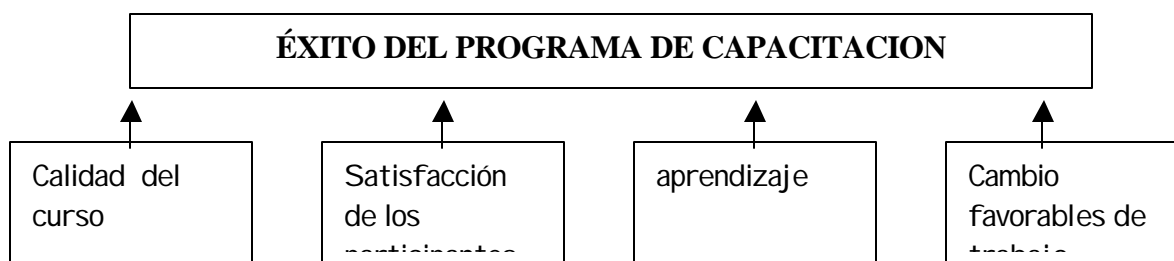
La organización es el puente entre la planeación y la programación por un lado, y la realización por el otro, los principales casos a considerar son los siguientes:

1. con respecto a los participantes
2. con respecto al ambiente físico
3. con respecto a la duración
4. con respecto a los instructores

5. con respecto a los costos
6. con respecto a la comunicación
7. con respecto a la atención durante el evento

tema 1 : evaluación:

SIGNIFICADO Y ALCANCES: proporciona información acerca de : la calidad del diseño de la organización y del desarrollo de cursos, el cumplimiento de las expectativas de los participantes y su opinión acerca de los eventos, el grado de conocimiento adquirido , el incremento en el nivel de habilidades y /o la generación de cambios de conducta y de actitudes.



EL DISEÑO ADMINISTRATIVO: el procedimiento de evaluación del programa de capacitación consiste en determinar desde el punto de vista metodológico y normativo , qué es lo que debió hacerse considerando todos los elementos que conforman el diseño y la organización de los cursos, así los evaluadores comparan lo que debió hacerse contra lo que hizo por ejemplo:

- diagnóstico de necesidades
- objetivos del curso
- contenido del curso
- técnicas de aprendizaje utilizadas
- medición del aprendizaje
- materiales
- aulas
- selección de los participantes
- comunicación del evento

APRENDIZAJE:

Cognoscitivo: debe ser elaborado por el capacitador teniendo en cuenta que el cuestionario incluya preguntas de selección múltiple, selección múltiple con múltiple respuesta, preguntas de apareamiento, lectura comprensiva, preguntas de análisis de relación, preguntas de información suficiente, preguntas para completar, preguntas de falso y verdadero, preguntas abiertas o de exposición.

Conductual: esta evaluación es hecha por los jefes directos de las personas capacitadas, se hace con una periodicidad trimestral

La utilidad de la información depende también de la oportunidad con que se de y de las alternativas de acción que se propongan para resolver los problemas identificados .

tema 2: Promoción de la capacitación:

SITUACIONES ESTIMULANTES Y PROMOTORAS:

Una elevada estima de la capacitación entre el personal en general es el resultado automático de la seriedad y profesionalismo de los instructores y de los administradores de capacitación.

Otro factor es la importancia y categoría que dentro del organigrama de la empresa se de al personal de capacitación.

METODOLOGÍA

Información directa del sitio de trabajo, investigación bibliográfica, encuestas , consulta y asesoría de expertos.

CONCLUSIONES

No Presenta Conclusiones

BIBLIOGRAFÍA

- Se destacan 15 notas bibliográficas destacando temas como: administración de personal y recursos humanos, técnicas de marketing político, preparación del personal competente, marketing de servicios, estrategias, administración, administración de la capacitación, capacitación y desarrollo del personal

ANEXOS:

El presente trabajo de grado presenta la siguiente lista de anexos :

ANEXO A. Encuesta de capacitación

ANEXO B cuadro de tabulación para encuestas de capacitación

ANEXO C: estimativo de costos

ANEXO D: cuadro resumen capacitación en seguros

ANEXO E: certificado de asistencia

ANEXO F: modelo hoja avanzada

ANEXO G: copia de memorando

ANEXO H: cronograma de actividades capacitación 1994

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA
082

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS

TITULO: MANUAL DE LA ALUMNA DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO

AUTOR: LUQUE, Beatriz Adriana.

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Bogotá 1995, P.P.375, no presenta pie de paginas.

PALABRAS CLAVES: CALIDAD DEL SERVICIO, CLIENTE, ASEO, MANTENIMIENTO, MAQUINARIA, TECNICAS DE LIMPIEZA.

DESCRIPCIÓN: Este trabajo tiene como objetivo ubicar a la alumna en su sitio de trabajo para que adquiriera seguridad e ilusión por el servicio a prestar. También pretende dar conocimiento en forma teórica y practica lo referente al servicio. Estimular la capacidad de observación, memoria, iniciativa por medio de los ejercicios y autoevaluaciones.

METODOLOGIA: No presenta.

FUENTES: No presenta.

CONTENIDO: Este trabajo esta conformado de la siguiente manera:

INTRODUCCIÓN

Los procedimientos para limpiar varían en los diferentes países debido a sus diferentes características geográficas, culturales, económicas y de desarrollo mundial, por lo cual es importante establecer en cada lugar el que parezca más eficaz y rentable económicamente, a la vez que se preocupa por mantenerlo al día con los nuevos sistemas, productos y demás elementos que aparezcan en el mercado.

El presente manual está diseñado para la capacitación en el área de aseo y mantenimiento de las alumnas del Centro de Educación Familiar la Casona que realizan sus practicas en el centro de convenciones Torreblanca, aunque gran parte de su contenido es aplicable a cualquier Institución de Servicios haciéndole las adaptaciones del caso: inducción y características de las Instituciones que conllevan un modo determinado de prestar un servicio.

CAPITULO I: INDUCCION

Tema 1: la Calidad del Servicio

Actualmente, las empresas manufactureras y de servicio en el mundo han comprendido que para posicionarse y permanecer en el mercado es necesario que sus organizaciones involucren los conceptos de calidad y de servicio.

Para competir con productos o servicios similares se debe tener:

Buen diseño

Alguna característica especial por la cual el producto o el servicio sea superior al de la competencia.

Buena Apariencia

Originalidad y cierta exclusividad.

Tema 2: la Calidad

La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave. Es tener el deseo, la decisión y los conocimientos necesarios para hacer las cosas bien.

La calidad tienen que ver con el hecho de que los clientes queden satisfechos con el uso del producto o del servicio; es un estilo de vida, una nueva cultura organizacional, entendiendo por cultura la forma de pensar y los modelos de comportamiento que la gente adopta respecto a la manera de desarrollar su propio trabajo; por esto toda empresa debe hacer que cada uno de los miembros que la componen conozcan, entiendan y participen de la misión y de la visión propuesta.

Lograr prestar un servicio de calidad implica:

Cambio de mentalidad.

Nueva visión.

Claridad en la misión del servicio.

Establecimiento de métodos de trabajo, evaluación y control.

Trabajo en equipo.

Alcanzar un nivel de excelencia.

La calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental de compra. Siendo este el factor que crea la competencia entre las empresas.

“la calidad del trabajo depende de la calidad del personal: la calidad es un estilo de vida”.

Un principio de calidad es hacer las cosas bien desde el principio y terminarlas bien.

Tema 3: Servicio

Servicio es toda actividad encaminada a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

Las características del servicio son:

Intangibilidad: que no puede ser percibido por los sentidos antes del consumo.

Inseparabilidad: depende de la persona o maquina que lo presta, es decir que es simultaneo a la producción y el consumo.

Peracibilidad: se da en el momento en que se solicita y luego desaparece es decir cuando es oportuno prestarlo.

Variabilidad: depende de quien y cuando lo preste.

Los Momentos de Verdad: son aquellos instantes en que el cliente entra en contacto con la empresa y capta lo que la empresa ofrece. Si el encuentro con la empresa es agradable las personas vuelven, si es tratado inadecuadamente las personas no regresan y se van molestas y diciéndolo a muchas otras que vayan a otras empresas y no a esa.

Tema 4: El Cliente

El cliente es para quien de trabaja, es la razón de existir de toda empresa de productos o de servicios; si no hay clientes no hay demanda y si no hay demanda lo que ofrecemos nadie lo va a comprar ni recibir. Todos somos cliente porque todos compramos distintos productos y servicios. Toda empresa para existir necesita de unos clientes o personas a quienes les pueda vender sus productos o servicios satisfaciéndolos y obteniendo la ganancia que espera.

Dentro de una empresa concreta podemos hablar de dos tipos de clientes:

Cientes Externos: consumidores finales, quienes compran un artículo o pagan un servicio.

Cientes Internos: todos y cada uno de los que trabajan en una misma empresa o institución.

Para que un programa de servicio tenga éxito en la organización, se debe ganar el compromiso de la gente que finalmente controla su éxito; la gente que trabaja en la línea de contacto con el público. El compromiso requiere que estas personas:

Entiendan el objeto y la necesidad de lograrlo.

Crean en el programa y piensen que vale la pena.

Crean que encierran la posibilidad de tener éxito.

Crean que personalmente valdrá la pena para ellos.

Estos criterios indican que es preciso conseguir su compromiso

Tema 5: Pecados del Servicio

Después de estudiar una gran información sobre el descontento de los clientes, he identificado siete categorías de factores de queja, que los llamo los siete pecados del servicio que son:

Apatía: simplemente manifestar una actitud de no importarle nada a la persona con quien se hace el contacto.

Desaire: tratar de deshacerse del cliente no prestando atención a su necesidad o problema.

Frialdad: una especie de fría hostilidad, antipatía o impaciencia con el cliente.

Aire de Superioridad: tratar al cliente con un aire de protección.

Robotismo: es cuando el trabajador esta totalmente mecanizado hace que el cliente cumpla el mismo programa con los mismos movimientos y sin ninguna muestra de afabilidad.

Reglamento: colocar las reglas organizacionales por encima de la satisfacción del cliente.

Evasivas: se da al cliente excusas como: "Nosotros no hacemos eso acá".

Tema 6: La Calidad en el Servicio de Aseo y Mantenimiento

Este servicio se presta en todas las instituciones que existen aunque no en todas se piensa en calidad. Para que un servicio sea con calidad debe cumplir con condiciones:

Ofrecer lo que promete.

Satisfacer a quien lo recibe.

Satisfacer a quien lo presta.

Para lograr estas tres condiciones es de suma importancia que quien presta el servicio:

Lo sepa hacer

Le guste hacerlo

Tenga lo necesario para hacerlo.

Lo haga bien siempre.

Este abierto a recibir sugerencias e indicaciones, que este dispuesto al cambio.

En cuanto al aseo se podrían enumerar algunos detalles que darían calidad:

Llevar todos los productos necesarios a la zona que se va a limpiar, así se evitara la perdida de tiempo al tener que regresar por ellos o que se queden cosas o lugares sin limpiar.

Mirar en todas direcciones especialmente en rincones, zonas altas o detrás de muebles.

Dejar todo como lo indiquen los planos o la supervisora del lugar.

Dar aviso de cualquier anomalía a la supervisora.

Si el tiempo destinado a la limpieza es escaso tener un horario personal sobre el ya asignado para llegar a todo en un periodo determinado de tiempo.

TEMA II: GENERALIDADES DEL CENTRO DE CONVENCIONES TORREBLANCA

Tema 1: Ubicación

Torreblanca es un conjunto de edificios estilo colonial. Situado en Silvania, municipio del departamento de Cundinamarca a 72 Km. de Bogotá. Han sido construidos con el fin de albergar por espacios limitados de tiempo a grupos de personas que asistirán a diferentes actividades de tipo cultural, doctrinal, deportivo, profesional etc.

Tema 2: Estructura

El conjunto Torreblanca consta de 6 edificios o pabellones independientes entre si, diseñados para atender diferentes actividades, estos edificios son:

Torreblanca: pabellón de convivencia y retiros para personas adultas.

Atarraya: Pabellón de convivencia y retiro para jóvenes.

Farallón: pabellón de convivencia para varones adultos y vivienda de los sacerdotes que atienden las actividades.

Casona: Administración.

Centro de Educación Familiar la casona: colegio

Pabellón Casona: pabellón de convivencia para gente joven y especialmente para las alumnas del colegio y personas que participen en las actividades de la labor social.

Tema 3: Organización

El centro de convenciones Torreblanca no es un hotel no tiene animo de lucro, no busca obtener ganancias, procura brindar el mejor servicio en un ambiente de familia a todas las personas que acuden a el por diferentes motivos.

Como cualquier entidad que desea trabajar bien tiene la organización necesaria para alcanzar sus objetivos:

Prestar al centro de convenciones los servicios de:

- Recepción, alimentación, aseo y mantenimiento, lavandería y oratorio.

Capacitar con la mayor altura profesional a las alumnas que realicen las practicas de administración en el centro.

Ofrecer cursos de capacitación de administración del hogar en el centro de educación familiar la casona.

Todas las empresas se pueden organizar por:

Funciones: los encargos que tienen los empleados que trabajan en ella.

Departamentos: dependencias que se encargan de servicios concretos.

Tema 4: Horarios

Los servicios básicos de alimentación y limpieza son los que determinan la coordinación de los horarios entre la administración y la residencia.

Tema 5: Oratorios

Como cada pabellón dispone de un oratorio Capilla y requiere una atención especial se cuenta con dos personas que se encargan de disponer de lo necesario. Es un departamento del conjunto Torreblanca. El ambiente de trabajo del centro de convenciones es de familia, están previstos dentro de los horarios de la casa unas reuniones de familia para descansar o ver asuntos de trabajo.

Tema 6: Planos

La arquitectura es el arte de proyectar o construir edificios; el método de construir caracterizado por ciertas peculiaridades; el arte de estructurar un espacio dentro del

espacio en función de las necesidades materiales o espirituales del hombre y también ordenar el espacio que estas construcciones se levantan o de manera general.

Para que el hombre pueda idear estos proyectos y plasmarlos en un bosquejo de modo gráfico; para esto utiliza los llamados planos, nombre que reciben por ser dibujos en una superficie plana.

Respecto a la construcción de casa o edificios se hacen planos de distintas clases:

- Planos eléctricos: para ubicar cajas de luz, tomas, suiches.
- Planos Hidráulicos: para ubicar tuberías, cajas de desagüe.
- Planos de Decoración: Para ubicar donde quedan los muebles y accesorios.
- Planos de Ubicación: donde estarán ubicados las distintas zonas del lugar: Cocina, Habitaciones, Sala etc.
- Planos a mano Alzada: donde se ubica la construcción dentro de las zona geográfica determinando los puntos cardinales y las zonas que lo circundan.
- Planos de Cortes Transversales: muestran una de las partes de lo que esta haciendo, se ven las cosas con detalle.

TEMA III: PERSONAL

En Torreblanca por ser un ambiente familiar se evitan las rigideces, medidas drásticas, infinidad de controles; se piensa más en cada una de las personas que viven y trabajan en la institución o se benefician de ella y por esto se procura dar la educación e el entrenamiento necesario para el desempeño de todos los trabajos de la administración.

- Entrenamiento: es la instrucción y el ejercicio encaminados al desarrollo de alguna habilidad en especial que permite desempeñar bien una determinada tarea.
- Educación: en la instrucción que se recibe para el desarrollo de la inteligencia la cual va a permitir comprender lo que las cosas son y porque son de esa manera.

Todo personal operativo rotan cada dos meses por los diferentes servicios con el fin de estar en capacidad de desempeñar cualquier trabajo en el momento que se necesite. En cuanto a las monitoras se procura que estén la mayor parte del tiempo dirigiendo los trabajos en los cuales son expertos.

Funciones:

Personal	Funciones
Directivas	Planear Organizar Dirigir Controlar Capacitar
Supervisores	Asignar las Labores. Supervisar el desempeño de labores

Monitoras	Jefes de servicio: Capacitar a la ayudantes Enseñar a la alumnas Enlace entre las directivas Y el personal operativo.
Ayudantes	Apoyar a la Monitora Enseñar a los alumnos Ser el enlace entre los monitores y las alumnas.
Alumnas	Estudiar Realizar las practicas En los distintos servicios.

Tema 1: Presentación Personal

En la institución se utilizan dos tipo de uniformes uno para las directivas y supervisores (bata blanca, zapatos bajitos de cualquier color, medias veladas de cualquier color, gorro o pañoleta blanca para tender los servicios de cocina) y supervisoras y otros para monitoras y alumnas (Bota roja, delantal blanco, zapatos negros sencillos, de tacón con zuela de caucho y medias de color piel).

Tema 2: Perfil del Personal de Aseo y Mantenimiento

Conocimientos específicos de esta área:

- Carpintería
- Tapicería
- Fontanería
- Electricidad
- Pinturas
- Decoración.

Destrezas y Habilidades

- Agilidad
- Iniciativa
- Observación
- Delicadeza
- Habilidad manual
- Saber trabajar en equipo.

Los trabajos de mantenimiento si son sencillos los realiza el personal durante el tiempo destinado al aseo, si son de mayor calibre los realiza la jefe de mantenimiento con la alumna respectiva dentro del horario del servicio y si son especializados los realiza el jefe de mantenimiento.

CAPITULO II: FUNDAMENTOS DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTEMINIEN TO

Tema 1: Generalidades

Misión: proporcionarle a los residentes un ambiente limpio, acogedor y en buen estado que les facilite las condiciones necesarias para estar en disposición de asimilar lo que reciben en la actividad a la cual están asistiendo.

Visión: Torreblanca como Institución de Servicios no pretende competir con otras, su visión va más allá: busca incentivar al personal a que se rete a sí misma a mejorar continuamente, estudiando los nuevos productos, equipo y técnicas de aseo y mantenimiento que van saliendo al mercado y hacer que se brinde cada vez un mejor servicio de mayor calidad.

Noción : el servicio de aseo y mantenimiento es aquel que se encarga de mantener en buen estado todos los materiales de las instalaciones físicas – interiores y exteriores y todos los artículos decorativos al quitar la suciedad sin deteriorarlos, buscando una mayor duración y ambiente acogedor.

Importancia del Servicio: el servicio de aseo y mantenimiento es esencial en todos los tipos de instituciones, para proporcionar a los usuarios el bienestar que desean y requerir obteniendo así la fama necesaria para conservar y adquirir cliente.

Tema 2: Organización

El departamento de aseo y mantenimiento se divide en dos secciones: aseo y Mantenimiento.

Aseo: hay una persona encargada de dirigir el personal en cada pabellón y todo lo que vea conveniente hacer o decir respecto a la prestación del servicio lo informa el consejo de dirección que es que da las pautas generales de funcionamiento.

Mantenimiento: los trabajos de esta sección están divididos según su complejidad y tiempo que requieren; por este motivo se cuenta con personal femenino y masculino que dependen de jefes diferentes y estos a sus vez dependen directamente del Consejo de Dirección.

Las Funciones del Personal Femenino Son:

- Realizar los arreglos que sean delegados por su respectiva jefe.
- Estar disponibles para realizar en otro servicio cuando se requiera.
- Efectuar limpiezas periódicas según el plan de trabajo.
- Hacer arreglos de mesa los días que se tengan previstos por fiestas especiales.
- Ayudar a la confección de aperitivos.

Personal Masculino:

Realiza los trabajos de: fontanería, carpintería, electricidad, pinturas, arreglos de jardinería, vigilancia y todo aquello que no pueda realizar el personal femenino; tiene un tiempo de dedicación ocho horas.

Hay temporadas al año en que no se cuenta con personal suficiente en la institución por diferentes actividades de capacitación que se realizan, por este motivo se delega en el personal masculino la mayor parte de los arreglos.

Funcionamiento: todas las personas que operan en la institución o participan en distintas actividades pueden dejar fichas de arreglo que directamente se recogen y entregan al jefe de mantenimiento.

El jefe de mantenimiento clasifica los distintos arreglos según su índole: Fontanería, carpintería, electricidad, pinturas, tapicería, etc. El jefe supervisa todos los arreglos cualquier reclamo o advertencia se hace a través del jefe respectivo.

Tema 3: Características de la Región

La región donde está ubicado el conjunto es una zona de clima templado 23° y 60% de humedad lo que coacciona: olores de humedad, daños de pinturas de paredes, aparición de moho continuamente en ropa, madera, y gran cantidad de polvo.

De acuerdo a estas características y al fin propio de las instituciones se utilizaron materiales de construcción concretos que dan a la vez el toque colonial querido.

Tema 4: Recomendaciones

- La empresa es suya: este al día en lo que el mercado ofrece en cuanto productos, equipos y técnicas de limpieza colaborando así a una mejor prestación del servicio.
- Llame a las cosas por el nombre.
- Cuide y los daños serán menores.
- Elabore una ficha de arreglos con los datos necesarios y déjelo a la jefe de mantenimiento.
- Trabaje siempre bien.

Tema 4: Cuartos de Aseo

Ubicación: todos los pabellones tienen un número suficiente de cuartos de aseo ubicados en lugares cercanos a las distintas zonas o áreas de aseo. Los cuales sirven para almacenar diferentes utensilios y productos que se emplean en la limpieza.

Torreblanca tiene cinco ubicados en:

En el piso de abajo: aulas de estudio lugar destinado a la lencería.

Primer piso de habitaciones.

Segundo piso de habitaciones

Zona social

Zona de escudos.

Atarraya tiene cuatro ubicados en:

Primer piso de habitaciones

Segundo pisos de habitaciones

Zona social
Ermita

Farallón tiene tres ubicados en:
Primer piso de habitaciones
Zona social
Segundo piso de habitaciones.

Tema 5: Oratorios

Todos los pabellones tiene su propio oratorio que aunque independiente se comunican entre si para su atención pro parte de la administración. Se puede que comprende un zona especifica y tiene sus propios cuartos de limpieza.

Tema 6 Organización

- Cada cuarto de aseo esta enchapado en baldosín blanco lo que facilita la higiene.
- El lugar de cada objeto esta marcado facilitando el orden.
- Cada cuarto de limpieza tiene todo lo necesario para realizar la limpieza diaria de las respectivas zonas.
- Para la limpieza periódica o extraordinarias se tienen solo los productos necesario en uno de los cuartos de limpieza.

Tema 7: Manejo

- Todo personal tiene acceso a los cuartos de limpieza y son responsables de su perfecto estado y de avisar cuando se necesite cualquier producto o implemento.
- Después de utilizar los productos y utensilios se deben dejar nuevamente limpios y en su lugar.
- El personal que limpia los baños utiliza un bolsa las canecas distintas a la que utilizan las habitaciones para los papeles.
- Las bolsas de basura utilizadas para las papeleras de las habitaciones son costosa, por eso deben utilizarcen completamente.
- Utilice cada producto para lo que es así será eficaz su trabajo y evitará desperdicio del producto o daño del material.
- Cada curto de limpieza tiene una cuerda sobre la poceta donde se cuelgan las toallas utilizadas.

Tema 8: Suministros

- En cada pabellón se designa una persona encargada de hacer los pedidos correspondientes a todos los cuartos de limpieza.
- Se hacen los pedidos una vez por semana utilizando una ficha de pedido.
- Cada cuarto de limpieza tiene un stock los pedidos se hacen con base a el.

- Los productos líquidos se reparten en su mayoría en frascos de spray, esto facilita su transporte.
- Si se necesita un elemento y no se encuentra la jefe de almacén se acude al consejo directivo.

Tema 9: Recomendaciones

El orden da serenidad y gusto por el trabajo.

Lleve con usted una libreta y con que escribir: anote todo aquello que le llame la atención.

Utilice los formatos de control de arreglos y todos aquellos que en su momento se vayan implantando en el servicio.

La comunicación escrita y el trabajo en equipo son piezas fundamentales en el éxito en todo trabajo.

Tema 10: Equipo

Se denomina equipo del servicio de mantenimiento y aseo a: Maquinas, Utensilio y Productos.

Maquinas: en el servicios de mantenimiento se usa primordialmente la brilladora y la aspiradora.

Brilladora: transforma la energía electiva en energía mecánica, trabaja por fricción o rozamiento.

Partes que la conforman: Motor, banda de caucho, barra de movimiento, Pedal de encendido, manija de transporte, gancho de cable, sujetadores de cable, accesorios. Nunca se debe usar sin barre, los cepillos duro se utilizan para lavar y encerar.

Aspiradora: tiene como fin provocar una depresión en una cámara o deposito que causa una corriente de aire, canalizando por una boquilla las partículas de polvo. Esta compuesta por: Motor, ventilador, tubo de aspiración, saco filtro, boquilla o tobera. Existen diferentes tipos:

- Abierta: simple tubos de mental rectos o acodados destinados a absorber.
- Blandas: sirven para limpiar superficies duras como suelos, muebles, paredes.
- Duras: para limpiar superficies blandas como alfombras, tapicería, ropa etc.

Utensilio:

Escobas, se usan para barrer una gran cantidad de superficie. Las hay de diferentes clase depende del material que estén hechas: Ramas, crin de caballo, plástico.

Cepillos: se usan para lavar gran cantidad de pisos. Están hechos de: Fibras vegetales, crin de caballo, plástico.

Traperos: se usan para secar un piso, brillado, esparcir productos. Se deben utilizar bien escurridos.

Baldes y cocas: son recipientes a los cuales se les puede dar diferentes usos, a manera de transportar detergente, jabón de baño, sacudidores, trapos para limpieza.

Canecas de basura: se usan para recoger todo tipo de mugre. Deben tener tapa y una abertura suficientemente grande para que no se riegue la mugre.

Recogedores: se usan para recoger la basura.
 Mechudo: se usan para arrastrar la mugre y el polvo de los pisos.
 Regaderas: se usan para regar las plantas de jardinería o en materas.
 Plumeros: se usan para quitar el polvo de los techos y paredes en general.
 Estropajos: se pueden emplear para limpiar cualquier tipo de material.
 Esponjas: se usan para limpiar cualquier superficie. No atacan ningún tipo de material.
 Esponjillas: se usan para la limpieza de baterías de cocina.
 Cera: es una sustancia sólida blanda, se usa para dar brillo y para proteger del desgaste, especialmente a la madera y al cuero. Las clases de cera son: sólida, líquida, emulsionada.
 Desinfectantes: son productos usados para destruir los organismos que causan infecciones o las enzimas productoras de putrefacciones.

Que significa diluir un producto: significa agregar un disolvente (agua, tinner, varsol) según lo indiquen la instrucciones.

Tener en Cuenta:

El uso de los desinfectantes previene las enfermedades.
 El varsol se debe esparcir en dirección de la madera y en cantidad moderada.
 Encere después de que halla secado el varsol.
 Aplique el ACP en poca cantidad y esparza bien para evitar accidentes.
 Para almacenar los productos de limpieza estos deben tener un rotulo con el nombre y sus instrucciones.

Tema 11: Tecnicas de Limpieza

Proceso General:

Lleve todo el equipo que se va a requerir para realizar la limpieza asignada.
 Deje la puerta del lugar a limpiar abierta.
 Prenda las luces para revisar el estado de los bombillos.
 Deje ventilar bien el lugar.
 Recoja todo aquello que se va a llevar.
 Coloque las cosas en su sitio y como estaban.

Proceso de Limpieza Básicos:

Barrido: utilice la escoba más adecuada para el piso, mueva la escoba de derecha a izquierda, barriendo hacia delante o hacia un lado de lo contrario se hacharía la mugre encima. Recoja la basura con el recogedor cada cierta distancia.
 Trapeado: llene los baldes con agua caliente y añada el detergente. Si va a utilizar un germicida utilice un trapero diferente. Comience por el punto mas alejado de la puerta y moje el trapero con la solución.

Encerado: luego de que el piso este limpio y seco aplique la cera, con trapero, con brilladora o con mechudo.

Billado: coloque los cepillos a la brilladora, muévela de izquierda a derecha siguiendo el movimiento de esta. No lo haga de arriba hacia abajo para no forzar la maquina.

Aspirado: coloque los accesorios que estén indicados según el lugar que se vaya a aspirar. Prenda y pase la aspiradora por el lugar seleccionado.

Procesos Periódicos

Pisos: son las superficies más grandes que hay que limpiar, y se ensucian por el rozamiento y por lo tanto su limpieza requiere especial cuidado.

PISOS DEL CONJUNTO TORREBLANCA

Piedra Natural

Mármol: son piedras calcáreas constituidas en su mayor parte por carbonato de calcio y una pequeña porción de magnesio, alúmina y peróxido de hierro que le dan el color. En la limpieza no se debe utilizar limón, vinagre, o ácidos, ya que estos forman una mancha que los se retira puliendo la piedra.

Piedra Bogotana: es un conglomerado natural cuyas partes se encuentran consolidadas. Es una roca silíceas. Tiene como característica rayar el vidrio y el acero y no producir efervescencia al ser tratada con ácido. Los patios se deben barrer directamente con agua.

Piedra Artificial

Piedra: como toda baldosa artificial esta formada por dos capas, una llamada "capa de Huella" que es la que queda al exterior desde se pisa, y una capa interior llamada "plantilla" hecha con mezcla de cemento y arena. Para la limpieza se recomienda darle cera líquida o sólida para mantenerlo brillante. Por experiencia el piso de la cocina acumula más grasa y mugre por el tráfico que tiene.

Gres: es una cerámica obtenida a partir del Gressite y de una pasta muy compacta hecha a base de arcilla natural. Es muy resistente al desgaste por ser excesivamente dura. Habitualmente este piso se barre, brilla o trapea y pasa bayeta. Con cierta frecuencia se debe lavar y estregar para sacar la suciedad que se haya acumulado.

Azulejo: son baldosines preparados con arcilla escogidas que se esmaltan por una de sus caras. Están destinados a proteger contra los efectos de la humedad. Hay que tener en cuenta que como son esmaltados no se ensucian con frecuencia. Diariamente se deben barrer y secar. Se deben estregar con agua y detergente una vez enjuagado se debe secar para darle brillo.

Granito: conglomerado artificial de cemento, yeso, gravilla o arena y agua. Es poroso debido a que retiene el agua y se va oscureciendo por esta razón hay que estregarla con frecuencia con agua detergente y cepillo. No se debe utilizar en esta limpieza jabones abrasivos.

Madera: es un material de origen orgánico que esta constituido por un conjunto de tejidos que forman los troncos de los arboles desprovistos de su corteza. La madera barnizada es mucho más sencilla de limpiar se debe barrer o pasar mechudo. En estos pisos es muy difícil quitar las manchas, pero también es difícil que penetren en la madera por tener todos los poros sellados.

PAREDES: generalmente antes del acabado con pintura, papel, la pared esta cubierta de yeso que es un buen soporte para cualquier tipo de acabado. A las paredes se les pasa un plumero fino todos los días. se ensucian fácilmente en los sitios donde están los interruptores. Para protegerlos se puede colocar una placa de cristal. Esta placa se puede quitar algunas veces para limpiar la pared y lavarlas con agua jabonosa. Cuando las paredes requieren lavado se debe utilizar una solución muy suave de detergente y limpiar con un trapo de algodón o esponja protegiendo el piso.

Paredes Empapeladas: es un acabado decorativo pero no muy resistente. Se puede limpiar con esponja humedecida en agua y con un poco de vinagre, se secan rápidamente con un trapo seco y blanco para que el papel no se reblandezca ni desagüe, sobre todo en las uniones.

Techos: parte superior que cubre un edificio o una habitación. Los techos de Torreblanca son lisos en las zonas de habitaciones y con vigas los demás. Los lisos diariamente hay que pasarles un plumero a toda la superficie especialmente en los rincones y uniones con las paredes para evitar las telarañas. Los techos con vigas son más difíciles y demorados de limpiar ya que hay que pasar el plumero por ambos lados.

Puertas: se debe quitar diariamente el polvo a toda la puerta y al marco y también a las partes que no se ven, en caso que halla que lavar toda la puerta se lavara en pequeñas zonas. Las puertas interiores enceradas hay que echarles una cera oscurecida o betún para darles brillo. Las puertas esmaltadas se lavan con agua jabonosa enjuagando muy bien. Se debe estar pendiente del estado de la pintura. Las puertas con laminas de acrílicos se debe estar periódicamente pasándole agua jabonosa con una esponja, ya que el acrílico tiende a negriarse. El Klinol es muy útil para evitar estas manchas o quitarlas. En las puertas de hierro se debe limpiar diariamente el polvo ya que esta zona es campo y hay muchos pájaros que ensucian el exterior.

Ventanas: son de doble hoja algunas de imposta (las de habitaciones de la administración). Su limpieza se realiza diariamente para quitarles el polvo con un trapo y las huellas que puedan haber. La parte alta se debe limpiar diariamente con plumeros. Periódicamente se debe utilizar limpia vidrios o agua con un pocos de vinagre.

Rejas: tiene como acabado pintura negra por lo tanto se debe utilizar un plumero para quitarles el polvo que acumula, brocha o pincel para quitar el polvo que se deposita. Las rejas en Torreblanca se deben pasar un plumero diariamente y con frecuencia utilizar brocha o pincel para quitar el polvo en los rincones. Periódicamente se debe aplicar kaobin o alguna sustancia grasa que lubrique y proteja la pintura dándole brillo.

Muebles: los muebles pintados solo requieren que se les quite el polvo con un plumero. Los muebles encerados se limpian con un trapo de polvo en caso de mucha suciedad se puede pasar un trapo humedecido en varsol para quitar posible aglutinación de polvo en

rincones. los muebles barnizados no deben recibir directamente el calor porque el barniz se resquebraja en este caso no utilice ceras, se puede pasar un trapo empapado en una mezcla en partes iguales de linón, un buen aceite.

Los muebles en cuero cada tres meses se les debe aplicar betún del color del cuero y frotar para darles brillo en caso de que tengan rasguños aplicar tinte. Los de cordobán se les quita el polvo y se están manchado con agua jabonosa o Klinol muy diluido.

Los muebles de cabuya se deben frotar con una toalla o cepillo humedecido en agua caliente y detergente y luego enjuagar y secar.

Los muebles en paja se les debe quitar el polvo y limpiar con gajos de limón al aire libre.

En caso de menajes se puede meter en maquina lavavajillas sin que sufran ningún percance y quedan perfectamente limpias y brillantes . en caso de maquinas y utensilios de cocina de suciedad pegada es necesario frotar con esponjilla. Las mesas, sillas, closets, bibliotecas y camas se debe limpiar con cierta periosidad el polvo en los travesaños, patas, aplicar un lustrador cada mes para evitar la formación del moho. En cuanto al colchón debe llevar un forro protector que se cambiara según su estado las cobijas de ordinario no hay que lavarlas pero si ventilarlas con alguna frecuencia.

Las fundas van forrando la almohada se deben lavar por lo menos una vez al año.

Los adornos pequeños de hierro, barro y cobre se les debe quitar diariamente el polvo y si el acabado es brillante se pasara periódicamente un liquido limpia metales o utilizar limón o sal si tiene un acabado oscurecido.

Lamparas: Se debe limpiar con la luz apagada. Las lamparas en el techo no hay que desarmarlas sino utilizar una escalera para limpiarlas y no moverlas. Los tubos de neón jamas se limpian estando puestos.

Los cuadros y los espejos se les pasa un plumero por el marco, el vidrio si tiene huellas se debe limpiar con liquido limpiavidrios.

Las alfombras: se aspiran preferiblemente si son de material delicado, en caso de presentar manchas limpiar con champú para tapetes siguiendo las indicaciones de la etiqueta. Si el tapete es sintético y presenta suciedad utilizar traperero exclusivo. Utilizar la maquina girando los discos hasta que este impregnado de solución, mover la maquina a una velocidad lenta.

Cortina: se limpian con un sacudidor o plumero, cepillo de cerda suaves, aspiradora con su aditamento en forma de cepillo, iniciar de arriba hacia abajo, sacudiendo primero la parte donde va la varilla o el riel y después el resto de la cortina. Las persianas se deben limpiar con un plumero o sacudidor, iniciando de arriba hacia abajo, se lavan con trapo remojado en solución de agua tibia y detergente.

TENER EN CUENTA

Utilizar los guantes en la limpieza para evitar contraer infecciones.

Dejar obrar los líquidos limpiadores sus tiempo necesario.

En los baños se debe secar muy bien todos los accesorios.

Utilizar cepillos pequeños para llegar a los borde uniones de baldosas y demás lugares de difícil acceso.

CAPITULO III : MANTEMINIEMTO DE EQUIPOS

Aspiradora : periódicamente se debe vaciar las bolsas que retienen el polvo, dependiendo del uso que tenga la maquina. Con esta función se prolongara la vida útil del motor.

Brilladora: se debe limpiar semanalmente si el uso es diario, se quitan lo cepillo y se limpian los muelles y los discos de los cepillos. después de quitar el polvo se puede pasar un trapo humedecido en gasolina o en varsol. Mensualmente se destapara el motor y se aspirara o para una brocha para sacar el polvo de los rincones. También se debe limpiar: el cable, la clavija de enchufe y cepillo.

Tema 1: Utensilios

Canastas: deben tener una base de cartón o plástico en el fondo evitando que las cosas se salgan. Diariamente después de la limpieza deben quedar todo completo limpio y ordenado dentro de esta.

Escobas: de deben guardar con las cerdas hacia arriba o colgadas, las de fibras naturales es mejor no mojarlas, el nylon, en cambio conviene lavarlas con agua tibia periódicamente.

Traperos: se pueden guardar en un lugar cerrado si están secos o bien escurridos, para evitar que se percurdan se deben lavar siempre después de usarlos.

Canecas: deben quedar siempre limpias, cerrada la bolsa y tapadas. Periódicamente lavarlas completamente y secarlas.

Recogedores: se deben guardar colgados verificando que no ocasionen golpe o enredos, siempre deben quedar limpios.

Tema 2: Arreglos y Reparaciones

No es conveniente tener demasiadas herramientas es preferible poseer las justas. Las herramientas y elemento de sujeción y colocación más empleados para realizar las pequeñas reparaciones son:

Serrucho: es una cierra de mango grande que sirve para todo uso, con el se puede cortar cualquier madera.

Martillo: el martillo de oreja es preferible porque sirve para sacar clavos, deben tener la cabeza de acero forjado y mango de madera de nogal.

Botador: se llama también embutidor de clavos y sirve como su nombre lo indica para introducir clavos sin cabeza.

Cepillo: tiene como objetivo reducir la madera a una dimensiones exactas dejándolas planas y listas para el acabado. Para trabajar bien importante que la cuchilla este afilada y bien ajustada.

Formones y Gubias: un formón es un instrumento que sirve para cortar pequeños trozos de madera, ayudándose por lo general con un martillo. Las Gubias son herramientas semejantes a los formones ordinarios pero con la hoja curva y vaciada. El corte que se hace en la madera es un arco de círculo y la gama de perfiles que podemos obtener es muy amplia.

Destornillador: sirven para introducir y sacar tornillos.

Metro: es un instrumento graduado en centímetros y milímetros y ofrece una absoluta fidelidad al tomar medidas.

Berbiqui: es un instrumento esencial para abrir agujeros en lugares que ofrecen mayor dificultad.

Taco de Lijar: se utiliza para cuando se ha cepillado o serrado madera.

Tenazas: instrumento de metal, compuesto de dos brazos articulados en un eje.

Alicates: tenacillas de puntas cortas y fuertes que se usan en varios oficios.

Llave Inglesa: instrumento de hierro que se ajusta a voluntad para adaptarla a la tuerca o tornillo.

Pela cables: es una especie de alicates preparado para pelar cables eléctricos.

Paleta de albañil: instrumento para albañilería, que sirve para echar el mortero o yeso.

Nivel de Burbuja de Aire: es una especie de regla que sirve para medir la liberación como para colgar cuadros o muebles.

Tema 3: Tipos de Clavos más Corriente

Clavos:

Cabeza Plana: clavo grande de uso general.

Puntas o alfileres: se utiliza en el trabajo de ebanistería o moldura.

Tachuelas: muy útiles para fijar alfombras y tejidos a la madera.

Tachuelas de tapicero: se usan para cubrir las tachuelas corrientes en el trabajo de tapicería.

Tema 4: Tipo de Tornillos más Corrientes

Los tornillos se fabrican en acero dulce y latón, cobre bronce y aluminio, el tamaño del tornillo esta determinado por el diámetro de su ajuste.

Clases:

Tornillo de rosca para madera: se emplean en carpintería en general, como bisagras de puertas y bisagras y herrajes.

Tornillo para madera con caperuza: para fijar espejos paneles y accesorios de baños.

Tornillo para madera de cabeza de lenteja: para fijar las chapas picaportes y otros herrajes decorativos.

Escarpias: se utilizan para colgar cuadros y espejos.

Cáncamos: también pueden ser de clavos o de tornillos.

Tema 5: Usos de la Electricidad

Sirve para producir calor en la estufa, tostadores, planchas y calentadores.

La electricidad es una corriente de electrones que va en una sola dirección desde un átomo hasta el siguientes.

La corriente alterna es la que cambia de dirección, una vez hacia un lado y otra hacia el otro. Nunca a las dos direcciones a la vez.

Las baterías tienen dentro sustancias químicas que hacen que los electrones se muevan.

Tema 6: Corto Circuito

Es cuando la electricidad toma un camino más corto para regresar a su lugar de origen debido al desgaste de la capa de aislante que cubre los alambres que hay dentro de los cables.

Tema 7: Peligro y Precauciones a Tomar en el Manejo de la Electricidad

La electricidad es peligrosa y en efecto, una corriente eléctrica partir de 60 a 70 Voltios puede producir accidentes mortales.

El peligro puede aumentar si:

Si la persona esta mojada o sudoroso, ya que el agua es excelente conductor de la electricidad.

La corriente entra por el brazo izquierdo puesto que es el que queda más cerca al corazón.

Son mujeres porque tienen la piel mas delgada que el hombre.

Tema 8: Arreglos sencillos

Dentro de los arreglos sencillos tenemos la verificación del funcionamiento de los bombillo, observar si hay luz, si hay corriente en las tomas, si esta bien ajustado, si esto funciona bien se procede al cambio. Enchufes, lavamanos, pueden presentar daños en los grifos y desagües.

Torcedura del eje del giro este trae como consecuencia el goteo constante debido que el eje torcido descuadra la posición normal de la zapata.

Con el desgaste de la zapata se presenta una salida de agua constante de acuerdo a la posición de la zapata. Si el daño esta dentro de la llave , gotea por el grifo.

Suciedad de la rejilla de la llave de paso: esta suciedad se acumula porque el agua trae residuos extraños, tapando la salida de agua. Se debe quitar la tuerca que contiene la rejilla cepillándola con el fin de eliminar la suciedad.

Desgaste en el enrosque del tornillo: se debe cambiar el tornillo desgastado.

Inodoros: el agua rebosa de la cisterna: si la salida esta taponada por sedimentos calizos se debe cerrar la llave de paso, desmontar la espita de salida y limar los sedimentos calizos con papel de lija fina.

Las tuercas de sujeción a las palancas del flotador no cierran al subir el agua: se debe regular la posición del flotador y regular los tornillos y apretar.

Cisterna sucia: para limpiar el tanque se debe sacar el agua subir la boba y cerrar el opturador y luego se limpian los sedimentos acumulados.

Sifones: se pueden desatascar con la chupa, se coloca con fuerza sobre el agujero de desagüe y se mueve succionando produciendo ondas de presión.

Tema 9: Clavar

Si se trata de un clavo y se coloca sobre la madera y se procede a golpear con el martillo.

Extraer: los clavos introducidos se extraen con la oreja del martillo.

Colocación de chazos: pueden ser de madera o de plástico, deben colocasen en orificios previamente taladrados, proporcionan la base de agarre para los tornillos.

CAPITULO IV: CONTROLES ESPECIALES

Tema 1: Plagas

Entre las plagas domesticas tenemos las ratas, los ratones, las moscas, las cucarachas, los mosquitos y la pulgas.

Moscas: es un peligroso agente portador de microbios que producen numerosas enfermedades. La mosca se posa sobre todas las cosas sucias.

Cucarachas: son animales igualmente sucios que contaminan los alimentos, transmiten peligrosas enfermedades y destruyen gran cantidad de objetos, especialmente libros y empaques de alimentos. Viven en lugares húmedos y calientes.

Roedores: las ratas y los ratones afectan al hombre de diversas formas: transmiten enfermedades, consumen, destruyen y contaminan los alimentos, contaminan el agua, destruyen muebles, cables eléctricos y provocan incendios.

Control:

Para el control de las plagas existen diversos métodos, el primero de ellos es combatir o destruir los sitios de cría o de reproducción, almacenar los alimentos como: bultos, cajas,

sobre tarimas de 30cm de altura sobre el piso, tapar todo agujero, eficaz limpieza general del establecimiento y los equipos.

Conservación de los alimentos en recipientes bien cubiertos, como ultima medida de control se usan los plaguicidas, los cuales solo deben ser manejados por personas expertas.

Tema 2 Basuras

Se entiende por basura todo residuo sólido o semisólido, putrescible o no putrescible con excepción de excretas de origen humano o animal, en otras palabras las basuras son los desechos y desperdicios producidos por las actividades del hombre y la naturaleza.

Las basuras se pueden clasificar en: Orgánicas, inorgánicas, combustibles y no combustibles.

Tema 3: El manejo y control

El manejo de la basura tiene tres fases:

Almacenamiento: debe quedar aislado del servicio de alimentos respectivo. Deberá hacerse en recipientes retornables o deseables.

Recolección: es responsabilidad de las entidades de aseo recoger todas las basuras que presenten o entreguen los usuarios del servicio ordinario

Disposición: es la ultima fase del proceso del manejo de las basuras, el cual consiste en hacerlas perder sus condiciones de salubridad.

CAPITULO V: PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Torreblanca

Es un pabellón especialmente diseñado par personas adultas tiene capacidad para 42 persona y las habitaciones son individuales con baño, es un pabellón muy amplio por lo que requiere mayor numero de personas para su limpieza.

Atarraya

Es un pabellón destinado para gente joven y su diseño es con este fin el proceso general de recibo es igual al descrito en el de Torreblanca.

CONCLUSIONES: de las 12 conclusiones se extraen las siguientes:

Aprender viendo – aprender – haciendo permiten la valoración del talento humano. Saber que el conocimiento aplicado al trabajo genera calidad, productividad y reflexión, permite una toma de decisiones conjunta que repercute en un mejor servicio.

El administrador de instituciones de servicio es el primero que debe ser consiente de su papel de servidos es decir es quien debe ir siempre por delante mostrando no solo con palabras si no con hechos que confían en su gente, se apoya en ella, le enseña a la vez que aprende de ella.

El administrador no es quien manda, es quien forma enseñando, orientando, motivando, sugiriendo y corrigiendo de modo positivo y con la política del trabajo en equipo y

confianza mutua. El hecho de tener mayor conocimiento y experiencia no lo hace infalible; es bueno recordar que quien sabe trabajar en equipo tiene mayor probabilidad de triunfar.

BIBLIOGRAFIA: la bibliografía esta compuesta por 20 autores, tratando temas como: calidad, servicio, herramientas básicas, limpieza, calidad del servicio.

ANEXO:

Anexo 1: Pegamentos

Anexo 2: Herramientas y técnicas

Anexo 3: Plomería

Anexo 4: La electricidad en el hogar

Anexo 5: Plagas y podredumbre.

RAAS: Este resumen fue elaborado pro Ximena Cely.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 083

TITULO: DIAGNOSTICO Y PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA LAS PROMOTORAS DE VENTAS EN EL NEGOCIO DE CARNES DE CARULLA EN SANTAFE DE BOGOTA.

AUTOR: CURE, Milena. RICO, Alexandra

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Santafé de Bogotá, 1995, pp.121 Figuras 11, tablas 4. Anexos 4

PALABRAS CLAVES: CAPACITACION, SERVICIO, MANUAL, PROMOTORA, CALIDAD, ORGANIZACIÓN GLOBAL.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende evaluar el servicio de ventas del negocio de carnes y elaboración de un programa de capacitación para la prestación de dicho servicio en los Carulla en Santafé de Bogotá

FUENTES:

De los pie de página se destacan los siguientes:

ALBRECHT, Karl. BRADFORD, Laurence J. La excelencia en el servicio. Santafé de Bogotá, Colombia. Legis editores. 1990 6

HOROVITZ, Jacques. La calidad del servicio a la conquista del cliente. Madrid España. Mc Graw Hill. 1991 4

HOPSON, Barry. SCALLY, Mike. Doce pasos para el éxito brindando servicio. Argentina. Buenos Aires. Ediciones Machi. 1993 2

CONTENIDO:

CAPITULO 1. MARCO DE REFERENCIA

Tema 1. Marco teórico

Historia Carulla y Cía. S.A. Barranquilla era el único puerto de acceso para los artículos americanos y europeos que Colombia debía importar para satisfacer sus principales necesidades de consumo.

José Carulla echó entonces sus primeras raíces en el puerto de Barranquilla. Allí a pesar de haber permanecido solamente dos meses, pues la necesidad de buscar mejores oportunidades lo obligó a subir las aguas del Magdalena para establecerse en Santafé de Bogotá, creó el primero de febrero de 1905 la sociedad Carulla y Compañía que administraría la explotación de los productos que esperaban en Europa Luis Marti Codolar, Eusebio Cortés y Constant Philippe Etienne, quienes le facilitaron los primeros recursos para analizar la primera travesía del océano.

El primer supermercado de Colombia.

La idea de abrir un supermercado de tipo americano no acaba de convencer a José Carulla Vidal, quien naturalmente, prefería las técnicas antiguas. No se sabía a ciencia cierta como iban a comprometerse los clientes y eran muchos los riesgos que se podían correr, sin embargo decidió dejar actuar a su hijo, no sin expresar vigorosamente su desaprobación a muchas de las iniciativas que le parecían engendros de juventud, irrealizables. En julio de 1953, el 29 exactamente, nació el supermercado de Colombia en la calle 57 N° 21-34 de Santafé de Bogotá.

Reorganización administrativa

En 1969, mediante un contrato firmado con Iproscó, una entidad especializada en este tipo de asesorías, adelanto una importante reforma administrativa, consiste en términos

generales, en la reelaboración del organismo de la empresa y en la definición y especificación de funciones de cada uno de sus colaboradores. La modificación más importante introducida durante la labor de reorganización fue la creación de la presidencia de la compañía, que actuaría como asesora de la junta Directiva y de la Gerencia. José Carulla Soler entró a ocupar dicha posición, siendo sustituido en la gerencia por el Dr. Eduardo Polo Senior.

Carulla en el reto del cambio

En 1978 comenzó entonces una campaña interna encaminada a vigorizar aquellos conceptos que han prevalecido en la compañía, lo que facilitaría los cambios que se avecinaban. Se puso en marcha así un ambicioso plan de las innovaciones en las actividades de la empresa, orientado a satisfacer una necesidad oprimiente: alcanzar el acelerado ritmo de crecimiento de Santafé de Bogotá y continuar a la par con él. Nuevos supermercados se abrirían en los años siguientes, de modo que pudiera conservarse el liderazgo que Carulla ostenta desde su fundación.

El programa de capacitación

En 1979 la compañía interna de Carulla tomó un nuevo giro: cambiamos para progresar, decía la frase que se difundió dos años en las dependencias de la compañía. Era imprescindible fomentar en el personal considerado siempre en un auténtico valor inquietudes concretas por las peculiaridades del trabajo y aprovechar su potencial de desarrollo. La filosofía según la cual el trabajo se debe forjar sobre bases humanas impulsó este episodio en la historia de Carulla.

- El cambio
- Las Rapid – Tiendas

Se tratan otros temas referentes a su historia y actividad:

- Misión corporativa
- Políticas y objetivos organizacionales
- Negocio de carnes
- Estructura organizacional.

Tema 2. Gerencia del Servicio.

La filosofía de la Gerencia del servicio sugiere que todo el mundo desempeñe algún papel y se asegure de que todas las cosas salgan bien para el cliente.

Cualquiera que este en contacto directo con el cliente, debe sentirse responsable de ver las cosas desde el punto de vista de éste y hacer todo lo posible para satisfacer su

necesidad. Según la filosofía de la gerencia del servicio, toda la organización debe operar como un gran departamento de servicio para clientes.

El enfoque de la gerencia del servicio inicia buscando una cultura de servicio que haga del servicio excelente al cliente una misión que se reconozca por todo el mundo en la organización, inclusive los gerentes.

- Creación de la calidad
- Momentos de verdad
- El cliente
- Servicio al cliente

Tema 3. Recurso humano

El mejoramiento de la productividad en una organización depende del uso eficiente y efectivo del Recurso Humano.

El recurso humano en una organización tiene objetivos concretos que ayudarán al crecimiento integral de la institución.

Un departamento de Recursos Humanos debe velar porque todos los empleados sean igualmente tratados. Todavía se ve como en la mente inconsciente de muchos gerentes los empleados de abajo son los menos importantes en la organización. Son los que generalmente reciben los sueldos mas bajos, tiene un mínimo de entrenamiento y preparación, una mínima posibilidad de desarrollo y progreso y están sujetos a la máxima rotación de personal.

Selección: el proceso de selección consiste en una serie de pasos específicos que se emplean para producir qué solicitante debe ser contratado.

El desarrollo de una fuerza de trabajo con la consagración necesaria al servicio de la clientela es todo un proceso: que inicia con la fijación de valores corporativos claros de superioridad de servicio, sigue con la contratación de personal que adhiere a dichos valores y los refuerza en forma continua, desde el primer día de inducción, hasta fiesta de despedida.

Durante el proceso de selección conviene:

1. Insistir en que haya una congruencia entre los intereses de la persona y las responsabilidades del cargo.
2. Buscar aquello que sea señal de inteligencia
3. Determinar la intensidad de la fuerza que impulsa a l individuo a lograr la realización.

Orientación: la orientación dejará, para bien o para mal, una huella perdurable e inmediata en la persona que sufre este proceso. Es claro que toda persona desee ingresar en un nuevo trabajo deberá pasar por esta etapa. Se puede considerar dentro de la orientación, el proceso de inducción ya que la inducción es un proceso que debe:

Responder a las necesidades y expectativas de la organización y de la persona que ingresa o cambia de posición.

El programa de inducción tiene como objetivo integrar efectiva y satisfactoriamente desde el comienzo al personal y a la organización. La inducción de todos los recursos humanos y su integración a la organización, a su grupo de trabajo, como al resto de la empresa y a los procesos, índice en la productividad, en el rendimiento del desempeño y en la satisfacción de los clientes internos y externos.

Capacitación: para crear una buena imagen de la empresa se tiene que capacitar al empleado, que conozca bien los productos o servicios y que sepa hablar y escuchar a los clientes y así, el negocio permanezca por mucho tiempo.

La capacitación auxilia a los miembros de la organización a desempeñar su trabajo actual y también ayuda a que se desenvuelva en el manejo de responsabilidades que podrían ir adquiriendo si su desempeño es bueno.

Lo que se quiere lograr con la capacitación es hacer algunas barreras psicológicas que surgen tanto en personal nuevo en la empresa como en personal que rota o es promovido. Barreras como el miedo a lo desconocido, dudas acerca de sí mismo, miedo al ridículo, motivación negativa o miedo al fracaso.

Motivación: un requisito imprescindible para lograr altos niveles de superioridad en el servicio, es que las organizaciones dispongan de un personal motivado, y para tener empleados motivados, hay que tener gerentes y superiores igualmente motivados. Se basa en las necesidades de tener un orden en la empresa, y para completar el ciclo se debe decir que para tener una empresa ordenada es necesario la existencia de relaciones cordiales entre gerencia y fuerza de trabajo. Cuando la confianza y la franqueza se afectan, el cliente sufre como la gerencia y los empleados.

Como el objetivo de disponer de empleados motivados que satisfagan clientes así generen nuevos negocios, las empresas deben atender las áreas principales de preocupación de los empleados. Tradicionalmente, dichas preocupaciones se han identificado así:

- Buenos jefes
- Comunicación
- Condiciones de trabajo
- Compensaciones
- Políticas y administración
- Estabilidad laboral
- Logros
- Reconocimientos por logros
- Compromiso
- Participación
- Ascensos

Necesidad de logro: el logro de la organización es la suma de los logros de los individuos que la componen, la mayoría de las organizaciones desean aumentar su productividad. Una forma de realizarlo es estimulando la necesidad del logro en los empleados.

La mejor forma de crear una organización llena de individuos con necesidad de logro es contratando personas emprendedoras o inculcando en el personal la necesidad de logro por medio de la capacitación.

Conservación del personal: la rotación es la antítesis de la productividad. Salvo en los casos de ascenso o jubilación. La rotación implica que la gerencia no ha logrado hacer productividad a su gente. Si un empleado deja la compañía voluntariamente está manifestando que ha encontrado en otra organización un ambiente de trabajo que ajusta mejor sus necesidades. Cuando el empleado se retira involuntariamente, la gerencia está diciendo que cometió un error en la selección, la capacitación, la fijación de metas y la evaluación del desempeño, la remuneración o la asignación del cargo, falló en algún aspecto del ciclo del empleo.

Satisfacción del personal: la satisfacción de un trabajo no es lo mismo que el desempeño del mismo, ya que no afecta necesariamente a la productividad, dado que no existen mayores pruebas que demuestren que un empleado feliz se desempeña mejor. No obstante, el gerente eficiente debe tratar de mantener empleados satisfechos, aunque sea solo para evitar la rotación.

Actitud del gerente ante el personal: la fijación de metas mejora la productividad. Lo único que hace falta es fijar metas concretas, difíciles y claramente expresadas.

Las personas que poseen una buena preparación académica y también los altos ejecutivos del nivel superior, necesitan únicamente saber cuales son sus metas. Las personas menos preparadas y los empleados del nivel inferior, necesitan que se les explique las metas y recibir la información periódica sobre su progreso. La fijación de metas es un proceso continuo que exige variedad para evitar estancamiento y fatiga.

Tema 4. Marco conceptual.

DOFA. Es un acrónimo de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. Ayuda a determinar si la organización está capacitada para desempeñarse en su medio. Está diseñado para ayudar a la estrategia a encontrar el mejor acoplamiento entre las tendencias del medio, las oportunidades y amenazas y las capacidades internas, fortalezas y debilidades de la empresa.

PCI. El Perfil de Capacidad Institucional es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la compañía en relación con las oportunidades y amenazas que presenta el medio externo. Es una manera de hacer el diagnóstico estratégico una empresa involucrada en él todos los factores que afectan su operación corporativa.

POAM. Perfil de oportunidades y amenazas del medio de la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa.

PROMOTORA. Persona encargada de promocionar el producto del negocio a través de la venta del mismo y de persuadir al cliente potencial para la compra o conocimiento del producto.

CAPITULO 2. ESTRATEGIA METODOLOGICA

Tema 1. Tipo de investigación

La investigación a realizar es de carácter aplicada porque los resultados permiten dar soluciones a corto plazo, el nivel de investigación es descriptivo – correlacional, porque a través de este se pueden identificar formas de conductas y actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación, establecer comportamientos concretos, descubrir y comprobar la posible asociación de las variables a investigar, es decir, el cliente, las promotoras de ventas, según los diagnósticos realizados.

- Poblaciones
- Muestra
- Procedimientos

Tema 2. Fuentes de datos

Primarias

Comunicación con los encuestados, obtenemos la información por medio de la formulación de preguntas a los clientes del almacén, a las promotoras, las encuesta o entrevistas serán cualitativas o exploratorias.

Secundarias

Publicaciones realizadas por la compañía, libros, boletines, informes.

Los instrumentos utilizados para la recolección de la información son los siguientes:

- Encuestas
- Observaciones
- Realización DOFA
- Entrevistas
- Muestreo

CAPITULO 3. DIAGNOSTICO DE LA PROMOTORA EN EL NEGOCIO DE CARNES

La organización para crear debe conocer su situación actual, evaluar y con la base a los resultados planear estrategias para mejorarla.

Se hace necesario realizar un diagnóstico que sirva de marco de referencia para el análisis de la situación actual de la promotora en el negocio tanto en el entorno como en el aspecto interno.

Con el fin de identificar las oportunidades y amenazas es necesario analizar el entorno y, estudiar las condiciones externas para obtener las fortalezas y debilidades de la organización.

El diagnóstico estratégico se comprende de:

- Análisis del entorno
- Análisis de la competencia
- Análisis de la cultura corporativa
- Análisis de las fortalezas y debilidades internas.

Tema 2. Análisis del entorno

Esta integrado por los factores:

1. Factor económico: política laboral sobre el salario, prestaciones sociales según la inflación.
2. Factor social: los que afectan el modo de vivir de las promotoras, cuenta con variables como: nivel educativo, que se refieren a los estudios académicos recibidos; nivel cultural, otros conocimientos adquiridos fuera de la compañía, salud, las condiciones físicas necesarias para realizar el trabajo; mitos y creencias, afectan el modo de vivir del cliente y la promotora; estado civil.
3. Factor tecnológico: los relacionados con el desarrollo de los equipos, procesos. La primera variable es el nivel de tecnología, que hace referencia a los equipos utilizados por la promotora, y la flexibilidad del proceso, es la aceptación de las variaciones en el trabajo.
4. Factor geográfico: ubicación del supermercado en la ciudad, clima y vías de acceso hacia los supermercados. Facilidad de transporte.
5. Factor competitivo: los determinados por los productos, la competencia la calidad y el servicio.

Tema 3. Análisis interno

Examina las siguientes categorías categorías:

1. Capacidad directiva: todas aquellas fortalezas y debilidades que tenga que ver con el proceso administrativo, teniendo como variables; el uso de planes estratégicos, el nivel de autoridad, comunicación y control, conocimiento de la compañía, habilidad para atraer y retener gente, capacidad para responder a la tecnología, agresividad para enfrentar la competencia, sistemas de motivación y aspectos de coordinación y planeación de las actividades con las promotoras.
2. Capacidad competitiva: todos los aspectos relacionados con el área comercial, tales como: fuerza del producto, su calidad y exclusividad; lealtad y satisfacción para el cliente. Respaldo de la marca, el manejo de clientes y el portafolio de productos.

3. Capacidad tecnológica: se incluyen todos los aspectos relacionados con la elaboración y degustación del producto, como; el uso de la tecnología, capacidad de innovación en el desempeño de las funciones.
4. Capacidad del talento humano: se refiere a todas las fortalezas y debilidades relacionadas con el recurso humano e incluye: nivel académico y experiencia laboral, políticas de relación por almacén, etc.

CAPITULO 4. DIAGNOSTICO DEL SERVICIO

Como bien sabemos el objetivo del servicio debe ser siempre el cliente, no basta con vender un buen servicio sino que es necesario atender al cliente para que el pueda tener satisfacción total con la venta o uso del servicio.

En el trabajo se hace énfasis en el servicio al cliente y entendemos esto como la ejecución de todos los medios posibles para dar satisfacción por algo que él adquirió.

El servicio prestado al cliente permite indudablemente una venta futura, dependiendo de la satisfacción del cliente y la disposición que lo recomienda.

Porque la satisfacción es importante

1. Lo que vende el negocio es satisfacción o deleite
 2. Si el negocio no vende satisfacción no existe o desaparece
 3. Satisfacer necesidades siempre rentables
 4. Las opciones que posee el cliente son múltiples, el mercado es el mundo
 5. El cliente y no el competidor es el que sentencia la vida del negocio
 6. Los cliente poseen un poder verbal multiplicador destructivo o no.
 7. Cada día más el cliente posee protección comercial
 8. Las remuneraciones y el resultado de los negocios serán muy relacionados con la satisfacción de los clientes internos y externos.
 9. A mayor satisfacción mayor participación en el mercado y mayor rentabilidad.
- Procesos de encuestas de satisfacción de clientes
 - Tabulación de encuestas
 - Ciclo de los momentos de verdad

CAPITULO 5. PERFIL DE LA PROMOTORA DE VENTAS

Para realizar el perfil primero se hizo un análisis del puesto y así se obtuvo, se evaluó y se organizó la información sobre el puesto de una promotora de ventas.

Con el fin de obtener la información se estudió la organización y sus objetivos, características, insumos, personal, los productos y servicios que brinda a la población bogotana. Además, la información recibida a través de las encuestas tanto al cliente interno como externo.

- Descripción del puesto
- Responsabilidades
- Condiciones de trabajo
- Requerimientos académicos

La promotora es la encargada de impulsar el producto, atendiendo a todo cliente que se acerque a la sección de carnes, bien sea para dar una degustación o dar información sobre los productos que se encuentren en la nevera, y soporte técnico en las preparaciones.

CAPITULO 6. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

Mantener un programa de capacitación al recurso humano es una tarea difícil. Se deben conocer las necesidades de la organización, sus individuos, los cargos y del papel dentro de la empresa, estos son algunos de los aspectos de importancia dentro de la capacitación, para que el programa de capacitación tenga éxito, se debe basar en la filosofía del aprendizaje, se trata de ayudar a las personas que aprenden, por eso el plan debe ser para la facilitación del aprendizaje.

Es necesario conocer:

- a. aquello que la organización desea que las personas aprendan
- b. lo que las personas mismas desean aprender. Son tres niveles

son tres niveles:

- Administración
- Capacitación
- Participación

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- El trabajo de la promotora “servicio al cliente”, es indispensable para la empresa porque el servicio es el nuevo estándar por medio del cual los clientes están midiendo la actuación de una organización; es el límite competitivo.
- Los clientes no solo quieren y esperan un buen servicio, lo exigen; por eso la promotora no debe limitarse a dar degustación sino brindar la información y la asesoría según las necesidades de cada cliente.
- El buen desempeño de la promotora depende de la capacitación y del sentido de pertenencia con la compañía y su trabajo.

De las recomendaciones se destacan las siguientes

- En la selección de personal tener en cuenta la descripción y perfil del cargo para dicho trabajo.
- El programa de capacitación diseñado al desarrollarse requiere un monitoreo a los dos meses de iniciado el trabajo.
- Es conveniente que las promotoras conozcan con claridad cada uno de los momentos de verdad en que incurre el cliente una vez iniciado el proceso de intercambio para lograr satisfacción por eso es el elemento central de la transferencia.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 19 autores tratando temas de calidad total, servicio al cliente, mercadeo, administración y recursos humanos.

ANEXOS:

Anexo A. Encuesta realizada a la competencia

Anexo B. Encuesta realizada a la promotora de ventas sobre el programa de capacitación actual.

Anexo C. Encuesta realizada al cliente sobre el servicio de las promotoras de ventas del negocio de carnes.

Anexo D. Tabulación de la encuesta realizada al cliente.

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 084

TITULO: LA GERENCIA DEL SERVICIO APLICADA A LA ATENCION DEL CLIENTE DEL CENTRO DE CONVENCIONES TORREBLANCA

AUTOR: ANDRADE. Gloria. CUERVO María Eugenia. CUETO Teresa. LUQUE Beatriz Adriana. POSADA Amalia Lucia. RAMIREZ Elizabeth.

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1994, pp.75 cuadros 25.

PALABRAS CLAVES: CALIDAD, SERVICIO, CLIENTE, MANUALES, CAPACITACION.

DESCRIPCION:

Este trabajo esta enfocado al análisis de la calidad en los servicios de atención de comedor, Limpieza, huerta y Jardinería, que servirá de base para la elaboración de los manuales de supervisión de limpieza y de capacitación profesional para personal auxiliar de servicios generales en las áreas mencionadas.

FUENTES:

Los pie de página son los siguientes

ALBRETCH, Karl y ZEMKE, Ron Gerencia del Servicio. Bogotá, Legis,	3
KARZ, Bernard. Como Gerenciar el servicio al cliente. Bogotá. Legis 1991	2
ADAIR, John. Líderes, no jefes. Bogotá: Legis. 1990. 310p	
LEIGH, David. Como entrenar un grupo eficiente. Bogotá. Legis 1992	1

CONTENIDO:

CAPITULO 1. UBICACIÓN METODOLOGICA

Tema 1. Tema de la investigación

En el primer capítulo se hace referencia a la ubicación metodológica. La justificación del tema dentro de los parámetros de calidad total en las Instituciones de Servicio, los objetivos generales, específicos y marcos de referencia. La coherencia interna e instrumentos aplicados para el diagnóstico.

Objetivo general:

Conocer y analizar los principios de la gerencia del servicio para aplicarlos en la capacitación del personal del centro de convenciones Torreblanca, con el fin de obtener calidad en la atención del usuario, a través de un manual de supervisión y tres manuales de estudio.

Los marcos de referencia a utilizar:

Marco Conceptual: el presente trabajo de grado está enfocado al análisis de la calidad en los servicios de atención de comedor y limpieza, y a la capacitación en el área de huerta y jardinería.

- Gerencia del servicio
- Estrategia de servicio
- Planeación estratégica
- Misión
- Visión
- Servicio
- Triángulo de servicio
- Cliente
- Momentos de verdad expectativas del cliente
- Cultura corporativa
- Calidad total

Marco geográfico: el centro de convenciones Torreblanca es una Institución de Servicio, sin ánimo de lucro, que tiene como fin atender grupos de personas que asisten a actividades de tipo cultural, doctrinal, informativo, deportivo, profesional, etc.

La administración esta a cargo de un grupo de profesionales y personas expertas en servicios, que además de la capacitación del personal, asume la gerencia de habitaciones y dirige los demás servicios de alimentos, lavandería, aseo y mantenimiento. Todo el personal tiene como misión prestar un servicio eficiente que brinde comodidad, limpieza, plena satisfacción y un ambiente propicio para el desarrollo de las actividades.

Marco demográfico:

Usuarios que acuden al centro de Convenciones Torreblanca: hombres y mujeres de 15 años en adelante; estudiantes de bachillerato o universidad; profesionales, padres y madres de familia.

Personal encargado de la capacitación, supervisión y dirección de la administración del Centro de Convenciones Torreblanca.

Tema 2. El servicio y la calidad en las instituciones

La gerencia del servicio: El hombre es un ser sociable por naturaleza y requiere de otras personas para satisfacer sus necesidades; durante toda la historia de la humanidad ha demostrado que para vivir en sociedad se debe producir un intercambio de servicios.

La competitividad y el éxito de muchas empresas está en seguir día a día el programa de servicio y calidad. La calidad es la excelencia del conjunto no el éxito relativo de una u otra acción específica. El cliente suele detenerse en el eslabón más débil de la cadena de calidad y tiende, a generalizar los defectos a todo servicio.

La calidad total: la filosofía de la calidad se basa en el logro de una excelencia de los productos bienes y servicios, mediante la concientización y compromiso del personal, el trabajo en equipo, el mejoramiento continuo, etc. Que deben ser manejados de acuerdo a una cultura social de la organización y del sector económico y a las posibilidades que tenga con el fin de asegurar el éxito que se pretende.

Organización de los ciclos de Calidad y mejoramiento continuo: no se puede olvidar que para el mejoramiento continuo se requiere el compromiso permanente de la gerencia de la institución, buena comunicación, análisis de problemas, soluciones y mejoras, así se vende esta meta a todos a la vez que sirve de herramienta para detectar fortalezas, posibilidades de mejora, deseos e inquietudes de todos los miembros de la organización.

Tema 3. metodología

Metodología:

Tipo de estudio. Se realizó una investigación descriptiva en sus tres tipos: encuestas, estudios de interrelaciones y estudios de desarrollo. Dentro del primer tipo se acude a las encuestas escolares de supervisoras, monitoras y alumnas, y al análisis documental que permitió entre otras identificar debilidades en la atención al cliente.

- Se recopilaron y seleccionaron las fichas de experiencia y sugerencia entregadas por los usuarios del centro de Convenciones en los primeros 6 meses de 1994, que manifiestan las fortalezas y debilidades de los servicios prestados.
- Se sondeó el nivel de conocimiento de las alumnas en las áreas de atención al comedor, limpieza, huerta y jardinería, con el fin de determinar que conocimientos hay

que reforzar para orientar los manuales hacia los aspectos que son de su dominio, y definir el material suplementario que debe elaborarse para garantizar la eficiencia en la enseñanza y el aprendizaje.

- Se elaboran encuestas a los monitores y supervisores que están al frente de la capacitación y de los servicios respectivos, y a las alumnas que hacen sus prácticas en los servicios generales de dicha institución.
- Antes de aplicar las encuestas a la población objeto de estudio, se procedió a su validación. Para este caso se utilizó la validez de contenido a partir una prueba tiene validez de contenido a partir de un universo de contenido claramente definitivo.
- Diligenciamiento de las encuestas, durante una semana se aplicó las encuestas a las alumnas del Centro de Capacitación, a las monitoras y a las supervisoras.

CAPITULO 2. ANALISIS DE RESULTADOS

Tema 1. Diagnóstico.

El mayor porcentaje de las fichas de sugerencias entregadas por los usuarios son de mujeres. Las estadísticas y experiencia demuestran que el personal femenino es mas observador y detallista; en este caso su concepto fue muy positivo. Las sugerencias fueron transmitidas a la dirección de la Institución, se estudiaron y se tuvieron en cuenta.

En el caso de las supervisoras y las monitoras, el 60 % llevan trabajando mas de 3 años en la Institución y el 40% en la capacitación de personal. Vale la pena anotar que 6 personas de las 30 que trabajan en servicios generales llevan una decena de años a su servicio.

Todo el personal realiza anualmente cursos de actualización o especialización en calidad, docencia, relaciones humanas y servicios, adaptados a su nivel intelectual. Se establecen turnos de rotación para suplir las ausencias.

El nivel de estudios del personal es variado: el 20% tiene estudios universitarios y experiencia en el área de Administración de servicios; el 50 % ha recibido solo educación secundaria, pero se ha capacitado técnica y profesionalmente en alimentos y bebidas, aseo, mantenimiento, lavandería, decoración, relaciones humanas y familiares.

Tema 2. Cuadro de análisis de datos

Se hizo el análisis de la información y de los resultados que aportaron los datos para la reestructuración y diseño de los manuales de alumnas y del manual para supervisión.

Universo

Esta conformado por 48 personas, de la siguiente manera: alumnas del centro de Educación Familiar La Casona y Monitoras y Supervisoras del Centro de Convenciones Torreblanca.

Muestra

La muestra estuvo representada por el 37.5% del universo, distribuidos en los siguientes grupos:

- Alumnas del Centro de Educación La Casona
- Monitoras y supervisoras del Centro de Convenciones Torreblanca.

CAPITULO 3. ESTRUCTURA DE LOS MANUALES

Tema 1. Análisis de necesidades

Se ha visto conveniente, además de impartir conocimientos teóricos, desarrollar habilidades manuales y capacidad de observación, ofreciéndoles a las alumnas estímulos frecuentes.

Se tuvo en cuenta la valiosa opinión de las monitoras sobre la capacitación de las alumnas.

Con los datos obtenidos en las encuestas se procedió a la estructura de los manuales.

Tema 2. Estructura interna de los manuales

Basadas en la investigación hecha, el estudio de datos de experiencia, la vivencia personal en el sitio, la tabulación de las encuestas y la lectura de todo el material bibliográfico, se trabajaron los manuales teniendo presente los siguientes aspectos:

1. Presentación general del manual con la motivación para el estudio del mismo
2. Objetivos generales y específicos de cada módulo
3. Esquema de contenido según los objetivos
4. Secuencia adecuada de temas, con redacción y estilo sencillo
5. Presentación de actividades de evaluación y ejecución
6. Dibujos y gráficos que facilitan el aprendizaje
7. Autoevaluación intermedia al finalizar cada capítulo
8. Esquema metodológico
9. Glosario
10. Lecturas complementarias
11. Bibliografía.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

En la presentación de este trabajo, se involucro a todo el personal de la Administración del Centro de Convenciones Torreblanca y a las alumnas del centro de Educación familiar, lo que dio ocasión a una mayor participación dentro de la filosofía de calidad y una mayor identificación con la misión y políticas de la institución.

Al conocer y analizar los principios de la gerencia del Servicio se ha establecido la mejor forma de aplicarlos a través de una capacitación adecuada y continua al personal operativo.

No se encuentran recomendaciones

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 55 autores, destacándose los siguientes:

ADAIR, John. Líderes, no jefes. Bogotá: Legis. 1990. 310p

APPLEGARTH, Michael. Programas de capacitación. Como realizar una auditoría. Bogotá: Legis. 1992 141p

CERRA, Javier. Curso de Servicios Hoteleros. Tomo 2. Madrid: paraninfo, 1992 366p

CLUB DE JARDINERIA. Helechos. Bogotá: Printex impresores. 1986, 22p

COFFMAN, James. Gastronomía personal para establecimientos e instituciones. Buenos Aires: Marymar, 1974. 267p

LILLICRAP, D.R. Servicio de Alimentos y Bebidas. México: Diana. 1981. 261p

ALBRECHT, Karl. Gerencia del Servicio. Bogotá: Legis, 1988

ANEXOS:

No se encuentran anexos.

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 085

TITULO: MODELO DE GERENCIA DE CALIDAD Y SERVICIO APLICADO AL DEPARTAMENTO DE REGISTRO ACADEMICO DE LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA

AUTOR: VARGAS, Pardo. Mireya. CASTILLO, Urrego, María Patricia.

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios, Santafé de Bogotá, 1995, pp.115

PALABRAS CLAVES: CALIDAD, PROCESOS, EMPRESA, SERVICIO, GERENCIA, POLITICAS, ADMINISTRACION.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende analizar la situación actual del servicio de atención a usuarios del registro académico, mediante una evaluación detallada de los procesos, procedimientos, calidad de vida en el trabajo y controles administrativos, para emitir un diagnóstico que contribuya al mejoramiento de la calidad del mismo. Además señala las causas que impiden desarrollar eficaz y efectivamente los procesos y procedimientos mediante un seguimiento detallado del registro académico para satisfacer las necesidades de los usuarios de la Universidad de la Sabana.

FUENTES: De las fuentes se destacan las siguientes:

- SOSA, Pulido, Demetrio. Administración por calidad. México. Editorial Limusa, 1991. 2
- HOROVIT, Jacques. La Calidad del Servicio. España. Editorial Mc Graw Hill, 1991. 1
- WARREN, Benis and BURT, Nanus Leaders. The estrategia for takin charge. New York. Harper & Row. 1985 1

- GASPARI, J. El papel de los recursos Humanos en la venta del mejoramiento de la calidad a los empleados. Número 76. 1987. 1

CONTENIDO:

CAPITULO 1. MARCO DE REFERENCIA.

Tema 1. Aspectos generales del registro académico.

En la Universidad de la Sabana está concebida una dependencia que centraliza las tareas de Registro y Control Académico de los estudiantes de cada uno de los programas que ofrece la institución. Jerárquicamente, esta dependencia se encuentra adscrita a la Secretaría General de La Universidad, en su estructura interna puede señalarse un superior jerárquico, un cargo de apoyo inmediato a las tareas de coordinación del trabajo del personal restante de la oficina, cuatro secretarías ubicadas en un mismo nivel y grupos de apoyo para épocas programadas, los objetivos que se persiguen con el buen funcionamiento de esta dependencia son:

- Velar por el oportuno registro de notas de todos los programas académicos de pregrado y postgrado.
- Archivar ordenadamente las notas.
- Custodiar toda la documentación académica que utiliza, diligencia y archiva: registro académico, libros de acta de matrícula, carpetas de estudiantes etc.
- Servir de apoyo en inscripción de materias, expedición de certificados de notas, constancias de estudios y elaboración de listados de alumnos nuevos y antigua.

Tema 2. La calidad del servicio

Calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave, es decir, aquella que por sus expectativas y necesidades impone a la empresa el nivel de servicio que debe lograr. Un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando responde a las demás de un grupo seleccionado en todo momento y lugar; cada nivel de excelencia debe responder a un cierto valor que un cliente esta dispuesto a pagar, en función de sus deseos y necesidades.

La calidad del servicio del Registro Académico depende del comportamiento de los empleados lo que hace que exista un riesgo de que no sea siempre la misma debido a los cambios de ánimo que se presentan en las personas; esto puede disminuir si se fija como objetivo lograr el “cero errores” única garantía de éxito a largo plazo.

Criterios sobre la calidad de servicio

Toda institución en especial La Universidad de la Sabana (Registro Académico) debe presentar atención en los siguientes aspectos:

- Elementos tangibles: apariencia de la institución física, equipos, personal y materiales de comunicación.
- Fiabilidad: habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- Capacidad de respuesta: disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.
- Profesionalidad: posesión de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución del servicio.
- Cortesía: atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto.
- Credibilidad: veracidad, creencia, honestidad en el servicio que se provee.
- Seguridad: inexistencia de peligro, riesgos o dudas.
- Accesibilidad: accesible y fácil de contactar.
- Comunicación: mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharles.
- Comprensión del cliente: hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades.

Estas diez dimensiones generales permiten valorar la calidad en una amplia variedad de servicios. Aunque los criterios evaluativos específicos puedan variar de servicio en servicio.

- Necesidades de alcanzar el liderazgo en el servicio
- Características de los líderes del servicio.

Tema 3. Administración por calidad

Administrar por calidad es lograr que todas y cada una de las personas que forman la empresa y/o institución conozcan y entiendan claramente su trabajo para hacerlo bien desde el principio, en un clima de cordialidad y satisfacción en donde cada día se tenga un reto y un logro al terminar.

Filosofía del modelo.

En la administración por calidad se propone una filosofía que debe ser interpretada y adecuada al registro académico de la Universidad de la Sabana para que funcione y se transmita a todo el personal hasta convertirlo en un ideal de toda la organización.

Objetivos del modelo.

- Las instituciones pueden alcanzar la Calidad a través de:
- Desarrollar todas las actividades de la empresa dentro de la calidad y productividad para lograr la excelencia.
- Incrementar el interés y la confianza de todo el personal hacia la empresa.
- Lograr que el personal entienda claramente su trabajo y se comprometa a hacerlo bien desde el principio.
- Desarrollar la empresa a través de todo su personal en un marco de alta calidad en la vida laboral.

La necesidad de cambio.

La administración por calidad se considera como un modelo de cambio planeado, dirigido a mejorar sostenidamente la calidad, productividad e integración del personal. Es importante manejar el concepto de cambio en mayor o menor grado según se necesite en cada caso.

- Resistencia al cambio
- Consideraciones para el cambio
- Papeles claves del administrador de calidad

Tema 4. Estrategias para el mejoramiento continuo de la calidad.

- Expectativas del cliente
- Administración de la calidad
- Medición por retroalimentación
- Responsabilidad
- Solución de los problemas, mejoramiento de los procesos y prevención
- Compromiso y facultades de los empleados

- Desarrollo y entrenamiento del personal
- Comunicación y trabajo en equipo
- Reconocimientos e incentivos.

Tema 5. Facetas de la estrategia para el mejoramiento continuo de la calidad.

- Las cuatro facetas de una estrategia de mejoramiento continuo de calidad:
- Clientes: se encuentran en el corazón de la estrategia cuyas expectativas impulsan los esfuerzos de mejoramiento.
- Mejoramiento del desempeño: la tarea de los empleados es servir competentemente, con consideración y profesionalismo a sus clientes. Una efectiva estrategia de mejoramiento de calidad se concentra en elevar continuamente los estándares de rendimiento y aumentar la consistencia de la conformidad con estos, por parte de las personas y dependencias.
- Mejoramiento del proceso: para dar apoyo al personal y a los clientes se necesita un proceso de trabajo que sean conocidos y adoptados por los empleados, además que se revisen desde el inicio hasta el fin para detectar obstáculos existentes y hacer sugerencias de mejoramiento.
- La cultura que apoya al mejoramiento continuo: el mejoramiento de la calidad logra un cambio cultural al modificar prácticas culturales.

Tema 6. La calidad de vida en el trabajo.

Es la aplicación correcta de una filosofía humanística, a través de la introducción de métodos de participación, con intención de modificar uno o varios aspectos del entorno de trabajo, para crear una situación nueva más favorable para la satisfacción de los empleados de la institución. La calidad de vida en el trabajo debe darse en toda actividad y en toda relación humana que se desarrolle en la institución hasta lograr la excelencia, convirtiéndose en una dinámica que les permita mantenerse o aumentar su bienestar físico y psicológico, con el fin de lograr la congruencia con su espacio de vida total, donde se tenga en cuenta una dimensión espacio temporal, en la que el tiempo juega un papel muy importante haciendo referencia no solo a la institución sino también al individuo mismo.

Elementos constitutivos de la calidad de vida en el trabajo.

Dentro de los principales factores que deben tenerse en cuenta para calificar y optimizar la calidad de vida en el trabajo, se encuentran:

Naturaleza de la tarea: en el registro académico esta va acorde con el cargo asignado, sin modificaciones que lo alteren o cambien. La diferencia real frente a las expectativas del trabajo obedecen a una estructuración orgánica, que conlleva a tres conceptos básicos en los que se incluyen la eficacia e ineficacia como resultado de actuación:

- La jerarquía
- La función
- La categoría

El entorno de la tarea: hace referencia al medio que rodea el desarrollo de determinada tarea, y se relaciona con factores que afectan el Registro Académico como:

- El contexto físico
- Estructura organizacional

Características del individuo: las directivas del departamento deben conocer la personalidad de sus empleados y cuestionarse sobre las metas que desean alcanzar.

Elementos espacio temporales: El Registro académico debería contar con todos aquellos recursos necesarios para el mejor desarrollo de la tarea.

Satisfacción frente a la vida en general: el personal que labora en el registro Académico debe vivir el mensaje de posibilidad de perfección y mejoramiento infinito, donde signifique vivirlo día tras día y década tras década.

Calidad de relaciones personales y su valor

Las relaciones con otras personas constituyen ciertamente una de las tareas más difíciles e importantes que se llevan a cabo diariamente y a la que quizá no se presta toda la atención que se merece. No es sencillo comunicarse con las demás personas, por tanto para conseguirlo, e importante disponer de dos tipos de cualidades no muy conocidas que para el registro académico mejorarían la relación cliente interno-externo.

- La empatía
- La asertividad

- La calidad de vida en el trabajo y la satisfacción
- Relaciones frente a la insatisfacción
- Criterios de la calidad de vida en el trabajo relacionados con la tare
- Trabajo participativo

Tema 7. Motivación

Es la necesidad o impulso interno de un individuo que e mueve hacia una acción orientada a un objetivo. La figura proporciona un modelo simplificado del proceso de motivación.

Motivación en el desarrollo del individuo.

La relación que existe entre los principios de motivación como son participación, comunicación, reconocimiento, reconocimiento y delegación de autoridad, es la que logra que el personal del Registro Académico sienta el apoyo que este les brinda cubriendo, sus necesidades, y consolidado las relaciones laborales logrando una ampliación y/o refuerzo de los vínculos entre clientes internos y externos.

Tema 8. Procesos de la organización

Un proceso es una secuencia de actividades interrelacionadas que convierten entradas de proveedores en resultado final para los clientes. Todo proceso tiene proveedores, entradas, resultado final y clientes. Las entradas pueden incluir gente, material, equipo, métodos y medidas

Jerarquía del proceso

Debido a que existen procesos altamente complejos que involucran a miles de personas y otros muy sencillos que sólo requieren segundos de su tiempo, se hace necesario establecer una jerarquía.

Características del proceso

Todo proceso bien definido y administrado posee características comunes como:

- Tienen a alguien a quien se considera responsable de aquella forma en la cual se cumple el proceso.
 - Tiene límites bien definidos.
 - Tiene procedimientos bien documentados.
 - Poseen controles de evaluación y retroalimentación.
 - Tienen medidas de evaluación y objetivos que se relacionan con el cliente.
 - Tienen tiempos de ciclos conocidos.
 - Han formalizado procedimientos de cambio.
-
- Principios de la modernización del proceso
 - Mejoramiento constante del proceso

Tema 9. Control.

Controlar es determinar qué se está realizando, esto es evaluar el desempeño, y si es necesario aplicar medidas correctivas, de manera que el desempeño tenga lugar de acuerdo con los planes.

El control puede considerarse como la detención y corrección de las variables de importancia en los resultados obtenidos por las actividades planeadas; aunque ocurran errores, pérdida de esfuerzo y directrices inefectivas, el control se hace necesario. Su importancia radica en hacer que sucedan las cosas por medio de las actividades planeadas y nunca debe considerarse como un obstáculo para alcanzar los objetivos. El control es una necesidad administrativa, que solo deberá implantarse si su costo se justifica ante los resultados que se esperan de él.

Características del control

- Reflejar la naturaleza de la estructura de la organización
- Oportunidad
- Accesibilidad
- Ubicación estratégica

Principios

- Equilibrio
- De los objetivos
- De la oportunidad
- De excepción
- Función controlada

Tipos de control

- Control preliminar
- Control concurrente
- Control de retroalimentación

Procesos del control

- Establecimiento de estándares
- Medición de resultados
- Acción correctiva
- retroalimentación

CAPITULO 2. METODOLOGIA.

Se utilizó como instrumento de la encuesta, tanto por los secretarios académicos como para los estudiantes, por considerarse el medio más eficaz para medir las variables que se definieron en el análisis del problema. Para la elaboración de las encuestas se tuvieron en cuenta referentes observables y medibles de los conceptos y variables, mediante los cuales se definió el problema de investigación, lo cual sirvió como guía para establecer sus posibles causas. Las variables son la base de las preguntas de la encuesta, pero antes de ser definidas, se necesita de un indicador que es el medio para constituir las.

Aplicando lo anterior a este trabajo de investigación, se tuvo como variable el servicio y sus indicadores son:

- La calidad del servicio
- La eficiencia del personal que ofrece el servicio
- El grado de satisfacción del usuario.

Aplicación de encuestas y procesamiento de la información

El cuestionario se aplicó primero a los estudiantes de presencial en el campus Universitario, posteriormente a los de distancia en las instalaciones de Quinta Camacho, y por último a los de postgrado, quienes fueron contactados los sábados en el Campus Universitario; en todos los casos se utilizaron visitas aleatorias a los salones de clase, procedimiento que se llevo a cabo durante cuatro semanas.

CAPITULO 3. DIAGNOSTICO

Como todo diagnóstico este trabajo no solamente se limita a realizar un análisis crítico de las deficiencias del departamento, sino que se constituye en una herramienta que sugiere la definición de las diferentes políticas y los medios a utilizar de forma que se pueda elegir los que mejor se adapten a la situación.

Dadas las características del problema analizado y los objetivos que se persiguen, este trabajo se considera como un diagnóstico promovido por una perturbación detectada.

En este capítulo se encuentra el análisis de las encuestas realizadas de acuerdo a:

- Registro académico y las facultades
Análisis estadístico.
- Registro académico y los estudiantes
Análisis de los resultados del servicio que presta el Registro Académico.
Análisis de los resultados del personal que ofrece el servicio.

Análisis de los resultados de la comunicación telefónica.
 Análisis de los resultados sobre formatos utilizados.
 Análisis de los resultados sobre los servicios de menor calidad

CAPITULO 4. RELACION BENEFICIO COSTO.

Las bondades que se obtienen al dirigir la calidad del servicio del Registro académico hacia la excelencia son muy significativas con relación a los costos que se generan, debido a que estos varían con el tiempo, no se estimó su valor monetario.

- Los beneficios que alcanzará el departamento se verán representados en:
- La plena satisfacción de los usuarios al ser considerados como miembros importantes de la institución al saber que trabajan en bien de ellos.
- El compromiso de los empleados con el Registro académico de que todos los procesos se realicen bien desde el principio con Cero Defectos y la Calidad del servicio ofrecido siempre sea el mejor.
- La agilidad en la prestación del servicio al instalarse nueva tecnología que cubra las demandas de los usuarios.
- La comodidad que brindaría la reestructuración de la planta física a los empleados puesto que trabajarían con más holgura y los estudiantes se sentirían más motivados al llegar allí.
- Los procesos de legalización de matrícula, expedición de certificados de notas, constancias de estudio y promedios semestrales se llevarían a cabo bajo estrictos controles que permitirán medir su ejecución y así ofrecer un servicio excelente a los estudiantes.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- Se presenta deficiencia en el servicio que ofrece el Registro Académico debido a un factor primordial para toda actividad, como es el tiempo, el cual para ser bien manejado se necesita primero saber en que se va a emplear dando prioridad a los

procesos que lo requieran y evitando al máximo las interrupciones que no aporten nada a las actividades en ejecución.

- El registro académico no tiene definido para la prestación del servicio objetivos orientados hacia la calidad del servicio, esto influye en la demanda del mismo debido a que no se satisfacen las expectativas de los usuarios.
- Los estudiantes no están de acuerdo con el horario de atención al público con el que cuenta actualmente el Registro Académico porque consideran que la jornada es muy corta, lo que causa fila y demora en la atención.

De las recomendaciones se extraen las siguientes:

- Cada facultad debería registrar las notas de sus alumnos y enviar esta información al Registro Académico en Disket, esto agilizará los reportes de notas finales para cada estudiante y la expedición de certificados de notas.
- Eliminar actas de matrícula y hacer que estas se diligencien el mismo día de la legalización de la matrícula en el sistema, por personal capacitado y ágil para desarrollar esta actividad.
- Para ofrecer un servicio más ágil se hace indispensable contratar una o dos personas con conocimientos básicos en sistemas para que ayude en la expedición de documentos.
- Para manejar la calidad del servicio se debe considerar el valor agregado en la atención a los usuarios, el cual esta representado en una sonrisa, en la rapidez, acogida hacia el usuario, dando soluciones prontas a los problemas y haciendo entregas con cero defectos.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 26 autores tratando temas de servicio, calidad total, organización y administración, diagnóstico, administración de salud y calidad de vida en el trabajo.

ANEXOS:

Se encuentran los siguientes:

- | | |
|---------|--------------------------------------|
| Anexo 1 | Encuestas de los estudiantes |
| Anexo 2 | Encuesta a Secretarios Académicos. |
| Anexo 3 | Cuadro tabulador de Encuestas. |
| Anexo 4 | Planilla de seguimiento del proceso. |

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 086

TITULO: DETERMINACION DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN EL BIENESTAR Y DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS DE SERVICIOS GENERALES DE LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA.

AUTOR: HERNANDEZ, María del Rosario. PUENTES, Angela Giovana

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1995, pp.121 gráficas 7, tablas 4, figuras 4.

PALABRAS CLAVES: EMPLEADOS, PRODUCTIVIDAD, RECURSO HUMANO, CALIDAD, SERVICIO, MOTIVACION, LIDERAZGO, CAPACITACION.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende brindar a los Directivos del departamento de Recursos Humanos y el Area de Servicios Generales de la Universidad de la Sabana, unas pautas prácticas y comprobadas para mejorar la productividad de los empleados durante todo el ciclo de empleo.

Las pautas se basaron en una revisión de lo que se ha investigado, en el campo de la administración del recurso Humano, que ha concentrado la atención en los factores que inciden en el Bienestar y Desarrollo Humano de los empleados del área de Servicios Generales, y así alcanzar una mayor productividad, a través del uso racional del ente potencial.

FUENTES:

No se encuentra ninguna fuente.

CONTENIDO:

CAPITULO 1. LOS SERVICIOS GENERALES

Tema 1.

Desde el comienzo de los tiempos las necesidades que el hombre fue creando, se fueron agrupando según la importancia y trascendencia en el buen desempeño de sus actividades diarias. Dentro de la organización surgen un sinnúmero de necesidades las cuales deben ser satisfechas permitiendo una mayor funcionalidad, calidad y eficiencia operacional.

Al determinar la estructura organizacional de cualquier empresa se deben precisar los centros de responsabilidades que representan diferentes actividades para la planeación estratégica, control administrativo y control operacional.

En la configuración funcional de los centros de responsabilidad se presentan dos tipos:

- Centros de producción; que son los que ejercen y desarrollan el control operacional.
- Centros de servicio: que desarrollan el control administrativo.

CAPITULO 2. TEORIA Y TERMINOLOGIA DEL SERVICIO

Tema 1. Clasificación de los servicios.

La heterogeneidad de las actividades económicas englobadas bajo el concepto del sector terciario y la divergencias de propósitos intelectuales con que aborda este problema hace que las clasificaciones de los servicios sean muy variadas.

Tradicionalmente se ha venido distinguiendo entre los servicios:

- Públicos y privados
- Mercantiles o susceptibles de venta y no mercantiles
- Intermedios y finales
- Destinados a empresas y destinados a economías domésticas
- Servicios industriales
- Servicios masivos para consumidores
- Servicios comerciales de alta tecnología.

Tema 2. Definición e importancia de servicios generales

Reconociendo la importancia cuantitativa del sector terciario y recordados algunos rasgos macroeconómicos que habitualmente se señalan la pregunta es ¿qué son los servicios?, la primera respuesta suele ser de carácter formal y tautológico: servicio son las actividades económicas que las autoridades estadísticas clasifican como tales.

Características fundamentales del servicio:

- Los servicios tienen consecuencia, no forma

- Son más intangibles que tangibles
- No hay servicio sin clientes
- Las empresas de servicio son intensivas en personalidad
- La prestación de servicios es un sistema de relaciones sociales
- No son almacenables
- Son heterogéneos

Tema 3. Descripción global de los servicios generales.

Dentro del cuadro operacional de los servicios generales se consideran las siguientes áreas.

- Mantenimiento
- Ase
- Parqueadero
- Jardinería
- Seguridad y vigilancia
- Alimentos y bebidas
- Almacén
- Carpintería
- Transporte
- Mensajería
- Otros servicios

CAPITULO 3. MARCO GENERAL UNIVERSIDAD DE LA SABANA

- Ubicación de la institución
- Aspectos generales de la empresa
- Razón social
- Clasificación de la empresa dentro del sector económico del país.
- Historia de la institución
- Facultad y programas ofrecidos
- Facultad de ingeniería
- Facultad de derecho
- Facultad de ciencias económicas y administrativas
- Facultad de ciencias de la salud
- Facultad de comunicación social y periodismo
- Facultad de educación

- Misión de la empresa
- Filosofía de la empresa
- Objetivo general de la institución
- Objetivos específicos de la institución
- Organigrama institucional

Su tipo de departamentalización es por SERVICIO AL CLIENTE Y FUNCIONAL

Departamentalización por servicio: donde el cliente (alumnos y demás) siempre tienen la razón, la calidad del servicio siempre va dirigida a él, a satisfacer sus necesidades.

Departamentalización por funciones: es una de las más comunes, ya que se asignan funciones teniendo en cuenta los cargos y además se presenta la delegación de funciones.

tema 2. Servicios y actividades que ofrece la Universidad

- Capellanía
- Biblioteca.
- Cafetería y Restaurante
- Canchas deportivas
- Fotocopiadoras
- Parqueaderos
- Servicaja
- Teléfonos Públicos
- Centro médico
- Bienestar Universitario
- Centro médico de salud integral

CAPITULO 4. ORIGEN Y EVOLUCION DE SERVICIOS GENERALES EN LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA.

Tema 1. Resoluciones.

A través del tiempo los servicios generales van proyectando nuevos enfoques institucionales, ocasionando cambios que permiten determinar la verdadera necesidad de los servicios internos o externos de la empresa para así lograr mayor posicionamiento en el mercado.

El Departamento de Servicios Generales que existe actualmente en la Universidad

De la Sabana, se deriva de una serie de etapas.

El 4 de noviembre de 1975 según resolución N° 33 el Instituto Superior de Educación, crea el cargo de servicios internos.

Resolución N° 93 de mayo 11 de 1977, el departamento de mantenimiento y decoración conformado por aseo, mantenimiento, carpintería, seguridad.

Tema 2. Servicios Generales

Definición:

El área de servicios generales, esta considerada como un conjunto de actividades de apoyo institucional que influyen en el buen funcionamiento de los recursos físicos y actividades que desarrolla la Universidad.

Objetivos:

- Mantener la Universidad en un nivel de limpieza óptimo contribuyendo así a preservar la higiene a través de procesos y procedimientos acordes a cada área.
- Prevenir daños y averías de equipos e instalaciones por medio de la planeación y programación del trabajo de mantenimiento.
- Velar por la seguridad de las personas, bienes y equipos de la institución.
- Brindar apoyo en eventos institucionales y académicos por medio de montajes, adecuación de espacios y personal.

Funciones del jefe de servicios generales

- Planear, organizar, supervisar, coordinar, y dirigir todas las funciones antes enumeradas del área.
- Realizar presupuesto anual del área según las necesidades.
- Supervisar y controlar los gastos de caja menor
- Atender las solicitudes de los clientes internos y externos del área
- Verificar el buen funcionamiento de los procesos que se llevan a cabo en el área.

- Informar periódicamente al Director del departamento de planta física sobre el desempeño de sus funciones.

Funciones del asistente de servicios generales

- Coordinar todo lo pertinente a arreglos y mantenimiento de instalaciones físicas, eléctricas, hidráulicas y de carpintería.
- Realizar la planeación y control del corte de prados y mantenimiento de jardines y matas.
- Coordinar con el jefe de servicios generales el cronograma de actividades del área.

Funciones del jefe de aseo

- Programar, distribuir y coordinar el trabajo del personal auxiliar de aseo.
- Supervisar y velar por la buena presentación de las instalaciones
- Solicitar y suministrar los elementos de cafetería y aseo necesarios para el adecuado funcionamiento de las sedes.
- Colaborar con las necesidades del servicio de la Universidad

CAPITULO 5. ORIGEN Y EVOLUCION DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS EN LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA.

Tema 1. Resoluciones.

A partir de la creación del Instituto Superior de Educación (INSE), se da origen al cargo de jefe de personal, donde el consejo directivo, en uso de sus facultades estatutarias.

Resolución N° 149 de mayo 8 de 1979. Por la cual se determinan las funciones del Departamento de personal.

Resolución N° 195 del 23 de febrero de 1982. Por la cual se crea el cargo de Asistente del Departamento de Personal de la Universidad de la sabana.

Tema 2. Características generales del departamento de Recursos Humanos.

Contrato de trabajo.

La vinculación laboral en la Universidad, se establece por medio de la firma de un contrato. La terminación y/o cancelación del mismo se rige por lo previsto en el Código Sustantivo del Trabajo, en el Reglamento Interno de la Universidad y el contrato mismo.

Reglamento interno de trabajo.

Los derechos, deberes y prohibiciones de los empleados están contemplados en este Reglamento.

- a. Periodo de prueba
- b. Identificación del empleado
- c. Permisos
- d. Salud
- e. Seguridad Industrial
- f. Auxilio de cesantías
- g. Pensión
- h. Remuneración y deducciones
- i. Vacaciones
- j. Caja de compensación
- k. Beneficios extralegales

Compromisos

- Respetarse y comportarse cortésmente con todo el personal interno y externo de la universidad.
- Tratarse justamente
- Cumplir con las obligaciones
- Ser leales a la Universidad
- Tener una actitud positiva y de servicio permanente
- Asumir una conducta ética dentro y fuera de la Universidad.

CAPITULO 6. DESCRIPCION DE DATOS

Diseño

La presente investigación es un estudio estadístico de escala intervalo, el cual pretende evaluar el nivel de satisfacción laboral en trabajadores que difieren de acuerdo a los factores motivación, liderazgo, capacitación, comunicación, seguridad y bienestar, estableciendo diferencias significativas entre dichos factores.

Sujeto

Se seleccionará una muestra aleatoria de 35 personas al azar que trabajan en el departamento de Servicios generales como auxiliares de éste, en la Universidad de la

Sabana, con estudios secundarios y técnicos. Todas las personas deberán tener edades entre 19 a 56 años.

Procedimientos

1. elaboración de la encuesta
2. estudio de la encuesta
3. selección de la muestra definitiva y aplicación de la encuesta
4. análisis de los datos.

CAPITULO 7. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Los datos básicos para el resultado serán los puntajes de la escala satisfacción laboral. Se obtendrá un puntaje de satisfacción general a partir de la sumatoria ponderada de las respuestas a los diferentes ítems que conforman la encuesta.

Igualmente se realizarán por separado los puntajes correspondientes a los factores de motivación, liderazgo, capacitación, comunicación, seguridad y bienestar.

Después de que se recopilen los datos, se buscó la forma que hiciera posible resumirlos o interpretarlo fácilmente.

Uno de los primeros valores estadísticos generalmente obtenidos para una serie de datos es una medida de tendencia central o promedio. El promedio es una cifra única que representa un grupo de cifras y proporciona un resumen de ciertos hechos y datos.

1. Factor motivación
2. Factor liderazgo
3. Factor capacitación
4. Factor comunicación
5. Factor seguridad
6. Factor bienestar

CAPITULO 8. ANALISIS COMPARATIVO ENTRE LOS FACTORES DE MOTIVACION, LIDERAZGO, CAPACITACION, COMUNICACIÓN SEGURIDAD Y BIENESTAR.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- El nivel de satisfacción general se encuentra en un nivel alto, sin embargo esto es susceptible de mejorar, lo que implica un notable interés por parte de las directivas del Área de Servicios Generales y el Departamento de Recursos Humanos en promover, impulsar y fortalecer la capacitación, evolución y desarrollo de sus trabajadores apoyando siempre sus necesidades y expectativas, lo que permite un mejor y mayor desempeño en las labores asignadas, mejorando de esta forma la prestación de un servicio de calidad a nivel interno y externo.
- El área de Servicios Generales se hace necesaria dentro de la Universidad de la Sabana, para asegurar el bienestar y desarrollo de esta, lo que contribuye a que el personal adquiere un mayor sentido de potencia con la entidad; elevando de esta forma su participación en los procesos y procedimientos de dicha área.
- El bienestar aparece como una de las variables, con la que los empleados se sientan más satisfechos, ya que a través de esta, les permite una estabilidad personal y familiar que conlleva a mantener una excelente imagen de la Universidad en cuanto este aspecto.

De las recomendaciones se destacan las siguientes

- El factor motivación ocupa un nivel alto, esto permite reafirmar que se vive un buen ambiente laboral, contribuyendo con esto a la buena calidad del trabajo ya que se presenta ayuda y colaboración entre compañeros, con la asesoría constante y continua del jefe inmediato.
- El liderazgo ocupa un nivel medio – alto dentro de la escala, dicha ubicación indica que presenta un verdadero valor que impulsa y permite destacar características propias de los empleados que lo catalogan como buenos líderes, faltaría por parte de los directivos impulsar a los trabajadores a que participen en los programas de capacitación y superación personal.
- La comunicación efectiva no garantiza que se obtendrá éxito inmediato en cuanto se emprenda, pero su ausencia representa un obstáculo para el logro de niveles altos de productividad y calidad en el entorno laboral.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 26 autores tratando temas de Recursos Humanos, calidad, administración de personal, motivación, alimentos y bebidas, entre otros.

ANEXOS:

No se encuentran anexos.

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 087

TITULO : Investigación documental, soporte al programa de normalización para las lavanderías hospitalarias, normas ICONTEC sobre textiles.

AUTOR : Jaramillo, Uribe Olga.

PUBLICACION : Trabajo de grado, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1995, 94 páginas, 8 textos bibliográficos, 4 pie de páginas, 2 conclusiones, 1 anexo.

PALABRAS

CLAVES : Normas ICONTEC, textiles.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad realizar un rastreo bibliográfico de las normas ICONTEC sobre textiles y determinar su pertinencia para la dotación de prendas hospitalarias, con el fin de establecer el estado del conocimiento en este campo de la normalización del servicio de lavanderías hospitalarias.

FUENTES : Los principales documentos o fuentes de para la elaboración de este trabajo de grado fueron :

- Organización Internacional de Normalización ISO Ginebra, Suiza 2
- Comité para el estudio de los principios científicos de la normalización Ginebra Suiza. 1
- VELEZ, R. Amparo. CALVO Gloria. Análisis de la investigación en la información de investigadores. 1

CONTENIDO Esta investigación documental se propone dar respuesta a la necesidad de conocer el estado del arte sobre normalización de los materiales. En este trabajo de grado de se realiza un cuidadoso estudio de todas las normas elaboradas por el instituto colombiano de normas técnicas, ICONTEC, que se encuentran vigentes en el campo de los materiales textiles en las cuales se han seleccionada 39 normas, entre la cuales se incluyen : normas de especificación , normas de rotulado y normas de ensayo, que por su dominio y nivel

de aplicación son necesarias para la determinación de las especificaciones de las telas y confecciones de uso hospitalario, así como para efectuar su control de calidad.

I. NORMALIZACION .

Es el proceso de formular y aplicar reglas con el propósito de establecer un orden en una actividad específica para beneficio y con la cooperación de todos los interesados y en particular para la obtención de una economía óptima de conjuntos respetando las exigencias funcionales y de seguridad.

Objetivo de la Normalización: Racionalizar y establecer un orden en el campo objeto de cada norma, al normalizar es necesario obtener el equilibrio entre el nivel de desarrollo y el recurso económico del país o región donde se efectúa la normalización, de tal manera que se asegure su aplicabilidad.

Tema 1. Filosofía de la Normalización : Comprende tres aspectos concretos :

- Los requisitos de la normalización, que son las condiciones de las normas que deben ser satisfechas.
- Los aspectos de normalización, es el conjunto de requisitos similares que se relacionan entre si.
- Dominio de la normalización, es la rama de la actividad económica o cultural a la cual corresponde una norma.

Tema 2. Requisitos Generales.

Para elaborar una norma se han de tener en cuenta, además de los aspectos relacionados con la filosofía de la normalización, los siguientes requisitos :

- **HOMOGENEIDAD**: Antes de elaborar una norma se requiere estudiar las normas existentes que pueden relacionarse con la nueva norma, a fin de que exista una acción coordinada e interdependiente entre las normas que rigen cada etapa de un proceso.
- **EQUILIBRIO**: Toda norma debe establecer un equilibrio entre las necesidades de progreso y el resultado económico del sector.
- **COOPERACION**: La norma es una obra de carácter colectivo donde hay una conjunción de intereses generales, de productores y de consumidores que interactúan en libre discusión para garantizar el consenso general.
- **SIMPLIFICACION**: Es suprimir las variedades innecesarias, manteniendo en existencia, sin modificaciones, únicamente aquellas que se consideren indispensables.

- UNIFICACION: Permite la reducción de variedades, considerando dos o más de ellas en forma tal que los productos obtenidos sean intercambiables.

Tema 3. Clases de Normas.

Dependiendo del dominio de aplicación las normas pueden ser entre otras: de nomenclatura o terminología, de especificaciones, de ensayos, de muestreo y recepción, de rotulado, de empaque o embalaje, de transporte, de dimensiones o de metrología.

Tema 4. Beneficios de la Normalización.

La normalización efectuada siguiendo los lineamientos y las técnicas adecuadas proporcionan los siguientes beneficios:

- Optimización de recursos humanos y materiales.
- Empleo adecuado del capital y los equipos.
- Garantía de satisfacción para el cliente de bienes y servicios, porque se asegura la calidad y el rendimiento a precios económicos.
- Campo óptimo de aplicación de resultados de investigación.
- Desarrollo rápido y eficaz de un sector.

II. NORMAS ICONTEC SOBRE TEXTILES

Aspectos Generales: La amplia gama de normas homologadas y producidas por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas, ICONTEC, en el campo de los textiles, fueron estudiadas en forma general, fueron estudiadas treinta y nueve, por considerar que son las que por su temática, dominio y nivel sirven para ser aplicadas al campo de las telas y confecciones de prendas hospitalarias.

Para los efectos de esta investigación se han seleccionado las siguientes clases de normas:

Tema 1. NORMAS DE ENSAYO.

Constituye la fuente de información sobre las pruebas cualitativas y cuantitativas a que debe ser sometida una fibra textil en cualquiera de sus presentaciones para verificar su calidad.

Tema 2. NORMAS ROTULADO.

Permiten a través de símbolos y especificaciones predeterminadas, conocer e interpretar las condiciones en que debe ser tratado un textil para obtener su conservación y prolongación de su vida útil.

Tema 3. NORMAS DE ESPECIFICACIONES.

Incluye la investigación algunas de esta normas que concretan las características que debe tener una fibra o tela para que pueda ser utilizada en la confección de prendas de uso hospitalario.

METODOLOGIA : El tipo de investigación utilizada en este trabajo de grado es la investigación documental y la información necesaria para el desarrollo de la investigación se recolecto mediante resúmenes analíticos de las normas objeto de la investigación.

CONCLUSIONES :

- Las normas ICONTEC que existe en el campo de los textiles son de aplicación general para toda clase de hilazas, telas y confecciones.
- El administrador de instituciones de servicios es un profesional cuyo perfil le permite desempeñarse con eficiencia en todos los campos del saber humano, ya que tiene una sólida formación humana, administrativa científica y técnica que le facilita brindar bienestar en cualquier campo.

BIBLIOGRAFIA : Ocho bibliografía de temas relacionados con : Dirección de hospitales , calidad, normalización.

ANEXOS : Un anexo que contiene la matriz del resumen analítico.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 088

TITULO: DIAGNOSTICO Y PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE SERVICIO AL CLIENTE EN UN FONDO DE PENSIONES Y CESANTIAS

AUTOR: CAMACHO Torres Liliana. VERGARA Angel Cristina

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1995, pp.36 Figuras 9, anexos 10.

PALABRAS CLAVES: CALIDAD, SERVICIO, CLIENTE, COMERCIO, MERCADO

DESCRIPCION:

El trabajo de grado tiene como fin primordial establecer por medio de instrumentos de tipo encuesta la prestación de un servicio en un fondo de pensiones y cesantías, con el fin de facilitar un diagnóstico y dar las soluciones para una excelente atención al cliente.

FUENTES:

De los pie de página se destacan los siguientes

ALBRECHT, Karl. Gerencia del Servicio. Bogotá: Legis, 1988	4
ISHIKAWA, Kaoru ¿Qué es CTC? Colombia: Editorial norma, 1986, 209p	1
SCHMIDT, M.G Historia del Comercio Mundial. Buenos Aires. Editorial Labor S.A. 1927, 208p.	1
FAYERWEATHER, Jhon. Comercialización Internacional. México. Herrero hermanos S.A. 1967	1

CONTENIDO:

CAPITULO 1. EL COMERCIO

El trabajo esta conformado por tres partes. La primera nos habla sobre temas referentes al trabajo como el comercio y su evolución, servicio y todo sobre sociedad administradora de fondos de pensiones y cesantías invertir, que son, que cubren, como surgieron, que hace el trabajador, la ley 100 etc.

Mientras la industria estuvo limitada en gran medida a fabricar productos elementales, esa segmentación de los negocios por las naciones estado acarrió pocas dificultades económicas. Pero con el advenimiento de procesos más complejos de fabricación para los cuales era esencial la producción en volumen a gran escala para obtener el máximo de economías, la segmentación se transformó en un verdadero obstáculo, solo los Estados Unidos eran lo bastante grandes para lograr economías totales al vender exclusivamente a sus mercados nacionales.

En lo relacionado con Colombia, desde hace menos de un lustro, y con interés netamente comercial, se viene desarrollando un fenómeno denominado Apertura Económica, en el cual se pretende disminuir las restricciones arancelarias a fin de obtener el mismo beneficio de reciprocidad por parte de otros países. Ello genera el ingreso de bienes e insumos y fomenta las exportaciones para que desde este punto de vista comercial haya un buen manejo y por ende un incremento en la economía. La política gubernamental pretende atraer este plan, favorecer en últimas al cliente quién es el consumidor final

CAPITULO 2. EL SERVICIO

La segunda parte habla de la importancia del servicio, ya que representa en diferentes situaciones y momentos del tiempo una relación entre personas. Este se genera por y para las personas, de ahí su importancia y valor. Sin ellas no hay servicio, más específicamente sin sus cualidades, ya que estas son las que hacen el mayor servicio. se debe tener en cuenta

- El proceso de servicio debe ser continuo y permanente en la actividad que desarrolle cualquier organización, puesto que es un proceso para generar satisfacciones entre las personas que participan en dicha relación (clientes, empleados, proveedores.) Estos son seres reales con sus propias realidades, expectativas, costumbres, gustos, costumbres y tradiciones, entre otros, los cuales tienen la capacidad de expresar sus sentimientos en las relaciones de servicio.
- Se esta creando continuamente en cada conexión de servicio que se establece, pues cada una es diferente, es particular, es en sí misma importante, ya que cada individuo es perfectamente diferente en sus gustos, expectativas, intereses, formas de expresarse y de percibir. Es por esto que cuando se ofrece, o cuando se espera servicio, se establece la relación personal y se crea la posibilidad de satisfacción. Quién lo ofrece está frente a un proceso de creación que debe estimularse y fortalecerse de manera permanentemente, para aumentar las posibilidades de una satisfacción al cliente y a sí mismo.
- No se puede medir por cantidad física, ya que no es un artículo acabado ni un bien material y nunca se da por terminado. Por el contrario, debe medirse por la satisfacción que genera y que lleva a decidir la compra. Este intangible de gran valor y significado se puede ajustar, diversificar y manejar según cada persona y cada situación a diferencia del producto tangible, el cual es uno solo para todo el mundo, en cuanto a su percepción.
- El propósito es generar satisfacción y contribuir a un alto nivel de bienestar de la gente; la creación y mantenimiento de estas relaciones positivas y constructivas de bienestar es una expresión humana de mejoramiento y de trabajo por lograr mejores niveles de satisfacción y bienestar durante esta parte del tiempo que las personas dedican a comprar lo que su diario vivir exige, es razón y objetivo permanente de una relación de servicio entendida a cabalidad, es un cambio de mentalidad. En la medida en que el logro de ese objetivo, se suma en forma constante con todos los clientes y en todo momento, las posibilidades de satisfacción, se están multiplicando. Así como un cliente complacido multiplica lo bueno que revive en el servicio, su poder multiplicativo parece aumentar cuando se trata de insatisfacción percibida en el mismo.

- La satisfacción que genera es imagen que se crea frente al consumidor y a la comunidad. Cuando se habla de imagen en las relaciones de servicio, se está identificando algún elemento diferenciando o identificativo de la acción que se cumpla. La fuerza de ésta está en la forma como se quiera diferenciar de los demás modelos de servicio que se ofrecen en el mercado y en el aspecto positivo que se quiera mostrar al cliente, con valor y peso en particulares.
- Integra todas las actividades de la empresa, ya que es la culminación de un proceso y el resultado final de una serie de actividades que se ejecutan en todas las áreas de la compañía. El cliente debe sentirse completamente satisfecho con lo que recibe, por lo cual paga. Si el cliente no se siente satisfecho por deficiencias del servicio, no estará dispuesto a comprar o si compra no volverá a negociar con los mismos, y es entonces donde el esfuerzo de tanta gente tiende a perderse.

Esta responsabilidad no es simplemente sobre un producto o sobre lo que el cliente solicita en el momento. Aunque se exige concentración y cuidado para atenderlo, la imagen debe ser mayor por cuanto se esta poniendo en juego el trabajo y responsabilidad integral, la cual se va formando desde el aprovechamiento hasta la preparación o selección de un producto y en la atención que se ofrece al cliente en todos los puntos por los que haya de pasar en la unidad de venta. El servicio como responsabilidad de generar satisfacciones, bienestar y buena imagen es competencia de un empleado de la compañía en todos los sitios de trabajo que desempeña. Este servicio es buen indicador de cumplimiento de la responsabilidad para con la vida, con el cliente, con el mismo empleado, con la empresa y con la sociedad.

En síntesis, el servicio tiene significado e importancia porque más que una técnica, es una expresión humana de mejoramiento y de trabajo por lograr mejores niveles de satisfacción y bienestar.

Hay que entender que el esfuerzo humano no termina cuando el cliente sale de la unidad de venta, las consecuencias del servicio recibido, de la calidad del producto comprado y de la sensación percibida en el ambiente de la organización, se van a traducir en una imagen que el cliente va a recordar con agrado o con disgusto cuando utilice los productos adquiridos y tenga que repetir la compra. Entonces será cuando se sepa si las personas que han comprado en su institución las han acogido y atendido suficientemente bien para convertirlos en verdaderos clientes o si por las deficiencias en algunos de los componentes del producto (servicio, producto y ambiente) quedaron como simples compradores ocasionales, o es peor como clientes insatisfechos que harán la correspondiente publicidad negativa del vendedor y de la empresa.

Este trabajo siempre debe tener un valor agregado, es decir se le debe dar características adicionales que le den mayor valor, que lo caractericen de los demás.

Lo anterior se puede sintetizar en un aspecto de marcada relevancia denominado en los medios mercantidistas, como el momento de la verdad, esto hace referencia a la verdadera prestación de un servicio.

La calidad del servicio esta en los detalles. Es decir, la relación entre el proveedor del servicio y los compradores del servicio existe en muchos puntos individuales de contacto, los cuales son los momentos de verdad.

Estos son un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y tiene una impresión sobre la calidad de su servicio, es el átomo básico de servicio, la unidad indivisible más pequeña.

CAPITULO 3. SOCIEDAD ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES Y CESANTIAS INVERTIR

Se ilustra acerca de las leyes oficiales que toman acción y normatizan las entidades prestantes de servicio. para ello se hace una explicación básica de la ley 50 y 100 y el objetivo organizacional de un fondo de pensiones y cesantías, para este caso INVERTIR

Las cesantías son prestaciones sociales originadas en la relación laboral que reconoce el empleador al trabajador y liquida anualmente o al terminar el contrato de trabajo de acuerdo al régimen de cesantías que cobije al trabajador.

El trabajador tienen la libertad de poder escoger a que fondo desea pertenecer para depositar su auxilio de cesantías. En aquellos casos en los cuales el empleado no elige un fondo, el empleador podrá tomar la decisión al momento de hacer el aporte, informándole al trabajador a que fondo fue afiliado. Este último puede pertenecer a varios fondos siempre y cuando tenga varios contratos de trabajo.

La reforma de Seguridad Social fue propuesta por el gobierno inicialmente como parte del proyecto de ley, que dio origen a la ley 50 de 1990. En esa oportunidad, el proyecto del gobierno contemplaba básicamente una definición de la seguridad social y pedía facultades extraordinarias al congreso para llevar a cabo dicha reforma.

El ISS tiene un papel clave que cumplir en todo este proceso, pues posee a todas las críticas y a su accidentada historia, es la entidad más grande de seguridad en todo el país, ya que tiene un poco más de 3 millones de afiliados.

El sistema de seguridad social integral tiene por objeto garantizar los derechos irrenunciables de la persona y de la comunidad, para obtener la calidad de vida acorde con la dignidad humana mediante la protección de las contingencias que le afecten. Esta seguridad se presentará bajo los principios de eficiencia, universalidad, integridad, unidad y participación, en donde el Estado garantiza a todos los habitantes del territorio nacional el derecho irrenunciable a la Seguridad Social.

La Sociedad Administradora de Fondos de Pensiones y Cesantías Invertir es un organismo cooperativo constituido por iniciativa de las cooperativas colombianas, es así como treinta entidades del sector solidario hacen parte de su capital.

Esta sociedad administradora es un organismo cooperativo porque es una empresa asociativa sin ánimo de lucro en la cual los trabajadores o los usuarios, según el caso, son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa. Son creados con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general.

La sociedad tiene como misión, asumir el desafío de brindar una adecuada administración de pensiones y Cesantías a través de una permanente asesoría y personal de servicio, buscando el bienestar de los trabajadores colombianos y contribuyendo al mejoramiento del nivel de vida de acuerdo con la filosofía del cooperativismo. Así mismo, se comprometen a fomentar el desarrollo profesional y personal de la gente, mediante la creación de un ambiente de respeto y de oportunidades para facilitar el bienestar de ellos y de sus familiar. Su principal reto es ser siempre competitivos alcanzando alta rentabilidad y beneficio para todos sus trabajadores y los mayores excedentes para sus asociados.

Ventajas de invertir:

- Seguridad
- Sistematización
- Termino para pagos
- Presta servicios por medio de una red de bancos
- Sin comisión a retiros anticipados
- Modernas instalaciones
- Descuentos en recreación para afiliados

CAPITULO 4. APLICACION DIAGNOSTICO Y PROPUESTA

Tema 1. Aplicación.

La encuesta denominada formato A asesores se aplicó a una muestra representativa de la población de asesores, en total 20. Con relación a la encuesta denominada formato B usuarios, está se aplicó a una muestra representativa de 204 usuarios. Vale anotar que para efectos de confiabilidad, la población de usuarios se tomó como población infinita y por tanto la formula estadística del caso equivale a: $4 \times p \times Q/e^2$, donde 4 es la constante para éste tipo de poblaciones, p es la probabilidad de ser elegido y Q la probabilidad de no ser elegido, equivalentes a éstos dos casos cada uno a 50% y el margen de error.

Tema 2. resultados

Al analizar la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

- A los asesores comerciales: consideran que el servicio al cliente en el Fondo de Pensiones y Cesantías Invertir es bueno en un 65% y un 35% regular.
- El 100% de los encuestados manifestaron su disposición a contribuir en el mejoramiento del servicio.
- Recomiendan la actualización de la base de datos para mantener la información al día de los clientes.

Tema 3. Análisis

Como se pudo observa en los resultados tanto de clientes internos (asesores) como de clientes externos (usuarios) coinciden en un buen porcentaje que el servicio al cliente es bueno, lo cual para la muestra restante que opina lo contrario, permite entrever que aún existe la posibilidad de mejorar el servicio. Llama la atención que la mitad de los asesores piensan que no existe una buena información al cliente, lo cual coincide ampliamente con la opinión similar de los usuarios, quienes más de la mitad así lo opinan. Los resultados de la encuesta de asesores detectan en forma positiva la alta disposición de estos en contribuir en el mejoramiento, brindando de esta forma un valioso apoyo a la institución, los datos obtenidos en la encuesta de asesores permiten deducir que el servicio al cliente en el Fondo de pensiones y Cesantías Invertir no posee elementos demasiado negativos y que por tanto existe la probabilidad de incrementar los resultados con una participación grupal.

Tema 4. Propuesta

Habiendo visto los resultados y hecho el análisis de los mismos, la presente investigación tiene dentro de sus objetivos realizar unas sugerencias prácticas, resultantes de los datos obtenidos. Para ello se destacan las siguientes:

- En relación con los asesores

Aprender a pensar en función de los clientes
 Reinducción a la institución
 Capacitación permanente al personal
 Mayor comunicación entre gerentes y empleados

- En relación con los usuarios

Brindar una atención amable
 Cumplir con la correspondencia para que llegue a tiempo a los usuarios
 Establecer una evaluación permanente
 Distribuir la información

Como anotación especial se pudo detectar que el área de servicio al cliente en el Fondo de Pensiones y Cesantías Invertir, tiene asignadas unas funciones que no son congruentes con el objetivo de la misma. Las funciones deben ser distribuidas según las especialidades y por tanto ser específicas según cada caso.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

La presente investigación permitió cumplir un objetivo que llevará a contribuir en el desarrollo de un proceso trascendental como lo es el servicio al cliente.

La apropiada elaboración de instrumentos así como la aplicación y posterior análisis y sugerencias, denotan que éste tipo de procesos tienen fundamento para la exploración o comportamiento que requieren depuración y mejoramiento y que el mejor método es el que se aplica directamente en el terreno sin desconocer naturalmente los antecedentes teóricos y empíricos.

Es importante destacar que el papel como Administrador de Servicios no se debe limitar al desarrollo de una función meramente administrativa, por el contrario, el campo de la investigación le permite tener un espacio muy amplio para revisar, crear y sugerir nuevos métodos en todo lo relacionado con la prestación de servicio.

No se encuentran recomendaciones

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 19 autores en la cual se destacan:

ALBRECHT, Karl. Gerencia del Servicio. Bogotá: Legis, 1988

BAILEY MARSH, Donald. Comercio Mundial e Inversión Internacional. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

DESATNICK, Robert I. Como conservar su clientela. Colombia: Legis. 1989 160p.

ISHIKAWA, Kaoru ¿Qué es CTC? Colombia: Editorial norma, 1986, 209p

SCHMIDT, M.G Historia del Comercio Mundial. Buenos Aires. Editorial Labor S.A. 1927, 208p.

ANEXOS:

Esta compuesto por anexos generales

Anexo 1. El Comercio.

Anexo 2. Cambios en el Mercado.

Anexo 3. Significado del Servicio.

Anexo 4. El Servicio y los Momentos de Verdad

Anexo 5. La excelencia del servicio

Anexo 6. ¿Qué es invertir?

Anexo 7. Servicios que ofrece invertir

Anexo 8. Encuesta a Usuarios

Anexo 9. Encuesta a asesores

Anexo 10. Encuestas sobre servicio y atención al cliente.

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 089

TITULO: MANUAL DE AUTO CAPACITACIÓN PARA CONSULTAR DE MAX FACTOR INTERNACIONAL.

AUTOR: TORO ARANGO, Clara Inés; MUÑOZ SALAZAR, Sandra Victoria.

PUBLICACIÓN : Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Bogotá, 1995. P.P. 160. Anexos ninguno, Gráficos 9, No tiene pie de paginas.

PALABRAS

CLAVES: MERCADO, PRODUCTOS, PROMOCIÓN, AUTOCAPACITACION, VENTAS.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad, la capacitación de las consultoras por cuenta y riesgo de la empresa, la cual en este asunto gastaba considerables sumas de dinero y se sentía bastante Incomoda ya que el desarrollo de esta capacitación también requería un gran espacio. La empresa decidió que las aspirantes a cargo de consultora debería auto capacitarse, para lo cual forzosamente tuvo que elaborarse y publicarse un manual de autocapacitación, para posteriormente desarrollar un riguroso y serio examen de admisión

teórico y práctico. Los principales temas tratados en el manual son sobre conocimientos de la piel y su tratamiento, con el maquillaje y los productos que en él se utilizan, así como una amplia gama de fragancias y por último las consultoras deberán saber más acerca del manejo administrativo de los mostradores.

FUENTES: Las autoras hacen referencia a 5 citas bibliográficas, destacándose las siguientes:

Programa de capacitación, Legis editores S.A
5

Gerencia de los Recursos Humanos, Legis Editores S.A
4

Metodología y Estrategias de la Educación abierta y a Distancia. Ministerio de Educación Nacional

CONTENIDO:

INTRODUCCION:

El trabajo de grado es desarrollado con el objetivo fundamental de lograr una excelente capacitación de las consultoras por cuenta y riesgo de la empresa, la cual en este asunto gastaba considerables sumas de dinero y se sentía bastante Incomoda ya que el desarrollo de esta capacitación también requería un gran espacio. La empresa decidió que las aspirantes a cargo de consultora deberían auto capacitarse, para lo cual forzosamente tuvo que elaborarse y publicarse un manual de autocapacitación, para posteriormente desarrollar un riguroso y serio examen de admisión teórico y práctico. Los principales temas tratados en el manual son sobre conocimientos de la piel y su tratamiento, con el maquillaje y los productos que en él se utilizan, así como una amplia gama de fragancias y por último las consultoras deberán saber más acerca del manejo administrativo de los mostradores.

CAPITULO I: GENERALIDADES DE LA EMPRESA MAX FACTOR INTERNACIONAL

La primera parte es la descripción de la empresa, el mercado de cubrimiento nacional especialmente en la capital de la república como la mayor y más organizada ciudad del país.

En cuanto a la fabricación de productos propios, generalmente se utilizan materias primas importadas de Estados Unidos, Francia, Alemania, Italia y Japón otras son conseguidas en el mercado local de origen nacional.

Esta empresa esta clasificada como grande y actualmente tiene un total de 214 empleados de los cuales 148 son consultoras.

Tema 1: Ubicación Geográfica

La empresa labora en una casa esquinera del barrio Chico Reservado. Los productos que comercializa la Empresa, básicamente se promueven a base de una permanente publicidad y propaganda en los grandes periódicos y revistas del país, especialmente de tipo femenino.

Tema 2: Selección de Personal

Para la selección de las consultoras estas se deben inscribir en la empresa y adquirir un manual del cual dispone tres meses de estudio es decir de una autocapacitación. En la fecha establecida las aspirantes deben presentar un examen de admisión que consiste en un examen teórico y practico, en relación con los cosméticos y maquillaje.

CAPITULO II: CONOCIMIENTOS BASICOS DE LA PIEL

El segundo capitulo se refiere a los conocimientos básicos de la piel y tratamientos. Este proceso de autocapacitación exige al estudiante valores, actitudes y comportamientos para su desempeño de lo contrario resultaría imposible el éxito del programa.

Tema 1: Capacitación

Este sistema de capacitación espera que los estudiantes desarrollen estrategias de trabajo fundamentados en los siguientes criterios:

- El aprender haciendo.
- El aprender reflexionando.
- El aprender autoevaluandose.
- El aprender Compartiendo.
- El aprender para la autorealización.

También hace referencia a los conocimientos básicos de la piel y su fisonomía la cual se divide en tres capas: epidermis, dermis y hipodermis. También menciona la aplicación de los productos que se deben tener con relación al tipo de piel.

CAPITULO III: CONOCIMIENTOS SOBRE EL MAQUILLAJE

La tercera parte se refiere a los conocimientos generales sobre maquillaje, productos de maquillajes y fragancias. La principal regla que se debe seguir en la utilización del maquillaje es que se aplique de tal forma que el rostro se vea armónico y agradable y lo más importante es que no se note el exceso de algún producto y a la vez disimular los defectos. Saber escoger el maquillaje de acuerdo a la forma de la cara, ojos entre otros.

CAPITULO VI: MANEJO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA MAX FACTOR INTERNACIONAL

La cuarta parte habla sobre el manejo administrativo del mostrador, rotación de mercancías y el desarrollo en ventas, saber determinar el nivel de inventarios que se debe manejar por referencia para poder elaborar los pedidos los cuales se manejan a través de un libro con relación a las ventas del mes anterior.

METODOLOGIA: No presenta.

CONCLUSIONES: De las tres conclusiones se extraen la siguiente:

La literatura de la cosmetología es muy escasa y sumamente costosa así que la persona que aspira a ser consultora de Max Factor en "PREBELL" realmente no puede gastar grandes fortunas en adquirir dicha literatura, así que la empresa ha elaborado y publicado un manual, mínimo necesario y suficiente para que las futuras consultoras puedan prepararse bien para el examen de admisión a la empresa.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta por 5 autores, destacándose los siguientes tema: programas de Capacitación, Recursos Humanos, Estrategias de educación abierta.

ANEXOS: No presenta.

RAAS: Este resumen Analítico fue elaborado por Ximena Cely.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 090

TITULO: CREACION DE UNA OFICINA DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPORESA CANON LEXCO SANTAFE DE BOGOTA.

AUTOR: GALVO, Martha Lucia
RODRIGUEZ P, Sandra

PUBLICACIÓN : Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Bogotá, 1995. P.P. 171. 6 Anexos, Gráficos 9, Tablas 2; Pie de paginas 28.

PALABRAS

CLAVES: MERCADEO, CALIDAD, SERVICIO, CLIENTE, DIRECCIÓN, EJECUCION.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad, de tener en cuenta la evolución que ha tenido el servicio en la empresa Canon Lexco, para así implementar la oficina de servicio al cliente, con la cual se pretende que el cliente sea el primer beneficiario para que este obtenga tantas ventajas en el servicio como fuera posible y adquiera el servicio deseado y en lo posible superar sus expectativas. Ya que la satisfacción del cliente debe ser el mayor interés para la empresa y esta debe estar dispuesta y preparada para ello.

FUENTES: Las autoras hacen referencia a 28 citas bibliográficas, destacándose los siguientes autores:

Dirección por servicio

CONTENIDO:

CAPITULO I: INTRODUCCION

El trabajo se realizó teniendo en cuenta la evolución que ha tenido el servicio en la empresa Canon Lexco, en las últimas décadas y el auge de este. En cualquier empresa consciente que un buen servicio es importante para mantener un nivel de competitividad alto, debe procurar un servicio excelente al cliente, para de esta manera marcar una ventaja vital de diferenciación de éxito de la empresa.

Por este motivo al entrar en el estudio y análisis del momento actual por el que está pasando la compañía, se ve la necesidad de crear una oficina de servicio al cliente.

CAPITULO II: GENERALIDADES DE LA EMPRESA CANON LEXCO

Tema 1: Misión:

Comercializar equipos de oficina marca Canon, tales como: copiadoras, telefax, impresoras, computadoras, máquinas de escribir, calculadoras, escáner y canon- filey ofrecer toda clase de repuestos y suministros para estos.

Tema 2: Reseña

Lexco S.A es una con más de doce años de experiencia en el campo de los equipos de oficina y pertenece al grupo Legis. Desde su creación y hasta diciembre de 1994, esta organización era distribuidor exclusivo de la marca Canon.

Tema 3: Políticas:

Desde comienzos de 1994, la empresa ha sufrido un cambio fundamental en su estructura organizacional así como en su grupo de colaboradores.

En cuanto a la parte organizacional dichos cambios se deben primordialmente a un grupo joven de directivos, con la suficiente experiencia como para aceptar el reto de gerenciar una empresa que presentaba síntomas de crisis.

Para lograr este cambio fue necesario realizar una renovación del potencial humano en un 70% lo que permite afirmar que la estructura humana es ajena a la situaciones anteriores y por lo tanto no posee paradigmas que impiden el desarrollo de sus actividades, lográndose un crecimiento total de la organización.

Tema 4: Mercados y Competencia

La empresa desde su inicio ha contado con competencia en cuanto a los productos que distribuye pero no en cuanto a marca,

Sus principales competidores son: Xerox, Datacol, Carvajal, Toshiba y Minolta; en el mercado negro.

Tema 4: Cobertura del Mercado

Lexco S.A tiene una cobertura nacional centralizada en Santafe de Bogotá donde se encuentra ubicada su oficina principal que se apoya en la sucursal ubicada en Santiago de Cali.

Tema 5: Tipo de Organigrama

Es una organización línea - funcional. Es lineal porque la autoridad y responsabilidad correlativa se transmiten integradamente por una sola línea para cada persona o grupo, de quien da las ordenes a quien las recibe.

Lo que facilita una firme disciplina porque cada jefe adquiere toda su autoridad, sin fuga de responsabilidad y de autoridad.

En este organigrama se puede apreciar la capacidad de especialización de los jefes y por lo tanto mayor eficiencia.

Esta empresa esta conformada por cinco gerencias, las cuales llevan a cabo las siguientes funciones:

Gerencia Comercial: se encarga de la fuerza de ventas.

Gerencia Administrativa: se encarga de los procesos y sistemas, contabilidad y tesorería.

Gerencia de Recursos Humanos: se encarga de nomina y personal.

Gerencia de Mercadeo: se encarga de la Publicidad y la comunicación.

Gerencia del servicio al Cliente: se encarga de servicio técnico, mantenimiento preventivo, correctivo, asesorías e instrucciones instalaciones y equipos, venta de repuestos y garantías a los clientes.

CAPITULO III: ENTORNO DEL SERVICIO

Tema 1: El Servicio Calidad

El servicio es la producción de una experiencia de compra satisfactoria.

La calidad recoge lo intangible e inexplicable, la calidad solo se define el cliente. Y este no sabe expresarla, más que parcialmente, en términos de requisitos traducibles a especificaciones.

El salto a servicio calidad solo tangencialmente es un problema de cultura organizativa. Nos encontramos fundamentalmente ante un problema de procesos. Porque la calidad son procesos se puede afirmar que la calidad se hace, no se controla. Es una cuestión del hombre contra el proceso.

Tema 2: Características del Servicio

Los servicios son más tangibles que intangibles.
Los servicios son simultáneos producidos y consumidos.
Los servicios son menos estandarizados y uniformes.
Los servicios no pueden ser almacenados.
En general no pueden ser protegidos con patentes.

Tema 3: Calidad – Servicio

La puesta en marcha de un programa de calidad- servicio se hace dentro de un esquema que es realmente sencillo. Pero la sencillez no nos libera de la laboriosidad. Se trata en realidad de programas largos, de varios años de duración que obligan a romper hábitos muy arraigados y esto genera resistencia al cambio y aprender nuevos modos de hacer las cosas.

El programa parte de la visión ambiciosa, mucho más compleja que la de un producto de calidad y unas relaciones de calidad en precios, condiciones comerciales y entregas. En la calidad servicio pueden entrar cosas como: surtir en tiempo, surtir en embarques más reducidos, atender ágil y más cuidadosamente las reclamaciones, atender sus llamadas a sus horas, mantener contactos de alto nivel, dar decisión a quien trata con el, aumentar la opcionabilidad, evitarle colas de espera o llenar esas colas de contenido, facilitar la operación del cliente.

CAPITULO IV: EL SERVICIO AL CLIENTE

El objetivo del servicio al cliente debe ser siempre el cliente. O sea no basta con vender un buen servicio es necesario atender al cliente o al usuario para que el pueda tener

satisfacción con la venta o uso del servicio, dependiendo del enfoque de distribución o de uso respectivamente.

El servicio al cliente es algo más que una línea telefónica para responder preguntas y quejas de los clientes. Es más que resolver problemas después de haberse hecho la compra.

El servicio al cliente es la ejecución de todos los medios posibles para dar satisfacción por algo que el adquirió; tantas facilidades como fueran posibles. El servicio extraordinario es aquel que el comprador no espera necesariamente recibir.

Tema 1: Servicio al Cliente Antes de la Venta

Antes de conseguir realmente un cliente o antes de venderle a un cliente existente un producto adicional, tenemos la oportunidad de ofrecerle servicios. Ese servicio puede venir en forma de información por medio de publicidad, correo directo, promociones de ventas o relaciones públicas. Aquí se tiene la oportunidad de formar una relación, de fijar el tono para esta relación y establecer las reglas básicas. El servicio puede ser tan simple como informar acerca de la existencia de un producto o tan complejo como crear un vínculo de confianza y respeto entre la compañía y el cliente.

Tema 2: El Servicio al Cliente durante la Transacción

Es en la venta cuando se está en contacto directo con el cliente. Si el cliente toma la decisión de comprar un producto de la compañía, entonces súbitamente adquiere importancia el reconocimiento de la necesidad de servicio de instalación, enfrentamiento y de los servicios posteriores a la venta.

Tema 3: El Servicio al Cliente Después de la Venta

Cuando el cliente ha adquirido un producto espera que se le proporcione los servicios que fueron prometidos y que se le atienda en forma correcta en caso de que el tenga alguna necesidad por comunicar a la empresa, es allí donde entra a responder el departamento de servicio al cliente, este departamento ofrece a la organización la oportunidad de contacto directo con el cliente donde se puede responder tanto a quejas como a solicitudes de información del cliente.

CAPITULO V: PLANEACION PARA SERVIRLE AL CLIENTE

Tema 1: Expectativas del Cliente

Las expectativas del cliente son actitudes que este asume con respecto a una compañía. Estas se relacionan con el producto, con el servicio dado y con el profesionalismo del contacto con el cliente. Cuando se recurre a una compañía por primera vez, las expectativas pueden ser altas. Al no tener ninguna experiencia adversa teóricamente no

hay razón para que las expectativas de respuesta sean otras que las de profesionalismo y competencia.

Los factores que influyen en las expectativas del cliente son:

- Eficiencia
- Confianza
- Servicialidad
- Interés Personal
- Confiabilidad

Los factores intrínsecos son susceptibles de entrenamiento. Pueden mejorarse mediante el entrenamiento cuando el desempeño no alcance los estándares establecidos.

Tema 2: Conocer al Cliente

Las compañías dejan de satisfacer necesidades superiores por que la percepción de lo que sus clientes desean ciertamente esta muy lejos de la realidad.

No es porque no se preocupen por las necesidades de los clientes; si no que no saben realmente ellos quieren, el problema de ello es la arrogancia.

Muchas compañías usan el sistema de respuesta abierta y cerrada para ahondar en los verdaderos retos y oportunidades que tienen los clientes, haciendo las preguntas correctas y en forma correcta.

Se debe tener en cuenta el estado emocional que trae consigo un cliente en el momento de contacto con nuestra empresa. Estos estados mentales según la psicología son:

- Furioso
- Triste
- Feliz
- Asustado

Tema 3: Comunicación con el Cliente

Ya que la comunicación con el cliente es un proceso de transmisión de mensajes. Las señales del mensaje van del cliente hacia la empresa o de la empresa hacia el cliente, algunas veces los mensajes de retroalimentación entre el uno y el otro pueden ser enteramente diferentes.

La comunicación y las buenas relaciones con el cliente no se dan así nomás. Ellas son el producto de una planeación cuidadosa y la habilidad para adaptarse a circunstancias y necesidades cambiantes. Cuando se logran buenas relaciones con el cliente, la empresa y el cliente se beneficia y ambos derivan una ventaja comercial.

Algunas veces se interponen terceros y fuerzas extremas y distorsionan el mensaje, dentro de las barreras que podemos encontrar en una compañía son:

El medio
Factores psicológicos.
Factores educativos
Factores culturales

Tema 4: Auditoria a los Clientes

Haga que sea una política llamar a sus clientes por lo menos una vez al mes, para saber como están y que necesitan.

Para una organización es vital controlar la eficiencia del servicio a la clientela con el objeto de saber cuan efectiva son sus políticas, practicas y procedimientos. Muchas compañías creen que se debe utilizar el servicio de firmas independientes de investigación para auditar el servicio al cliente antes y después de la transacción de venta.

CAPITULO VI: EFECTOS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL

La expresión calidad de vida en el trabajo tiene un significado especial, en relación con los recursos humanos, en las instituciones de servicio, la satisfacción del empleado, aunque difícil de medir, es quizás su resultado más importante. Cualquier esfuerzo de resultado es más importante. Cualquier esfuerzo de pensamiento estratégico y cualquier puesta en practica, por muy rigurosa que fuera, podía perderse si la empresa no fuera capaz de conservar a sus buenos empleados. Por tanto es importante contar con ciertos indicadores de rendimiento en el área de calidad de vida en el trabajo para garantizar que todas las áreas de acción estratégica están coordinadas para producir los resultados deseados.

Tema 1: Dirección y Entrenamiento del Personal

La fase de educación es una fase de comunicación y persuasión. Tenemos que vender el compromiso de la excelencia del servicio, tenemos que comunicar la estrategia del servicio; tenemos que dar a la gente la información que necesita para hacer funcionar la estrategia en su trabajo y tenemos que darles las destrezas que necesitan para manejar bien sus empleos de servicio.

Tema 2: Comunicación Corporativa

El entrenamiento es realmente solo una parte del proceso general de comunicación que se debe adelantar en la organización, si el mensaje de la calidad del servicio debe llegar y afecta a todo el que allí trabaja. Es necesario que haya un programa amplio que abarque todo para despertar la conciencia colectiva del servicio y de cooperación y trabajo en grupo a nombre de la calidad.

El programa de la calidad del servicio de arriba abajo, los ejecutivos deben ser los más enterados, ilustrados y comprometidos de todo. De ellos depende comunicar el mensaje en todas las áreas de la organización y por esto deben entenderlo plenamente y creer en el.

Tema 3: Auditoria Interna

La organización debe medir la calidad de vida en el trabajo periódicamente, por lo menos cada año, se puede hacer en forma de cuestionario breve y simple, el proceso de evaluación resulta simple y manejable, hay que facilitar la lectura e interpretación de los resultados para los gerentes.

La alta calidad de vida en el trabajo, incluye sondeos periódicos de las actitudes y de los sentimientos de los empleados, por medio de encuestas a grupos representativos así lograr comunicaciones abiertas que son fundamentales para entender donde esta nuestro personal.

CAPITULO VII: OFICINA DE SERVICIO AL CLIENTE

Tema 1: Empresas Lideres que cuentan con una Oficina de Servicio al Cliente

Se tomo como muestra representativa y comparativa para la creación de la oficina de servicio al cliente, nueve empresas que cuentan con esta oficina. Dentro de estas empresas se tomo como unidad de análisis para el montaje de la oficina las empresas: Carvajal, Pavco, Citibank e IBM.

A continuación se hace mención de las cuatro empresas que cuentan con oficinas de servicio al cliente líderes en Santafé de Bogotá.

Citibank

La oficina fue creada aproximadamente hace cuatro años. La oficina depende del jefe del departamento de servicio al cliente, el cual reporta directamente al presidente del banco. El departamento se encuentra conformado por la oficina de servicio al cliente, la oficina de calidad y la de relaciones públicas.

La oficina tiene la función conjunta con la oficina de calidad, la oficina de servicio al cliente se encarga de los reclamos del cliente y la de calidad se encarga de las solicitudes catalogadas, como las necesidades del cliente que dan valor agregado.

Pavco

La oficina de servicio al cliente se creo hace 5 años. Debido a que la empresa cuenta con un gran numero de distribuidores y mayoristas lo que permitía el contacto directo con los clientes, siendo esto un factor negativo en cuanto a que el cliente no sentia respaldo de parte de la empresa en sus requerimientos, necesidades. De ahí la importancia de crear

una oficina de servicio al cliente donde el lema es "AQUÍ ESTAMOS RECLAME, SOLICITE".

Carvajal

Creada hace 10 años. Se creo debido a la cantidad de llamadas que a diario recibía la gerencia por parte de los clientes, cada uno de ellos lo hacia con la esperanza de encontrar un mejor servicio y de una correcta orientación.

Por esto la gerencia decidió montar la oficina de servicio al cliente, donde se pudiera canalizar toda esta información y en lugar de convertirse en una carga, fuera una herramienta para estar cerca tanto del cliente interno como del cliente externo.

IBM

En esta empresa las diferentes funciones que realiza como oficina de servicio al cliente, se llevan a cabo en la unidad de servicio al cliente.

Esta empresa por ser multinacional trae consigo un montaje bastante amplio de lo que es el servicio al cliente, ya que desde el mismo momento de su fundación en el año de 1920 el presidente la de compañía estableció tres básicos de IBM, a saber: respeto por el individuo, excelencia como modo de vida, satisfacción del cliente. Como se puede observar en los credos de la empresa la importancia que se le dio desde sus inicios a la satisfacción del cliente; lo que le ha permitido a esta empresa en varias ocasiones otorgársele el premio de Calidad y servicio.

Tema 2: Análisis Comparativo de las Ventajas y Desventajas de las Cuatro Empresas de Servicio al Clientes Lideres

El objetivo común de las cuatro oficinas de servicio al cliente lideres, es buscar siempre la satisfacción del cliente. Todas trabajan para alcanzar este fin de una manera muy similar, pero encontramos algunas diferencias entre unas y otras que pueden resultar como ventajas y desventajas en su funcionamiento.

Ventajas

La red electrónica de información es un instrumento bastante eficaz y veraz de la comunicación de información recolectada.

El no manejar tantos formatos desempapela la oficina.

La oficina de servicio al cliente es autonomía en sus decisiones y tiene poder para sus actuaciones.

Los estándares de respuesta a quejas y solicitudes, agilizan las operaciones tanto en la oficina como en los diferentes departamentos.

Desventajas

Al personal que trabaja bajo los parámetros establecidos o no dan la respuesta adecuada se le despide.

No es una oficina autónoma y el encargado tiene que reportar a un jefe inmediato y este a la gerencia.

Es una oficina encargada del manejo de quejas y reclamos.

CAPITULO VIII: APLICACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO EN LA CREACIÓN DE LA OFICINA DE SERVICIO AL CLIENTE

Misión: identificar necesidades del mercado y desarrollar respuestas de servicio con la mayor calidad, esforzándonos en mejorar la satisfacción de los clientes, empleados, proveedores, asociados y de la comunidad.

Estrategias

Promocionar la oficina de servicio al cliente en la empresa Canon Lexco por medio de seminarios y folletos informativos, antes de ser montada, esto con el fin de contar con las sugerencias de los empleados.

A una muestra representativa de treinta clientes patrocinarle entrevistas de satisfacción, para saber que fortalezas y debilidades esta incurriendo la empresa.

Presupuesto

El presupuesto para el montaje de la oficina de servicio al cliente, sirve para determinar por anticipado en términos cuantitativos y monetarios, la asignación de los recursos necesarios para el montaje de la oficina y el costo aproximado de estos, dando el momento en que se decide su montaje y funcionamiento.

Evaluación del Servicio al Cliente Externo

Se encuestaron treinta clientes externos de la empresa Canon Lexco, y se hizo referencia a las expectativas del cliente frente al servicio, se efectuaron ocho preguntas de las cuales se obtuvieron doscientos cuarenta respuestas. Donde las 240 equivalen al 100% y este se deriva según el total de las respuestas de los encuestados.

CONCLUSIONES: de las 4 conclusiones se extractan las siguientes:

La empresa cuenta con un equipo de trabajo capacitado, comprometido, colaborador y eficaz, el cual reconoce que la razón de ser de la empresa es el cliente y por ende en el momento de implantar nuevos cambios sabrá responder y actuar.

La empresa se encuentra en una etapa de reorganización y mejoramiento de sus áreas en pro de obtener mejores resultados. Situación que se presenta viable para implantar de la forma más adecuada estos cambios significativos e importantes que se han demostrado a través del presente trabajo.

RECOMENDACIONES: de las recomendaciones se extractan las siguientes:

Crear la oficina de servicio al cliente, la cual debe ser un autónomo²³ dentro de la compañía que funcione como auditor de servicio al cliente externo como interno.

Brindar atención personalizada a los clientes mejorando de esta forma la comunicación, credibilidad y aceptación de la empresa.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta de 23 autores, tratando temas como: servicio, comunicación, marketing, calidad.

ANEXOS:

Anexo 1: Evaluación del servicio al cliente externo.

Anexo 2: Evaluación del desempeño del cliente interno.

Anexo 3: Evaluación de la satisfacción de respuesta a quejas y reclamos cliente interno.

Anexo 4: Formato de recepción de llamadas solicitud de servicio.

Anexo 5: Formato de recepción de llamadas quejas y reclamos.

RAAS: este resumen fue realizado por Ximena Cely.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 091

TITULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DE TIURISMO PERSONALIZADO.

AUTOR: RUIZ, Catherine. YAÑEZ, Andrea.

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1995, pp.136 gráficas 7

PALABRAS CLAVES: TURISMO, ORGANIZACION, ESTRUCTURA, INVESTIGACION, DEPARTAMENTO, SERVICIOS.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende exponer el proceso de formación, constitución y desarrollo de una empresa de Turismo Personalizado, mediante el análisis de la parte legal, el estudio de mercado, estructura organizacional, planta física y finalmente el estudio financiero del mismo.

FUENTES:

En el trabajo no se encuentran pie de página.

CONTENIDO:

CAPITULO 1. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL.

Para llevar a cabo los trámites legales de la empresa objeto del presente estudio, se siguió un proceso que empezó estipulando en una minuta el tipo de sociedad, en este caso una Sociedad de Responsabilidad Limitada, cuyo objeto social es el Turismo Personalizado, que consiste en prestar a personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras los siguientes servicios de manera integral y por un solo precio:

- Alimentación.
- Hospedaje.
- Recreación y seguro.

CAPITULO 2. ESTUDIO DE MERCADO

Teniendo en cuenta las posibilidades actuales de la empresa de prestar el servicio de Turismo personalizado tanto en Santafé de Bogotá como en Melgar, y, para ofrecer a huéspedes de todas las edades la posibilidad de utilizar el servicio en las diferentes épocas del año se diseñó una serie de programas con diferentes características y especificaciones, siempre con la filosofía de ser anfitriones y suplir las necesidades del cliente.

Para cumplir a cabalidad con éste propósito se realizó una investigación con el objeto de determinar las necesidades específicas de los huéspedes potenciales, y las características de los servicios turísticos actuales que representa la competencia de la empresa.

Oferta de Servicios

Los siguientes son los programas diseñados por la empresa

- Programa básico
- Programa fin de semana descanso y diversión
- Programa puente divertidísimo
- Programa monstruos en vacaciones
- Programa segunda luna de miel

Tema 2. Objetivos de la investigación

Realizar un completo estudio de mercado para evaluar la factibilidad de montar una empresa de Turismo Personalizado que funcione en Santafé de Bogotá y/o Melgar.

Específicos

- Medir el nivel de aceptación que tiene entre los encuestados, la prestación personalizada e integral de servicios que comprenda alimentación, transporte, alojamiento, guianza y recreación.
- Analizar las ventajas competitivas del proyecto con respecto a los servicios turísticos tradicionales.

Tema 3. Evaluación y análisis de la investigación

La investigación que se utilizó en este estudio es básicamente de tipo exploratorio, aplicando una muestra no probabilística de personas nacionales y extranjeras que por diversos motivos necesitan o quieren viajar a Bogotá o Melgar.

El estudio de mercados se basó en entrevistas personales y en la aplicación de 200 encuestas distribuidas de la siguiente manera.

Nacionales

- Boyacá
- Cundinamarca
- Antioquia
- Bolívar
- Valle
- Norte de Santander
- Santander

Extranjeras

- Chile
- Estados Unidos
- Ecuador
- España
- México
- Venezuela

Tema 4. Conclusiones de la Investigación

De acuerdo con el análisis de los resultados obtenidos por la investigación se puede concluir que todos los servicios planteados por el turismo personalizado tienen un alto nivel de aceptación dentro de los clientes potenciales y por lo tanto son ventajas competitivas del negocio con respecto a los demás servicios turísticos.

El estudio de mercados permitió determinar que el montaje de un proyecto con estas características es factible, y tiene bastante acogida en el mercado turístico tanto nacional como internacional.

Todos los servicios planteados por el Turismo Personalizado tienen un alto nivel de aceptación dentro de los clientes potenciales y por lo tanto son ventajas competitivas del negocio con respecto a los demás servicios turísticos.

Tema 5. Características del mercado potencial

Los principales huéspedes de la empresa son personas que deseen o necesiten viajar a Santafé de Bogotá y/o Melgar por algún motivo, ya sea placer, negocios, educación u otros, y que a su vez presentan las siguientes características:

- No tienen lugar conocido a donde llegar
- No conocen la ciudad
- No tienen la capacidad económica para cubrir los gastos de hospedaje en el hotel.
- No saben conducir
- Personas que por razones médicas deben viajar a Santafé de Bogotá.
- Familias que desean enviar sus hijos o nietos

Tema 6. Estudio de la competencia

Los principales establecimientos de hospedaje con los cuales entra a competir esta empresa de Turismo Personalizado son:

En Santafé de Bogotá

- Apartahoteles
- Apartamentos amoblados
- Hostales

En Melgar

- Ciudades de vacaciones
- Cómodas instalaciones

- Vida familiar
- Amplio contacto con la naturaleza
- Actividades deportivas

Tema 7. Promoción y Publicidad.

Promoción

Se llevará a cabo por medio de un sobre que contiene una carta personal y los diferentes programas diseñados por la empresa, que será enviado directamente a cada persona que presentó interés en conocer el servicio Turístico Personalizado y aquellas personas que por experiencia personal, se conoce que necesitan de este tipo de servicio.

Publicidad

Se hará de manera breve en carta enviada a revistas turísticas, secciones de diarios de mayor publicación, y revistas que tienen que ver con el gremio turístico.

CAPITULO 3. ESTRUCTURA REQUERIDA

Tema 1. Selección del personal

El gerente general es el directo responsable de la selección del personal, teniendo en cuenta que se trata de una empresa pequeña. Para llevar a cabo esta labor se tendrán en cuenta las siguientes etapas:

- Recepción preliminar
- Entrevista de selección
- Verificación de referencias
- Decisión de contratación.

Tema 2. Requerimientos de personal y descripción de cargos.

Personal requerido

- Gerente General
- Anfitrión
- Secretaria
- Contador
- Aseadora
- Cocinera

Descripción de cargos

- Nombre del cargo
- Requisitos básicos
- Estudios y formación
- Habilidades
- Condiciones generales del cargo
- Organigrama

CAPITULO 4. PLANTA FISICA

Tema 1. Localización y descripción de las instalaciones y equipos

Apartamento en Bogotá

Es un apartamento ubicado en el edificio multifamiliar las Américas, localizado en la Calle 22c, Avenida de las Américas treinta y cuatro ochenta y dos/ treinta y cuatro ochenta y seis y carrera treinta y cinco número 22 de urbanización Gran América, lote número 8^a , manzana 14 en Santafé de Bogotá.

Ventajas

- Su céntrica ubicación
- Importante vías de acceso
- Facilidad de transporte
- Cómodas instalaciones
- Vigilancia permanente
- Ubicación cerca de centros hospitalarios

Cabaña en Melgar

Se trata de una cabaña ubicada en el condominio Colonial Vacacional Agua Clara, kilómetro 108 por la carretera Panamericana, entre las poblaciones de Melgar y Girardot.

Ventajas

- El condominio esta ubicado sobre la carretera Panamericana
- Posee árboles frutales, jardines y riachuelo
- Acueducto propio abastecido
- Servicio telefónico
- Cercano a importantes sitios turísticos

CAPITULO 5. INVERSIÓN Y ESTUDIO FINANCIERO

- Inversión total necesaria
- Ingresos estimados por servicios que presta la empresa
- Presupuesto de mano de obra
- Presupuesto de materia prima e insumos
- Servicios públicos
- Estados financieros
- Estado de pérdidas y ganancias proyectadas
- Flujo de efectivo proyectado
- Balances generales proyectados
- Valor presente neto
- Tasa interna de retorno
- Punto de equilibrio

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- Gracias a las investigaciones realizadas, se puede concluir que en la prestación de cualquier tipo de servicio, especialmente en el turístico, lo más importante es el cliente; sin embargo no se le ha dado la importancia que merece.
- La oferta de servicios que plantea la empresa pretende cubrir las necesidades de personas de todas las edades y condiciones, por tal razón se crearon programas de turismo integrales y a precios cómodos.
- Después de evaluar todo lo concerniente al estudio financiero, se puede concluir que con una mínima inversión y un máximo aprovechamiento de los recursos aportados por los socios, se puede recuperar rápido la inversión y obtener un alto nivel de rentabilidad.

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 14 autores, destacándose los siguientes:

APROYAVE LOPERA, Cesar. Aspecto procedimental de la inspección turística. Memorias. Bogotá. Abril de 1975

AZORIN, Francisco. Curso de Muestreo y Aplicaciones. Aguilar S.A. ediciones Madrid. 1982

DESANTNICK, Robert. Como conservar su clientela. Editorial Legis. Bogotá. 1989

ANEXOS:

- Anexo A Minuta de constitución de la Sociedad
- Anexo B Gráficos suministrados por COTELCO
- Anexo C Programa Anfitriones Básico
- Anexo D Programa fin de semana descanso y diversión
- Anexo E Programa Puente Divertidísimo

Este RAAS fue elaborado por Yudy F. Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 092

TITULO : MODELO DE INTEVENTORIA PARA EL SERVICIO DE ALIMENTOS DE LA CLINICA HOSPITAL FRAY BARTOLOMÉ DE LAS CASAS.

AUTOR (es) : Quiroga, González Martha Isabel

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa de administración de instituciones de servicios de bienestar, Santa fé de Bogotá, 1995, páginas 142 , anexos 21, figuras 2

PALABRAS CLAVES:

Servicio, planeación, planificación, calidad, productividad, nutrición, beneficios, servicio de alimentos, marketing estratégico, administración, organización, administración hospitalaria.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad diseñar un modelo de interventoría que permita establecer estándares de calidad destacando los factores claves presentes en cada subsistemas, lo mismo que proporcionando indicadores útiles en el análisis de los diferentes aspectos de éstos , en búsqueda de optimizar la prestación de un servicio de alimentos en el área hospitalaria : clínica Hospital Fray Bartolomé de las casas.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 4 pie de página ,destacando autores como:

- Tejada Blanca Dolly, la administración de servicios de alimentos #1
- Universidad de Antioquia , estudio sobre calidad. Nutrición, productividad y beneficios, Medellín 1992 #1
- adaptado de CTC, instituto tecnológico de estudios superiores, Monterrey , México 1991 #1
- the competitive edge marketing strategies for the registred dictation, 1986 #1

- CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por cinco capítulos así:

CAPITULO I UBICACIÓN METODOLOGICA

Tema 1: Definición del problema :

En toda institución hospitalaria la parte de suministros de alimentos es un área de vital importancia por cuanto conlleva la prestación de un servicio que ayuda a la recuperación y soporte de los pacientes hospitalizados.

Mediante una interventoría en el área de alimentos se busca mejorar la calidad en: preparación, distribución y presentación de alimentos, actualización y mejoramiento del recurso humano, ubicación, conservación y adecuación de los insumos, menaje y equipos propios de esta área y en fin la racionalización en los procedimientos necesarios para cumplir con los objetivos trazados.

Tema 2: Justificación: al analizar los diferentes problemas ante los cuales se enfrentan los servicios de alimentos hospitalarios , es necesario conjugar la aceptación del paciente hospitalizado, ante una alimentación usualmente baja en grasas, sin condimentos y los problemas inherentes a los defectos ya tradicionales de las entidades hospitalarias, como son: : la falta de control para la adquisición y suministro de alimentos , procedimientos no definidos para la elaboración y entrega de los mismos, recurso humano no calificado o no competente.

Tema 3: Metodología: Con base en la situación real , en este caso la presentación de un servicio de alimentos en el área hospitalaria , elaborar un modelo de interventoría que permita establecer para metros de evaluación , partiendo de un diagnóstico de observación para poder plantear la propuesta de dicho modelo basado en un contexto teórico de las asignaturas del área administrativa y elaboración de mentomados durante el curso académico de la carrera

TIPO DE INVESTIGACIÓN: es una investigación descriptiva y analítica , porque describe en forma sistemática las características de una situación o área de interés , en este estudio: el servicio de alimentos en el área hospitalaria.

MEDIOS UTILIZADOS PARA EL DESARROLLO:

Se manejan los siguientes recursos:

- Revisión bibliográfica
- Búsqueda y recolección de información
- Fichas bibliográficas
- Evaluación y jerarquización

CAPITULO II : DIAGNOSTICO DEL SERVICIO DE ALIMENTOS EN LA CLINICA HOSPITAL FRAY BARTOLOMÉ DE LAS CASAS

La función de un servicio de alimentos en una institución para el cuidado de la salud es servicio al enfermo; los empleados del servicio de alimentos son responsables del servicio directo de los alimentos al enfermo.

En el servicio de alimentos se realizan actividades de funcionamiento como son: recibo, almacenamiento, procesamiento, ensamble, y distribución de alimentos, además se realizan funciones administrativas como: elaboración de pedidos y suministros, control de personal, elaboración de minutas y control de suministros.

La alimentación de los pacientes incluye desayuno, nueves, almuerzo, onces, comida,.

El gasto total en alimentos en promedio mensual, sin contabilizar gastos fijos, asciende a diez millones de pesos (\$10.000.000) dicho dinero es obtenido de las partidas asignadas por el gobierno distrital.

Tema 1: Planta física: este servicio se encuentra dividido en seis áreas: oficina nutricionista jefe, despensa, cuartos fríos, área de procesamiento de alimentos, panadería y repostería y barra de servicio.

EQUIPO Y MENAJE :Posee el equipo y menaje apropiado para doscientos pacientes.

Tema 2: área de servicio: e encuentra distribuida así:

RECIBO: El pedido de alimentos no perecederos se realiza mensualmente y los alimentos deben llegar los primeros días de cada mes. En el momento de recibo están presentes :la nutricionista ,dietista, jefe de alimentos, un representante de la auditoría ,la despensera y el representante del proveedor el cual tiene una copia del pedido para verificar si la cantidad y las características de los productos son las mismas que se solicitaron .

Si algún alimento no se encuentra en óptima calidad o condiciones y no cumple con las especificaciones solicitadas ,entonces se hacen las devoluciones correspondientes. Posteriormente la despensera se encarga de seleccionar los alimentos y despacharlos de acuerdo a los requerimientos.

Tanto la nutricionista –dietista como el proveedor tienen una copia de el pedido, para verificar si la cantidad recibida es la misma solicitada. La nutricionista dietista supervisa el pesaje de alimentos, y luego estos alimentos se pasan a los cuartos fríos donde se encuentran los dos empleados de mantenimiento los cuales han hecho el ase correspondiente.

Tema 3: área de almacenamiento.

Se conforma así: alimentos no perecederos, son almacenados por la despensera , teniendo en cuenta que el orden permita gastar primero los alimentos que aun queden

del pedido anterior. Existe poco espacio para almacenar por lo tanto los estantes están pegados contra la pared y es muy difícil el aseo en ciertos espacios.

Algunas veces se presentan confusiones ya que los productos no están almacenados por orden alfabético, la despensa esta iluminada perfectamente, pero es deficiente en cuanto a ventilación se refiere.

ALIMENTOS PERECEDEROS: mercados de plaza: existen 4 cuartos fríos para almacenamiento. En el primero se almacenan los dulces de fruta en recipientes plásticos, las gelatinas en ollas de aluminio con tapa, el queso, cuajada, huevos y algunas frutas como fresas son ubicadas en estantes metálicos.

Tema 4: Distribución: las líneas de distribución se comportan de la siguiente manera:

Alimentos no perecederos: la nutricionista dietista elabora la lista de requisición, esta lista se entregada a la despensera para que deje listos los alimentos que se van a gastar en cada uno de los turnos.

Durante el fin de semana no se despachan nueves ni onces y los alimentos a utilizar en cada turno se dejan listos los viernes por la tarde.

Alimentos perecederos: mercado de plaza: la nutricionista dietista jefe del servicio de alimentos elabora la lista de los productos teniendo en cuenta la cantidad y los turnos, dichos alimentos son despachados por los empleados de servicio

tema 5: manipulación y preparación:

esta condicionada al tipo de alimento y al programacidiaria de las minutas. cabe resaltar que hasta el momento los auxiliares y empleadas del servicio no han sido capacitadas en lo que respecta a la manipulación higiénica de los alimentos, ni tampoco han sido carnetizados por la secretaria de salud.

Tema 6: Distribución de alimentos:

DESAYUNO: El proceso se inicia alas 7:a.m. en este momento se distribuye el caldo, el café o el chocolate, la maizena o la avena, en platos el queso o la cuajada y el jugo y el pan separadamente.

Una vez recibido los alimentos la auxiliar se dirige a la repostería del piso correspondiente. El tiempo de servicio es de 10 minutos.

NUEVES: la auxiliar llega con el carro transportador a la cocina aproximadamente a las 10 a.m. los líquidos son servidos en ollas.

Se distribuye de igual manera que los desayunos el tiempo es de 45 minutos.

ALMUERZO: para las sopas y jugos la auxiliar llega a la cocina donde son suministrados en ollas las sopas y los jugos que son llevados en los carros transportadores a la repostería, tiempo aproximado 25 minutos.

ONCES: la auxiliar baja con el carro transportador a la cocina, se sirve en ollas el agua de panela y demás sube a la repostería y sirve en vasos y platos los alimentos y los distribuye a los pacientes en forma descrita. tiempo :40 minutos.

COMIDA: la comida se sirve de igual forma que el almuerzo, tiempo 60 minutos.

Tema 7: control interno del servicio:

El control va dirigido a los recursos y actividades que se ejecutan, coordina las actividades de los funcionarios mediante la elaboración de hojas de trabajo.

La hoja de trabajo se hace mediante un seguimiento de las actividades realizadas por los empleados durante su jornada de trabajo. Se escoge al personal de acuerdo a los turnos que hay en el servicio: mañana de 6-12 a.m , tarde de 12 a 6 p.m.

Tema 8: Menú patrón y ciclo de minutas:

La nutricionista dietista administradora del servicio de alimentos establece el menú patrón teniendo en cuenta los grupos de alimentos:

Formadores, reguladores, energéticos y las leyes de la alimentación completa, suficiente, equilibrada y adecuada.

CICLO DE MINUTAS: Consta de 28 minutas , los trasnochos están determinados previamente por el sindicato de trabajadores de la institución.

Tema 9: Personal que labora en el servicio:

El personal que labora en el servicio es un total de 19 empleados , la nutricionista dietista , administradora del servicio de alimentos , una secretaria y los 17 trabajadores restantes repartidos en tres turnos diferentes : mañana , tarde y noche .

NIVEL EDUCATIVO Y CAPACITACION:

La administradora del servicio de alimentos es licenciada en nutrición y dietética, la secretaria es bachiller con estudios en técnicas de secretariado, los demás tienen un nivel educativo promedio de básica primaria.

REQUISITOS MINIMOS DE HIGIENE:

Para la selección del personal, se tiene en cuenta que el candidato no padezca de enfermedades respiratorias o lesiones en la piel. Además se exige el coprológico y el examen de órganos de los sentidos.

El personal cumple con los hábitos higiénicos como: baño diario, afeitada, uñas cortas, usar uniforme limpio.

En cuanto a su planta física el servicio e alimentos se encuentra aislado de focos de insalubridad, existen vestieres para hombres y para mujeres además tienen casilleros individuales.

HUMEDAD: no existen instrucciones que permitan medir la humedad de los cuartos fríos.

TIEMPO: la manipulación de alimentos potencialmente peligrosos como las carnes congeladas no se realiza en un tiempo menor de 3

Horas

SELECCIÓN DE MATERIA PRIMA: se selecciona únicamente proveedores de alimentos procesados que tengan licencia sanitaria vigente.

ALMACENAMIENTO: los alimentos se almacenan tan pronto son recibidos, se gastan primero las existencias viejas o de acuerdo del grado de maduración de frutas y verduras.

CONTROLES DE ANIMALES : las fumigaciones no se realizan trimestralmente, no existen medidas preventivas como mallas y trampas en los sitios de entrada de insectos y animales.

LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN: no se utilizan soluciones controladas de desinfección para el lavado de utensilios , equipos , trapeadores, lo que permite un control microbiológico

EDUCACIÓN SANITARIA. la capacitación al personal no se realiza frecuentemente debido a que este no dispone de tiempo para recibirlo.

CAPITULO III: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .

Tema uno: planta física: Se propone zonificar el servicio de alimentos con el fin de facilitar al personal el desplazamiento, tiempo y movimientos en las actividades que se realizan ,teniendo en cuenta la organización de los equipos de la planta física.

La secuencia de la operaciones en una cocina se relaciona con los alimentos y con lo que se hace con ellos y de ellos, de manera que se tiene que tener en cuenta para facilitar la labor de los empleados el equipo los elementos y todos las actividades.

Tema dos: análisis del flujo del servicio de alimentos:

Elaboración de pedidos: asegurarse de mantener los costos sin comprometer la calidad de los productos o mediante la utilización de los corte de carne más baratos y productos de cosecha .

Realizar especificaciones precisas de manera escrita de los productos en cuanto a las características, marca, calidad, grado de maduración con el fin de crear un compromiso bien definido con el contratista .

PROCESOS DE RECEPCIÓN:

- Almacenamiento y despacho de alimentos: es necesario colocar reguladores de temperatura en los cuartos fríos y en los congeladores para asegurarse de que los alimentos no perderán sus características físicas y de composición .el servicio no cuenta con un área específica de recepción de alimentos y el lugar en el cual se realiza es muy pequeño y los alimentos no son colocados en el área que corresponde a la movilización de los empleados del servicio

PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS

Esta sujeta al menú patrón al cumplimiento del ciclo de minuta, estandarización de recetas y a las diferentes clases de dietas solicitadas por los diferentes servicios hospitalarios.

PROCESO DE SERVICIO Y DISTRIBUCIÓN DE LOS ALIMENTOS:

No se cumple con estas normas de sanidad ya que el gorro no esta colocado adecuadamente, los empleados comen durante el servicio y cogen los alimentos con la mano no con los utensilios para servir, además en ocasiones se quitan el sudor de la cara con las manos.

Tema tres: menú patrón y dieta terapia

En este aspecto es necesario realizar modificaciones con respecto a la combinación de colores y texturas de los alimentos , con el fin de hacer más apetecible y atractivas las preparaciones ofrecidas por el servicio..

Se hace necesario utilizar recetas estandarizadas, pues son una herramienta útil para la administradora del servicio de alimentos , ya que facilitan el calculo de ingredientes y así mismo el control en el despacho y utilización de los mismos.

Tema 4 : control interno del servicio:

En cuanto a las actividades del personal se sugiere rediseñar las hojas de trabajo, la cual facilitara la evaluación periódica de las actividades del personal a la vez se visualizaría fácilmente si se están cumpliendo los objetivos planeados y la calidad del servicio suministrado al paciente.

Tema 5: control sanitario: se recomienda a los empleados para obtener una limpieza adecuada de sus manos :

- Ajustar la temperatura del agua hasta donde pueda tolerarla
- Mojarse las manos y el área visible de antebrazos y muñecas
- Aplicarse jabón antibacteriano
- Entrelazar los dedos con jabón.
- Abrir la palma de la mano en forma de copa y hacer que penetre la espuma en la uñas.
- Enjuagarse las manos por completo entre agua tibia y caliente
- Secarse las manos con toallas de papel o un secador de aire caliente no usar esmalte

CAPITULO IV: PAUTAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE INTERVENTORIA EN EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICION EN LA CLINICA HOSPITAL FRAY BARTOLOMÉ DE LAS CASAS.

La interventoría es una función orientada hacia el control de la calidad de la prestación del servicio de alimentación. La cual se debe hacer coordinadamente y debe ser colaboradora en la solución de problemas, técnicos, y además en la defensa de intereses de la institución y sus usuarios.

Se organizan en tres grandes grupos:

- a. dirección a gobierno: mercadeo, dirección, finanzas y control,
- b. operativos: compras, suministros, producción y servicio.
- c. Físicos: planta física y equipos.

La interventoría del servicio se hará mediante el ciclo PHVA:

HACER: implica la ejecución y el control por parte de la persona responsable de la interventoría quien debe ser alguien idóneo en los aspectos técnicos ,administrativos del servicio de alimentos.

El hacer se basa en la inspección y evaluación teniendo en cuenta los criterios e indicadores, los métodos o herramientas, así como la periodicidad definida en la planeación. Hay que inspeccionar con máximo cuidado los siguientes aspectos :

- Calidad de la alimentación
- Rapidez de la respuesta a las exigencias de los usuarios
- Reacción de los usuarios
- Uso y mantenimiento de l equipo
- Cumplimiento de las especificaciones del servicio establecidas en licitación.

VERIFICAR: es confrontar , analizar los resultados frente al estándar , con este fin quien ejerce la interventoría debe elaborar informes escritos que consoliden las debilidades y fortalezas del servicio de alimentación .

Así mismo se debe establecer una fecha para reevaluar el problema y acción correctiva, cuyo resultado también debe informarse.

ACTUAR: el interventor debe entonces aplicar herramientas de control, observación, confrontación de documentos, registro de información, para verificar que está actuando en concordancia con lo planeado. Por lo tanto el control nunca termina y por eso se habla del ciclo de control como un proceso continuo..

Tema 1: Subsistemas que componen el programa de interventoría en un servicio de alimentación y nutrición.

La interventoría debe tener en cuenta tres componentes: prestación del servicio de alimentación, educación nutricional y atención nutrición grupal.

Para facilitar la interventoría de dichos componentes, se tendrá en cuenta: el aspecto a evaluar, los criterios o indicadores, los métodos, herramientas y la periodicidad de ejecución.

Subsistema de mercadeo: el subsistema de mercadeo es un punto de unión entre el producto y los usuarios, haciendo conscientemente a este valor agregado para obtener una mezcla producto – servicio y dicha mezcla se ajusta a sus necesidades y satisface sus expectativas.

MODELO DEL PLAN DE MERCADEO:

Comprende:

- Identificar el mercado objetivo y línea de servicio
- Realizar una investigación de mercadeo
- Establecer objetivo y metas medibles y realistas
- Determinar las principales estrategias
- Desarrollar planes de acción y asignar responsabilidades
- Establecer un sistema de informes financieros
- Medir y evaluar resultados
- Asegurar compromiso organizacional.

INVESTIGACIÓN DE MERCADEO:

la investigación de mercadeo es el ensamblaje y análisis sistemático de datos relevantes a cualquier aspecto del mercado a cualquier aspecto del mercadeo. La investigación de mercadeo suministrar información que ayuda a tomar decisiones, estas son funciones del administrador de servicio de alimentación y su equipo de colaboradores. Es necesario que cumpla con lo siguiente:

- Se reconozca como fundamental
- Sea bien realizada
- Sea continua
- Se acepten los resultados
- Se emplee en la operación operativa

Hay que tener en cuenta los siguientes pasos:

- a. definición de problemas
- b. exploración de datos internos
- c. búsqueda de datos secundarios

- d. recolección de datos primarios
- e. interpretación de datos.

Tema 2: Subsistema de suministros:

El subsistema de suministros tiene un gran responsabilidad en el control de inventario y de los productos y en el manejo de los materiales, para que se asegure la continuación de la tarea indicada para la compra.

Los objetivos del subsistema de suministro son los siguientes:

a. asegurarse el flujo eficiente y oportuno de productos a los subsistemas de producción y/o servicio.

b. garantizar que dichos productos tendrán la calidad y cantidades requeridas para ello, el subsistema debe planearse de tal manera que en recibo todos los productos se sometán al tratamiento apropiado.

c. mantener reservas de productos de la manera más económica posible.

d. Comunicarle al subsistema de compras, las necesidades de compras, y de productos y para ello el control de inventarios es una herramienta muy valiosa.

Tema 3: recibo:

Es el proceso que asegura que los productos despachados por los proveedores si son realmente los que ordenó el subsistema de compras.

El proceso de recibo tiene que ver con los siguientes aspectos:

- A. verificación de que la calidad, tamaño y cantidad de los productos, están acordes con las especificaciones.
- B. Aceptación o rechazo de los productos según lo que arrojen las verificaciones anteriores.
- C. Registro de exacto de las cantidades y tipo de productos recibidos diariamente.
- D. Transferencia rápida y adecuada de productos.

Tema 4: almacenamiento: el almacenamiento constituye en vinculo entre el recibo y la producción realizando una función de retención y control de los artículos.

OBJETIVOS DEL ALMACENAMIENTO:

- proporcionar espacio para retener los alimentos hasta que se usen
- reducir al máximo las pérdidas de calidad de los alimentos.
- Ser conveniente para los empleados que manipulan los alimentos
- Funcionar como un punto importante de control.

Tema 5: despacho de productos: el despacho es el proceso utilizado para suministrar los alimentos y otros artículos no comestibles, a las unidades de producción de servicio y almacenados.

Todo despacho de alimentos debe obedecer a un pedido por escrito y con firma de la persona autorizada.

El control de despacho tienen dos aspectos importantes: los artículos no deben sacarse del almacenamiento sin debida autorización. Solo debe despacharse la cantidad y calidad requeridas para la producción y servicio.

Tema 6: Subsistema de producción:

La producción es un proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios.

La administración de la producción comprende:

- Planeación de la producción: el administrador administra los recursos. Que comprende dos aspectos:
- Proyección de la producción, es la habilidad de anticipar, calcular o predecir algún evento.
- Programación de la producción, consiste en determinar , por quién, cuanto, como, y donde se elaboran las preparaciones de los alimentos , persigue conservar su valor nutritivo, mejorar su digestibilidad, su sabor etc.
- Control de calidad y cantidad de los productos: la conservación de la calidad de los productos comprende el valor nutricional, de las características organolépticas..
- Control de productividad del personal: el personal debe estar capacitado para realizar las funciones que lo competen .

Tema 7: subsistema de servicio:

Es la entrega del producto terminado a los usuarios a los cuales funciona dicho servicio, el papel es muy importante que el producto secundario se le entregue al consumidor.

La razón de ser del producto secundario que comprende la vajilla , cubiertos, decoración y aspectos intangibles como la amabilidad del empleado y el ambiente es lo que mas se percibe.

PROCESO DEL SUBSISTEMA DE SERVICIO:

Comprende tres pasos:

Empaque: es la presentación del producto de una manera que sea conveniente y atractiva para consumirlo.

Distribución: el servicio de alimentación transfiere el producto empacado al consumidor.

Tema 8: subsistema de control: es el proceso de asegurarse de que las tareas se están llevando a cabo tal como se planearon y de qué estas tareas están acordes con los objetivos fijados.

El ciclo de control debe estar seguido por:

- a. establecimiento de estándares
- b. la medición del desempeño: contabilidad, chequeos internos, encuestas, observación.
- c. la comparación entre estándares y desempeño: (evaluación).
- d. corrección de la desviación:.

Los objetivos de control pueden lograrse implementando los procedimientos en tres formas : antes que ocurra la actividad, durante la actividad, o después de efectuada la actividad.

Tema 9: calidad en un servicio de alimentación :

La preocupación por la calidad, es algo que ha adquirido cada día mayor auge, a tal punto que se considera que hay tres aspectos básicos para la innovación , la productividad y la calidad total,.

Tema 10: control de seguridad: en un servicio de alimentos se presentan muchos riesgos que pueden poner en peligro la seguridad, tanto de los empleados como de los usuarios.

TIPOS DE ACCIDENTES MAS COMUNES EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN:

- cortaduras y laceraciones
- quemaduras
- factores humanos: (descuido)
- caídas
- incendios

tema 11: programa de prevención de accidentes y seguridad industrial:

- a. factor ambiental: construir el servicio con la seguridad en la mente , para evitar cualquier clase de peligros , hacer cambios en el ambiente, eliminar condiciones peligrosas.
- b. Factor humano: debido a que el ser humano es el factor fundamental de accidentes , incluso si el ambiente es el más seguro posible se requiere convencerlo que los accidentes son prevenibles y el es el principal responsable de esta prevención .

Los aspectos que se enuncian a continuación deben ser acertados por el personal que labora en un servicio de alimentos: que el empleado conozca su trabajo y sus deberes, utilice una ropa adecuada de trabajo tener orden y cuidado en los locales, precauciones contra las máquinas, aprenda a levantar objetos correctamente, informar todas las lesiones no importa cuan leves sean, no tocar las basuras, recoger cristales rotos, desechar los mangos astillados de los trapeadores, arrastrar los carros , nunca caminar hacia atrás..

Tema 12 : control de costos : es un servicio de alimentos , significa el control de todos los ingresos y gastos relacionados con el funcionamiento de dicho servicio los tres elementos que constituyen costos son: los alimentos , el personal y los gastos generales de operación.

SANIDAD Y SEGURIDAD EN LA COCINA:

Mantener la cocina limpia en una institución para el cuidado de la salud exige un estado de alerta constante de todos los miembros del departamento al igual que la seguridad en ella.

Control de plagas: las plagas más comunes y peligrosas que suelen invadir la cocina son: ratas, ratones, moscas, cucarachas, hormigas

Tema 13: subsistema de dirección de personal

La dirección de personal es un aspecto que ha ido adquiriendo , cada vez gran importancia en todas las organizaciones , el reconocimiento de toda organización es, ante todo, una realidad humana y que de su personal depende , en gran medida, el cumplimiento de los objetivos ha llevado a una revalorización de este recurso único.

ACTIVIDADES DE DIRECCIÓN DE PERSONAL DE LOS SISTEMAS DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN:

Existen cuatro fases importantes:

- b. la planeación de necesidades del personal.
- c. El proceso de empleo , que comprende el reclutamiento, selección, ubicación, orientación y adiestramiento inicial.
- d. Desarrollo y conservación de la fuerza de trabajo.
- e. Las relaciones entre el administrador y los trabajadores.

EXAMENES OBLIGATORIOS PARA EL PERSONAL QUE MANIPULE ALIMENTOS :

- Hematología.
- Orina
- Materia fecales
- Bioquímica
- Hormonas
- Monitoreo de drogas
- Inmunología
- Micología
- Microbiología

CATEGORÍAS DE PERSONAL DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN:

- Nivel directivo y profesional: profesionales que pueden estar vinculados al servicio: administradores de instituciones de servicio, nutricionistas, dietistas, contadores.
- Nivel técnico o auxiliar: supervisores, técnicos en dietética, auxiliares.
- Nivel operativo: conformado por los empleados que se encargan de realizar labores de preparación, cocción, conservación, servicio, aseo.

Tema 14 : elaboración de manuales de funciones para el servicio de alimentos de la Clínica Fray Bartolomé de las casas.

a. Justificación: la elaboración de un manual de funciones es de crucial importancia en la programación, desarrollo del trabajo, establecimiento de interrelaciones entre los empleados, demarcación, establecimiento de responsabilidades, sirve para determinar si el equipo que labora es suficiente para cubrir la demanda del servicio y establecer puentes de comunicación entre el administrador y empleados con el fin de suministrar más efectivo.

b. metodología: el estudio para la elaboración de este manual de funciones es descriptivo, parte de la observación directa con el fin de extraer la esencia de las labores que deben cumplir los empleados del servicio de alimentos

c. personal: la sección de alimentos esta integrada por el siguiente personal :

- administrativa: nutricionista, dietista jefe del servicio de alimentos.
- Secretaria
- Área operativa: subjefe de cocina, dispensera, panadero, auxiliares de cocina.
- Horarios: mañana: 6 a.m – 12 m.
Tarde: 12 m. –6 p.m.
Noche: 6 p.m.- 6 a.m.

Tema 15: Subsistema físico:

Es indispensable que el personal pueda realizar su trabajo con el menor esfuerzo y número de desplazamiento posibles y esto es una función primordial del subsistema físico.

La base para el diseño de la planta física en la cual opera el servicio alimentos es el estudio ordenado y lógico de las funciones que se van a realizar, ya que estas determinan el flujo o secuencia de las tareas y necesidades de equipo y espacio.

Una vez conocidos las funciones se puede elaborar un programa desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo, de tal manera que se logre un conjunto armonioso con el resto del edificio o servicios. se deben pensar en las siguientes características:

- Inversión adecuada en locales, muebles, y equipos.

- Atracción estética para usuarios y empleados.
- Máxima ganancia o servicio.
- Procesos de producción simplificados.
- Flujo eficiente de los materiales y del equipo
- desplazamiento mínimos del personal
- mínimo gasto del personal
- condiciones sanitarias en todas las dependencias.
- Facilidad de supervisión.

CAPITULO V: DECRETO NRO. 2333 DEL 4 DE AGOSTO DE 1982

Por el cual se reglamenta las condiciones sanitarias de fábricas , depósitos y expendios de alimentos y la distribución de los mismos , reglamentado por la secretaria de salud de Santafé de Bogotá decreta:

Artículo 2: define lo que es un alimento: todo producto natural o artificial elaborado o no que ingerido aporta al organismo humano los materiales y energía necesaria para el desarrollo de los procesos biológicos .

En el capítulo II artículo 4: define la obligatoriedad de la licencia sanitaria de funcionamiento:

Todas las fábricas depósitos y expendio de alimentos , deberán tener licencia sanitaria de funcionamiento expedida por el ministerio de salud a la autoridad delegada.

En consecuencia , solamente podrán funcionar las fábricas , depósitos y expendios que tengan licencias sanitaria de funcionamiento vigente.

Educación sanitaria para manipuladores:

Para adquirir carne de manipulador de alimentos el interesado presentará además de los requisitos del artículo anterior, certificado de asistencia a cursillo de educación sanitaria expedido por las autoridades de salud

Exámenes complementarios:

El ministerio de salud o sus organismos podrán exigir los exámenes complementarios que consideren necesarios de acuerdo con el riesgo epistemológico de alimentos o materia primas.

La autoridad podrá exigir que el personal se someta a exámenes médicos cuando las condiciones sanitarias lo requieran.

Normas sanitarias para el personal manipulador de alimentos:

El personal que manipula alimentos , cumplirá las siguientes normas sanitarias:

- todo personal debe estar dotada como mínimo de overol, delantal, botas y gorro de color claro.
- Es obligatorio el lavado de las mano con agua , jabón y cepillo para las uñas , cuando se haga uso del sanitario y cada vez que sea necesario para cumplir con las normas practicas higiénicas.

- No se permitirá comer , fumar, ni escupir en las áreas relacionadas con el proceso, empaque y almacenamiento de productos alimenticios.
- No se permite el uso de anillos , pulseras o esmalte de uñas , al personal que se encuentre realizando actividades de manipulación dentro de las sección del proceso.

METODOLOGÍA

Con base en la situación real , en este caso la presentación de un servicio de alimentos en el área hospitalaria , elaborar un modelo de interventoría que permita establecer para metros de evaluación , partiendo de un diagnóstico de observación para poder plantear la propuesta de dicho modelo basado en un contexto teórico de las asignaturas del área administrativa y elaboración de mentomados durante el curso académico de la carrera.

el estudio para la elaboración de este manual de funciones es descriptivo , parte de la observación directa con el fin de extraer la esencia de las labores que deben cumplir los empleados del servicio de alimentos

CONCLUSIONES

Presenta 3 conclusiones dentro de las que se destacan:

- Dentro de la administración interna de una institución siempre la auditoria ha sido considerada como una herramienta de control , la cual , ha seguido vigente en cuanto a la parte financiera se refiere .
- Actualmente el concepto de auditoria ha sido concebida bajo otra denominación llamada interventoría , la cual no cumple con funciones solamente fiscalizadoras , pues también se tiene la oportunidad de brindar asesoría sobre aspectos a mejorar en la prestación de un servicio.
- La función de quien lleva a cabo una interventoría no se limita a aplicar ciertas herramientas administrativas , sino a tener un conocimiento integral de los procesos y procedimientos de un servicio, por tal razón el profesional administrador de instituciones de servicios es la persona idónea para plantear cualquier proyecto de interventoría .

BIBLIOGRAFÍA

- Se destacan 7 notas bibliográficas destacando temas como: gerencia del servicio, servicio de alimentación , administración en los servicios de alimentación, calidad, nutrición, productividad, beneficios, entre otros.

ANEXOS:

El presente trabajo de grado presenta la siguiente lista de anexos:

- ANEXO A: cuadro “productos a emplear en cada turno “
- ANEXO B: seguimiento del proceso de servido y distribución de alimentos
- ANEXO C: hoja de trabajo
- ANEXO D: Solicitud de mercado de plaza
- ANEXO E: Solicitud de mercado de abarrotes
- ANEXO F: cuadro de turnos
- ANEXO G: hoja de resumen de dietas diarias
- ANEXO H: plan de minutas
- ANEXO I: niveles de estandarización
- ANEXO J: organigrama

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

<i>COLOMBIA</i>	<i>UNIVERSIDAD DE LA SABANA</i>	<i>RAAS 093</i>
TITULO:	MANUAL DE RECURSOS HUMANOS (FORTE TRAVELODGE HOTEL ORQUIDEA REAL)	
AUTOR:	ESPITIA, Adriana. GOMEZ, Diana. GONZALEZ Leydit..	
PUBLICACION:	Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicios, Santafé de Bogotá, 1995. Paginada por capítulos.	
PALABRAS CLAVES:	CALIDAD, PROCESOS, EMPRESA, SERVICIO, GERENCIA, POLITICAS, ADMINISTRACION, RECURSOS HUMANOS.	
DESCRIPCION:	<p>Este trabajo pretende elaborar el manual de Recursos Humanos, que recopile ordenadamente la información referente a la administración de personal, y sirva de guía para el departamento de Recursos Humanos del Forte Hotel Orquídea Real, de la ciudad de Santafé de Bogotá.</p> <p>Quiere identificar los aspectos más importantes que deben interesar al departamento de Recursos Humanos, en lo referente a la calidad de vida del trabajador y su permanencia en la institución.</p>	

FUENTES:

- Ley 100 de 1993. Preámbulo. Edición Min. De trabajo y Seguridad Social. Bogotá, 1993.

CONTENIDO:

CAPITULO 1. MARCO DE REFERENCIA.

A través de la historia, los retos de cada época han determinado las características del recurso humano y su administración en las instituciones.

En la teoría clásica, principios de siglo, el hombre es concebido como el *homo economicus*, que solamente trabaja por las satisfacciones materiales que pueden conseguir; la remuneración es el único incentivo y se trabaja bajo los conceptos de especialización y división del trabajo que muestran al hombre como complemento de las máquinas.

Luego surge la teoría de las relaciones humanas, que en contraposición a la teoría clásica enfatiza en la persona, el trabajo en equipo, la autonomía y la confianza.

Tema 1. Administración de Recursos Humanos

La relación existente, entre individuos y organizaciones, ha creado la necesidad de establecer sistemas que guíen esta relación con el propósito de lograr el mejoramiento de estas últimas, haciéndolas mas eficientes y eficaces a través de todas aquellas actividades que procuren el bienestar y desarrollo personal, proyectándolo dentro de la empresa, sin olvidar nunca la dignidad y los valores humanos como pilares fundamentales de la administración del personal.

La eficiencia y eficacia conducen a la productividad que se define como la relación entre los insumos utilizados versus el producto y/o servicio que se presenta en el mercado, por lo tanto el principal objetivo de la administración de recursos humanos lo constituye el mejoramiento de la contribución que lleva a cabo el recurso humano, que para ello emprende planes, los desarrolla y los controla.

Tema 2. Objetivos de la administración de Recursos Humanos

- Objetivo individual: Contribuir al logro de las metas individuales, así como el bienestar personal y del entorno del individuo.
- Objetivo funcional: Lograr una contribución adecuada del recurso Humano a la actividad de la organización

- **Objetivo organizacional:** mantener la concordancia entre el objetivo individual y los de la organización, encausándolos y facilitando los medios que hagan posible esta acción.

Tema 3. Actividades de la administración de personal.

Las actividades de la administración de recursos humanos son todas aquellas acciones que se emprenden dentro de la organización, con el propósito de mantener una fuerza laboral suficiente, adecuada y motivada para cumplir los objetivos de la misma.

A medida que las organizaciones crecen y avanza la tecnología, se desarrollan nuevas técnicas y sistemas que requieren de la planeación del recurso humano que abarca el proceso desde la creación de la vacante con un perfil predeterminado hasta la selección del personal que reúne dichas características.

Y para permitir al empleado conocer los aspectos básicos de la organización y de su cargo se requiere de entrenamiento y capacitación, que luego se refuerzan con las actividades de desarrollo, procurando el cumplimiento de las metas individuales, con proyección institucional.

Continuando con el proceso, se debe evaluar el desempeño, llegando a determinar las fortalezas y debilidades como de la organización en lo relacionado con ésta área.

Tema 4. La función de servicio desempeñada por el departamento de recursos humanos.

El departamento de recursos humanos se crea para facilitarle, a los empleados y a la organización, el logro de metas. Aquí se ejerce autoridad corporativa, es decir tiene la posibilidad de asesorar otros departamentos, además autoridad de línea por ser un departamento de la organización y tener objetivos determinados, posee autoridad funcional ya que en un momento dado toma decisiones acerca del personal de otros departamentos.

La gerencia o jefatura del departamento de personal tiene la responsabilidad sobre la productividad de los empleados y de la calidad del entorno laboral, creando un ambiente propicio para la efectividad y el desarrollo personal.

En todos los aspectos radica la función de servicio del departamento de personal, además de la responsabilidad social que conlleva su actividad, ya que el bienestar del empleado se proyecta en su entorno familiar y en su ámbito social.

Tema 5. La administración de personal, un sistema.

Al definir, la administración de personal como un sistema, nos referimos al conjunto de actividades que allí se incluyen claramente, y que se interrelacionan unas con otras manteniendo una definida comunicación con su entorno.

Dentro de los subsistemas que forman la administración de personal están:

- Planeación y selección de personal.
El reclutamiento
La selección
- Desarrollo y evaluación
- Compensaciones
- Relación industrial y comunicación.

Tema 6. La capacitación y el desarrollo

La capacitación, sinónimo de entretenimiento, auxilia a los miembros de la organización, a desempeñar su trabajo actual, sus beneficios pueden proyectarse a lo largo de toda su vida laboral y apoya en el desarrollo de esa persona para cumplir futuras responsabilidades.

La actividad de desarrollo por su parte, prepara al individuo en el manejo de responsabilidades más complejas y en el desarrollo de funciones relativas a nuevos cargos y/o cargos de nivel jerárquico superior. Las actividades de capacitación y desarrollo contribuyen al cumplimiento de planes y objetivos a nivel organizacional y departamental, simultáneamente constituye una arma poderosa en contra de fenómenos como la obsolescencia de los conocimientos del personal, los cambios sociales, técnicos, y la tasa de rotación del personal.

- Pasos hacia la capacitación y el desarrollo
- Los objetivos
- Los contenidos
- Enfoques de la capacitación

Tema 7. Compensaciones

Con el propósito de mantener y motivar a la fuerza de trabajo se organiza un sistema de compensación que incluye el sueldo propio en retribución a la labor cumplida, las prestaciones que procuran el bienestar del individuo y su familia, y la observación de todas aquellas normas que procuren la protección y estabilidad del trabajador. A continuación se relacionan los elementos que en la ley colombiana constituye la compensación directa del empleador o patrono y los trabajadores.

- Nómina
Valor devengado
Salario mínimo legal
Salario básico
Trabajo diurno y trabajo nocturno
Auxilio de transporte
Deducciones
Apropiaciones

- Prestaciones sociales mínimas a las que tiene derecho el trabajador
 - Prima de servicios
 - Calzado y vestido de labor
 - Auxilio de cesantías

Tema 8. Prestaciones y servicios al personal.

Los servicios y prestaciones incluyen una amplia gama de renglones adicionales a la compensación salarial que en algunas instituciones también adquieren los nombres de compensación directa e indirecta.

Compensación indirecta: la existencia de prestaciones y servicios al personal responde a varios objetivos como: a nivel organizacional este tipo de compensación pretende la satisfacción de los objetivos individuales, desaliento a los grupos e ideas promotoras de conflicto, reducción de las tasas de rotación.

Para los empleados, el logro de sus objetivos individuales el que se facilite su mejoramiento personal y profesional permite una mayor estabilidad familiar y social.

Dentro de estos beneficios se cuentan:

- Póliza de seguros
- Descanso, vacaciones y licencias
- Flexibilidad en el horario
- Servicio de alimentación
- Apoyo para educación formal
- Servicios financieros.

Tema 9. Relaciones industriales y comunicación.

Garantizar la satisfacción del empleado en su puesto, requiere de algo más que un salario justo, para ello deben realizarse actividades motivadoras hacia el cumplimiento y perfeccionamiento de la labor y procurando el sentido de pertenencia a la organización, también se necesitan canales de comunicación adecuados y las normas disciplinarias del caso.

CAPITULO 2. EL REGIMEN LABORAL COLOMBIANO

El principal motivo por el cual se expone la reforma el régimen laboral de pensiones y al sistema de seguridad social en Colombia, es el trascendental cambio que representa la modernización en internacionalización de la economía que se inició en 1990.

La transformación del régimen laboral responde a las necesidades dictadas por la OTI (Organización Internacional del Trabajo) y la misión Chenery que ha estudiado los

cambios de la economía y su relación con la actividad laboral, determinando que la reglamentación existe desde 1950 ha estimulado el estancamiento de la labor productiva y desfavorece a algunos sectores de la población.

Tema 1. Derecho individual y derecho colectivo.

En relación con el derecho individual de trabajo se propone flexibilidad del régimen de contratación, una posible extensión del periodo de prueba, tratando de evitar la proliferación del empleo temporal y la subcontratación. Así mismo mostrar el ejercicio de las profesiones liberales como relaciones laborales y no meramente contratos civiles.

Se pretende además lograr esquemas de capacitación permanentes, y que la jornada de trabajo de 48 horas debe flexibilizarse para que responda a las necesidades de producción y a la que desea el trabajador.

Y para cumplir con todo aquello se inicia por definir más claramente los conceptos de salarios, contratos, beneficios y otros.

Pero, tal vez, los dos fines primordiales de esta reforma son procurar una sana estabilidad en el empleo y que en caso de la eventual pérdida del mismo, esto no conlleve a la diligencia para el trabajador y su familia.

Otra idea de la reforma es que el empleador y el trabajador puedan pactar un salario que compense su labor ordinaria, y además todo lo referente a prestaciones y demás beneficios excluyendo las vacaciones, en el caso que se devengue un salario superior a 10 salarios mínimos, salario integral.

Respecto a las empresas de servicios temporales, el proyecto de reforma pretenderá darle un marco legal adecuado que proteja a los trabajadores, para ello se crea la necesidad de establecer un contrato de trabajo, en el que se señala que la empresa tendrá asegurado y responderá por los salarios y prestaciones de la ley, así mismo constituirse con un capital de no menos de 500 salarios mínimos.

Tema 2. Seguridad Social.

La ley 100 de 1993 incluye definiciones de seguridad social y previsión social que pretende la protección contra las contingencias que menoscaban la salud y la capacidad económica de los trabajadores.

Para ello se debe procurar la calidad y oportunidad en los servicios asistenciales dando el máximo aprovechamiento posible a la capacidad instalada, especialmente en lo referente al sector salud y por tanto se propone que estos servicios sean prestados por entidades diferentes a las públicas.

Tema 3. Porque la reforma laboral.

Debido al desuso en que cae la reforma aplicada al código sustantivo del trabajo vigente desde hace más de 50 años, surge la idea de una reforma laboral que se imponga realmente sobre las coyunturas económicas y sociales actuales. En síntesis el panorama social y laboral antes de la reforma es el siguiente:

- Inestabilidad y alta rotación
- Tendencia a la baja de la productividad
- Deterioro de la remuneración y de la actividad sindical.
- Auge de la temporalidad
- Quiebra de la legislación laboral.

Tema 4. La seguridad y la prevención social en Colombia.

Antecedentes históricos

En Colombia la seguridad social guiada por un código que rige desde hace diez años lustros, se venía enfrentando a tres problemas fundamentales: la ineficiencia, la dispersión en las entidades y las dificultades financieras.

Con respecto a la eficiencia se plantea dos inconvenientes: un mismo sistema integraba los riesgos y seguros de salud y la previsión económica.

El manejo de los fondos de servicios sociales complementarios, promoción, y desarrollo de la salud y seguridad industrial, cuyos fondos no eran utilizados para este propósito se destinaban al pago de cesantías.

Cobertura de la seguridad.

En cuanto a la cobertura legal, se divide en dos, manteniendo un régimen para el personal de la defensa y los servidores públicos y otro que debe proteger a la población urbana y rural que laboren con el sector privado, que sería el caso de ISS.

En el caso del ISS, este asume la obligación de atender a todos sus afiliados como beneficiarios de los servicios de salud, los hijos hasta un año de edad y la esposa en caso de maternidad. Además de la atención integral al pensionado, y si es soltero a los familiares en primer grado que dependan del afiliado.

El sistema de subsidio familiar se sostiene a través de los aportes del empleador y cubren a quienes devenguen menos de cuatro salarios mínimos y deben asistir a su compañero permanente, hijos y/o personas a su cargo.

El auxilio de cesantías.

El debilitamiento de este auxilio es sinónimo de desprotección del trabajador desempleado.

La doble retroactividad y el impacto de los incrementos salariales, en las porciones de cesantías, eran dificultades financieras en las empresas, estimulando el empleo temporal y la alta rotación del personal.

Por principio, los contratos de trabajo anteriores a esta ley continuarán sometidos al régimen anterior, excepto que las partes pacten el cambio al nuevo sistema modificando el contrato. Acatando la reforma:

- Las cesantías serán liquidadas a 31 de diciembre de cada año.
- El empleador liquidará en forma definitiva en la entidad administradora.
- El saldo que el trabajador tenga en su cuenta se reajustará periódicamente, lo que permite la capitalización de los rendimientos en un promedio igual a la tasa de interés de captación.

Tema 5. Otros aspectos de la reforma.

- Presunción del contrato de trabajo y sus excepciones.
- Definición de su sueldo y salario, sus elementos.
- Mínimos derechos y garantías para patrones y trabajadores.
- El contrato a término fijo.
- Eliminación de la cláusula de estabilidad (acción de reintegro a los 10 días)
- El periodo de prueba.
- Trabajadores especiales (agentes colocadores, servicio doméstico)

Tema 6. La seguridad social el nuevo régimen.

La seguridad social integral

Se define como el conjunto de instituciones, normas y procedimientos de que dispone la persona y la comunidad para protegerse contra los riesgos económicos y de salud que se presentan durante su vida.

Como funciona el sistema pensional.

Operaba antes de la reforma el Reparto Simple, los aportes del trabajador iban a un fondo común y de éste se pagaban las pensiones.

El nuevo sistema de pensiones es obligatoria para las personas vinculadas mediante contrato de trabajo o como servidores públicos.

Y voluntario para los trabajadores independientes y en general todas las personas residentes en el país, incluyendo los extranjeros que no están cubiertos por un régimen y los colombianos con domicilio en el exterior y los grupos de población que reciban subsidio a través del Fondo de Solidaridad Pensional.

Características del sistema

- Libre escogencia
- Amplia cobertura
- Eficiencia. Garantía de pensión mínima.
- Control. Por parte de la superintendencia asignada.
- Eliminación de categorías de cotización.
- Beneficios. Pensión de vejez, invalidez, sobrevivencia, y auxilio funerario.
- Los aportes. Son obligatorios y se deben hacer mensualmente y durante la vida laboral.
- Distribución de aportes
- Destinación de los aportes
- Reconocimiento de aportes
- El fondo de solidaridad pensional.

Las pensiones.

- Pensión de vejez
- Pensión de invalidez.
- Pensión de sobrevivientes.
- Modalidades de pensión

Retiro programado.

El beneficiario o afiliado reciben su pensión mensual de la administradora con cargo a su cuenta individual y al bono pensional. La pensión será reliquidada anualmente y nunca podrá ser inferior a un salario mínimo.

Renta vitalicia inmediata.

El afiliado o sus beneficiarios compran a la aseguradora una pensión que se paga mensualmente hasta su muerte, ajustable a cada año y una pensión de sobrevivencia a sus beneficios.

Prestaciones y servicios adicionales

Además de las pensiones, los afiliados pueden tener otras prestaciones y beneficios

Excedentes de libre disponibilidad. Desde que el afiliado opta por una de las modalidades de pensión tiene disponibilidad sobre el saldo de la cuenta individual que excede el capital requerido. Para que tenga una pensión suficiente que cumpla: renta vitalicia o retiro

programado mayor o igual al 70% del ingreso base de liquidación y al 110% de la pensión mínima vigente en la fecha respectiva.

Auxilio funerario.

Quien pague los gastos de entierro de un afiliado o pensiones y seguros recibirá una suma igual al último salario de cotización, o a la última mesada pensional del fallecido, no menor de 5 salarios mínimos mensuales ni mayor de 10.

Garantía de crédito.

El afiliado que acumule en su cuenta el capital suficiente para una pensión superior al 110% de la pensión mínima de vejez, podrá emplear el exceso como garantía de créditos de vivienda y educación.

Auxilio de cesantía.

Todo empleador está obligado a pagar a sus trabajadores al terminar el contrato de trabajo como auxilio de cesantías un mes de salario por cada año de servicios y proporcionalmente por fracción de año.

CAPITULO 3. GENERALIDADES DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Tema 1. Antecedentes

Hotel Ltda. La empresa administradora, fue creada el 9 de octubre de 1964 en Popayán, por los señores Ricardo Londoño y Gilberto Irragori.

Su objetivo primordial es explotar la industria turística en todas sus ramas y actividades, y para ello cuenta con los siguientes hoteles:

Monasterio	Popayán
Yalconia	San Agustín
Aeropuerto	Cali
Mayasquer	Ipiales
Nueva Granada	Bogotá
Hamilton Court	Bogotá
Bella suiza	Bogotá
Orquídea Real	Bogotá

La Franquicia Forte Travelodge. Creada en 1912 por Charles Forte en Londres, en 1974 compra la marca americana Travelodge, lo que les permite fortalecerse en el mercado mundial del turismo. Actualmente cuenta con 900 hoteles de los cuales 500 son propios.

Forte Travelodge Hotel Orquídea Real. Ubicado en el centro internacional de Santafé de Bogotá, abre sus puertas el primero de abril de 1991 poniendo en servicio 193

habitaciones, lobby bar, dos restaurantes, cafetería, salones para recepciones y otros servicios.

Tema 2. Organización y sus recursos

Estructura Administrativa

Con los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad turística y hotelera, las áreas de responsabilidad son:

Desarrollo de proyectos: esta área tiene como fin primordial establecer las necesidades reales del cliente externo con el propósito de elaborar programas de reestructuración y adecuación en busca de la calidad.

Control de calidad: cuida uno a uno los aspectos relacionados con la calidad en el servicio al cliente externo e interno orientándose al logro de altos estándares.

Control operacional y financiero: esta área realiza el seguimiento sobre la ejecución de proyectos y la actividad normal del hotel, apoyándose en los presupuestos previamente elaborados.

Mercadeo: tiene a su cargo la promoción de diversos servicios del hotel, dándole a conocer en todos los sectores socioeconómicos del país y a nivel internacional.

Recursos Humanos: con tecnología de clima organizacional, perfiles, desarrollo y administración del recurso humano, para el bienestar social en busca de un ambiente mejor, se ha creado un departamento de recurso humano.

Tema 3. Estructura orgánica.

La estructura del Forte Hotel Orquídea Real se encuentra dividida en cuatro áreas básicas:

- Gerencia de Sistemas de Servicio.
- Gerencia administrativa.
- Contraloría General.
- Gerencia de Mercadeo, que tiene a la cabeza la gerencia general.

Tema 4. Misión

No se permite la existencia de huéspedes insatisfechos. "Todos satisfechos" es el lema.

Tema 5. Visión

Participar en el desarrollo económico del país, promoviendo la industria hotelera y turística; consolidando la más importante hotelería nacional con alta tecnología y liderazgo en busca del bienestar del huésped.

Tema 6. Objetivo general.

El compromiso es brindar la mejor atención al huésped correspondiendo a la alta concepción que se tiene del noble ejercicio de la hospitalidad.

Tema 7. Recursos

Para el desarrollo de su actividad el Forte Hotel Orquídea Real cuenta con diversos recursos y medios que le permiten cumplir a cabalidad su misión y así mismo proyectarse en el mercado. Dentro de estos se cuentan:

- Centro de atención al cliente
- Planes de mercadeo
- Sistema internacional de reservas
- Planificación estratégica
- Software
- Sistemas de información y comunicación
- Recurso financiero
- Potencial humano.

CAPITULO 3. EL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS.

Para lograr el pleno desempeño de las actividades de administración de recursos humanos se crea un departamento que asume esta gran responsabilidad.

Su actividad no se limita a la administración de sueldos y salarios, sino que inicia desde la detección de las necesidades empresariales incluyendo la selección y enganche del potencial humano, capacitándolo y motivándolo procurando el desarrollo integral del individuo y la organización.

Tema 1. Ubicación.

En el Hotel Orquídea Real el departamento de recursos humanos se constituye en un área de competencia de la Gerencia Administrativa, que opera simultáneamente con el área de seguridad del hotel.

Tema 2. Misión.

Garantizar una óptima administración y desarrollo del recurso humano, procurando un incremento en la productividad individual e institucional.

Tema 3. Visión.

Tener un recurso humano competitivo y comprometido con la organización a través de una eficiente gestión administrativa.

Tema 4. Objetivos.

Objetivo general.

La actividad del departamento se orienta a las acciones que se emprenden para proporcionar y mantener la fuerza laboral profesional y suficiente en la organización, a través del desarrollo de programas en la administración de personal de la compañía, con el fin de garantizar el logro de la misión del hotel.

Objetivos específicos.

- Seleccionar el personal idóneo para ocupar las vacantes en el hotel, aplicando las técnicas y medios destinados para ello, con el fin de consolidar un equipo de trabajo excelente.
- Entrenar y capacitar el personal en busca de la satisfacción del cliente interno, a través de diversos programas de desarrollo laboral, apoyo educativo y sistemas de comunicación interna.

Tema 5. Políticas.

- Para los cargos en las áreas de A y B, seguridad y recepción solamente se contrata personal con experiencia.
- No contratar miembros de una misma familia, hasta el cuarto de consanguinidad ni primero civil.
- No contratar menores de edad
- Buscar dentro de las fuerzas de reclutamiento, primero la promoción interna de personal.
- Hacer contratos a término fijo para todo el personal, exceptuando el nivel gerencial.
- Hacer partícipe a todo el personal, incluyendo a los extras y pasantes, en la inducción general de la compañía.
- Ayudar a orientar los empleados en la solución de problemas sin involucrarse directamente en ellos.

CAPITULO 4. DESCRIPCION DEL CARGO GERENTE ADMINISTRATIVO.

Tema 1. Identificación del cargo.

Denominación actual:	Gerente Administrativo
Ubicación Jerárquica:	Gerencia Administrativa
Jefe inmediato:	Gerente General
Cargos Subordinados:	Secretaria Asistente, Psicóloga, asistente de programas de recursos humano, encargado de nómina, jefe de seguridad.

Tema 2. Funciones que realiza actualmente

La gestión de la gerencia administrativa se orienta al cumplimiento de dos funciones básicas:

- La administración del contrato establecido con CASUR (Caja de Sueldos de Retiro de la Policía Nacional) y los programas de inversión para el mejoramiento del hotel.
- Las actividades relacionadas con la administración de personal y de seguridad del hotel.
- Funciones relacionadas con la administración del personal del hotel.
- Relacionadas con el área de seguridad.
- Relacionadas con la administración en general.

Tema 3. Descripción de procesos.

En términos generales la Gerencia Administrativa se encarga de la planeación, dirección, control y toma de decisiones sobre el personal, el contrato con CASUR y las actividades de seguridad del hotel, lo que hace difícil describir un proceso como tal; además teniendo en cuenta el interés directo por la administración de personal se expone solamente este punto.

En cuanto a la administración de recursos humano:

Reclutamiento y selección de personal.
 Contratación
 Capacitación y desarrollo

Tema 4. Formatos.

Para el ejercicio de la Gerencia Administrativa no existen formatos especiales; el gerente recurre a la utilización de los formatos generadores y usados por el asistente de gerencia, la psicóloga y el jefe de seguridad.

Tema 5. Recursos.

Entre los recursos con los que cuentan incluyendo el potencial humano que trabaja en el departamento están:

Recursos Físicos.

Se relacionan con las instalaciones, la oficina de esta gerencia se encuentra ubicada en el sexto piso de esta edificación; cuenta con buena ventilación e iluminación, y un ambiente confortable.

Recursos técnicos.

Se cuenta con procesos, procedimientos y programas establecidos por la Gerencia Administrativa e integrados a las correspondientes etapas de la administración de personal. Con la orientación a obtener un recurso humano satisfecho y comprometido con la organización en la que laboran.

Sistemas.

Se han establecido y estandarizado programas sistematizados diseñados por la institución para el manejo de la nómina del personal.

Recursos Financieros.

La gerencia administrativa, para la ejecución de sus actividades opera a través de un presupuesto anual en el que toca, uno a uno, los aspectos relacionados con el departamento, como son las actividades de administración de personal, los ajustes de nómina, la organización de proyectos especiales de capacitación y motivación.

CAPITULO 5. DESCRIPCION DEL CARGO DE SECRETARIO ASISTENTE DE RECURSOS HUMANOS.

Tema 1. Identificación del cargo.

Denominación actual:	Secretaria Asistente de Recursos Humanos
Unidad Organizacional:	Gerencia administrativa.
Ubicación Jerárquica:	Nivel técnico Intermedio
Jefe Inmediato:	Gerente administrativo
Jefe Superior:	Gerente General
Cargos Subordinados:	Ninguno

Tema 2. Funciones que realiza actualmente.

- Elaboración de los balances Sociales donde se hace un reconocimiento de todos los planes y programas planeados por Gerencia Administrativa, relacionados con la administración de personal.
- Entregar el listado donde se informa al nuevo empleado, los documentos que debe adjuntar a la hoja de vida.
- Revisar que la documentación del personal nuevo este completa para formalizar el contrato.
- Enviar a estudio de seguridad las carpetas con documentación completa del personal al jefe de seguridad.

Tema 3. Descripción de procesos

- Proceso de contratación de personal en el Forte Travelodge Orquídea Real.
Estudio de seguridad
Legalización del contrato.
Afilación al ISS y a la Caja de Compensación.
- Novedades
Novedades para el ISS
Novedades para la caja de compensación
- Proceso de vinculación de pasantes
- Proceso de vinculación de personal extra
- Proceso de elaboración de balances sociales

Tema 4. Recursos

Entre los recursos con los que se cuentan incluyendo el potencial humano que apoya a nivel de departamento están:

Recursos Físicos.

Se refiere a todo lo relacionado con las instalaciones. La oficina se encuentra ubicada en el sexto piso; de antesala a la gerencia Administrativa y muy cerca de los despachos de la psicología asistente y la encargada de nómina.

Recursos técnicos.

Entre los cuales se cuentan procesos operacionales y procedimientos establecidos por la gerencia administrativa, para el mejor desempeño de las funciones propias de este cargo y por lo tanto el cumplimiento de objetivos y programas planteados por el departamento de recursos humanos.

Tema 5. Formatos utilizados

A continuación se relacionan algunos de los formatos que tienen que ver con el desempeño de las funciones de este cargo, específicamente los conectados al desarrollo de los procesos de la administración de personal.

- Formatos emitidos por el ISS
- Formatos emitidos por la Caja de Compensación
- Formatos creados por el hotel
 - Hoja de vida
 - Contrato de trabajo

CAPITULO 6. DESCRIPCION DEL CARGO DE ENCARGADA DE NOMINA

Tema 1. Identificación del cargo.

Denominación actual:	Encargada de nómina
Unidad Organizacional:	Departamento de Recursos humanos.
Ubicación Jerárquica:	Técnico intermedio
Jefe Inmediato:	Gerente administrativo
Jefe Superior:	Gerente General
Cargos Subordinados:	Pasantes.

Tema 2. Funciones que realiza.

- Elabora la nómina de los empleados del hotel, es decir, tiempo trabajado, horas extras, descuentos, retenciones, etc.
- Elabora y revisa las tarjetas de entrada y salida de los trabajadores.
- Revisa y controla horas extras y con los reportes de jefes de área.
- Hace una relación de las tarjetas de ISS y elabora una lista para entregar a los jefes de área.
- Recibe las novedades para nómina de los trabajadores, teniéndolas en cuenta para la liquidación.

Tema 3. Descripción de procesos

- Procesos para incluir a una persona en nómina
- Proceso de elaboración, pago y contabilización de nómina.
- Proceso para liquidación horas extras
- Cruce de incapacidades con el ISS
- Proceso para liquidación de prima de servicios
- Liquidación de prestaciones sociales
- Liquidación de cesantías.
- Proceso para el periodo de vacaciones

Tema 4. Recursos.

Recursos financieros.

En cuanto a recursos financieros, el departamento recibe su presupuesto de Gerencia administrativa, es quien incluye los gastos de papelería que se utiliza en ésta área.

Recursos tecnológicos.

Para la realización de sus funciones, la persona de nómina utiliza básicamente calculadora, computadora y eventualmente máquina de escribir.

Recursos materiales.

Esta área requiere de papelería propia para la elaboración de nómina y útiles para facilitar dicha labor.

Tema 5. Formatos que utiliza.

- Formatos emitidos por el ISS
- Formatos elaborados por el hotel
 - Hoja de vida
 - Planilla diaria de retardos
 - Novedades de nóminas
 - Planilla control nómina
 - Comprobante de pago
- Otros formatos

CAPITULO 7. DESCRIPCION DEL CARGO DE PSICOLOGA ASISTENTE DE PROGRAMAS DE RECURSOS HUMANOS.

Tema 1. Identificación del cargo.

Nombre del cargo:	Psicóloga Asistente de Programas de Recursos Humanos
Unidad Organizacional:	Gerencia Administrativa.
Jefe Inmediato:	Gerente administrativo
Cargos Subordinados:	No existen.

Tema 2. Funciones que realiza

- Revisa diariamente la existencia de nuevas requisiciones internas de personal
- Se remite al manual de perfiles de cargos y junto con la requisición interna, hace la preselección del personal.
- Estudiar las hojas de vida y seleccionar los candidatos que serán llamadas a la entrevista para lo cual cuenta con la colaboración de la Secretaria asistente del departamento.
- Realizar la entrevista de los candidatos a ocupar una vacante en el hotel.
- Aplicar las pruebas psicotécnicas que luego debe evaluar.

Tema 3. Descripción de los procesos.

- El reclutamiento en el Forte Hotel Orquídea Real.
- Proceso de selección, como lo hace el hotel?
- Capacitación y desarrollo en el hotel

Tema 4. Recursos.

Recursos Financieros

El presupuesto del departamento es elaborado por la gerencia administrativa quien debe incluir los gastos de los programas de capacitación y desarrollo así como de vinculación de nuevo personal.

Recursos tecnológicos

Para la realización de sus labores, la psicóloga usa básicamente el computador y eventualmente la máquina de escribir, sin embargo no maneja un paquete o programa especial relacionado con su área.

Tema 5. Formatos utilizados.

Examen de idiomas
Resumen de evaluaciones
Evaluación periodo de prueba
Desarrollo potencial.

CAPITULO 8. ANALISIS DEL CARGO DE GERENTE ADMINISTRATIVO

Identificación del cargo

Es lo relativo a la denominación del cargo, considerando que se maneja una planta de personal superior a las cien (100) personas se sugiere el cambio de denominación de Gerente Administrativo a Gerente de Recursos Humanos, lo que además implicaría la eliminación dentro de sus subordinados al jefe de seguridad.

Descripción del cargo

Es importante, para este y todos los demás cargos el tener una descripción clara y concisa del mismo, orientándola específicamente a la función de Gerente de Recursos Humanos, la cual aparecerá en el manual propuesto.

Funciones que realiza

Considerando la propuesta inicial de crear una gerencia de Recursos Humanos, se constituirían en funciones impropias del cargo las relacionadas con la administración del contrato con CASUR y las relativas del departamento de seguridad del hotel, lo que le permitirá dedicar mayor atención a las acciones orientadas a la administración del recurso humano en el hotel.

Se lograría entonces elaborar planes y programas de capacitación realizados dentro del hotel, lo que aminoraría los costos, partiendo de la evaluación de potencial humano que se aplica actualmente.

Recursos

La mayor sistematización de la información perteneciente al departamento facilita la localización de la misma. Reduce el espacio necesario para archivo y facilita el trabajo del personal que a él pertenece.

Formatos

En lo relacionado con el diseño de nuevas formas por reestructuración de las existencias se plantea la creación de un formato de promoción potencial de personal; como un instrumento práctico y muy útil para el departamento que permita promover el candidato

más apropiado para un cargo determinado con la aprobación y evaluación de los respectivos jefes inmediatos.

CAPITULO 9. ANALISIS DEL CARGO DEL ENCARGADO DE NOMINA

Tema 1. Denominación del cargo.

Dentro de la identificación del cargo se encuentra la denominación de encargada de nómina, teniendo en cuenta el nivel académico, las funciones y actividades que realiza al igual que la importancia del cargo en la institución, la denominación más adecuada sería la de Asistente de Nómina, pasando de un nivel técnico a Técnico Administrativo, lo cual implica que la persona que desempeña el cargo tenga estudios técnicos profesionales en la materia, conocimientos específicos en sistemas y legislación laboral.

Tema 2. Análisis de funciones y procesos.

Dentro de las funciones que realiza la encargada de nómina pueden ser delegadas:

- Ejercer el control de entradas y salidas consolidadas en la planilla de nómina, y la elaboración de la relación de tarjetas del ISS, por departamento para ser entregados a los jefes que pueden ser elaborados por los pasantes, bajo la supervisión del Asistente de Nómina.
- Todos los procesos pueden simplificarse con una sistematización total del departamento logrando mayor rapidez en la consolidación y pago de nómina eliminando el doble proceso de suministro de datos al sistema y su posterior revisión, confrontando además con los reportes departamentales correspondientes.
- Si se tiene un programa, que automáticamente codifique para la liquidación correspondiente en horas diurnas, nocturnas y festivos, limitando el trabajo a su confrontación con el reporte de trabajo suplementario elaborado cada jefe de área.
- De igual manera la liquidación de prestaciones sociales esta contenida en el paquete sistematizado, agilizando la función, ya que la persona encargada revisaría solamente la formulación de promedios, porcentajes y otros factores que puedan alterarlos.

Tema 3. Formatos.

- Formato de hoja de vida.
- Planilla diaria de retardos.
- Planilla de control de nómina.
- Novedades de nómina.
- Consolidación relación nómina.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación es aplicada descriptiva, porque además de exponer uno a uno los pasos del proceso de administración del personal, del Hotel Orquídea Real, define las herramientas y recursos involucrados, a través de un manual de Recursos Humanos.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- Con el apoyo de los manuales de procesos y procedimientos se logra una mejor evaluación y análisis de los puestos de trabajo ya que se cuenta con un perfil de cargos para este departamento, en el que además de determinarse las características que deben el candidato, se describe en forma general las relaciones que el cargo tiene a nivel jerárquico y funcional; las funciones específicas, las responsabilidades y los diferentes procesos que integran las funciones.
- ♦ La visión de la organización hotelera: Hoteles Ltda. Es la de participar en el desarrollo económico del país, promoviendo la Industria Hotelera y turística; consolidando la más importante hotelería nacional con alta tecnología y liderazgo en busca del bienestar del huésped.
- ♦ La seguridad social integral es el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, de que dispone la persona y la comunidad para gozar de una calidad de vida, mediante el cumplimiento progresivo de los planos y programas que el estado y la sociedad desarrollen para proporcionar la cobertura integral de las contingencias especialmente las que menoscaban la salud y la capacidad económica de los habitantes del territorio nacional.

No se encuentran recomendaciones.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 8 autores tratando temas de Recursos Humanos, Dirección de Personal, seguridad.

ANEXOS:

Se encuentran los siguientes:

- Anexo 1 Estructura Organizacional Forte Travelodge Hotel Orquídea Real.
- Anexo 2 Organigrama departamento de Recursos Humanos.
- Anexo 3 Formato Hoja de Vida
- Anexo 4 Formato Control Renovación Contrato.
- Anexo 5 Formato Evaluación de Seminarios

Anexo 6	Formato hoja de vida
Anexo 7	Formato Planilla diaria de retardos.
Anexo 8	Formato novedades nómina.
Anexo 9	Formato planilla control Nómina.
Anexo 10	Formato Comprobante de pago.
Anexo 11	Formato comprobante de pago
Anexo 12	Formato evaluación y desarrollo
Anexo 13	Formato Resumen de Evaluación
Anexo 14	Formato Evaluación Periodo de Prueba.
Anexo 15	Manual Propuesto.

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 094

TITULO : Rediseño de Funciones y Procedimientos e implementación del Sistema de Control Interno en la División de Finanzas del Ministerio de Defensa Nacional.

AUTOR : López, Olga Lucy
Quiroga, Martha Lucia

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1995, 355 páginas, 15 textos bibliográficos, 8 conclusiones.

PALABRAS CLAVES : Proceso, procedimiento, perfil, personal, funciones, implementación, calidad, control.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad diseñar manuales de funciones y procedimientos, su fin es de constituirse en elementos de consulta y apoyo permanentes, logrando así el rediseño e implementación de dichos manuales.

FUENTES : El trabajo de grado no hacen referencia a ningún pie de página.

CONTENIDO : De una acertada asignación de funciones y de un correcto planteamiento de los procedimientos depende en gran parte, que cualquier organización pueda cumplir con los objetivos para los cuales fue creada. Por lo tanto, es necesario planear las funciones de una manera coordinada, conociendo las necesidades e intereses del personal dentro de la unidad de estudio y de esta forma asignar responsabilidades para un mejor aprovechamiento de los recursos humanos y técnicos. Asimismo se deben replantear adecuadamente los procedimientos, unificando criterios y esfuerzos.

I. GENERALIDADES.

Tema 1 : Naturaleza y Misión del Ministerio de Defensa Nacional.

El Ministerio de Defensa Nacional es el organismo de la rama ejecutiva del poder público encargado de la dirección de las fuerzas militares y de la policía nacional, de acuerdo a la constitución y a la Ley.

La misión de esta entidad es asesorar al señor Presidente de la República, en la dirección de la fuerza pública y ejecutar las políticas conducentes a conservar la soberanía nacional, la independencia, la integridad del territorio nacional y la orden constitucional.

El Ministerio de Defensa Nacional está conformado por dos grandes sectores : sector centralizado y sector descentralizado.

Sector Centralizado : El cual está constituido por el comando general de las fuerzas militares con sus tres fuerzas : Ejército Nacional, Armada Nacional Fuerza Aérea Colombiana y la Dirección de la Policía Nacional.

Sector Descentralizado : El cual está integrado por :

- Organismos Adscritos : Desarrollan actividades administrativas, se rigen por las normas del derecho público.
- Organismos Vinculados : Desarrollan actividades industriales o comerciales. Se rigen por las normas del derecho privado.

II. DIVISION DE FINANZAS.

Tema 1 : Marco Legal.

La creación de la división de finanzas tiene como fin establecer y difundir las pautas contables y presupuestales para el control de la ejecución presupuestal. Ello implica una serie de tareas que pueden resumirse en coordinar con el Ministerio de Hacienda y Crédito Público - Dirección General de Presupuesto y la Contraloría General de la República, el régimen presupuestal contable y fiscal a que debe someterse el Ministerio de Defensa Nacional.

Tema 2 : Misión.

Coordinar y fijar con las entidades reguladoras y fiscalizadoras del estado, a través de la Secretaría y Subsecretaría General del M.D.N de acuerdo a la ley, los procedimientos y controles requeridos para la ejecución del presupuesto, manejo contable y fiscal por parte de las diferentes unidades ejecutoras.

Tema 3 : Funciones.

- Coordinar con el Ministerio de Hacienda y Crédito Público - Dirección General de Presupuesto y la Contraloría General de la República, el régimen presupuestal contable y fiscal a que debe someterse el Ministerio.
- Establecer y llevar el registro contable complementario de los fondos, bienes y costos.
- Consolidar los inventarios fiscales y reservados.
- Establecer los procedimientos financieros y controles administrativos complementarios necesarios para asegurar que los gastos e inversiones relativos a las apropiaciones se mantengan dentro de las normas presupuestales vigentes.
- Establecer sistema para unificar los procedimientos contables y financieros del Ministerio.

Tema 4 : Estructura Orgánica de la División de Finanzas.

La División de finanzas se encuentra conformada por los siguientes estamentos :

- Jefatura : Coordina con las entidades gubernamentales los aspectos relacionados con la ejecución presupuestal, planea, programa y ejecuta las actividades relacionadas con la gestión y administración de los recursos financieros de la Institución. La jefatura se encuentra conformada por cuatro secciones que son :

Sección de Presupuesto : Consolida, coordina y controla los trámites y procedimientos en la ejecución presupuestal con las unidades ejecutoras del gasto y de la dirección general de presupuestos.

Sección Recursos Financieros : Recibe de la Tesorería General de la República, los giros correspondientes a los acuerdos de gastos aprobados mensualmente por el consejo nacional de política fiscal con cargo al presupuesto de gastos asignados al Ministerio de Defensa Nacional en la ley del presupuesto y destinados a la situación de los fondos delegados por las unidades ejecutoras, en las pagadurías del país o en el exterior.

Sección de Contabilidad : Asesora, difunde y controla todos los aspectos relacionados con operaciones financieras y patrimoniales desarrolladas por las unidades de las fuerzas militares ; asimismo, coordina con la Contraloría General de la República los aspectos relacionados con la consolidación y rendición de las cuentas fiscales.

Sección de Análisis y Estadística : Analiza, recopila, diseña y controla los procedimientos automáticos que agilizan el trámite administrativo de la documentación presupuestal y contables de la división de finanzas ; de igual manera mantiene actualizada la información estadística, económica y financiera.

III. ANALISIS SITUACIONAL.

Una vez realizado el prediagnóstico de la División de Finanzas del Ministerio de Defensa Nacional, basado en la recolección de aspectos legales, misión y organigrama, se llevaron a cabo reuniones tanto con los directivos como con el personal operativo de la división con el fin de orientarlos y motivarlos hacia el cambio y mejoramiento.

Posteriormente y utilizando como herramienta la matriz DOFA se procedió a efectuar dos análisis concomitantes que permitieron emitir un diagnóstico sobre la situación actual : el análisis de las capacidades de la división o análisis interno y el análisis del entorno o análisis externo pudiéndose establecer posteriormente estrategias fijadas sobre la base de la percepción que se tiene.

Tema 1 : Análisis Interno.

Es el análisis de las fortalezas y debilidades de la división, evaluando las capacidades : financiera, de innovación, de gestión, de los recursos humanos, etc. tiene por objeto, determinar los recursos con que ésta cuenta para poder aprovechar las oportunidades ofrecidas, respetando o desplazando las restricciones.

Tema 2 : Análisis Externo.

Es el análisis del entorno, en el cual se establecen las oportunidades que se ofrecen a la división y las amenazas que deben tenerse en cuenta.

Tema 3 : Matriz DOFA.

Es una herramienta utilizada para el análisis sistemático que facilita la adecuación de las amenazas y oportunidades externas con las fortalezas y debilidades internas de una organización.

Para la recolección de datos se tomó un 80% de la población total que conforma la división de finanzas, constituida por sesenta y cuatro funcionarios de ambos sexos, pertenecientes al nivel directivo, administrativo y técnico.

Se optó por tomar esta muestra debido a que de esta forma se obtienen datos confiables con margen de error mínimo, los cuales pueden ser aplicados a otro grupo de finanzas diferente al estudiado.

Como complemento de la primera etapa, habiendo tenido contacto directo con la realidad que se investiga y teniendo conocimiento de los aspectos mas relevantes se utilizó la encuesta como método sistemático para determinar que piensan sobre su organización los empleados. Estos sondeos se llevaron a cabo mediante cuestionarios, los cuales permitieron obtener una retroalimentación que proporcionó información general para conocer globalmente la división con el fin de particularizarla, es decir, se identificaron ciertos problemas esenciales, precisando el objeto de estudio.

Inicialmente se comienza con la encuesta perfil de capacidad interna con la cual se pretende determinar la realidad de la división de finanzas respecto a cada factor evaluado.

Posteriormente se realiza la encuesta perfil de capacidad externa, la cual tiene como fin obtener el conocimiento global y establecer en forma clara los perfiles de oportunidades y amenazas, de la división de finanzas del Ministerio de Defensa Nacional, solicitando a los funcionarios directivos de la división de finanzas de las entidades reguladoras y fiscalizadoras del estado, la evaluación y calificación de diversos factores que contempla la encuesta, los contribuirán al logro de una mayor unidad de propósito y coherencia en el funcionamiento de dicha dependencia.

Análisis de Resultados : Relaciones factores internos y factores externos.

- La definición y difusión de políticas en que se ha empeñado la división, constituye una fortaleza que bien puede ser desarrollada aprovechando las oportunidades que brindan las políticas y normas emitidas por el ministerio, la producción de servicios que soporta la misión constitucional asignada al mismo y las originadas en las buenas relaciones existentes con los demás organismos del sector defensa y de la administración pública, los cuales emiten normas y procedimientos generales para el desarrollo de la gestión.
- Se evidencia la necesidad de hacer una adecuada definición y difusión de objetivos, metas y estrategias para lograr el mejoramiento de los procesos y procedimientos.

- Es importante establecer mayor número de medios sistemáticos para correlacionar los procedimientos administrativos y coordinar la divulgación de informes y estados periódicos en forma veraz y oportuna.
- Se pueden aplicar nuevas técnicas tendientes a optimizar los procesos y procedimientos, tales como administración por objetivos, mejoramiento continuo o reingeniería.
- Los sistemas de evaluación y control respecto al grado de automatización, eficiencia de los sistemas de seguimiento y procedimientos empleados en la definición de estos controles son factores importantes para el cumplimiento de la misión.

IV. MANUALES DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS.

Los manuales de funciones y procedimientos elaborados en este trabajo de grado servirán como guía de consulta permanente para que en determinado momento se pueda conocer un puesto de trabajo por cualquier funcionario sin la presencia del titular. Además se presenta de tal forma, que su manejo es fácil y se pueden realizar los cambios o ajustes que se produzcan en el desarrollo de las diferentes actividades y en la normatividad, con el fin de mantenerlos actualizados. Asimismo se tienen en cuenta los grados de responsabilidad y cumplimiento del control interno que se efectúa en cada una de las actividades para el logro de los objetivos en forma eficaz y eficiente.

Inicialmente se presenta el manual de funciones, en donde se expone claramente la organización estructural y funcional de la división, explicando jerarquía, autoridad y responsabilidad, adicionalmente se explican las funciones de las secciones que la conforman y en forma individual las de cada cargo y funcionario señalando las relaciones entre sí.

En segundo lugar, se desarrolla el manual de procedimientos incluyendo diagramas de flujo de las actividades más relevantes. Este manual contiene en forma ordenada sistemática y precisa, instrucciones e información mediante la cual se señalan los pasos a seguir o a ejecutar en determinada actividad, indicando los aspectos que componen el proceso.

Para la elaboración de los manuales se realizó una encuesta con el fin de obtener una visión global sobre las funciones, procedimientos y aplicación de controles internos de la división.

Dentro de los métodos de evaluación de procedimientos, los diagramas de flujo tienen especial importancia por cuanto permiten visualizar fácilmente la totalidad del sistema o procedimiento analizado.

Tema 1 : Encuesta par Diagnóstico de Funciones y Procedimientos.

Esta encuesta tiene como fin obtener una visión global sobre las funciones, procedimientos y aplicación de controles internos de la división. Cuenta con diversos factores, que ayudarán a obtener la información que se necesita para la elaboración de los manuales.

Interpretación de Resultados :

- Los manuales de funciones y procedimientos vigentes no han sido actualizados al unísono con la normatividad y reglamentación relacionada con el área financiera y contable.
- En general, falta claridad en la asignación de funciones, responsabilidades y procedimientos de trabajo.
- Se requiere analizar cuidadosamente las funciones y procedimientos para reducir al mínimo la duplicidad, sobre posición y conflicto, para lo cual éstos deben ser visualizados ; es decir, requieren diagramación con sus diversos pasos claramente identificado e interrelacionados.

Tema 2 : Manuales de Procedimientos y Diagramas de Flujo.

Cada uno de los procedimientos son descritos paso por paso, teniendo en cuenta su orden lógico. Los procedimientos presentados en este trabajo de grado se presenta en el orden que se presenta a continuación según los cargos y secciones que existe :

1. SECCION DE PRESUPUESTO

- Grupo crédito público externo
- Grupo Contratación
- Grupo ejecución presupuestal

2. SECCION DE RECURSOS FINANCIEROS

- Grupo financiero
- Grupo cuota compensación militar
- grupo tesorería central

3. SECCION CONTABILIDAD

- Grupo central contable
- Grupo fondo y bienes reservado
- Grupo archivo y correspondencia

4. SECCION ANALISIS ESTADISTICA

- Grupo de informática

V. IMPLEMENTACION SISTEMA CONTROL INTERNO.

Al establecer, aplicar, mantener y vigilar un adecuado sistema de control interno es máxima responsabilidad de los directivos. Es así como la dirección de las entidades debe ejercer una supervisión constante a cada nivel de la organización a efecto de verificar que el sistema funciona en debida forma y que además es revisado cuando las condiciones y circunstancias lo requieren. Igualmente cada funcionario es responsable del control interno dentro de su ámbito de acción o responsabilidad es decir debe aplicar auto control.

El control interno es importante para cualquier entidad por cuanto proporcionan condiciones para poder confiar en la solidez de las operaciones y actividades realizadas en los distintos niveles. Una medida adecuada de control interno garantiza la protección y utilización prudente de los recursos, de modo que se logren las metas y objetivos de la entidad, de conformidad con las políticas establecidas y se fomente la eficiencia, efectividad y economía de las operaciones.

En este orden se presenta a continuación mecanismos que contribuyen al mejoramiento de los sistemas de control interno aplicados actualmente a la división de finanzas.

METODOLOGIA : La recopilación de información por medio de cuestionarios busca definir problemas en la gestión del servicio, lo cual hace que el estudio planteado sea de tipo exploratorio.

CONCLUSIONES : De las ocho conclusiones se destacan :

- Las políticas establecidas en la institución sufren constantes cambios en razón a la influencia de los factores internos y externos que afectan al país.
- El trabajo elaborado es elemento fundamental del sistema de control interno de la División Financiera del Ministerio de Defensa Nacional, por lo cual se constituye en herramienta necesaria y de consulta permanente para el cabal desempeño de las actividades desarrolladas, la cual es de gran importancia para el logro de los objetivos y metas de esta institución.

BIBLIOGRAFIA : El trabajo de grado hace referencia a 15 textos bibliográficos de temas relacionados con : servicio, administración financiera, administración de personal, organización y métodos.

ANEXOS : No presenta ningún anexo.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

<i>COLOMBIA</i>	<i>UNIVERSIDAD DE LA SABANA</i>	<i>RAAS 095</i>
-----------------	---------------------------------	-----------------

TITULO: REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA DE UNA INSTITUCION DE SALUD PUBLICA

AUTOR: OBANDO Rojas Neyda Fanny. PARDO Galeano Olga Patricia

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1995, pp.175 Gráficas 26, Tablas 5, Anexos 4.

PALABRAS CLAVES: PUBLICA, SERVICIO, CLIENTE, SISTEMA, LEY 100, LEY 10, SALUD.

DESCRIPCION:

Este trabajo nos diseña una propuesta para la reestructuración administrativa a una entidad del estado en el campo de la Salud por medio de la creación de un programa de mejoramiento continuo y aplicación de las nuevas tecnologías administrativas a fin de que se presten servicios integrales a los usuarios. Se evalúa las ventajas de la viabilidad de rediseñar los procesos de la institución para lograr una mayor efectividad en el desarrollo de sus actividades. Formula estrategias para implantar una cultura de calidad en toda la institución.

FUENTES:

De los pie de página se destacan los siguientes:

FUNDACION, Restrepo barco. Guía para el mejoramiento de un hospital. Santafé de Bogotá, Guadalupe 1994	2
ALBRECHT, Karl. Revolución del Servicio. Bogotá: Legis, 1990	1
HARRINGTON, H.J. Mejoramiento de los procesos de la empresa. Santafé de Bogotá. Mac Graw Hill, 1993	1
MORRIS Daniel y BRANDON Joel. Reingeniería. Santafé de Bogotá. Mac Graw Hill. 1994.	1

CONTENIDO:

CAPITULO 1. MARCO TEORICO

Tema 1. Evaluación de la salud.

En la primera parte se extrae el marco teórico sobre la evolución de la salud, el sistema nacional de salud, la ley 100 de 1993 y la reestructuración administrativa, y todo sobre administración para el cambio donde se profundiza sobre lo que es el posicionamiento, las etapas, objetivos etc. Reingeniería, reducción de costos, la aplicación del método deming y todo sobre mejorar el servicio al cliente.

En la parte de la ley 100 se toman los artículos 1-3, 152, 153, 155, 177 y 178

Tema 2. Administración para el cambio

Posicionamiento: conjunto de actividades que proporciona la entrada y el marco de planeación estratégico para la Reingeniería y a través del cual, se implementan los métodos para apoyar un cambio rápido y eficaz.

Etapas de posicionamiento:

- Recopilación de datos de la compañía de donde esta hoy y donde quiere estar.
- Recopilación de información acerca de cómo se dirige el negocio.
- Crear un ambiente en donde se pueda implementar el cambio con rapidez y eficacia y sin afectar la organización.

Reingeniería: revisión fundamental y el rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento tales como: costos, calidad, servicios y rapidez.

Tema 2. Diagnóstico hospital San Rafael

El Hospital San Rafael fue constituido en 1873 sobre un lote cedido por el municipio de Fusagasugá con dineros de un grupo de donantes.

Area de influencia: el área de influencia del Hospital es la provincia de Sumapaz al sur oriente del departamento de Cundinamarca, el cual comprende los siguientes municipios: Fusagasugá, Silvania, Pasca, Tibacuy, Arbelaez, Pandí, Cabrera, San Bernardo y Venecia.

Características de Morbilidad de la población:

- Morbilidad de consulta externa.

- Morbilidad en el servicio de urgencias.
- Morbilidad en el servicio de Hospitalización

Perfil de Referencia y Contrarreferencia

El comité de Referencia y Contrarreferencia en forma mensual analiza el desarrollo de las actividades, destacándose la carencia de recursos materiales para la buena información y beneficio del paciente.

Ambiente Socio-Laboral

El Hospital San Rafael dentro del marco social cuenta con un potencial Humano clasificado según su nivel jerárquico dentro de la organización así:

Obrero: calificados y no calificados

Oficinistas: calificados

Técnicos: sistema administrativo

Profesional: parte científica y administrativa

Tema 3. Proceso Administrativo

Planeación: cada año los jefes de los servicios establecen una programación de actividades para la ejecución en sus diferentes áreas para la vigilancia del año siguiente.

Organización: división del trabajo:

Jerarquización

Departmentalización

Descripción de funciones y obligaciones

Técnicas de organización (organigrama, manuales)

Coordinación: coordinar su atención con otros organismos con los puestos y centros de salud o sea de atención de Nivel I y Nivel III. Además con el equipo de atención primaria hace programas de promoción y prevención de la salud de la comunidad.

Evaluación y control: de acuerdo con los artículos 268 y 269 establecidos por la constitución de 1991 se ha creado el departamento de control interno para establecer los medios de eficiencia, eficacia, oportunidad y economía y hacer de esta institución una Empresa Social del Estado con rendimientos en costo beneficio en la población más protegida con calidad y humanización en la prestación de los servicios.

Satisfacción del usuario

Para la institución es vital controlar la eficiencia del servicio al cliente, con el objeto de saber cuan efectivas son sus políticas y procedimientos.

Se realizó una encuesta para cuantificar las percepciones de la gente con relación a los servicios que presta el Hospital

CAPITULO 2. EL PROCESO DE CAMBIO

El cambio como constante en la realidad actual viene incorporando al análisis Gerencial del sector salud una serie de variables que modifican necesariamente el enfoque de la evaluación que se debe llevar a cabo en las instituciones prestadoras de servicios de salud.

- Resistencia al cambio
- Sugerencias para manejar el proceso del cambio
- Elementos del cambio
- Contenido del mensaje de cambio
- Estructura del cambio

Pautas para prestar un servicio

- Saludar con una sonrisa alegre
- Pregunte que clase de servicio desea
- Si es un cliente habitual llamarlo por su nombre
- Tomar notas de sus requerimientos
- Conocer todos los servicios que la institución presta
- Responder a todas las preguntas (entre otros)

CAPITULO 3. POSICIONAMINETO

Equipo de mejoramiento: debe conformarse por la gerencia de la institución y un representante de cada departamento.

Planeación estratégica: Visión, Misión, DOFA, Metas, objetivos, Políticas, Reglas, Estrategias.

Organización: el organigrama se debe ajustar a las necesidades del momento y proyectarse al futuro

1. Tema 1. Reingenieria

El proceso esta organizado a lo largo de las líneas funcionales, son procesos verticalmente alineados y son simples. Usualmente son ordenes que da el gerente para ejecutarse.

Procesos interfuncionales
Rediseño de procesos
Sistematización de la información

Tema 2. Propuesta

El Hospital San Rafael de Fusagasugá tiene una imagen negativa dentro de sus usuarios y se hace necesario hacer una reestructuración administrativa de donde se rediseñan todos sus procesos para que sean más eficientes, se adopte la cultura de servicio y tenga como meta la excelencia.

- Equipo de mejoramiento continuo
- Planeación estratégica
- organización

No se encuentra metodología.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

Los servicios de atención médica se están enfrentando a los mayores retos por el incremento de la demanda de un servicio caracterizado por la calidad y responsabilidad de su atención. Esto porque el hombre tiene ahora mayores posibilidades de ser y porque la sociedad presente empieza a darse cuenta de que el logro del bienestar humano debe ser un fin consciente.

En el caso concreto que nos ocupa, la presentación del servicio de salud en el hospital San Rafael de Fusagasugá, de segundo nivel de atención, los datos recolectados, y los análisis muestra que la institución presenta serias deficiencias por diversas razones.

Es necesaria la reestructuración administrativa por medio de la implantación de un programa de mejoramiento continuo cuyos lineamientos obedezcan ala cultura de la calidad del servicio y a la eficiencia, que deberá actuar en todos los niveles de la organización, haciendo especial énfasis en los elementos de cambio (liderazgo, comunidad y un ambiente adecuado).

No se encuentran recomendaciones

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 14 autores, destacándose los siguientes:

ALBRECHT, Karl. Revolución del Servicio. Bogotá: Legis, 1990

DESAINICK, Robert L. Como conservar su clientela. Santafé de Bogotá. Legis 1990

HARRIGGTON, H.T. Mejoramiento de los procesos de la empresa. Santafé de Bogotá. Mac Graw Hill, 1993.

LEY 100 de 1993. Sistemas de Seguridad Social Integral. 1995

MORRIS Daniel y BRANDON Joel. Reingeniería. Santafé de Bogotá. Mac Graw Hill. 1994.

ANEXOS:

Anexo A. Mapa Municipio de Fusagasugá

Anexo B. Encuesta: Análisis situación socio laboral.

Anexo C. Encuesta: Satisfacción del Usuario

Anexo d. simbología

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 096

TITULO: DISEÑO DE UN MANUAL EN TECNICAS DE LAVANDERIA

AUTOR: GALINDO, Montoya. Martha Constanza.

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Santafé de Bogotá, 1995, pp.73 - 147

PALABRAS CLAVES: MANUAL, FIBRAS TEXTILES, SERVICIO, LAVANDERIA, CONSERVACION, PRENDAS, CALIDAD.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende diseñar un Manual de Técnicas de Lavandería dirigido a las personas que reciben capacitación en el área, planteles educativos como el Secretario Social de Socapa, centro de educación Familiar “La Casona” y el centro de capacitación norte; por otra parte el personal que opera en instituciones de servicio, como hospitales, lavanderías comerciales, y hogares de familia, a través de la investigación realizada como tesis de grado con la finalidad de que sirva de guía de estudio y aplicación a dicho personal para así lograr un excelente desempeño en el área.

FUENTES: De las fuentes se destacan las siguientes:

- INSTITUTO FEMENINO DE ESTUDIOS SUPERIORES. Principios Generales de la Industria Textil. Guatemala. 1986. 6
- RAMIREZ, de Velázquez, Neyla. Taller de fibras textiles. Universidad de la Sabana. Santafé de Bogotá. 1990. 5
- PARRA, Virginia. SOLANO, Myriam. Tesis. Texto básico de estudios de Nutrición y técnica. Universidad de la Sabana. Santafé de Bogotá. 1993 5
- BALLEEN, Rojas. Luz Patricia. JIMENEZ, Montoya, María del Rosario. SARMIENTO Escobar, Marcela. Tesis. Guía didáctica de cocina, lavandería, aseo y mantenimiento, Universidad de la Sabana. Santafé de Bogotá. 1990 3

CONTENIDO:

PRIMERA PARTE

CAPITULO 1. METODOLOGIA.

Tema 1. Recopilación y presentación de la información.

A continuación se da a conocer la técnica utilizada para la recolección de la información extraída y que sustenta la necesidad de elaborar un libro de técnicas de lavandería. Para recopilar la información, se elaboró una encuesta, dirigida a centros de capacitación, como:

- Colegio Secretariado Social de Socapa
- Centro de capacitación Norte.
- Centro de educación familiar la Casona.
- También se encuentran lavanderías comerciales, hospitalarias y hogares de familia.

Población y muestra.

La población conformada por un total de 438 personas (100%) pertenecientes a los establecimientos ya mencionados. Del total de la población, se tomo una muestra de 51 personas, lo cual representa un 11,64%.

Se utilizó como método la estadística descriptiva la cual tiene la función de manejar datos recopilados en cuanto se refiere a su ordenación y presentación, para poner en evidencia ciertas características en la forma que sea más objetiva y útil.

Para seleccionar la muestra, se utiliza el muestreo por conglomerados, ya que la unidad de muestreo no es el individuo, sino la cantidad de personas que conforman una institución.

Se encuentran los resultados arrojados por las encuestas. De acuerdo a cada pregunta realizada se elaboró su respectivo análisis dependiendo de la institución.

CAPITULO 2. MARCO TEORICO

Tema 1. Marco referencial.

Colegio Secretariado Social de Socapa

Esta institución se encuentra localizada en el municipio de Socapa, departamento de Cundinamarca, país Colombia. Se trata de una corporación privada de acción al servicio de la comunidad, reconocida y aprobada, por personería jurídica N° 214 del 22 de noviembre de 1948, expedida por el Ministerio de justicia.

Centro de Educación Familiar “La Casona”.

Fundado como centro de capacitación para la mujer campesina en el año 1970, es una entidad privada, sin ánimo de lucro, aprobada por el Ministerio de Educación Nacional, según Resolución N° 16727 del 1 de noviembre de 1984.

Centro de capacitación en Ciencias Domésticas y Hotelería Norte.

Obra corporativa del Opus Dei, ubicado en Santafé de Bogotá D.C. Colombia, fue fundado en 1959 como escuela, hogar y cultura, con el objeto de promover social, humana y espiritualmente a la mujer, a la luz de las enseñanzas de Monseñor Josemaría Escrivá de Balaguer y Albás, quien quiso valorar el trabajo en el hogar.

Tema 2. Marco Conceptual.

Generalidades de las fibras textiles

La importancia de las fibras textiles tanto a nivel industrial como doméstico es total; por tal motivo, se hace necesario su estudio comenzando desde su origen hasta llegar a la utilización, el cuidado y la conservación de las mismas.

Para empezar se da a conocer que es una fibra textil, ya que se llama fibra a la unidad de materia caracterizada por su flexibilidad, finura y elevada proporción entre longitud y grosor, la cual puede ser transformada en hilo.

Clasificación de las fibras textiles.

Las fibras se catalogan en dos grandes grupos: fibras naturales y fibras artificiales; en cuanto a las fibras naturales se pueden subdividir en fibras animales, que son proteínas complejas; fibras vegetales que son polímeros de celulosa y fibras con el asbesto que son inorgánicas. El algodón y la lana se usan principalmente en ropa de vestir. Las fibras como el yute, y el cáñamo se denominan "industriales" y se emplean en cuerdas, sogas, en esteros y cerdas y como refuerzo para el papel. No se terminan en enumerar los empleos que se les puede dar a las distintas telas, dependiendo de su fuente, he aquí la importancia de su estudio, ya que sus usos son ilimitados.

Tratamiento de limpieza y conservación de las prendas.

Para empezar con los cuidados que se deben tener con los tejidos, es necesario realizar un cuadro sinóptico para mayor comprensión:

TRATAMIENTO DE LIMPIEZA Y CONSERVACION DE PRENDAS	TRATAMIENTOS HUMEDOS	<ul style="list-style-type: none"> • DESMANCHADO • LAVADO • ALMIDÓN
	TRATAMIENTOS SECOS	<ul style="list-style-type: none"> • SECADO • REFACCIÓN • PLANCHADO

Al observar el cuadro, también existe una división de tratamientos húmedos, en los cuales su medio para elaborarlos es generalmente utilizada el agua. En primer lugar, se encuentra el desmanchado cuyo objetivo es eliminar la suciedad específica localizada en áreas concretas de una prenda. Para ello son utilizados sustancias y procesos especiales, de acuerdo al tipo de mancha que puede ser de origen vegetal, mineral, y animal; en cuanto al lavado, este es considerado como la operación central de los procesos utilizados en el cuidado y conservación de la ropa, ya que por medio de este se elimina la

suciedad brindando limpieza y desinfección a las prendas, permitiendo prolongar el tiempo de vida útil de las mismas. Son utilizados una serie de elementos como detergentes, sin los cuales sería imposible realizar una excelente eliminación de la mugre en ropa, trastos y pisos; debe formularse para realizar dos funciones: debe desprender la suciedad del sustrato que se limpie y debe suspenderla o dispersarla para que no se redeposite sobre este.

Tema 3. Aspectos concernientes al diseño del manual.

En cuanto a la elaboración de un manual, se hace necesario tener en cuenta puntos como los que se refieren a la definición y al diseño del mismo .

Definición del manual

La Real Academia de la Lengua define la palabra manual como un libro en que se compendia lo más sustancial de una materia; libro o cuaderno que sirve para hacer apuntamiento.

Aspectos claves en el diseño de un manual.

Al mencionar la palabra diseño, se habla de la ordenación, composición y combinación de formas y figuras, signos y elementos gráficos para ser impresos.

Pasos utilizados en la elaboración del material impreso.

Existen tres grandes pasos a tener en cuenta en la elaboración de un manual estos son:

- De orden conceptual
- De orden metodológico
- De orden técnico.

Recomendaciones para la preparación de un manuscrito.

Existen pautas que se deben tener en cuenta cuando se está elaborando un manual, como son:

- Legibilidad: el texto debe ser claro y legible, lo ideal es que esté presente siguiendo las normas ICONTEC.
- Unificación: debe existir en el manuscrito uniformidad, en cuanto a ortografía y puntuación.

Tema 4. Funciones que debe cumplir un manual

La responsabilidad que tiene un manuscrito es de bastante relevancia, ya que en un instrumento por el cual una cantidad indefinida de personas se va a guiar, por lo tanto, los materiales educativos tienen como función principal el desarrollo del proceso educativo, para que el niño, el joven o el adulto puedan comprender.

- Educación: el material impreso debe ajustarse a esta finalidad, teniendo en cuenta el ordenamiento establecido por el sistema educativo vigente, objetivos y metas del plantel educativo.
- La ciencia: esta representada principalmente por la información que el material educativo contiene, la cual debe ser veraz, actualizada y oportuna.
- La comunicación: el material impreso resulta ser un medio de información, por lo tanto, debe ser claro para la población a la que va dirigida.
- La sociedad: un material educativo debe tener una dimensión política, pero entendida esta en una función del proyecto social, así como también los aspectos económicos que necesariamente se deben contemplar a fin de lograr un material educativo que tenga acogida y concretamente, cumpla el objetivo para el cual fue hecho.

Tema 5. Marco legal

Las normas que fundamenta el marco legal son aquellas que se encuentran en la ley 115 de 1994, dictada por el Ministerio de Educación Nacional, por lo cual se expide la Ley General de Educación, que promueve la Educación Media Técnica, la cual tiene como objetivo preparar a los estudiantes para el desempeño laboral en uno de los sectores de la producción y de los servicios y para la continuación de la educación superior, debe estar dirigida a la formación calificada en especialidades, tales como agropecuarias, comercio, finanzas, administración, ecología, medio ambiente, industria, informática, minería, salud, recreación entre otras.

En cuanto a los objetivos de la Educación Media Técnica, los cuales están consignados en el artículo 33 de la ley general de Educación: estos son:

- La capacitación básica inicial para el trabajo
- La preparación para vincularse al sector productivo y las posibilidades de formación que este ofrece.
- La formación adecuada a los objetivos de Educación Media Académica que permita al educando el ingreso a la Educación Superior.

En general están involucradas todas aquellas personas que rodean el educando teniendo un fin determinado como es el se colaboración, proporcionándole todos los medios posibles para su desarrollo.

Derecho del autor

Este derecho moral protege la inventiva, la habilidad y el trabajo del creador; el derecho de autor ocupa un lugar entre los derechos humanos fundamentales que figuran en la declaración Universal de los Derechos Humanos aprobada en 1948 por la Asamblea General de las Naciones Unidas.

1. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y los beneficios que de él resulten
2. Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le corresponden por la razón de las producciones científicas, literarias de que sea autora.

SEGUNDA PARTE. EL SERVICIO DE LAVANDERIA

CAPITULO 1. LAS FIBRAS TEXTILES

Tema 1. Fibra textil.

Se conoce como una unidad de materia con elementos característicos como flexibilidad, suavidad y con una medida igual en grosor y longitud, la cual puede ser transformada en hilo. Al examinar un trozo de tela, se puede observar su composición, viendo una serie de hilos entretrejidos, al analizar uno de estos hilos con mayor detenimiento, se contempla la materia fibrosa de que está compuesta.

Fibras naturales

Proviene de los reinos existentes en la naturaleza; se encuentran fibras animales, como la seda, lana y pelo; fibras vegetales como cáñamo, algodón y lino; y las minerales como el asbesto y el amianto.

Fibras artificiales

Aquí empieza la intervención de la mano del hombre. La producción de fibras artificiales, en fase experimental, se originó a mediados de 1800, cuando se conoció la composición de las fibras textiles naturales, entre las más conocidas están el rayón y el acetato.

Fibras sintéticas

Su origen se sitúa en el pleno siglo XX y se caracteriza por ser producida en su totalidad por la mano del hombre, a partir de sustancias químicas como materia prima. Mediante un proceso de polimerización se llega a obtener una serie de filamentos sintéticos que posteriormente son hilados en grupos para dar origen a los multifilamentos.

Tema 2. Origen y características de las fibras.

Al entrar a estudiar la composición y características de las fibras textiles, es necesario conocer su origen.

FIBRAS NATURALES

Fibras naturales animales

{
Lana
Seda
pelo

Fibras naturales vegetales

{
Algodón
Lino
Cáñamo

Fibras naturales minerales

{
Amianto
Asbesto

FIBRAS ARTIFICIALES

- Rayón: se obtiene de restos de algodón y madera. Su principal componente es celulosa regenerada. Es una fibra brillante, poco elástica, por lo cual se arruga con facilidad.
- Acetato: es una fibra artificial la cual se obtiene de restos de algodón y madera; su principal componente es la celulosa acetilada. Es bastante resistente a mohos, polillas y se arruga con facilidad.

FIBRAS SINTETICAS

- Monómero
- Polímero
- Polimerización por condensación
- Polimerización por adición

Tema 3. Proceso que debe seguir una fibra hasta la obtención de telas

Existe una clasificación de acuerdo a los procesos que se siguen para la obtención de una tela, los cuales se presentan a continuación:

Hilatura.

Se define como hilatura al conjunto de operaciones industriales que transforman las fibras en hilaza, es decir, en cilindro grueso y continuo en el que las fibras se mantienen unidas por una torsión más o menos fuerte. En Colombia es utilizado en zonas rurales el huso para hilar, pero es tan avanzada la tecnología, que ha creado maquinaria bastante sofisticada en este campo.

Hilatura de la lana:

- Clasificación
- Lavado
- Encimado
- Cardado
- Peinado
- Estirado

- Obtención de la mecha
- Hilado en fino

Hilatura en algodón:

- Recolección
- Secar al aire
- Empacar en balas
- Examinar la fibra, color y resistencia.
- Mezclar el algodón

Tejeduría.

En este proceso los hilos son entrelazados formando telas, existen diferentes formas para realizarlo, como muestra a continuación

Tejidos planos: en esta clase de tejidos son utilizados los telares, este estilo esta conformado por hilos verticales, los cuales reciben el nombre de urdimbre, a través de esta se entrelazan los horizontales que son la trama.

Tejido circular: en la elaboración de este tejido son utilizados máquinas circulares en las cuales se manejan varios conos de hilo. El tejido circular esta conformado por mallas y palitos.

Tintorería.

En este proceso los tintes son aplicados a las telas con el fin de brindarles color. Estos colorantes pueden fijarse de una forma permanente, pero no constante, ya que por el uso, los tejidos van perdiendo su coloración.

Para continuar existen factores especiales a las cuales hay que prestar total atención como: pH, en el cual un colorante actúa con mayor efectividad sobre una fibra para obtener una tonalidad establecida.

- Relación de baño
- Temperatura
- Presión
- Catalizadores
- Electrolitos

Estampación.

En esta operación se le da colorido parcialmente a la tela por medio de diseños establecidos.

Según el punto de vista del tintoreo, los procedimientos de estampación pueden clasificarse en:

- Directo

- Por corrosión
- Por reserva

Según el punto de vista mecánico, los procedimientos de estampación pueden clasificarse en:

- A mano con moldes, por blanqueos ordinarios, o por artesa y matiz; con plantillas, taladrada, o matiz a la lionesa.
- A máquinas con planchas o moldes, perrotino o máquinas tipográfica con cilindros grabados en relieve o en hueco.

Tema 4. Identificación de las fibras textiles.

Existen medios para establecer el origen de las fibras; entre estos se encuentran los sentidos humanos como: tacto, vista y olfato. Pero hay otras técnicas utilizadas como es el caso de la combustión y la solubilidad que tienen algunas fibras en sustancias especiales; sin embargo, no todos los tejidos se elaboran de una sola tela, sino que se encuentran por lo general mezclas de fibras, las cuales se realizan para añadir durabilidad, comodidad, facilidad de manejo y algo de bastante importancia como abaratar los costos y mejorar la calidad de la tela.

Qué es la prueba de combustión?

Las fibras van a estar sometidas al fuego presentando unas características especiales de acuerdo a su origen.

Cuando las fibras no están mezcladas, esta experimentación, resulta perfecta, pero cuando lo están, se pueden presentar inconvenientes en la identificación, si no se tiene un completo conocimiento de esta área.

Qué es la prueba de solubilidad?.

Al realizar el experimento de solubilidad en la fibra lo que se quiere expresar es la existencia de sustancias determinadas para cada tejido, disolviéndolo.

El porcentaje indicado, significa que la sustancia principal se encuentra en ese porcentaje diluido en agua.

CAPITULO 2. ELEMENTOS Y EQUIPOS UTILIZADOS EN LA LIMPIEZA DE PRENDAS.

En esta unidad se da a conocer los insumos que se utilizan en la limpieza de prendas como son el agua, detergentes, jabones y agentes auxiliares de lavado, con sus respectivas generalidades. Por otra parte se hace mención a la maquinaria utilizada para llevar a cabo los procesos necesarios para eliminar la suciedad.

Tema 1. El agua como elemento fundamental en el proceso de lavado.

El agua es un elemento que se encuentra en la naturaleza, bien sea en estado sólido como nieve, hielo o granizo; en estado líquido como los ríos, mares, lagos etc.; y en vapor, que es el estado gaseoso y se encuentra, por ejemplo, en la atmósfera.

Dependiendo del compuesto químico en que se presente las sales minerales el agua, la dureza se clasifica en:

- a. Dureza temporal: las sales que se encuentran en este tipo de agua, son en forma de bicarbonatos; se pueden corregir hirviéndola, ya que por ebullición los bicarbonatos se descomponen y se precipitan en forma de carbonato origen a la dureza permanente.
- b. Dureza permanente: en este tipo de dureza, se encuentran las sales en forma de carbonatos, fosfatos, sulfatos, etc. Su corrección se puede realizar por medio de adición de agentes ablandadores y secuestrantes, encontrados en la formulación de detergentes, o como agentes auxiliares del lavado.
- c. Dureza total: se conoce como la suma de la dureza temporal y la dureza permanente.

Cuando se sumerge el una prenda en una cubeta con agua y se observa que la tela no se moja, es por que existe una fuerza que impide que el agua humecte la tela; esta fuerza es la tensión interfacial, se puede corregir bien sea por aumento de la temperatura o adicionando un agente tensoactivo.

Tema 2. Jabón y detergente, elementos indispensables en el lavado de prendas.

Jabón

Antiguamente las personas realizaban el lavado de ropa golpeándola o apaleándola sobre una piedra, preferiblemente cerca del río o donde se pudiera tener acceso al agua, sin poder contar con un producto que les permitiera realizar el lavado con mayor calidad. El jabón se conoce desde la época de Abraham y desde el año 600 a.c. cenizas de madera para utilizarlo como medicina, pero su importancia para la limpieza sólo se conoció hasta el siglo II de la era cristiana.

Elementos de la fabricación.

Actualmente es utilizado el sebo, como subproducto de la carne de res y el aceite de coco, proveniente de la palma de coco; los dos productos cualquiera que se utilice, son saponificados con un elemento químico llamado hidróxido alcalino, obteniéndose de esta reacción el jabón.

Los jabones tienen su clasificación dependiendo de la composición y la utilización.

Propiedades

- Poder humectante, permite humectar las prendas, logrando romper la tensión superficial.
- Poder dispersante, permite separar la suciedad de la superficie a la cual esta adherida.
- Poder emulsionante, permite mantener en emulsión durante el tiempo de lavado la suciedad que ha sido removida.
- Poder de antirredeposición, el jabón obra de tal manera que la mugre no se vuelva a depositar en la prenda.
- Poder detergente, es aquella propiedad que tiene el jabón para eliminar la suciedad.

Detergente

Es otro elemento indispensable en la limpieza de prendas. Su función es desprender la suciedad del tejido, actuando en forma de dispersión para que no se vuelva a adherir, un detergente no debe ser tóxico, ni causar daños en la piel de las personas que lo manipulan.

Los detergentes son sustancias que están compuestas por un tensoactivo o materia activa que es el elemento fundamental, a cuyo alrededor se unen una serie de compuestos orgánicos denominados coadyuvantes que refuerzan la acción del tensoactivo y añaden características a los detergentes para mejorar su función en el proceso de lavado.

Clasificación de los agentes tensoactivos:

- Tensoactivos aniónicos
- Tensoactivos catiónicos
- Tensoactivos no iónicos
- Tensoactivos anfotéricos

Propiedades de los detergentes

Básicamente se identifican con las propiedades del tensoactivo que entra en su formulación, reforzada por la acción de los coadyuvantes para permitir un lavado más eficiente. Tales propiedades son:

- Humectación
- Dispersión

- Emulsificación
- Solubilización
- Antirredeposición
- Detergencia
- Formación de espuma

Tema 3. Neutralizantes, desmanchadores y agentes auxiliares del lavado.

Neutralizantes

Los hay de dos clases; de cargas alcalinas y de cargas cloradas. Su función principal es neutralizar y eliminar los residuos clorados y las cargas alcalinas que han quedado sobre las prendas en el proceso de blanqueo con hipocloritos.

Desmanchadores

Sustancias químicas capaces de eliminar una suciedad específica que se ha depositado en forma localizada sobre una superficie, bien sea en muebles, pisos, prendas o materiales de recubrimiento.

Agentes auxiliares de lavado

Como su nombre lo indica ayudan a ser mas efectivo el proceso de lavado. Y son:

- Antiestáticos.
- Suavizantes
- Blanqueadores

Tema 4. Maquinaria utilizada en los procesos de limpieza de prendas.

La maquinaria juega un papel muy importante en los procesos realizados en la limpieza de prendas puesto que ahorra tiempo y dinero logrando prestar un servicio con eficiencia.

Maquinas lavadoras

Las máquinas lavadora forman un equipo imprescindible en la limpieza de prendas, son aparatos que funcionan con un motor eléctrico de diferente capacidad dependiendo de la cantidad de libras de ropa para la cual haya sido programada la máquina.

Las lavadoras cuentan con los siguientes sistemas básicos para lograr sus objetivos; sistema hidráulico que es el responsable de la alimentación del agua necesaria para realizar el proceso de lavado, sistema motriz, sistema de mandos que es el responsable de que se ejecute en el orden programado el sistema de suspensión que es el

responsable de mantener las partes en sus respectivos lugares y permitirles actuar de una forma adecuada generalmente por medio de amortiguadores, sistemas neumáticos.

Tipos de máquinas lavadoras

Las lavadoras en razón de la tecnología o automatismo se dividen en automáticas, semiautomáticas y automáticas con centrifugado sin centrifugado y de túnel pero en razón de los mecanismos utilizados se dividen en:

- Lavadoras de turbina
- Lavadoras de agitador
- Lavadoras de tambor

Otra clasificación según el vehículo líquido que utilicen:

- Lavadoras en agua
- Lavadora en seco
- Lavadora en seco con disolvente percloroetileno
- Lavadoras en seco con disolvente varsol

Máquinas secadoras

La función principal de estas máquinas es llevar a cabo el secado de las prendas extrayendo el exceso de humedad por medio de aire caliente, en movimiento mientras la ropa va girando para obtener un secado uniforme y lograr la humedad requerida o residual para un excelente planchado.

En general existe un solo tipo de máquinas secadora la cual debe tener una fuente de calor un calentamiento, un mecanismo para mover la ropa, una fuente de aire fría, un sistema de expulsión de aire húmedo del interior del recipiente y un litro para recoger residuos por la fricción entre las prendas.

- Materiales utilizados en la fabricación de una máquina secadora.
- Mantenimiento y seguridad de una máquina secadora.

Máquinas centrífugas o extractoras

Estas máquinas tienen como finalidad extraer el agua de las prendas, quedando algunas veces listas para el planchado.

El funcionamiento de estos aparatos está basado en la fuerza centrípeta que evita que la ropa se pegue a las paredes del cilindro de la máquina que va agujereando para que el agua se escurra, pase a través de estos agujeros y se elimine por el desagüe.

Elementos de fabricación

Las máquinas centrífugas son fabricadas en acero inoxidable.

Maquinaria y equipo de planchado.

Estos aparatos tienen la función de conferir la apariencia final a las prendas. Como máquinas de planchado se encuentran los rodillos o calandria y prensas, como equipo hay diversos tipos de planchas que pueden ser de carbón, hierro eléctricas y de vapor.

Prensas

Son máquinas accionadas por aire comprimido y su uso se limita a las prendas de forma como pantalones, camisas, corbatas.

Plancha electroautomática

Ha sustituido a la plancha eléctrica y tiene como característica fundamental el que mediante un dispositivo sencillo alcanza una temperatura de planchado constante entre unos límites prefijados.

Plancha a vapor

La plancha a vapor no es más que una plancha electroautomática con un depósito para agua, una cámara de vaporización y unos orificios que dan salida al vapor de agua para humedecer la tela antes de plancharla.

CAPITULO 3. LIMPIEZA Y CONSERVACION DE LAS PRENDAS

Tema 1. Tratamientos utilizados en la limpieza y conservación de las prendas.

En que consiste el tratamiento de limpieza de una prenda?

Comprende la táctica de procesos y procedimientos necesarios para devolver a las prendas las características que les son propias y que se han alterado por el uso.

Estos tratamientos se clasifican de acuerdo al medio como se debe aplicar. Para que la realización de estos procesos sea de óptima calidad es necesario tener recursos como maquinaria, insumos e instalaciones del servicio de lavandería.

Procesos húmedos

Los procesos húmedos son aquellos tratamientos que necesitan de un vehículo líquido como el agua para remover la suciedad.

Desmanchado

Este proceso permite eliminar la suciedad específica localizada, que generalmente ha sido producida en forma accidental, utilizando para ello productos llamados desmanchadores, los cuales son aplicados de acuerdo al origen de la mancha y de acuerdo a la clase y color de la fibra, ya que cada uno tiene un producto especial para un tratamiento.

Proceso para realizar el desmanchado:

- a. Determinar la clase de fibra, establecer la clase de mancha.
- b. Aplicar el agente desmanchador adecuado
- c. Eliminar el agente desmanchador mediante un lavado con agua fría y detergente.

Grupos de manchas

- Manchas de frutas y verdura
- Manchas de grasa
- Manchas de bebidas alcohólicas y aromáticas
- Manchas de origen protéico
- Manchas de pinturas y barnices
- Manchas de tintas y sustancias colorantes
- Manchas de origen diverso
- Manchas de origen desconocido

Lavado de las prendas

El lavado brinda a las prendas limpieza a través de la eliminación de la suciedad, también les proporciona higiene por medio del uso de productos desinfectantes como el cloro y a la vez ayuda a la conservación aplicando procesos adecuados, teniendo en cuenta la eficiencia y la tecnología.

Los factores y su importancia

Cabe destacar la importancia que tiene cada factor en el proceso del lavado, para que estos tengan la relevancia que requieren.

Factores físicos

Temperatura

Tiempo

Factores químicos

Jabones
Detergentes
Agentes auxiliares de lavado

Factores mecánicos

Lavado manual
Lavado mecánico

Tipos de lavado

Existen dos tipos de lavado en agua y en seco

Lavado en agua: este tipo de lavado se puede realizar en forma manual y mecánica, es necesario realizar una adecuada selección de las prendas, tanto en color, clase y grado de suciedad, clase de fibra y tejido y elementos como detergentes y agentes auxiliares de lavado.

Procesos llevados a cabo en el lavado de agua:

- Remojo
- Prelavado
- Lavado
- Aclarado o enjuague
- Exprimido

Lavado en seco: el proceso de lavado en seco, consiste en la utilización de solventes orgánicos como el varsol, percloretileno y tricloroetileno como vehículos líquidos para la limpieza de algunas prendas como las elaboradas en paño.

La limpieza en seco es un proceso que requiere maquinaria e insumos específicos por lo cual nunca se podrá hacer en forma doméstica.

Almidonado

El almidonado se utiliza crudo para devolver el tacto rígido a las prendas tales como cuellos de camisas, tocas de enfermeras etc.; y cocido cuando se quiere dar un ligero apresto, conservando la flexibilidad de la ropa (mantelería, cortinas, tendidos.)

- Almidón crudo
- Almidón crudo para brillo
- Almidón cocido

Procesos secos

Reciben este nombre aquellos procesos que para su elaboración deben estar libres de humedad; entre estos están:

Secado: esta acción permite secar la humedad excesiva que ha quedado en las prendas después del escurrido o exprimido, dejándolos con una humedad residual ideal para el planchado.

Secado en máquinas

Las máquinas utilizadas agilizan el trabajo, pero se debe tener especial cuidado en la graduación del calor ya que los distintos tipos de fibras tienen diferentes temperaturas de secado.

Refracción

Cuando una prenda se encuentra en mal estado (sin cremallera, rota, sin botones, etc.) necesita ser refraccionada recuperándola.

Planchado

Si una prenda ha pasado por los procesos anteriores, su aspecto no es el ideal, ya que han formado algunas arrugas y quebras que necesitan ser eliminados, el planchado devuelve el aspecto original a la prenda corrigiendo estos defectos. Al realizar esta operación es necesario revisar la humedad residual, ya que si la prenda está muy seca se debe utilizar un rociador para humedecerla.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- ♦ Un Administrador de Servicios debe tener conceptos claros en cuanto al servicio de lavandería, puesto que uno de los campos de desenvolvimiento radica allí. Ha de tener un excelente manejo del área para saber guiar a las personas que tiene su cargo, logrando excelencia y eficiencia, elevando a la vez la calidad del servicio.

PALABRAS CLAVES:

Estrategia de servicio, comunicación, calidad de trabajo, condiciones de trabajo, círculos de servicio, capacitación, inducción, seguridad industrial, procesos, evaluación de desempeño.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad brindar una adecuada capacitación del personal en el sistema de alimentos y sobre el que se ha diseñado un patrón modelo de capacitación teniendo en cuenta la inducción, la capacitación como tal y la evaluación de esta. Se apoya en la gerencia del servicio y las fases que esta estudia para ponerla en marcha

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 14 pie de página , Destacando autores como: :

- Bentley , trebol, Capacitación empresarial , ed. Mc Graw.hill, 1990 # 6
- Oliveros, Otero , la educación para el trabajo, Pamplona,EUNSA,1986 # 2
- Escriva de Balaguer; Jose maria SurCo, Editorial Rialp # 2
- Tejada , Blanaca Dolly, La administración de servicio de alimentos, menús, tipos de menús, Medellín, U. de Antioquia 1992 # 1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por tres capítulos así:

CAPITULO I: LA GERENCIA DEL SERVICIO COMO BASE PARA IMPLANTAR UN PROGRAMA DE CALIDAD

Tema 1: fase 1: Entender al cliente:

El servicio de alimentos , dentro de una institución cualquiera , que se implementa con el fin de satisfacer la alimentación de sus empleados es atendido generalmente por concesión aunque también se encuentran en que la misma empresa es la que dirige este servicio, como todas las oportunidades que se brindan en la empresa debe ir encaminadas al logro de la misión y de la calidad de vida del trabajo.

Puesto que el trabajo versa sobre la capacitación , el cliente sobre el cual recae directamente el estudio es el cliente interno, a quien va a capacitar.

Esta instrucción se hará determinando las necesidades de los distintos cargos , recogidas en las hojas guías del puesto de trabajo, en función de lo que el cliente externo espera y necesita.

Por lo tanto esta primera fase define: el objetivo de un servicio de alimentos dentro de cualquier institución de servicios o manufacturera que ofrezca la alimentación a sus empleados, la investigación del cliente externo, el análisis de las necesidades de un servicio de alimentos que se encuentran ordinariamente en los tres rangos de autoridad: directivos, mandos medios y operativos

OBJETIVO: no solo debe responder a factores de economía para la empresa y para el empleado. En estos casos se da, que, por prestar este servicio, el subsidio de alimentación permite manejar salarios más bajos y a su vez el empleado le resulta favorable el costo de su alimentación.

EXPECTATIVAS DEL CLIENTE EXTERNO:

Recibir una alimentación que satisfaga sus necesidades nutricionales y calóricas así como sus gustos alimenticios de acuerdo a sus costumbres, educación, hábitos y trabajo que realiza., poder descansar y divertirse cómodamente, comprobar que la calidad de la alimentación justifica las disminuciones salariales que la empresa maneja con el subsidio de alimentación.

Por atender el servicio a todo el personal de la empresa, tanto operarios como mando medios y directivos de la misma la minuta se concretará de tal manera que reúna las condiciones establecidas por la tabla de recomendaciones para actividades ligeras o moderadas.

IDENTIFICACIÓN DE LOS PROBLEMAS DE PRODUCTIVIDAD QUE TIENEN LOS SERVICIOS DE ALIMENTOS.

La identificación de los principales problemas que impiden la prestación del servicio con calidad en los procesos y productos, se consiguió con la recopilación de la experiencia de 10 años de trabajo en empresas de alimentos como: KoKorico, Burguer King, Kran, La Campiña, esta experiencia incluye, el conocimiento de los puestos administrativos, el manejo de personal, la motivación y capacitación del mismo y el manejo operativo tanto de la planta de producción como del autoservicio, comedor y atención al cliente.

PLANTA FÍSICA- DEFICIENCIAS

- Carece de especificaciones necesarias
- la distribución de sus espacios no está de acuerdo con el flujo y volumen de los procesos
- carece de ventilación, aireación e iluminación adecuada.
- No dispone de comedor, de lockers de baños y de sitios principales, para el esparcimiento de empleados del servicio de alimentos.

CONDICIONES DE TRABAJO- DEFICIENCIAS

- La remuneración es deficiente y existe una desproporción marcada entre los salarios de los diferentes niveles
- Las jornadas laborales son muy largas
- Se le solicita a los empleados, trabajos extras, reemplazos, etc bajo presión psicológica

- La mayoría del trabajo del servicio de alimentos son rutinarios y exigen esfuerzo físico constante
- No hay una distribución equilibrada entre las tareas.
- El ambiente de trabajo es hostil
- No se lleva a cabo una buena selección y una buena inducción
- No se ofrece buena capacitación
- No existe motivación del personal
- El ejercicio del mando es autoritario
- Falta conciencia de la importancia del orden, la limpieza y la higiene

COMUNICACIÓN-DEFICIENCIAS

- Se presentan fallas de comunicación de directivos hacia subalternos y viceversa
- Se presentan fallas de comunicación entre empleados del mismo nivel.
- La autoridad es mal ejercida
- No se comunican las dificultades de trabajo por temor a lo ridículo
- La falta de lealtad y respeto dificultan la comunicación entorpeciendo el ejercicio de la autoridad

VISION ADMINISTRATIVA Y PRODUCTIVA DEL SERVICIO DE ALIMENTOS-DEFICIENCIAS

- Se trabaja con la mentalidad de reducción de costos para conseguir la utilidad sacrificando la remuneración
- Las cafeterías para empleados se montan para reducir costos y facilitar los horarios de trabajo
- No se responde a las exigencias de calidad de los clientes
- No se dan los uniformes necesarios
- No hay capacitación para el personal

CALIDAD DE TRABAJO-DEFICIENCIAS

- No existen normas, ni guías ni procesos claros definidos ni escritos.
- Se trabaja más por experiencia, recurriendo poco a la fundamentación teórica.
- Se tiende a trabajar sujetos a un patrón tradicional y a no buscar actualización en los procesos
- El personal no tiene afán de superación

Tema 2: características del personal

Se hace referencia a los aspectos negativos para destacar en el manual de desarrollo integral de la persona, las cualidades que se deben tener en cuenta para lograr la excelencia en el trabajo, tanto individual como grupal en todos los niveles jerárquicos.

DIRECTIVOS:

- son personas empíricas que por un record de trabajo llegan a ocupar estos cargos.
- al tener un título universitario son personas más administrativas que técnicos u operativos.

- Carecen de los conocimientos apropiados para capacitar a su personal en el qué y cómo de sus tareas.
- Por falta de planeación y organización en los horarios de trabajo distribuyen mal sus funciones y el tiempo no les alcanza para involucrarse en los procesos.
- No jerarquizan las necesidades de trabajo.
- Desconocen el funcionamiento del sistema de alimentos.
- No tienen comunicación directa ni oportuna con sus empleados
- Carecen de criterio para sugerir ascensos del personal
- Les falta capacitación para evaluar, motivar y capacitar a su personal a cargo.
- No tienen una visión humanizada del servicio que prestan
- Tienen una mala concepción de la autoridad.

Tema 3: mandos medios

Los empíricos: no tienen visión administrativa, no tienen claridad en la autoridad, no saben diferenciar los niveles jerárquicos, no aceptan depender de una cabeza, no son justos en las evaluaciones, se sujetan solo a su sistema, no respetan los sistemas lógicos de trabajo.

Los técnicos: tienen condiciones administrativas, conocen lo técnico pero no lo saben comunicar, no han sido capacitados para jefes.

Los operarios: les falta cultura, asimilan poco y tienden a ser tercos, son antisociales, reciben mala remuneración, realizan trabajos que agotan físicamente, son conflictivos, no se valoran a sí mismo, desconocen las normas de higiene, son duros, egoístas y rudos, no tienen claro el sentido de la lealtad, no comprenden el sentido de la autoridad.

Tema 4: Diagnostico sobre las necesidades de capacitación:

LAS NECESIDADES QUE SE CONSIDERAN SUBSANABLES A TRAVÉS DE LA CAPACITACIÓN TÉCNICA:

- La distribución inadecuada de tareas
- No existencia de normas guía y procesos claros,
- el excesivo empirismo en el trabajo
- la tendencia a trabajar sujeto a un patrón tradicional y no actualizarse.

Tema 5: fase dos clarificar la estrategia del servicio:

MISION: implantar la calidad en la vida de trabajo de los servicios de alimentos a través de la capacitación continuada para todo el personal.

ESTRATEGIA DEL SERVICIO: "LA CAPACITACION NOS CONDUCE AL SERVICIO EFICIENTE"

Tema 6: fase 3 Educar la organización:

El administrador podrá contar con una herramienta para llevar a cada individuo a trabajar movido por la calidad del servicio, basado en los valores personales que el jefe les ha ayudado a desarrollar en los conocimientos técnicos del proceso

Tema 7: Fase 4: poner en marcha mejoras fundamentales

FUERZA DE CHOQUE

Conformada por:

Administrador del servicio de alimentos

Un empleado de cada área de servicio

Algunos clientes externos.

PERIODICIDAD:

Mensualmente se reunirán para evaluar : tabla de menús, calidad de servicio satisfacción del cliente.

Tema 8: círculos de servicio:

Cada jefe se reunirá con sus empleados respectivos para estudiar los problemas detectados en un periodo de tiempo determinado.

Buscarán las causas de los mismos y las soluciones que se pudieran tomar con el fin de evitarlos.

Tema 9: fase 5 : hacerlo permanente

TAREAS DEL ADMINISTRADOR DEL SERVICIO DE ALIMENTOS:

- el administrador deberá estar en contacto permanente con los empleados y clientes
- el sistema de trabajo permanente busca que el comportamiento del administrador se identifique con el manual de desarrollo integral.

PARA EL DESEMPEÑO DE LOS EMPLEADOS:

- cada empleado deberá ser sometido a una evaluación teórica para identificar el conocimiento que tiene sobre todos los aspectos de su trabajo después de la inducción y luego con la periodicidad que el jefe vea conveniente.
- Se le aplicará el cuestionario sobre cualidades para verificar sus actitudes frente al trabajo ,al jefe ya sus compañeros.
- PARA MEJORAR LOS MANUALES DE CAPACITACION
- Pedir al empleado que haga las sugerencias que tenga.
- Introducir las aclaraciones o modificaciones que tenga sobre las cartillas.
- E l administrador deberá prestar mucha atención a la actualización de los manuales y las hojas guía de trabajo.

CAPITULO II :LA CAPACITACION Y EL DESARROLLO DEL POTENCIAL HUMANO EN LAS INSTITUCIONES

Tema 1:la inducción como parte del proceso de la capacitación

A través de la inducción la persona que ingresa a una compañía puede obtener la primera impresión que posiblemente será la definitiva y marcará su desempeño futuro.

Es importante entonces considerar la Inducción como el primer paso de capacitación dando prioridad al trato con el empleado nuevo garantizando un camino seguro al éxito de la capacitación.

Un sistema integrado , llevara al empleado a adquirir confianza desde el principio, sabrá a quien recurrir en caso de encontrar una dificultad y le dará familiaridad con la organización.

Existe un factor muy importante para el éxito de una inducción y que desafortunadamente son pocas las organizaciones que lo tienen en cuenta. Se refiere a la clase de persona que recibe la inducción.

Hay que recordar que la edad, la condición socio cultural, y económica, la experiencia laboral, el sexo, las limitaciones, físicas, entre otros elementos, pueden repercutir definitivamente en la inducción, su enfoque, su metodología, y la persona que la realiza.

Es por eso que antes de iniciar una inducción , se deben estudiar estos componentes detalladamente , y antes que pensar en la compañía y en el cargo que se va a enseñar pensar en la compañía y en el cargo que se va a enseñar pensar en la persona a la cual se va a realizar la inducción.

Asi se logrará un proceso con éxito con la seguridad de realizar una evaluación justa.

Finalmente es importante establecer unas políticas claras para el proceso de inducción orientadas a:

- Dar inducción a toda persona nueva independientemente de su nivel y cargo para el cual fue asignado
- Realizar la inducción individualizada
- Cada inducción debe ser completa, clara y ordenada y que esté de acuerdo a la condición de la persona
- Cada individuo dentro del proceso de inducción tenga la oportunidad de comenta sus dificultades
- que la persona debe participar del análisis del proceso de la evaluación personal y en la entrevista de salida
- que la persona que capacite reciba su entrenamiento adecuado.
- Que se establezca un seguimiento permanente del proceso.

QUIENES DEBEN RECIBIR INDUCCIÓN:

- el bachiller
- el profesional
- mujeres que han interrumpido su vida laboral
- limitados físicos
- personas con un nivel de estudio bajo o analfabetas

PERFIL DE QUIEN HACE LA INDUCCIÓN:

La habilidad prioritaria de quien realiza una inducción debe ser la comunicación .

Existen ciertas características que debe acompañar a la persona que capacita y que a su vez debe cultivar para poderlas comunicar a quien reciba el aprendizaje: Habilidades conocimientos y actitudes.

tema 2 metodología de un programa de inducción:

este programa se basa en una cartilla que comprende:

- preparación: : la inducción se debe planear en un horario de trabajo de poco movimiento.
- Explicación y demostración: en el puesto de trabajo explique y demuestre cada etapa del procedimiento en secuencia , identificando cada una.
- Ejecución: deje que el empleado lleve a cabo el procedimiento a medida que nombra las etapas o pasos .
- Seguimiento: comuníquese al empleado que solicite su ayuda o la de su jefe de línea, para cualquier dificultad que se le presente.

Tema 3: el papel estratégico de la capacitación

Las tareas claves que incluyen la capacitación y el desarrollo del potencial humano son:

- Definición y observación de las destrezas humanas requeridas
- Contratación de personas, capaces de satisfacer estas necesidades.
- Provisión de oportunidades y recursos necesarios para el aprendizaje.

Tema4: la capacitación como una inversión para el éxito:

Es considerada como un costo o un gasto pero no como una inversión, una capacitación efectiva y continuada mejora el conocimiento, las destrezas , las actitudes, los comportamientos, y naturalmente el desempeño de las personas.

Desafortunadamente tenemos que decir que como es intangible las empresas no saben ni medir ni valorar sus resultados.

La capacitación crea beneficios futuros tanto para el individuo como para la organización, por lo tanto es una inversión no un gasto.

Para que esa capacitación genere un impacto positivo en la compañía y su gente, es necesario desarrollar una auditoría del desempeño para obtener una auditoría de capacitación completa que identifique:

- Donde genera beneficios
- En que áreas no son eficaces las actividades de capacitación del momento.
- El alcance y el uso del presupuesto
- Como orientar el presupuesto para que obtenga un mayor efecto.

Tema 5: técnicas de capacitación:

- Aprendizaje positivo
- Aprendizaje dinámico
- Aprendizaje consultivo

- La preparación para la motivación personal

Tema 6: metodología de un programa de capacitación:

Es necesario evitar establecer límites a las personas en sus destrezas y conocimientos y no montar una capacitación partiendo de supuestos.

Las necesidades de la capacitación deben partir primero de las personas que van a ser capacitadas y posteriormente ser analizadas por la organización para estructurar un programa.

DISEÑO: definir las necesidades de aprendizaje significa diferenciar entre estas y las necesidades de la capacitación.

En las necesidades de la capacitación se analiza lo que las personas tienen que saber y ser capaces de hacer al término de la capacitación, mientras que las del aprendizaje se refiere a lo que la persona quiere saber y hacer.

El diseño de un programa orientado en el aprendizaje exige:

- **Análisis:** se analizan cuidadosamente los conocimientos, las destrezas, las actitudes y el comportamiento.

Análisis estructurado de tareas: determina exactamente lo que un empleado debe saber y ser capaz de hacer, se presenta como una visión lógica y secuencial del cargo.

Análisis de aptitudes para la capacitación: busca definir los parámetros de desempeño de las personas que han terminado la capacitación:

- **Desarrollo:** el diseño del patrón modelo está hecho para elaborar el programa de capacitación directamente en el área de trabajo, recalca la importancia de cada segmento en que se ha dividido y permite ser aplicado en toda institución, que dentro de su estructura maneje el servicio de alimentos

Tema 7: valoración y evaluación de la capacitación:

Hay dos elementos fundamentales en el proceso de capacitación: la calidad de la capacitación y la calidad y el valor de los resultados del aprendizaje.

QUE VALORAR EN LA CAPACITACION:

2. los capacitadores valorando el trabajo de sus colegas
2. los participantes que valoran a sus capacitadores
2. los participantes que evalúan el efecto de la capacitación para sí mismos.
3. los directivos que evalúan el resultado del aprendizaje.

FACILITACION: es el proceso de ayuda a las personas para que hagan las cosas

DIVERSION: la valoración de este insumo en nuestro programa podemos decir que depende inicialmente del capacitador y la facilidad para comunicar sus conocimientos.

PRESENTACION: se refiere a la forma como se comunica la información.

AMBIENTE: debido a la complejidad que presenta el sistema de alimentos se hace necesario insistir en que un aprendizaje con éxito solo se puede lograr desarrollando capacitación en el mismo sitio de trabajo.

DINAMICA DE GRUPOS: aunque el modelo de capacitación que diseñamos presenta un enfoque individual en el proceso de aprendizaje, la persona que esta capacitando recibe influencia del grupo de trabajo y dentro del proceso se infunde el trabajo en equipo.

Un buen capacitador se puede evaluar a través de:

- empatía
- liderazgo
- escucha
- acertividad
- contribución
- diversión
- reto
- percepción del grupo
- calma
- influencia

TÉCNICAS: se hace necesario aplicar técnicas variadas que permitan la asimilación del proceso en general

CONGRUENCIA: La coordinación este modelo se inicia desde la inducción .la relación entre el empleado y el capacitador es estrecha y directa.

TOQUE DE CARIÑO: se refiere a la confianza, la sinceridad, la comprensión, el carácter confidencial y la honestidad.

tema 8: Metodología para medir resultados:

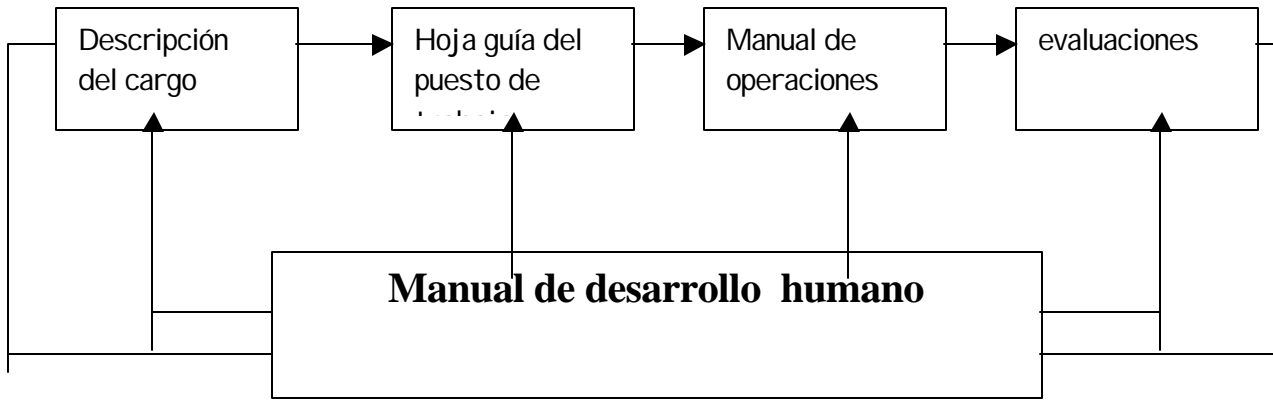
la metodología que se emplea dependerá de la naturaleza de la capacitación “el que evaluar dependerá de cuatro categoría: reacción, aprendizaje, comportamiento y resultados”.

CAPITULO III : PATRON MODELO DE CAPACITACION EN EL SERVICIO DE ALIMENTOS

El patrón modelo de capacitación en el servicio de alimentos consta de cuatro partes: manual de inducción, manual de operaciones, manual de desarrollo y evaluaciones.

Para su aplicación ya sea al empleado que ingresa a la empresa , como al que lleva tiempo de vinculación deben tomarse como punto de partida, la hoja de guía, la descripción del cargo respectivo.

DIAGRAMA FLUJO PARA LA APLICACIÓN DEL PATRON MODELO



CARTILLA DE INDUCCIÓN:

Orientación para el administrador	Guía del empleado
Dar inicio al programa con los siguientes aspectos y la debida orientación: <ol style="list-style-type: none"> 1. entregar cartilla 2. dar a conocer las responsabilidades 3. instrucciones para la debida presentación personal 4. actitud de conducta 5. guía: recorrido 6. refrigerio 7. capacitación en el sitio de trabajo: preparar, explicar y demostrar, realizar las tareas, actividades complementarias. 8. tiempo aproximado que se requiere (2 horas) 	

Tema1: manual de operaciones:

El sistema de servicio de alimentos esta dividido en seis procesos iniciando por el recibo , seguido del almacenamiento, preparación , consumo, servicio al cliente, aseo y mantenimiento.

Se complementa con las normas de presentación e higiene del personal , y de seguridad industrial que deben estar presentes a lo largo de los procesos y el manual de maquinaria y equipo .

Se han contemplado los puntos críticos en cada proceso , sobre los que se dará una explicación del procedimiento y su razón para lograr excelente calidad.

Para facilitar el empleo de este manual se configuró en tres módulos : el de operaciones, el de seguridad industrial, y el de manejo de equipo y maquinaria.

PRODUCTO	
INSPECCION	
PROCEDIMIENTO	RAZON

Tema 2: manual de maquinaria y equipos:

Ha sido diseñado para darle las pautas generales de manejo y mantenimiento de los equipos en el servicio de alimentos .

Se tomaron aquellos equipos que intervienen directamente en la preparación, almacenamiento, cocción, servicio y lavado y que son considerados primordiales

Equipo para la preparación de alimentos	
Procedimiento: manejo limpieza	Razón

Tema 3 : manual de desarrollo integral de la persona:

Como el trabajo es la expresión de las características de la persona humana que lo realiza , consideramos que la capacitación tiene por objeto primordial enriquecerlas , incentivarlas y desarrollarlas.

El termino de valores físicos denota el conjunto de elementos corporales que caracterizan a una persona: la imagen corporal transmite y comunica valores.

COMO HA DE SER UN BUEN JEFE:

Se deben cuidar las siguientes actitudes:

- estar siempre bien presentado

- sentirse comprometido con la calidad del servicio
- estar dispuesto a hacer todos los esfuerzos necesarios para atender bien al cliente
- moverse con criterios claros y estables con todo su personal.
- Actuar con comprensión, confiabilidad, amabilidad y desinterés.

Cuide y mantenga una buena comunicación con cada empleado:

- Directa
- Continua
- Amable
- Clara
- Positiva
- Firme
- Concreta
- Concisa

Tema 4: tres aspectos que debe desarrollar en el personal:

1. motivación: las necesidades pueden catalogarse en orden de preponderancia es decir partiendo de aquellas que necesitan ser satisfechas con mas prontitud hasta llegar a otras mas importantes y mas humanas.

COMO PUEDE USTED AYUDAR A SATISFACER LAS NECESIDADES:

a. Necesidades fisiológicas: procure una remuneración justa para sus empleados, proporcioneles herramientas de trabajo adecuadas, facilíteles los uniformes necesarios.

B. Necesidades de seguridad: logre un sistema de pagos que de seguridad, sepa escuchar y resolver los problemas de trabajo, supervise el trabajo de sus empleados.

c. Necesidades sociales: escuche y acepte las sugerencias de trabajo, fomente las relaciones de amistad, sea justo al evaluar el desempeño

d. necesidades de estima: Reconozca y estimule el trabajo bien hecho, sepa promover y recompensar a quien se lo merece, sea positivo al corregir

e. necesidades de autorrealización: Logre que cada empleado comprenda el papel que desempeña su trabajo en la consecución del servicio eficiente al cliente.

f. necesidades de saber y conocer: organice cursos sobre diferentes aspectos técnicos, humanos, administrativos, que proporcione nuevos conocimientos a sus empleados.

g. necesidades estéticas: supervisa el orden la limpieza el buen uso de herramientas y equipos

2. Creatividad: los empleados deben ser creativos, es decir, que a partir de la comprensión de los conceptos, lleguen a descubrir y definir los problemas, sus causas y sus soluciones posibles.

Para eso:

- acoja las ideas y sugerencias de su personal
- pida a los empleados que analicen sus problemas
- evite ser siempre el que resuelva los problemas

- incentíveles a realizar nuevas formas de realizar los procesos.
- Haga reuniones de trabajo con sus empleados.
- Busque innovaciones a sus productos.
- Evite ser rígido e inflexible
- Revise con sus empleados las tácticas y estrategias gerenciales
- Haga en lo posible rotación en los cargos.

3. valores humanos: fundamento de las relaciones interpersonales:

para conseguir un ambiente amable , es importante:

1. preste atención a los problemas de entendimiento a sus empleados
2. propóngase que cada empleado viva los siguientes detalles: saludo amable, limpieza, buena presentación, orden en el trabajo, puntualidad, respeto, aprovechamiento del tiempo, espíritu optimista.
3. acoja y estimule a los empleados cuando dicen la verdad.
4. evite juzgarlos precipitadamente deles la oportunidad de hablar.
5. evite relaciones de complicidad
6. trate a todos por igual
7. evite que las situaciones conflictivas tomen fuerza
8. enseñe siempre porque se deben evitar las malas actitudes
9. sea fuerte para corregir

tema 5: Evaluación: se presenta una evaluación de desempeño operacional y de desarrollo integral de la persona que se adopta como una guía para determinar las necesidades de sus empleados en valores, virtudes humanas.

Teneiendo en cuenta:

El optimismo, fortaleza, generosidad, orden, responsabilidad, respeto, sinceridad, justicia, obediencia, lealtad .

METODOLOGÍA

Información directa del sitio de trabajo, investigación bibliográfica, encuestas , consulta y asesoría de expertos.

CONCLUSIONES

Presenta las siguientes conclusiones :

- Para mejorar el trabajo se debe mejorar las habilidades y actitudes de quien lo realiza por sí mismo; por su naturaleza el hombre está hecho para trabajar y tienen en potencia todas las condiciones necesarias para hacerlo con eficiencia.
- El papel del capacitador o instructor es definitivo es este camino, ya que u programa de capacitación no puede marchar ni entregar resultados positivos si al frente del mismo no se ubican las personas idóneas para dirigirlos y orientarlos.
- Este patrón modelo fue diseñado para ayudarle a cada empleado a conocer sus tareas , buscando convertirlo en un libro de consulta permanente para cada proceso.

- El administrador de instituciones de servicio gracias a la capacitación que recibe durante la carrera puede desempeñar con eficiencia funciones de dirección , administrativas, operativas, y técnicas que por razón de su cargo le son exigidas , combinándolas y sin parcializar su trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Se destacan 25 notas bibliográficas destacando temas como: administración de personal y recursos humanos, capacitación, cocina natural, revolución del servicio, sanidad, manipulación, higiene, manual de personal, dignidad del trabajo, capacitación empresarial, administración de servicios de alimentación , entre otros.

ANEXOS:

El presente trabajo de grado presenta 3 anexos de los que se destacan :

ANEXO A: organigrama

ANEXO B descripción de cargos

ANEXO C: hojas guía del puesto de trabajo

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 098

TITULO: REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA DE ACUEDUCTO CORINTO LTDA.

AUTOR: SANCHEZ, Cediél Alexandra Patricia

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Santafé de Bogotá, 1995, pp.166.

PALABRAS CLAVES: REESTRUCTURACION, ACUEDUCTO, CALIDAD, PROCESOS, EMPRESA.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende diseñar la reestructuración administrativa y organizacional de la empresa de acueducto Corinto Ltda, ubicado en el Municipio de Melgar (Tolima), con base en las pautas dadas por la planeación estratégica para evitar de esta manera la desorganización que se presenta, con el fin de fortalecer la compañía brindándole una seguridad futura en el sector económico en el que se desarrolla, al igual que la satisfacción de las necesidades de sus clientes.

FUENTES: No se encuentra ninguna fuente.

CONTENIDO:

CAPITULO 1. PRELIMINARES

Tema 1. Definición del problema

El problema que se va a solucionar con el desarrollo de este trabajo de Grado es la reestructuración administrativa y organizacional de la empresa de Acueducto Corinto Ltda, ubicado en el municipio de Melgar (Tolima) y con oficinas centrales en la ciudad de Santafé de Bogotá.

Tema 2. Objetivo general

Presentar una propuesta para la reestructuración administrativa de la Empresa de Acueducto Corinto Ltda, con base en las pautas dadas por la planeación estratégica para evitar de esta manera la desorganización que se presenta, con el fin de fortalecer la compañía brindándole una seguridad futura en el sector económico en el que se desarrolla, al igual que la satisfacción de las necesidades de sus clientes.

Tema 3. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de la Empresa de Acueducto Corinto Ltda, con el fin de conocer la situación actual de la misma.
- Analizar los resultados obtenidos en el diagnóstico con el fin de utilizarlos como base de las recomendaciones a presentar.
- Definir políticas y metas de la compañía.

Tema 4. Justificación y beneficios

Este trabajo se realiza con el fin primordial de poner en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas y la capacidad de análisis, adquiriendo no solo experiencia sino asesorando una empresa como lo es la de Acueducto Corinto Ltda.

Así mismo brindarle a los clientes la prestación de un excelente servicio que satisfaga sus necesidades contribuyendo de esta forma a optimizar el descanso de sus principales usuarios.

Tema 5. Marco teórico.

Como base para el desarrollo de este trabajo de grado se tuvo en cuenta la teoría de la planeación estratégica.

CAPITULO 2. DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA ACUEDUCTO CORINTO LTDA.

Tema 1. Descripción de la empresa.

La Empresa Acueducto Corinto Ltda, es una sociedad limitada constituida mediante escritura pública N° 1118 del 30 de agosto de 1976 de la Notaria 19 del circulo de Bogotá.

Tiene como objeto social, la explotación y administración del sistema de acueducto y alcantarillado por ella construido en la urbanización el Valle de los Lanceros, Municipio de Melgar (Tolima), al igual que en los diferentes condominios por los que esta compuesto este sector.

La Empresa de Acueducto Corinto Ltda, esta considerada como una pequeña empresa, perteneciente al sector privado y ubicado en el ramo de los servicios públicos de Acueducto y Alcantarillado de Colombia.

Actualmente la empresa opera técnicamente desde Melgar y administrativamente en Santafé de Bogotá.

La idea de realizar un diagnóstico surgió de la necesidad de la Empresa de averiguar su situación actual ante el inminente crecimiento en que se encuentra y con el fin de prestar un mejor servicio a sus clientes.

Tema 2. Diagnóstico externo

Se realizó en la Empresa Corinto Ltda un diagnóstico a nivel externo con el fin de hallar las fortalezas y debilidades que presenta la Compañía en este nivel.

Económico:

- Disponibilidad de crédito.

- Tasas de interés
- Tasas de impuestos

Culturales, demográficas y geográficas.

- Ubicación de empresas de servicios de Acueductos en el ámbito geográfico.
- Control de contaminación

Jurídicas Gubernamentales, y políticas

Tema 2. Diagnóstico Interno

Evaluación de situación actual.

- Funcionamiento operacional de la Empresa de Acueducto Corinto Ltda.
- Bienes y equipos
- Tarifas vigentes
- Estratificación de los usuarios del servicio de Acueducto y Alcantarillado.
- Justificación de la tarifa.
- Situación organizacional de la empresa
- Estructura orgánica y funciones
- Planta de personal y sus costos
 - Relaciones entre trabajadores y dirección
 - Costo planta de personal
- Servicio al cliente
 - Horario de atención al público
 - Servicios que presta la empresa

CAPITULO 3. REORGANIZACION ADMINISTRATIVA EMPRESA DE ACUEDUCTO CORINTO LTDA.

Tema 1. Reorganización de la estructura de la Empresa de Acueducto Corinto Ltda.

Por qué organizar y no organizar?

Simple, porque aunque la empresa de acueducto Corinto Ltda no tiene definida una estructura administrativa, tácticamente existen procesos que le permiten funcionar con una mediana eficiencia, por esta razón se comenzará definiendo que clase de organización es y luego se seguirá con el resto de la propuesta.

Tipo de organización.

Dadas las características de la Empresa de Acueducto Corinto Ltda, y el entorno en el que se desenvuelve, se considera que el tipo de organización administrativa mas satisface sus necesidades es la de una organización lineal Staff.

La autoridad de la línea es la que sirve para dar ordenes, mandar, es la que va a darle a la empresa la autoridad decisiva para dirigir a otros y exigirles que se ajusten a las normas, planes, políticas, objetivas y misión de la Empresa de Acueducto Corinto Ltda, logrando de esta forma colocar en marcha la organización. El STAFF se desarrolla como una actividad especializada que por su competencia y preparación actúa como unidad asesora y de asistencia.

Organización lineal

Características de la organización lineal.

Autoridad única y absoluta de las directivas sobre los empleados basada en los principios de la unidad de mando, en la cual cada empleado se reporta única y exclusivamente a su jefe.

Líneas formales de comunicación siguiendo las establecidas por el organigrama y teniendo origen en las relaciones formales y relativas a las funciones de la empresa.

Centralización de las decisiones en el nivel superior de la organización.

Conformación de una estructura netamente piramidal.

Las ventajas que presenta este tipo de organización son:

1. Cada empleado sabe exactamente el lugar que ocupa dentro de la organización, quienes son sus empleados a cargo y quien su jefe inmediato, es decir a quien puede dar ordenes y de quién puede recibirlos.
2. La jerarquía lineal asegura la unidad de mando.
3. Sus líneas de autoridad y responsabilidad, simples y directas, son fáciles de comprender, aún para las personas con pocos conocimientos de organización.
4. El control y la coordinación son fáciles de realizar.
5. Las acciones tienden a ser rápidas debido a los canales directos que se ofrecen, ya que la cadena de mando queda perfectamente definida.
6. Es de gran estabilidad, permitiendo un mantenimiento fácil de la organización debido a la centralización y control de las decisiones propias de la unidad de mando.

El STAFF en la empresa de Acueducto Corinto Ltda.

Funciones del Staff

- Investigación de los problemas técnicos de la administración.
- El control y la coordinación organizacional.
- Elaboración de normas de ejecución.
- Realización de planes y programas.
- Información general.

Ventajas del STAFF

1. Es base para una especialización planeada.
2. Permiten que los conocimientos de expertos influyan sobre la manera de resolver los problemas de dirección, funcionamiento, métodos y trabajos.
3. Devuelve con creces lo que cuesta con las economías que resultan del aumento de la eficiencia en las operaciones.

Desventajas del STAFF

1. Si los deberes y las responsabilidades de los miembros del STAFF no se indican claramente por medio de cuadros y manuales, puede producirse una confusión en toda la empresa en la que respecta a las funciones y a los cargos de los miembros de la organización con el STAFF.
2. El STAFF puede no ser eficaz por la falta de autoridad para realizar funciones o por carecer de un respaldo en la aplicación de sus recomendaciones por parte de la gerencia.
3. Aunque se debe disponer de información y asesoría sus consejos llegaron a sus operarios a través de los empleados de a línea, por lo cual se corre el riesgo de que no se comprendan bien o no se interpreten adecuadamente.

Organigrama de la Empresa de Acueducto Corinto Ltda.

Como se presentó en el diagnóstico de la compañía, la Empresa de Acueducto Corinto Ltda. No presenta un organigrama de acuerdo con la realidad de la misma.

- Utilidad del organigrama de la empresa de Acueducto Corinto Ltda.
- Indicaciones para tener en cuenta al leer el programa.

Tema 2. Misión de la empresa de Acueducto Corinto Ltda.

El usuario es la persona que en un mundo lleno de ocupaciones requiere opciones sobre el uso del tiempo, logro de metas, cumplimiento de compromisos y soluciones rápidas de problemas.

Es por eso que en la empresa de Acueducto Corinto Ltda, comprendemos las necesidades de nuestros clientes y nos interesa resolverlas, no solo nos comprometemos a vender agua, sino a la prestación de un completo servicio de acueducto y alcantarillado

las 24 horas, los 365 días del año, asegurándole el no tener que preocuparse por este servicio el resto de su vida.

Nuestra meta empresarial para principio del siglo XXI es convertirnos en la mejor organización de servicios públicos domiciliarios de Colombia.

Tema 3. Objetivo general de la empresa de Acueducto Corinto Ltda.

Convertir a la Empresa de Acueducto Corinto Ltda, en la primera Compañía privada a nivel nacional que preste un excelente y eficaz servicio de acueducto y alcantarillado, y por ende satisfaga las necesidades de sus usuarios.

Tema 4. Metas de la empresa de Acueducto Corinto Ltda.

- Mejor utilización del tiempo.
- Mayor satisfacción del cliente.
- Mejora en la comunicación tanto interna como externa.
- Reducción de costos.
- Innovación.

Realizar un estudio de publicidad y ventas con el fin de captar a los propietarios de lotes que todavía no se han inscrito a la empresa de Acueducto Corinto Ltda, en menos de seis meses lo que nos llevaría a mejorar los ingresos.

Tema 5. Políticas de la empresa de Acueducto Corinto Ltda.

- La Empresa de Acueducto Corinto Ltda tiene como política realizar los cortes de agua todos los 25 de cada mes.
- Igualdad de oportunidades de empleo, de colocación y remuneración a toda persona.
- La empresa proporciona seminarios y talleres a sus trabajadores con el fin de maximizar las oportunidades de desarrollo de cada empleado y que permita a todos los funcionarios utilizar sus destrezas para contribuir al mejoramiento de la compañía.
- Todos los empleados utilizaran propiedades de la firma durante el proceso normal del trabajo. Propiedad que esta formada por equipo, maquinaria, muebles, suministros, materia prima.
- Se espera que los empleados dediquen en pleno todo su tiempo, atención, capacidad y esfuerzo al desempeño de sus labores en la Empresa Corinto Ltda.

Tema 6. Valores.

Para lograr nuestros objetivos, metas, políticas y cumplir con nuestra misión, hemos adoptado una serie de valores en toda la empresa:

- Virtudes humanas.
- Sentimientos de positivismo.
- La actitud y la decisión para tomar riesgos.
- El valor de la responsabilidad.
- El deseo de cambiar las cosas para mejorar.

Valores que se tomaron primordialmente con el buen ejemplo de los directivos hacia los subalternos, al igual que con conferencias, cursos, charlas, con respecto a los valores empresariales logramos que nuestra empresa parta del trabajo en equipo con el propósito de brindar participación a nuestros clientes internos, conscientes de que la empresa de Acueducto Corinto Ltda la hacemos todos.

Tema 7. Plan de acción para la Implementación de la Planeación estratégica.

- Diseñar e implementar las reformas imprescindibles de la estructura organizacional teniendo en cuenta los problemas actuales (fortalezas y amenazas) y el desarrollo futuro de la empresa (oportunidades y debilidades).
- En forma paralela a la acción anterior se debe iniciar la reestructuración de un sistema de un sistema de información adecuado que permita a la dirección, controlar la marcha de la empresa. La información inicial del sistema será la ya utilizada para obtener conclusiones del diagnóstico presentado en este trabajo de grado.

El primer paso a realizar es un diagnóstico:

- Escoger variables ambientales
- Variables económicas
- Variables sociales, culturales, demográficas y geográficas
- Variables jurídicas, gubernamentales y políticas.

- La segunda etapa comprenderá los siguientes trabajos:

Integración del sistema actual de programación, con un efectivo sistema de control de la prestación del servicio. Este sistema deberá incluir, así mismo, la programación y control de las actividades de mantenimiento y mejoramiento de la planta.

Diseñar e implementar un sistema de supervisión y control que permita en principio programar y controlar las actividades y los niveles de calidad de la compañía sobre el servicio prestado.

Introducir modificaciones en los procedimientos de compras, teniendo en cuenta una mayor concentración en los materiales de alta incidencia en el costo del servicio.

- En la tercera etapa se deben realizar los siguientes estudios:

Estructuración y puesta en marcha de un sistema de presupuestos y control presupuestario anual, que abarque todas las áreas funcionales de la empresa.

Este presupuesto deberá integrarse con procedimientos que faciliten el análisis de márgenes de utilidades y determinación de costos.

Selección de los métodos y herramientas de control mas adecuados para mejorar la eficiencia en el renglón de la calidad basándose en las normas vigentes del Ministerio de Salud sobre la calidad del agua y protección del medio ambiente.

En esta etapa no se diseñará si no se ha hecho el manual de procedimientos administrativos que contemplen un ordenamiento general de los sistemas y un grado de mecanización para que sirva de base a la empresa.

Todas las acciones que se desarrollen requieren un seguimiento permanente y revisiones periódicas a partir de su implantación en la Compañía.

Tema 8. Pautas para la selección y contratación en la empresa de Acueducto Corinto Ltda.

Tema 1. Planeación de los Recursos Humanos.

La planeación del potencial humano, es el primer paso que debe seguir la Empresa cuando se crea o reorganiza y se convierte además en una de las herramientas del Departamento de Personal, Relaciones Industriales de la Compañía o de la persona que realice estas funciones, si no existe un departamento en especial; para obtener los mejores resultados en la búsqueda de un trabajador que ocupe la vacante que se presenta.

- Finalidades de la planeación de los Recursos Humanos.

Conseguir y retener la calidad y cantidad de potencial humano que se requiere de acuerdo con las políticas de la empresa.

Estar en la capacidad de prever los problemas inherentes a los excesos o déficit potenciales del personal.

- Actividades de la planeación de los recursos humanos.
 - Proyección de la demanda.
 - Proyección de la oferta.
 - Determinación de los requerimientos de recursos humanos.
 - Planeación de acciones.

Tema 2. Reclutamiento.

Antes de comenzar en si con lo que es el reclutamiento la persona encargada deberá tener en cuenta los pasos que se describen a continuación.

Vacante.

El proceso se inicia cuando se presenta una vacante, cuya definición es puesto que no tiene un titular, entendiéndose como tal la disponibilidad de una tarea a realizar o puesto a desempeñar debido a la imposibilidad temporal o permanente de la persona que lo venía desempeñando.

Requisición.

Cuando la vacante se presenta en el municipio de Melgar, el gestor administrativo será el encargado de notificar en las oficinas de Santafé de Bogotá y realizar el proceso de selección y Contratación en Melgar notificando su decisión a las directivas de la empresa.

Descripción del cargo.

Es el registro ordenado de la información obtenida en el análisis de trabajo, en un formato especial elaborado para el efecto, donde se debe anotar, previo análisis, los datos obtenidos en la etapa anterior, es decir la identificación y ubicación del trabajo, un breve resumen de su función genérica y las demás funciones para desempeñar correctamente su labor.

- Nombre del cargo
- Organización básica
- Responsabilidad general
- Actividades fundamentales

Especificaciones de requisitos para el cargo.

Las especificaciones se usan conjuntamente con la descripción del cargo; en primer lugar como base para publicar avisos o información de la persona encargada de reclutar, como segundo es una herramienta que sirve para evaluar a los candidatos, y por último como información para transmitir a los candidatos en las entrevistas y la oferta de empleo.

Fuentes de reclutamiento.

Para que el reclutamiento funcione adecuadamente se requiere conocer las fuentes de abastecimiento donde se pueda conseguir al candidato para ocupar la vacante, estas fuentes pueden ser internas o externas.

Solicitud de empleo

Localizando los candidatos, el ambiente en que sean recibidos así como la manera en que sean tratados, contribuirá en alto grado a mejorar la impresión que se formen de la organización.

Aunque los candidatos presenten sus hojas de vida, es más conveniente para la persona encargada de realizar la primera entrevista tener una solicitud del candidato en la que pueda verificar rápidamente los datos, y donde el entrevistado no se sienta que es parte de un interrogatorio.

Tema 3. Selección.

El proceso de selección consiste básicamente en cuatro pasos que se describen a continuación:

- Filtración
Es un formulario que debe llenar el aspirante.
- Entrevista
 - Entrevista preliminar
 - Entrevista con el jefe inmediato
- Pruebas
 - Pruebas de trabajo
 - Pruebas psicológicas
- Investigación de antecedentes

Después de que el individuo haya realizado la investigación, entendiéndolo como individuo a la persona encargada de confirmar los antecedentes que sirven para comprobar la idoneidad, laboriosidad y capacidad del candidato como trabajador, deberá investigar los antecedentes penales, pidiendo el pasado judicial al aspirante.

- Examen médico de admisión

Por seguridad y por ley es conveniente contar con un examen físico inmediatamente antes de la contratación, este examen debe ser general y cuidadoso, sirve para obtener datos sobre la buena salud y defectos orgánicos o funcionales del solicitante.

- Decisión final.

Con la información obtenida en cada una de las fases del proceso de selección, se procede a evaluar comparativamente los requerimientos del puesto con las características de los candidatos, hecho esto se presenta al jefe inmediato y de ser necesario al jefe del departamento o gerente general para su consideración y decisión final.

- Control del proceso de selección

Es muy común que las empresas creen que la selección termina cuando el candidato escogido firma el contrato, sin darse cuenta que se debe seguir de cerca al nuevo trabajador con el fin de saber si responderá y se podrá hacer cargo del nuevo cargo que tiene, por eso es necesario que se realicen entrevistas de ajuste.

Tema 4. Contratación.

La contratación significa que el candidato ha pasado satisfactoriamente todas las pruebas a que se le ha sometido, que la empresa lo acepta para el desempeño de una labor determinada.

Aquí termina el proceso de reclutamiento y selección del personal y comienza el proceso de contratar e inducir al nuevo empleado en la vida laboral de la empresa de Acueducto Corinto Ltda.

Pasos de contratación:

- Elaboración de un contrato a término indefinido, con el sueldo fijado por la empresa y aceptado por el nuevo trabajador.
- Periodo de prueba de dos meses
- Derecho a todas las prestaciones que manda la ley
- Vacaciones anuales.
- Pago de dos primas durante el año.
- Derecho a un seguro de vida por parte de la compañía.
- Fijación de un horario de trabajo.
- Afiliación de la familia a una caja de compensación.
- Afiliación del trabajador a un seguro social.
- Otras determinadas por la ley o las políticas de la empresa.

Tema 5. Inducción.

Se debe tener en cuenta que cuando se contrata una nueva persona para la empresa, esta no conoce mayor información sobre la misma es por esto que se le debe brindar el ambiente real y darle una buena inducción acerca de lo que es la persona con el fin de que la conozca y la empiece a querer como la quieren los demás trabajadores que ya la conocen.

Por lo anterior es conveniente tener un programa de inducción para poder recibir a todos los empleados de una misma forma.

Básicamente el programa se compone de:

- Título del programa
- Elaborado por
- Aprobado por
- Objetivo
- Participantes
- Tipo de sesión
- Moderador
- Características del local
- Material a utilizar

Al nuevo trabajador se le deben entregar los siguientes documentos para que los pueda leer y conocer a la compañía:

- Historia de la empresa, misión, objetivos, políticas, estrategias.
- Reglamento interno de trabajo.
- Manual de funciones

Tema 6. Valoración de cargos

Definición de factores

Los factores que se tomaran en cuenta son:

- Educación
- Experiencia
- Iniciativa
- Esfuerzo mental
- Esfuerzo físico
- Esfuerzo visual
- Responsabilidad por supervisión
- Responsabilidad por dinero y valores
- Responsabilidad por información confidencial
- Responsabilidad por equipo y herramienta
- Responsabilidad por contacto y relación con el cliente
- Medio ambiente
- Riesgos

Tema 7. Tecnología

En la producción de cualquier servicio aún el más sencillo se necesita una cierta tecnología.

Para prestar el servicio de acueducto y alcantarillado no basta con tener el agua, la planta y los trabajadores cualesquiera, no hay que tener empleados que sepan prestar el servicio de acueducto, o sea el conocimiento es tan importante para la fabricación como el material que se utiliza si el empleado desconoce la manera correcta de producir agua potable y desechar aguas negras, se daña todo. Pero si conoce la forma correcta de trabajar, entonces se podrá decir que posee tecnología; que es un técnico.

La tecnología llega a la empresa básicamente por tres caminos:

Con las personas que traen sus conocimientos.

También con las máquinas y herramientas que se han comprado y que son las precisas para la producción de agua.

En los libros, revistas, planos, dibujos, manuales, etc.

La tecnología en el control de calidad

El control de calidad no existe solamente para establecer y mantener la excelencia en el servicio.

También tiene otra función; ayudar a la empresa de acueducto Corinto Ltda a identificar las diferencias y problemas tecnológicos que existen en el proceso de producción del servicio, definiendo así los requerimientos específicos que hacen falta para que la tecnología sea adecuada.

Ocasionando que la innovación no comience en la fase de la investigación, sino siendo el fruto de control de calidad, dando lugar ha que las innovaciones que se introducen en el sector productivo (agua potable – aguas negras) son el resultado de innovaciones menores desarrollada por los operarios o parte productiva en la empresa de Acueducto Corinto Ltda, realizada durante el mantenimiento y la operación de las plantas y producción del servicio.

Servicio al cliente en la empresa de Acueducto Corinto Ltda.

Comprende que para lograr ser la primera compañía de Servicios Públicos Domiciliarios en Colombia deben contar con buenas relaciones con los clientes, derivadas de un servicio excelente y efectivo. Teniendo en cuenta que la prestación del servicio es una actividad continua lo que significa ser eficiente, confiable, cortés, cuidadoso y profesional todo el tiempo.

Expectativas de los clientes de la empresa de Acueducto Corinto Ltda.

Aunque es real que en el sector donde presta el servicio de acueducto y alcantarillado la Empresa de Acueducto Corinto Ltda, no hay otra compañía que lo brinde, esta no es razón para pensar que los clientes no tienen derecho a un excelente y efectivo servicio.

Por tal motivo las expectativas o actitudes del usuario con respecto a la compañía se relacionan con el mismo servicio, dado el producto obtenido y el profesionalismo del contacto de la empresa con el afiliado.

Los factores que influyen pueden ser internos y externos:

Factores internos:

- Eficiencia
- Confianza
- Serviciabilidad
- Interés personal
- Confiabilidad

Factores externos:

- Influencia de medios de comunicación
- Fama

Atención al cliente de la empresa de Acueducto Corinto Ltda por teléfono.

- Buena comunicación
- Hablar claramente
- Empatía
- Cortesía
- Como contestar el teléfono

Atención al cliente en la empresa de Acueducto Corinto Ltda personalmente

Cuando los colaboradores de la empresa atienden personalmente las necesidades de los clientes externos, buscan solucionar o buscar respuesta a los problemas presentados. Entre los colaboradores y el cliente puede presentarse relaciones de amistad a lo largo del tiempo: pero la amistad si se da, es a pesar de la relación de trabajo no debido a ella.

Como atender las quejas de los clientes

Se debe tener en cuenta que los que se quejan a veces pueden ser duros, rencorosos y egoístas, por eso la respuesta mas importante a una queja es escuchar, sea que se tenga

la razón o no, hay que conocer su insatisfacción. Debido a que el cliente se apoya en sus derechos reales imaginarios, a la vez que reclama atención y simpatía.

Tema 8. Calidad en la empresa de Acueducto Corinto Ltda.

Para la presentación de un eficaz y excelente servicio en la empresa no solo se puede tener en cuenta las buenas intenciones de las personas que forman la organización, se necesita además implantar un control de calidad a todos los niveles de la compañía por lo tanto a continuación se recomiendan algunos procesos para el mejoramiento de la calidad, solución de problemas y ejecución de planes:

- El ciclo PHVA
- Círculos de calidad

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- ♦ Con la aprobación de la nueva ley de servicios públicos la compañía se vio en la obligación de modernizar no solo en su estructura administrativa para un mejor funcionamiento, sino también en su parte operativa lo que dio lugar a encontrar que a pesar que el servicio como tal se estaba prestando esto demandaba altos costos lo que no permitía ver la capacidad de autonomía y futuro que esta tenía.
- ♦ Cuando se inició este trabajo se encontró que debido a una falta de comunicación entre las directivas operacionales y los ejecutivos de la compañía, muchas de las fallas no eran conocidas por estos últimos, lo que daba la impresión de que todo estaba funcionando bien aunque en la realidad era todo lo contrario.
- ♦ Con los resultados y la ayuda de la empresa específicamente la gerencia, será la encargada de tomar las decisiones respectivas para el mejoramiento de la misma.

De las recomendaciones se extraen las siguientes:

- Para el desarrollo del área de organización es necesario:

Establecer y cuantificar los objetivos planes y programas, fijando las fechas estimadas de relación (venta del servicio, calidad, precio, distribución, relaciones externas e internas).

- Para el área administrativa es necesario:

Diseñar e implantar un manual de procedimientos administrativos para los sistemas principales de la empresa, aumentando así el grado de mecanización administrativa.

- Para el área de personal:

Realizar un estudio de remuneración
 Introducir métodos modernos de selección
 Diseñar y realizar planes de capacitación
 Motivación al personal

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 14 autores tratando temas de servicio, administración de recursos humanos, gerencia estratégica, investigación, planeación, administración financiera, calidad.

ANEXOS:

Se encuentran 27 anexos destacándose los siguientes:

Anexo 4	Localización y funcionamiento.
Anexo 6	Manejo del Recibo Cobro del Servicio.
Anexo 7	Diagnóstico externo
Anexo 10	Diagnóstico interno
Anexo14	Evaluación de problemas
Anexo 15	Estrategias y acciones específicas
Anexo 17	Plan de acción.
Anexo 18	Requisitos del personal.
Anexo 25	Manual de funciones.
Anexo 26	Guía de funciones
Anexo 27	Encuesta sobre la prestación del servicio

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

TITULO : PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN UNA CORPORACIÓN DE AHORRO Y VIVIENDA.

AUTOR (es) : DUEÑAS, Eder Alfonso.
PACHON, Quintero Lucelly.
RODRÍGUEZ, Camacho Ginnedt

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de instituciones de servicio, Santa fé de Bogotá, 1995 páginas 55 .

PALABRAS CLAVES: Servicio al cliente, planeación estratégica, capacitación , términos de ahorro y vivienda.

DESCRIPCIÓN: El presente trabajo de grado tiene como objetivo la realización de un diagnostico que pretenda conocer el estado del servicio al cliente en una Corporación de ahorro y vivienda , aplicando 2 elementos de encuesta , uno para los empleados o cliente interno, otro para los clientes externos o usuarios. La cual sirve de fundamento para incentivar estudios de la misma índole hacia un futuro, de manera tal , que se incremente el conocimiento específico en lo que respecta la administración de un servicio.

FUENTES :

Las autoras hacen referencia a 38 pie de pagina ,destacando autores como:

- ACEVEDO, Restrepo, Delfín , Teoría y practica del ahorro , desarrollo y programa del ministerio de educación, Medellín , Ed. Bedout, 1973, 341p. # 5
- CROSBY, Phill , la organización permanentemente exitosa, México, ed. Mc. Graw Hill, 1989.273 p. # 3
- HARRINGTON , James , mejoramiento de los procesos de la empresa, Bogotá, Colombia, Ed, Mc, Graw Hill , 1993, 309p. # 2
- KOONTZ, Harold. Administración general , méxico, Ed. Mc Graw Hill, Novena edición 1990. # 2

- Propuestas de investigación , AUDITORIA DEL SERVICIO DE AHORRAMAS, marzo 31 , abril 16 y abril 23 de 1993 . # 1

CONTENIDO:

CAPITULO I : EL SISTEMA DE AHORRO: : constituidas por el decreto 678 de 1972 con el fin de captar ahorro privado para canalizarlo hacia la industria de construcción , preferiblemente de vivienda, dentro del sistema de valor constante, en la modalidad del UPAC(unidades de poder adquisitivo constante), el rendimiento del ahorrador determina con la corrección monetaria y la tasa de interés sobre el valor en UPAC de los depósitos, en la modalidad de pesos, al ahorrador se le paga una cuota fija diaria de interés, sobre el saldo diario.

Tema 1: el valor del UPAC:

El principio del valor constante que regula el comportamiento de las unidades de poder adquisitivo constante (UPAC), es un mecanismo financiero mediante el cual , los dineros depositados por los clientes y los créditos otorgados por la corporación de ahorro y vivienda , reajustan diariamente su valor en pesos, de acuerdo por porcentajes mes a mes que fija el Banco de la Republica.

El sistema de ahorro definido como” el acto de previsión económica que consiste en suprimir un consumo actual para diferirlo a una época futura”, es pues una diferencia entre los ingresos y las inversiones en bienes de consumo.

Pero el ahorro por sí mismo no constituye una virtud . Su mérito depende del uso que se haga de él y de su empleo en todo caso para una vida más bella y más plena . el ahorro es tan antiguo como la humanidad, su historia corre pareja con la civilización , comenzó un día que los individuos se vieron precisados a proveerse para el futuro lo mismo que para el presente y por consiguiente anterior al dinero.

CAPITULO II: COMPORTAMIENTO DE LAS CORPORACIONES DE AHORRO Y VIVIENDA :En donde las corporaciones disponen de 3 instrumentos para la captación de dinero:

- La cuenta de ahorro de valor constante
- El certificado de ahorro de valor constante
- El deposito ordinario.

A continuación se plantean los aspectos generales de la corporación de ahorro y vivienda AHORRAMAS, por tratarse de la institución del presente estudio. Fue creada el 22 de diciembre de 1972 en Cali ,cuya filosofía se basa en la calidad del servicio el cual es a todo nivel, en todo lugar, y por todos los medios a nuestro alcance, a través de una visión futurista ya adelantándose a los cambios propiciados por el sector financiero, identificando cada una de las necesidades del cliente. Su objetivo general es el de captar

dinero para colocarlo en préstamos y mejorar la calidad de vida de nuestros clientes reales y potenciales al igual que la de nuestros colaboradores.

Tema 1: Sistema Colombiano de ahorro y vivienda:

Bajo el gobierno del Doctor Misael Pastrana Borrero , en el plan de las 4 estrategias, se determina la necesidad de canalizar los recursos privados para desarrollar el sector de la construcción , especialmente de vivienda , surge entonces, el sistema Colombiano de ahorro y vivienda como un instrumento de ejecución de esta política .

La corporación social de ahorro y vivienda Colmena , abrió sus puertas al público en febrero de 1974, trabaja captando ahorros particulares y canalizándolos hacia el sector de la construcción a través del préstamos hipotecario.

Autoridades especiales:

- La superintendencia bancaria
- Fondo de garantías de instituciones financieras

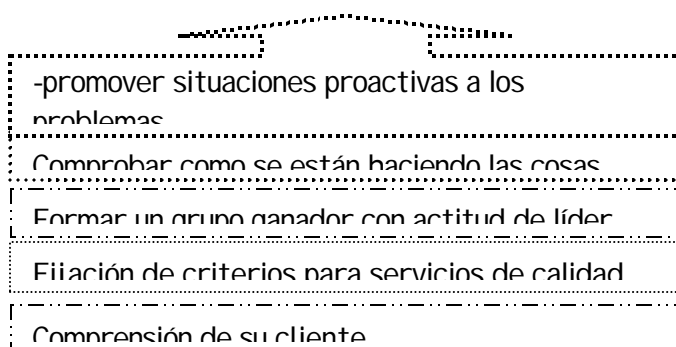
Autoridades relacionadas con el sector:

- Junta directiva del Banco de la Republica
- Banco de la republica
- Congreso nacional
- Gobierno nacional
- Ministerio de hacienda y crédito público
- Superintendencia de valores

CAPITULO III SERVICIO AL CLIENTE:

En la importancia del servicio al cliente, identificando quién es mi cliente? Y que necesita , el propósito del servicio es generar satisfacciones y contribuir a un alto nivel de bienestar de la gente , creación y mantenimiento de relaciones positivas y constructivas de bienestar durante todo el tiempo . teniendo en cuenta el siguiente esquema:

SERVICIO AL CLIENTE(CLIENTE CENTRO DE SU EMPRESA)



Tema 1: Servicio:

El servicio tiene significado e importancia porque más que una técnica, es una expresión humana de mejoramiento y de trabajo para lograr mejores niveles de satisfacción y bienestar . el buen servicio además permite vender lo que produce y lo que realiza bien el empleado de la empresa .

CAPITULO IV : APLICACIÓN, DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA :

Constituye el eje central de este estudio de campo . la aplicación a través de encuestas tanto al cliente interno como externo cuyo resultado arroja que tanto la corporación como los clientes coinciden en un buen porcentaje en que en términos generales el servicio que se presta es bueno , las deficiencias son la falla de los procesos de línea , demora de la atención del clientes y algunos pasos innecesarios. Cabe destacar que el 100% de los empleados tiene una actitud positiva en el mejoramiento del servicio y para ello hay tres aspectos importantes de resaltar: la capacitación, sugerencias y participación de grupos de trabajo.

Tema 1: cultura corporativa:

Por ultimo, Ahorramas cuenta con una cultura corporativa deseada dada por una planeación, estilo de dirección, actitud del servicio al cliente, necesidades de los clientes, estructura organizacional, requisitos de las tareas, solución de problemas , toma de decisiones, manejo de conflictos, uso de la retroalimentación, enfoque de entrenamiento y capacitación, procesos, trabajo en equipo, actitud hacia el cambio, estrategias tanto al cliente interno como externo.

METODOLOGÍA:

Información directa del sitio de trabajo, investigación bibliográfica, consulta a expertos relacionados con el tema.

CONCLUSIONES :

- Con la realización de este trabajo se proporciono un bosquejo sobre como logra con éxito el servicio al cliente en una corporación de ahorro y vivienda ya que lo cierto es que la calidad en la interacción entre el cliente y los servicios, no sucede al azar.

Surgieron una serie una serie de cambios que se plantean como métodos de contribuir al mejoramiento como lo son la capacitación, el servicio al cliente y mas elementos de importancia que contribuyen a enriquecer el sistema financiero.

BIBLIOGRAFÍA:

las autoras hacen referencia a 22 citas bibliográficas destacando: pagina destacando temas de ahorro y desarrollo , corporaciones financieras, corporaciones de ahorro y vivienda, revolución del servicio, dirección del servicio, gerencia y planeación estratégica .

ANEXOS:

El presente trabajo no presenta anexos.

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR BELTRÁN

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 100
----------	--------------------------	----------

TITULO : PROPUESTA ADMINISTRATIVA PARA EL HOGAR GERIÁTRICO MADRE MARCELINA.

AUTOR (es) : CHAVES, Moreno Maria Helena.
GUTIERREZ , Rodríguez, Sandra Fabiola.

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de instituciones de servicio, Santa fé de Bogotá, 1995 páginas 114 ,

PALABRAS CLAVES:

Revolución del servicio, administración, procesos de investigación, geriatría.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo establecer una propuesta administrativa que mejore el funcionamiento y organización del área administrativa, realizando un análisis de la actual estructura, para de esta manera poder plantear una organización eficiente y a la vez la definición de funciones para cada empleado con su respectivo manual, el cual deberá involucrar la estructura orgánica y la redefinición de los procesos que afronta actualmente la entidad.

FUENTES:

La autora hace referencia a 8 pie de página en las que se destacan autores como:

- HENRY, MINTZBERG , Designe la Organización efectiva, Pretihall #1
- NEAL,E. BOUDETTE, Networks to Dismatle old Structures, 1989 #1
- DAVID, I, CLELAND, Management , Editor matrix #1

- JEFFREY , PFEFFER, Poder dentro de la organización

#1

CONTENIDO:

Karl Albrecht en su obra revolución del servicio sugiere que toda persona tiene que desempeñar algún papel y asegurarse de que todas las cosas salgan bien para el cliente, cualquiera que esté en contacto con el cliente debe sentirse responsable de ver las cosas desde el punto de vista de este y hacer todo lo posible para satisfacer su necesidad. A través de análisis de la situación del hogar geriátrico Madre Marcelina se ha considerado hacer una reorganización de la parte administrativa, teniendo en cuenta el análisis de la actual estructura, para de esta manera plantear una organización eficiente y a la vez la definición de funciones de cada empleado, este proyecto está dividido en cuatro capítulos que se describen de la siguiente manera:

CAPITULO I : MARCO DE REFERENCIA:

Contiene la sustentación teórica para la realización de este trabajo, como los conceptos básicos sobre estructuras, organización, diseño de puestos y manuales de procedimientos. En donde es importante destacar que la estructura de la organización describe el marco y analiza tres dimensiones:

COMPLEJIDAD: considera el grado de diferenciación en una organización, mientras mayor sea la división del trabajo dentro de una organización, mayor número de niveles habrá en la jerarquía, y mientras más estén geográficamente dispersas las unidades de la organización, más difícil es coordinar a la gente y a sus actividades.

FORMALIZACIÓN: es el grado en que una organización se basa en las reglas y procedimientos para dirigir la conducta de los empleados.

CENTRALIZACIÓN: tiene que ver con el sitio donde radica la autoridad, la toma de decisión se centra en la administración superior. al igual es importante destacar la unidad de mando, la autoridad y responsabilidad, las fuentes de poder, el tramo de control, la departamentalización entre otras.

Tema 1: Diseño de puestos:

Usamos el término diseño de puestos para referirnos a la forma en que se combinan actividades para formar puestos completos.

La administración debería meditar el diseño de puestos para que reflejen la tecnología de la organización así como las habilidades, capacidad y preferencia de sus empleados.

Cuando se hace esto los empleados pueden alcanzar sus plenas capacidades productivas.

Tema 2: tipos de rotación:

- Vertical: se refiere a los ascensos y descensos
- Horizontal: puede hacerse por medio de un programa de entrenamiento en el cual los empleados pasan de dos a tres meses en una actividad y luego se cambian.

También se puede hacer sobre una base situacional, al desplazar la persona hacia otras actividades, cuando las anteriores no significan un reto para aquella.

- Expansión de puestos: otro esfuerzo pionero para aumentar la diversificación horizontal, fue la expansión del puesto, esta opción aumenta el número de las actividades que se requieren en un puesto y disminuye la frecuencia con que se repite este ciclo.
- Equipos de trabajo: Cuando los puestos se diseñan alrededor de grupos en lugar de individuos el resultado son los equipos de trabajo.
- Equipos de trabajo integrados: se asignan al grupo un gran número de actividades.

Tema 3: manuales de funciones y de procedimientos:

Los manuales son un medio de comunicación muy especializado y requieren habilidades de comunicación. Habilidades que normalmente no se aprenden en la escuela o en trabajo.

El propósito de los manuales es seguir un procedimiento en particular para obtener resultados en la institución.

CAPITULO II : DIAGNOSTICO ORGANIZACION: se presenta el diagnóstico de la institución, se describe la organización a la fecha en que se inicio la investigación, teniendo en cuenta sus generalidades, como historia, descripción e instalaciones, servicios que la institución presta, de igual manera se describe la situación actual e la casa, centrándose en las áreas administrativas, en donde es importante tener en cuenta la misión de servicio de la congregación a nivel de educación y de atención y servicio al sacerdocio.

Tema 1: Situación Actual:

En cuanto a estructura organizacional, no define con claridad las líneas de educación y autoridad al igual que su jerarquía, las áreas funcionales de la institución teniendo en cuenta sus estructura, no cuenta con una organización definida, lo cual impide ver los procesos que allí se realizan, al igual se tiene en cuenta las áreas funcionales de la organización como la cocina, la despensa, portería, lavandería, cada una de estas áreas supervisadas por el jefe de piso, cuya labor consiste en coordinar todos los servicios que se presentan al anciano, según el área en el que se encuentre, como alimentación, aseo, enfermería, controles médicos entre otros, no existen funciones definidas, horarios, ni registros que brinden control y seguridad para una óptima prestación de servicios.

CAPITULO III : PROPUESTA ADMINISTRATIVA:

Se hace la presentación de la propuesta administrativa, que se plantea para cada una de las áreas administrativas del hogar. En el cual se tiene claro la importancia del proceso administrativo resaltando los aspectos generales en cada subproceso.

PLANEACION → ORGANIZACIÓN → DIRECCIÓN → CONTROL

La planeación incluye aspectos tales como: misión: razón de ser de la organización, visión: proyección a donde quiere ir la organización, valores, políticas, objetivos corporativos, estrategias, diagnóstico interno: Fortalezas y debilidades, Diagnóstico externo: oportunidades y amenazas, y plan de acción.

La organización en el cual se adecuan los recursos y las personas al logro de los objetivos de la organización y desarrollo de la misión.

La dirección se orienta el talento de las personas al logro de los objetivos, incluye programas de motivación, liderazgo, comunicación y manejo de conflictos.

El control se evalúa el logro de los objetivos más que el ejercicio de las actividades. La estructura propuesta es una estructura plana en la que todas las áreas se integran definiendo con claridad la participación de las personas que laboran en la institución desde la dirección, hasta la parte operativa, haciendo más efectivos los procesos de toma de decisión y las comunicaciones. Posteriormente se dan las normas y pautas necesarias para un correcto funcionamiento de la organización en cuanto a horario, estructura, dotación, instalaciones físicas que respaldan cada una de las funciones que se ejercen en el hogar geriátrico madre Marcelina.

CAPITULO IV: MANUAL DE PROCEDIMIENTOS HOGAR MADRE MARCELINA:

Este manual describe cada uno de los cargos así como los procedimientos que más se manejan en la casa, cuya finalidad primordial consiste en explicar las normas más generales con un lenguaje que puedan comprender los empleados de todos los niveles, facilita el adiestramiento y orientación del personal, normaliza controles de los procedimientos y uniforma las actividades, además permite alcanzar los siguientes objetivos:

- Presenta una visión de conjunto de la entidad
- precisa las funciones encomendadas a cada unidad para deslindar responsabilidades, evitar duplicaciones y detectar omisiones.
- Permite el ahorro de tiempo y esfuerzos en la ejecución del trabajo, evitando la repetición de instrucciones.
- Facilita el reclutamiento y selección del personal.
- Proporciona el mejor aprovechamiento de los recursos humanos y materiales.

- Servir de medio de orientación e integración al personal de nuevo ingreso , que facilite su incorporación en distintas áreas.

En el manual de funciones desarrollado se tiene los siguientes cargos:

- Director
- Médico
- Psicólogo
- Enfermero
- Trabajadora Social
- Terapeuta ocupacional,
- Contador,
- Secretaria
- Coordinador de Servicios generales
- Auxiliar de servicios generales
- Auxiliar de aseo y lavandería
- Conductor
- Vigilante
- Coordinador de alimentos y Bebidas
- Auxiliar de alimentos y bebidas

Cada uno de los cuales tiene su misión, responsabilidades , requisitos físicos, funciones y condiciones de trabajo necesarias para la buena ejecución de cada una de sus funciones.

Tema 1: Manual de procesos:

Al igual es importante destacar el manual de operaciones que evita desperdicio tanto de tiempo como de materiales, y de recursos sobrantes, ya sea a nivel, financiero, humano, tecnológico y material .

METODOLOGÍA:

Información directa del sitio de trabajo, investigación bibliográfica, consulta a expertos relacionados con el tema.

CONCLUSIONES :

De las 4 conclusiones se extraen las siguientes:

- Se presenta una estructura administrativa que integra la organización siendo favorable para la organización y control de cada una de las actividades que realiza la institución.

- Con este proyecto se lograron definir las funciones más importantes , además de los requisitos para lograr el perfil adecuado de los empleados que integran el hogar geriátrico.
- El manual de funciones y procedimientos constituye la mejor herramienta , para el análisis de cargos y procesos que se requiere para el cambio de su estructura así como para la selección y contratación del personal que se requiera.

BIBLIOGRAFÍA

Las autoras hacen referencia a 12 citas bibliográficas en la que se destacan temas relacionadas con el servicio, administración, investigación, geriatría.

ANEXOS:

Las autoras no hacen referencia a anexos.

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN P.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 101

TITULO : INTERACCION FAMILIA Y TRABAJO UN PROYECTO VITAL DE LA PERSONA

AUTOR (es) : MINOTTA , BELLO Luz Mary

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de instituciones de servicio, Santa fé de Bogotá, 1996 páginas 102 , tablas 10, anexos 3 graficas 10.

PALABRAS CLAVES:

Trabajo, virtudes humanas, familia, profesiones, sociedad, servicio.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo analizar y evaluar la interacción de las variables familia y trabajo en hombres y mujeres casados de diversas profesiones pertenecientes a las clases socioeconómicas media- media y media – alta.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 27 pie de página, destacando autores como:

- J.B. TORELLO. Psicología abierta # 3
- OLIVEROS F. Otero. Realización personal en el trabajo. EUNSA. Pamplona, 1978 p34, 41, 52. # 2
- OLIVEROS F. Otero. La educación para el trabajo. EUNSA. Pamplona, 1989, pag 75-77 # 2
- JUAN PABLO II, Laborem Exercens, nro 10 # 1
- ERNESTO BOLIO, Un medico terapéutico, en ISTMO , Nro 125, México , Nov –Dic, 1979 , p, 26. # 1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por tres partes así

CAPITULO I: ANTECEDENTES:

Destaca el marco de referencia, el teórico las variables familia, trabajo, realización personal, metas, importancia de las prácticas de virtudes humanas en el trabajo y en la familia, destacando la fé, esperanza, caridad, la prudencia, la justicia, fortaleza, generosidad, templanza, laboriosidad, sinceridad, solidaridad, respeto, responsabilidad y tenacidad.

El cual pretende abarcar 2 cuestiones fundamentales respecto a dos realidades alrededor de las cuales se desenvuelven la vida del hombre: la familia y el trabajo. Se hará un análisis teórico de la forma como estos interactúan en la persona, al igual se hará una aproximación real a esta interacción aplicando una encuesta a un grupo de profesionales casados, para analizar en que forma ellos, hombres y mujeres han logrado unificar en sus vidas el trabajo y la vida familiar. La variable de familia constituye el núcleo fundamental de la sociedad , se constituye por vínculos naturales o jurídicos, por la decisión libre de un hombre y una mujer de contraer matrimonio o por la voluntad responsable de conformarla, la familia forma los miembros de la sociedad . En ella reciben los niños y los jóvenes , allí aprenden a comunicarse, a obedecer, reconocer la dependencia de otros y el respeto, allí aprenden a armonizar sus propios derechos y deberes.

Tema 1: La variable de trabajo:

Para unos es un derecho , para otros es una obligación, o una forma de realización del ser humano, ya que con el trabajo e puede conseguir:

- Desarrollo de las capacidades humanas.
- Modificación perfectiva de las cosas
- Servicio mediato o inmediato a otras personas.

Por otro lado la actitud del servicio cualifica el trabajo, esta actitud debe concentrarse en detalles de servicio a los demás y en general de servicio social , este puede entenderse en dos sentidos:

- En un servicio de mejora
- Un servicio cada vez mejor.

Tema 2: La meta

Es un fin a que tiende la persona , no solamente tiene la capacidad de hacer las cosas , sino también de ser alguien , cuya elección es una decisión libre del hombre, al igual implica un esfuerzo continuo y permanente identificado por su escala de valores.

La importancia de las practicas de virtudes humanas en el trabajo y en la familia da como eje fundamental el papel que juega la virtud , ya que significa la capacidad de hacer y , en cierto sentido de habilidad , gracias a la virtud el hombre desarrolla una potencia operativa: hace y lo que hace lo hace bien, es también una actitud fundamental hacia los valores, es decir hacia bienes específicos conocidos y estimados que capacitan a el hombre para tener una buena conducta en todo y lo conduce con firmeza y alegría a ella.

Tema 3: importancia de las practicas de virtudes humanas en el trabajo y en la familia:

La virtud en sentido etimológico, significa fuerza, capacidad de hacer y en cierto sentido habilidad. Gracias a la virtud el hombre desarrolla una potencial operativa: hace lo que hace y lo hace bien.

Es también una actitud fundamental hacia los valores , es decir hacia bienes específicos conocidos y estimados que capacitan al hombre para tener una buena conducta en todo, y lo conduce con firmeza y alegría a ella.

A continuación vemos algunas virtudes humanas que tanto en la familia como en el trabajo se desarrollan diariamente:

- Fe, esperanza y caridad: las virtudes fundadas por Dios en el hombre que vive en gracia son propiamente las virtudes sobrenaturales; entre ellas sobresalen aquellas tres que se llaman teologales porque se refieren a DIOS.
- Prudencia: es la virtud principal del que emprende algo, en efecto prudencia significa hacer las cosas bien: acertar, triunfar, ganar , ser eficaz, ser eficiente, rendir; o bien actuar sagazmente y audazmente.
- Justicia: Definida como la voluntad de dar a cada uno su derecho, lo que le pertenece. Esta virtud exige un mejor servicio, quizá en una situación personal haya razones, por ejemplo: para trabajar pocas horas, pero nunca un trabajo mal hecho.
- Fortaleza: confiere el valor para soportar la adversidad, par resistir los peligros que rodean la practica de la virtud .Y es también la disposición para realizar el bien aun a costa de cualquier sacrificio.

- Generosidad: es una virtud que difícilmente se puede apreciar en los demás con objetividad.
- Templanza: es la virtud que nos induce a refrenar la sensualidad y a usar todas las cosas con moderación.
- Laboriosidad: Es propia de personas que están dispuestas a hacer, sin vivir solo en la esfera del rendimiento, es una cualidad espiritual, no una coacción ni un ímpetu exclusivos, no una inclinación egocéntrica, ni un puro hábito activista que ahoga el amor al prójimo y al mundo.
- Sinceridad: Es una virtud humana cuyo ejercicio ha de considerarse prioritario en la actividad profesional, es, en primer lugar, sinceridad consigo mismo, y exige que nos preguntemos por los objetivos y motivos del propio trabajo.
- Solidaridad: es la unión o comprensión que nos impulsa interesarnos y ayudarnos los unos a otros.
- Respeto: : actúa o deja actuar, procurando no perjudicar ni dejar de beneficiarse a sí mismo ni a los demás.
- Responsabilidad: asume las consecuencias de sus actos intencionados, resultado de las decisiones que tome y acepte; y también de sus actos intencionados, de tal modo que los demás queden beneficiados lo más posible.

CAPITULO II: METODOLOGÍA :

Es decir el tipo de investigación aplicada, puesto que pretende llevar a la práctica la teoría de las variables familia y trabajo, y poder así analizar y evaluar la interacción de estas, el nivel de investigación descriptivo, ya que comprueba la asociación entre las variables familia y trabajo.

CAPITULO III :RESULTADOS

Tabulación de las encuestas donde se observa que el factor primordial para trabajar es la realización personal, contribuir al crecimiento y bienestar de la familia y por último la realización profesional y el servicio a los demás son los motivos que impulsan a trabajar, constituyéndolos en factores importantes ya que significa que tienen una ilusión profesional, con un espíritu de servicio.

Las metas planteadas son: buscar la estabilidad, bienestar y educación para los hijos, asegurando así su futuro, la segunda meta es la unión y el soporte para los hijos y la tercera meta es el de hacer que la familia sea un sitio alegre de apertura, convivencia y armonía.

METODOLOGÍA

investigación bibliográfica, consultas a expertos, información general y específica de sitio de estudio.

CONCLUSIONES:

Las autoras hacen referencia a seis conclusiones destacando:

- En la actualidad los motivos que impulsan a trabajar son: la realización personal, la familia profesional, el servicio de los demás .

- Las virtudes más importantes en el campo familiar son:
 1. respeto
 2. justicia
 3. responsabilidad
 4. laboriosidad
 5. solidaridad

- Las virtudes más importantes en el campo familiar son:
 1. responsabilidad
 2. respeto
 3. laboriosidad
 4. solidaridad
 5. justicia

BIBLIOGRAFÍA

Las autoras hacen referencia a 16 notas bibliográficas destacando temas como: psicología , educación de virtudes humanas, derechos del hombre, psicología del trabajo entre otras.

ANEXOS:

Las autoras hacen referencia a anexos como:

Anexo A: encuestas

Anexo B: cronogramas de actividades

Anexo C: presupuesto.

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN P.

TITULO: PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO PERSONALIZADO A EXTRANJEROS.

AUTOR: MATIZ R, Myriam; ORTIZ R, María del Rosario.

PUBLICACIÓN : Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicios, Bogotá, 1996. P.P. 138. Anexos 4.

PALABRAS

CLAVES: INVESTIGACION DE MERCADO, SERVICIO, PROMOCION, DISTRIBUCION.

DESCRIPCIÓN:

Establecer la demanda y aceptación del mercado hacia los servicios que ofrece A. I. L. El desarrollo de esta propuesta contiene la investigación, estudio de la demanda, la planeación y desarrollo del producto, al igual que su promoción y distribución, asimismo se plantea la estructura organizacional, la estructura física y la correspondiente inversión y estudio financiero de la empresa, todo esto con el fin de determinar la afluencia de extranjeros a la ciudad

FUENTES: no presenta pie de paginas.

CONTENIDO: Este trabajo esta conformado de la siguiente manera:

INTRODUCCIÓN:

En una economía en desarrollo como la Colombiana, es de vital trascendencia y preocupación la manera de lograr ventajas competitivas que permiten a las diferentes empresas sobrevivir en un mercado creciente y cada vez más exigente. Actualmente se ha tomado conciencia sobre la importancia de ofrecer un servicio rápido optimo, lo cual es considerado fundamental para establecer la diferencia entre las empresas que desean destacarse y aquellas que se estancan en su crecimiento.

El desarrollo de esta propuesta contiene la investigación, estudio de la demanda, la planeación y desarrollo del producto, al igual que su promoción y distribución, asimismo se plantea la estructura organizacional, la estructura física y la correspondiente inversión y estudio financiero de la empresa, todo esto con el fin de determinar la afluencia de extranjeros a la ciudad y las compañías con las cuales se establecerá la relación de

trabajo, así como concretar los recursos fundamentales para la viabilidad y puesta en marcha de una entidad que ofrezca un excelente desarrollo corporativo, mediante un servicio diferenciado, favoreciendo la expansión del mercado y dando origen a nuevas fuentes de trabajo.

CAPITULO I: CONSTITUCIÓN JURIDICO LEGAL

Esta parte del trabajo se refiere a la constitución jurídico – legal de la empresa la cual se constituyo una sociedad de responsabilidad limitada y gira bajo la razón social: ASISTENCIA INTERNACIONAL LTDA.

CAPITULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Tema 1: Antecedentes

El hombre, en sus orígenes sobre la tierra, se traslada de un sitio a otro en búsqueda de oportunidades de alimento y sobrevivir. El comercio fue la clave para el desarrollo de las grandes culturas antiguas; el desarrollo de las primeras flotillas de barcos favoreció el intercambio entre países de costas cercanas. Así el hombre fue desarrollando cada vez más su interés por conocer otros territorios por lo que fue perfeccionando y creando medios de transporte a través de los siglos.

El turismo desde el punto de vista práctico, es una forma de recreación y utilización del tiempo libre, pero desde el punto de vista técnico, va determinado de acuerdo como un carácter estadístico, comercial, económico y jurídico, de acuerdo al aspecto que corresponde. Por otra parte el turismo ofrece amplias posibilidades de trabajar con segmentos separados de la demanda; desde quienes van en el plan de descanso en busca de playa sol, hasta los que tienen interés de asistir a eventos programados y de negocios.

Al tomar la decisión de la empresas hacia el servicio, la administración y dirección de las empresas combinaran mucho mercados, afectando las estructuras organizativa, al concepto de autoridad, al perfil del talento humano necesario, al ambiente, a las políticas comerciales, al ejercicio del marketing, a las inversiones y al entorno. Todo se presenta cuando se descubre que la calidad del servicio se centra en los procesos y eso exige en algunos casos el diseño y en otros una operación más compleja: el rediseño siempre con una misión muy clara de las organizaciones.

Tema 2: Elección del Mercado Objetivo

Esta parte presenta la investigación de mercado en donde se establece la importancia del posicionamiento de un servicio en el mercado iniciándose con la diferenciación del perfil del comprador de servicios. También se establece el mercado objetivo al cual va dirigido el servicio de A.I.L., el cual esta conformado por:

Ejecutivos: personas de alto rango administrativo, los cuales son enviados a Colombia, por razones laborales específicas relacionadas con las diferentes entidades a las cuales están vinculadas.

Misioneros pensionados: cuyo objetivo principal es prestar colaboración y asesoría laboral a organizaciones de países en desarrollo.

Personal docente: educadores del extranjero concretamente a impartir enseñanza en Colombia.

Funcionarios diplomáticos: personas enviadas al país, para laborar en las embajadas respectivas a su región de origen.

Padres adoptantes: personas que recurren a la adopción en Colombia.

Tema 3: Evaluación y análisis de la investigación de mercado

La investigación de mercado se realizó mediante un estudio que permitió obtener información básica y específica para clientes extranjeros. Este estudio se fundamentó en entrevistas personales y telefónicas las cuales se distribuyeron de la siguiente manera:

- Organizaciones Comerciales
- Organizaciones Diplomáticas.
- Organizaciones de Servicios.
- Organizaciones Industriales.
- Organizaciones Educativas.
- Casa de adopción.

Tema 4: Conclusión de la Investigación de Mercados

De acuerdo con este estudio se estableció que una empresa de servicio personalizado a extranjeros, presenta un alto grado de aceptación y posibilidad de contratación y desarrollo, son perfectamente viables, ya que cuenta con un mercado objetivo bastante amplio para impulsar sus actividades de servicio. Sin embargo para mantener un desarrollo sostenible se hace necesario implantar progresivamente estrategias para el mercado objetivo realizando programas de investigación de mercado que permitan obtener datos sobre comportamientos y reacciones de los clientes, planes para preparar y ofrecer nuevas alternativas de servicio o para posesionar los ya existentes.

Realizar campañas de promoción para apoyar lanzamientos de nuevos servicios o para aumentar penetración en el mercado. Posesionar en el mercado el nombre ATL LTDA, como una empresa líder en servicios a través de la seriedad, cumplimiento y calidad de los servicios, para mantener su liderazgo ante la inminente competencia.

Establecer tarifas de precios especiales como incentivo a las empresas, con el propósito de coadyuvar al incremento de clientes. Finalmente buscar adaptarse al mercado, realizando modificaciones, ampliaciones o disminuciones al servicio según las tendencias y cambios que se manifiesten en el entorno.

Tema 5: Planeación y Desarrollo del Servicio

Tema 6: Planeación del servicio:

Asistencia internacional Limitada, será una empresa de servicio personalizado a extranjeros, que por motivos tales como trabajo empresarial, docencia, adopción, misión u otros viajan a Santafé de Bogotá por un periodo determinado.

A.I.L. será una organización intermediaria que realizara todas las conexiones necesarias para que todos los servicios requeridos sean prestados a los extranjeros, para este fin mediante encuestas se establecerá la aceptación y posible enlace laboral con aquellas organizaciones a las cuales se les ofrecerán los servicios de la empresa.

Tema 7: Oferta de Servicios:

La empresa ofrece los siguientes servicios:

Alojamiento.

Traducción consecutiva o guía bilingüe.

Transporte.

Telecomunicaciones.

Servicio de niñeras Bilingües.

Servicio domestico.

Servicio medico.

Tema 8: Medios de Promoción

Los medios de promoción y distribución del servicio quedaran establecidos así:

Visitas a empresas.

Correo directo.

Agencias de viaje.

Plegables o folletos informativos.

Videos.

Correo electrónico.

Fax.

CAPITULO III: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Tema 1: Tipo de Estructura

La tercera parte muestra la estructura organizacional de la empresa la cual posee una estructura lineo-funcional ya que la responsabilidad y autoridad es transmitidas a través

de la junta de socios, porque cada persona que conforma la organización esta especializada en una actividad determinada, para que se ejecuten el menor número posible de funciones. También se hace una descripción de cada uno de los cargos con sus respectivas funciones.

Tema 2: Departamentalización

Debido al tamaño de la empresa inicialmente la división y agrupamiento de funciones y actividades se realizará de forma reducida, sin embargo la departamentalización será de carácter funcional para lograr la especialización y con ello una mayor eficiencia del personal.

Tema 3: Estructura Organizacional:

Lineo -funcional: lineal porque es responsable y autoridad es transmitida a través de la junta de socios, para cada función y funcional porque cada persona que conforma la organización esta especializada en una actividad determinada, para que se ejecuten el menor número posible de funciones.

Tema 4: Descripción y Análisis de cargos:

Una vez la estructura y expansión de la compañía lo requiera a través de entrevistas, observación directa y aplicación de un cuestionario se obtendrá, analizará y registrara la información relacionada con los diferentes cargo, con el propósito de establecer los deberes y responsabilidades que se asocian a cada uno.

Esta información se utilizará posteriormente cuando se lleve a cabo actividades como diseño de puestos y el reclutamiento y selección de personal.

Una vez establecidos los niveles jerárquicos y la departamentalización de la entidad, se definirán las labores y actividades que deben llevarse a cabo concretamente los puestos o cargos así:

Gerente Comercial, administrar el área comercial de la empresa.

Gerente administrativo. Administrar el área administrativa de la empresa.

Secretaria. Asistir a los gerentes en todas las actividades de secretaría y técnicas de oficina.

Mensajero. Realizar las tareas de mensajería requeridas por la entidad.

Tema 5: Tanto el Proceso de Selección como de Reclutamiento

Tendrán las características de orientación al cliente, es decir de servicios y beneficios mutuo: (empresa – Trabajador). Siempre se buscará el desarrollo del individuo en áreas de la productividad de la empresa.

CAPITULO IV: LA PALNTA FISICA

La cuarta parte del trabajo describe la planta física del inmueble, el cual se sitúa en la segunda planta de una casa situada en la Carrera 3ª No 6010, en el sector de Chacinero alto. Las instalaciones comprenden oficinas, baño. Dos líneas telefónicas y garaje. Esta dotada con todos los equipos de oficinas indispensables para esta labor.

La quinta parte presenta la inversión realizada y el estudio financiero que consta de: la inversión total necesaria, la descripción de los ingresos por los servicios prestados, gastos administrativos.

Tema 1: Ventajas del Inmueble

Esta ubicado en una zona cotizada por creciente desarrollo de actividades comerciales y de servicio. De relativa cercanía a sitios de interés laboral y social. Así mismo las instalaciones ofrecen comodidad, buena ventilación e iluminación.

Tema 2: Muebles y Equipos de Oficina

Los muebles y enseres requeridos de acuerdo al personal que laborará en la empresa y al área del inmueble se detallan a continuación:

Tres escritorios.
 Siete sillas interlocutoras.
 Una biblioteca.
 Un archivador de tres gavetas.
 Tres canecas para basura.
 Un computador.
 Una impresora.
 Un estabilizador de voltaje.
 Un fax.
 Tres calculadoras.
 Dos teléfonos.

CAPITULO V: ESTUDIO Y ESTADOS FINANCIEROS

Tema 1: Inversión y Estudio Financiero

Para el calculo de proyección se ha considerado tener en cuenta los datos a precios constantes, sin embargo, de acuerdo a la inflación proyectada por el DANE para los dos años siguientes, se ha tenido en cuenta para cada año la siguiente inflación:

1997:	19%
1998:	18%

la inversión total necesaria debe es de: \$4.163.000.para los equipos y muebles.

Tema 2: ingresos por servicio prestados

Para establecer los ingresos por servicios prestados se tomo cada uno de los servicios determinando:

Valor del servicio, determinado de acuerdo a las tarifas actuales de cada uno de los proveedores.

Numero de clientes estimados por mes, que tomaran cada servicio.

Se definió un promedio de las veces que cada servicio seria prestado.

Por ultimo se multiplico por el numero de meses para establecer la proyección anual.

METODOLOGIA:

Este trabajo se desarrollo bajo una investigación exploratoria.

CONCLUSIONES:

De las 7 conclusiones se extraen las siguientes:

Los resultados del estudio de mercado demostraron que la mayoría de las empresas se encargan directamente de prestar los servicios a sus colaboradores, dentro de los cuales se destaca principalmente el traslado aeropuerto – alojamiento – aeropuerto; y los demás servicios se prestan pero en muy baja proporción.

En cuanto a la parte organizacional, se consideró que los cargos implementados fueron suficientes, ya que A.I.L. es una empresa intermediaria de servicios.

El estudio total ha establecido la viabilidad y puesta en marcha de esta entidad, no solo por su gran acogida si no por los resultados positivos determinados en los estudios financieros.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta por 18 autores, destacándose los siguientes temas: servicio, selección de personal, formas para conservar la clientela, turismo y calidad.

ANEXOS: Lista de anexos:

Anexo 1: Formato de encuesta.

Anexo 2: Diagrama de Proceso.

Anexo 3: Formato calificación del servicio.

Anexo 4: Formulario para análisis de cargos.

RAAS: *Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.*

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS:103

TITULO: CREACION DE UNA OFICINA DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE EN MERCADOS ROMI.

AUTOR: RODRIGUEZ, ANGEL; Clara Alexandra.

PUBLICACIÓN : Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Bogotá, 1996. P.P. 275. Anexos 1, figuras 18, Pie de pagina 25.

PALABRAS

CLAVES: SERVICIO, CALIDAD, CLIENTE, CAPACITACIÓN, MOTIVACIÓN.

DESCRIPCIÓN: El trabajo de grado tiene como finalidad identificar elementos importantes de mercados Romi, como empresa y además, medir y evaluar aspectos claves relacionados con sus clientes y la calidad en la prestación del servicio por medio de la creación de una oficina (Calidad y servicio).

FUENTES: Las autoras hacen referencia a 25 pie de pagina, de las cuales se destacan:

ALBRECHT, Karl. La Revolución del Servicio.
11

WERTHER, William B. Y DAVID, Kerth. Administración de Personal y Recursos Humanos.
4

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración.
2

CONTENIDO:

El trabajo esta conformado de la siguiente manera:

CAPITULO I: GENERALIDADES DE MERCADOS ROMI

Tema 1: Descripción de la Empresa y Situación Actual

Mercados Romi es una sociedad, cuyo Objetivo es la comercialización de productos perecederos y no perecederos, además de otros artículos, Papelería, aseo y aquellos necesarios en el hogar y sitios de trabajo.

Desde el año 1965 se dio comienzo a mercados Romi como empresa, se ha ido desarrollando, modernizando y creciendo hasta manejar hoy siete almacenes ubicados en diferentes puntos estratégicos de Bogotá: Galerías, Pasadena, Héroes, Cedritos, Marantá, Santa Barbara, Calle 146/Autonorte.

La compañía cuenta con más de 70 empleados distribuidos adecuadamente entre las oficinas y los puntos de ventas, de manera que se desarrollen satisfactoriamente las operaciones para responder al compromiso adquirido no solo con los clientes externos, sino con los proveedores, clientes internos e inversionistas de la empresa.

Organización: es una organización formal, donde la participación de sus miembros es consiente y planeada, además ha establecido una estructura definida en cuanto a asignación de funciones, relaciones de autoridad y responsabilidad.

Descripción de Funciones:

Junta de Socios: es el órgano supremo de la empresa, los cuales se encargan de la toma de decisiones para el desarrollo de la empresa.

Revisoría Fiscal: vela por los intereses, los integrantes son nombrados por la junta de socios. No cumplen labores administrativas sino de control.

Gerente General: es quien ejecuta las políticas de la junta. Planea, organiza, controla y ejecuta todas las actividades a desarrollar en la empresa.

Asesor Jurídico: colabora con todas las dependencias de la empresa en labores de contratación y asesoría.

Sugerente de Mercadeo: se encarga de todo lo relacionado con las compras, la publicidad y la venta de productos que ofrece la empresa.

Sugerente Administrativo: se encarga de la parte operativa, administra los recursos administrativos y financieros y en general es el responsable del buen funcionamiento de la empresa.

Sugerente de Sistemas: se encarga del procesamiento de datos, para proporcionar información precisa y oportuna.

Jefe Departamento Contable: maneja la parte contable de la empresa tales como: estados financieros, informes al Gerente general y a la junta de socios.

Jefe de compras: se encarga de las operaciones comerciales que tengan relación con la adquisición de productos y elementos que requiera la empresa.

Jefe departamento de personal: se encarga del manejo de personal, realiza la selección y capacitación de personal, contratos de trabajo y manejo de nominas.

Servicios Generales: se encarga de la atención tanto de empleados de la empresa como a los visitantes de la misma, brindando servicios como celaduría, aseo y cafetería.

Jefes de sección de puntos: deben elaborar y/o verificar la adecuada preparación de los productos de su sección para la venta.

Operarios auxiliares: desarrollan trabajos varios, como apoyo a los jefes de sección para la venta.

Políticas de Integración de Personal:

Es importante resaltar que mercados Romi, tiene preferencia por las personas ya empleadas que reúnan los requisitos para la ocupación de determinada vacante dentro de la empresa, de acuerdo a la política de promoción interna:

Reclutamiento: si dentro de la empresa nadie cubre el perfil de la vacante se recurre a personas externas, recomendadas por los mismos empleados.

Selección: una vez con la hoja de vida, se tienen en cuenta aspectos como: lugar de vivienda cercano o de fácil acceso al sitio de trabajo, experiencia laboral, pruebas sencillas de habilidad matemática, presentación personal y que tipo de obligaciones tiene.

Inducción: se somete a una orientación acerca de la función que deberá realizar.

Capacitación y desarrollo: los directivos prefieren que las personas se especialicen en su área de trabajo, dando lugar a la posibilidad de mejoramiento en su posición de la organización.

Tema 2: Análisis de la Estructura Organizacional Propuesta

Tipo de organización: mercados Romi se considera como una organización de tipo formal, por cuanto han sido determinadas funciones concretas a cada una de las personas que allí laboran y así mismo, estos papeles o funciones están dirigidos al cumplimiento de los objetivos que pretende alcanzar la empresa, teniendo en cuenta que los empleados también tienen objetivos que desean lograr.

De manera de staff se le agrega a la estructura funcional el departamento de calidad y servicio al cliente, el cual depende directamente del gerente general y promocionara información correcta a los demás departamentos.

Tema 3: Estructura Administrativa Propuesta para Mercados Romi.

Departamentalización: Esta oficina se le agrega al organigrama a manera de apoyo a los departamentos de línea, sin que ello se altere el agrupamiento preestablecido de las actividades de acuerdo con las funciones que se desarrollan dentro de la empresa.

Niveles de Comunicación: además de los niveles de comunicación se considera la existencia de la oficina de Calidad y Servicio al Cliente, se modifica el numero de estos niveles, en donde la estructura jerárquica se mantiene constante en cuanto a la parte funcional pero con siete niveles de autoridad y funcionalidad. Esta oficina no posee autonomía.

Ejecución: como etapa del proceso administrativo, permite a la empresa llevar a cabo las actividades necesarias para alcanzar los propósitos que han sido empleados durante la etapa de planeación. Para lograr la ejecución es importante contar con el recurso humano, que en muchas ocasiones ha sido considerado como un activo más que posee la empresa, aunque no siempre es valorado y dirigido como mérese serlo.

Pautas de influencia sobre el personal

La calidad del entorno laboral se ve terminada por la manera en que el personal juzga su actividad en la organización. Los esfuerzos para mejorar la vida laboral se lleva a cabo en la empresa para proporcionar a los empleados una oportunidad de mejorar sus puestos y su contribución a la misma, en un ambiente de mayor confianza y respeto.

Es vital que los directivos de la empresa sepan como dirigir a las personas y entender el factor humano en sus operaciones de modo que se alcancen los objetivos formulados. Para tal efecto se deberá manejar aspectos como la motivación, el liderazgo y la comunicación principalmente.

La Motivación: mediante de ella se pretende lograr la ejecución del trabajo determinando las razones por las cuales los empleados son productivos o lo que impulsa a la conducta de acción.

El Liderazgo: proporciona a los recursos humanos el dinamismo necesario para el cumplimiento de sus metas, dado que las personas generalmente siguen aquellos que les den la posibilidad de lograr sus propósitos y satisfacer sus necesidades.

La comunicación: es indispensable compartir información con otros miembros de la organización, teniendo en cuenta que la empresa es un equipo y todos los miembros necesitan saber lo que hace el grupo, con el fin de poder trabajar mejor en forma coordinada.

CAPITULO II: CONCEPTOS APLICABLES DE LA TEORIA DEL SERVICIO

Actualmente las empresas han reconocido la importancia de un elemento, sistema o técnica de competencia que le resulte efectivo, pues las personas no compran donde solo le ofrecen el producto que necesitan, donde este producto cumpla con determinadas condiciones de calidad y sobretodo donde se sienta a gusto por el trato y la atención que recibe al hacer sus compras.

Tema 1: Quien es el cliente que merece buen trato: es cliente es la persona que deposita su confianza en nuestra empresa, para elegir de nosotros los productos y servicios que anhela recibir. Es un ser humano que posee sentimientos, deseos expectativas y pensamientos que orientan sus acciones y le permite distinguir que le agrada y que no.

De acuerdo con el autor M.A Browner, acerca del cliente se ha acertado de que aquellas personas que son más que simples individuos que reciben el producto o servicio de nuestra empresa a cambiado, se presentan a continuación:

Un cliente es la persona más importante en un negocio.

Un cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos de el.

Un cliente no es una interrupción en nuestro trabajo, es él propósito mismo de nuestra labor.

A un cliente no le hacemos un favor atendiéndole, el favor nos lo hace él.

Un cliente es una parte de la empresa.

Un cliente no es una estadística fría sino una persona.

Un cliente no es alguien con quien establecemos un debate.

Un cliente es una persona que nos trae sus necesidades.

Un cliente es quien hace posible que recibamos un salario.

Un cliente es la vida de la empresa.

Tema 2: Proyección del Concepto de Servicio

La empresa durante su proceso de planeación de actividades, debe tener claro el concepto de servicio que pretende dar a conocer a sus clientes la manera como la empresa preferiría que sus clientes externos perciban el servicio.

El concepto de servicio no se trata de redactar un documento, se trata de realizar un cuidadoso diseño de ese servicio que pretende brindar, teniendo en cuenta los pequeños detalles como la ubicación geográfica, iluminación y ventilación, distribución conveniente de espacios, enceres adecuados, decoración apropiada y todos aquellos elementos que influyen en la prestación del servicio.

Tema 3: Percepción de los clientes

Los cliente sin proponersen critican hasta el más mínimo detalle, tienen la capacidad de percibir aspectos que concuerdan o chocan, con sus sentimientos, sus deseos o expectativas; es por esto que debe ponerse especial atención a cada idea, objeto o acción que vaya a estar dirigido a las personas, porque de la manera de cómo se les haga llegar, depende el concepto que tengan los clientes de nuestro negocio.

Tema 4: Creación de expectativas

Las expectativas de las personas son inducidas por diferentes aspectos como sus propias experiencias, por la atención que reciben las empresas, por comentarios de amigos o familiares. De hecho, en gran porcentaje tienen que ver las empresas dentro del proceso de formación de expectativas en los clientes, dado que estas pueden verse directamente e indirectamente influida por la publicidad y por otros factores que forman parte de la entidad.

Tema 5: Conquistar Clientes y Mantenerlos Cautivos

Atraer los clientes a la empresa no es solo cuestión de publicidad o sonrisas en la cara de los empleados. Cautivar clientes es un proceso complejo y largo que merece gran

dedicación y que al final produce resultados muy satisfactorios para quienes forman parte de la organización.

De la importancia que se le atribuya a la cultura de servicio dentro de la empresa, depende la cantidad de clientes que ingresan a ella y mantenerlos cautivos porque siempre van a preferirnos.

CAPITULO III: IMPORTANCIA DEL RECURSO HUMANO DENTRO DE LOS PROCESOS DE CALIDAD Y SERVICIO

Tema 1: Recurso Humano de una Empresa (Cliente Interno):

El recurso humano son las personas que día a día se entregan a sus actividades, se esfuerzan en mayor o menor medida por el cumplimiento de sus funciones, procura que lo que se ha planeado se lleve a cabo y son básicamente quienes trabajan para atender al cliente externo. Por esta razón es vital tener en cuenta que los colaboradores de la empresa deben ser motivo de atención para sus directivos, al saber que las personas suelen dar lo mismo que reciben.

Tema 2: Enfoque del servicio al cliente interno

Se habla del manejo y los beneficios con que deben contar los empleados como clientes de la empresa, por los cuales se ha de preocupar la gerencia y se empeñará en el diseño de técnicas y procedimientos concretos y adecuados que conduzcan a la capacitación y satisfacción de sus colaboradores, logrando así ejercer influencia positiva en sus actividades hacia el cliente externo.

Tema 3: La cultura Corporativa

para la creación y desarrollo de una cultura organizacional, intervienen distintos aspectos que uno a uno ejercen mayor o menor influencia dentro del proceso, pero no se le puede restar importancia estos aspectos son los siguientes:

Los fundadores: incorporan a la empresas sus iniciativas y principios.

Estilo de dirección: fija el tono de las interacciones entre los miembros de la organización.

Valores y creencias organizacionales: deben divulgar sus valores y ser consecuentes con ellos.

Autonomía individual: es el grado de responsabilidad, independencia y creatividad de los miembros de la organización.

Estructura organizacional

Sistema de apoyo: sistemas de apoyo entre los diferentes niveles de la institución.

Sistemas de reconocimientos y sanciones.

Estimulo al riesgo: es el entorno en el que se desenvuelve la empresa, las estrategias planeadas.

Talento humano: son las personas su nivel educativo, su experiencia, compromiso y pertenencia a la organización.

Tema 4: Pautas de influencia sobre el personal en mercados Romi: las personas son un recurso indispensable con el que cuenta la empresa; para alcanzar las metas que se han propuesto en la organización.

Los seres humanos requieren ser involucrados dentro de unas técnicas especiales, para que exista armonía en su interrelación, para ser orientados sus esfuerzos se hace referencia concretamente a técnicas de motivación, liderazgo y de comunicación.

CAPITULO IV: ANALISIS DE ENCUESTAS DE CALIDAD DEL SERVICIO EN MERCADOS ROMI.

Tema 1: Características Generalidades de la Encuesta

Para la realización de la encuesta fue realizado un cuestionario que permitiera calificar fácilmente los aspectos positivos y las deficiencias del actual servicio de mercados Romi y sus expectativas en cuanto a la creación de una oficina de calidad y servicio

Para la realización de la encuesta fue diseñado un cuestionario que permita calificar los aspectos positivos y las deficiencias del actual servicio y sus expectativas en cuanto a la creación de una oficina de calidad y servicio al cliente.

Tema 2: Diseño de la Muestra

La ejecución de la encuesta se realizo, considerando como unidad de análisis a los clientes externos, hombres y mujeres de edades entre veinte y los cincuenta años, cuyo nivel socioeconómico se ubica en los estratos cuatro y cinco.

Tema 3: Trabajo de Campo

Con el objeto de corroborar el adecuado diseño de la encuesta de calidad y servicio al cliente, se realizo un trabajo de campo o prueba previa a su aplicación a clientes externos. Dicha prueba fue aplicada a amigos y familiares del entrevistador, cuyo borrador permitió identificar errores de doble interpretación en algunas de las preguntas y disminuir el tiempo de duración de la encuesta. Corregidos los errores y dado el visto bueno, se procedió a la aplicación de la encuesta a los clientes externos

Tema 4: Análisis de resultados

Estos resultados fueron analizados empleando técnicas gráficas de estadística descriptiva, otorgando valores porcentuales a cada una de las variable.

Durante este estudio se analizaron en todos los supermercados aspectos como:

Presentación personal.

Evaluación del personal.

Instalaciones físicas.

Comodidad.
 Decoración.
 Productos que ofrece.
 Frescura de los productos (frutas y verduras).
 Consideración de la oficina de servicio al cliente.

CAPITULO V: PROGRAMA DE CALIDAD DEL SERVICIO EN MERCADOS ROMI

Para llevar a cabo un programa de calidad se debe tener en cuenta que además de una sincera intención de realizarlo, es necesario pensar en que tan preparada se encuentra la organización y conocer en cuales errores suelen incurrir las empresas, el buscar el mismo propósito, de manera que mercados Romi pueda preverlos en tiempo.

Hay que tener en claro que para la puesta en marcha de un programa de calidad, la empresa debe identificar su misión, visión y hacerla factor común en toda la organización, en donde se expanda la filosofía de servicio, haciendo parte de la Cultura corporativa. De esta manera es importante saber manejar el cambio en el ámbito interno de la empresa.

Tema 1: Necesidad de cambio en la empresa

Introducir un programa de calidad y servicio en la empresa, no es una tarea fácil. Requiere que todas las personas se involucren.

La empresa se debe encaminar hacia la excelencia del servicio, significa un cambio y significa que es necesario aprender a hacer de este cambio parte de su vida diaria; las nuevas actitudes y las nuevas maneras de hacer las cosas, han de ser la nueva manera de vivir en la empresa.

Tema 2: Errores frecuentes al realizar un programa de calidad:

La revolución del servicio hace una descripción de algunos errores más comunes que hacen fracasar el programa de calidad:

- Interpretar mal al cliente.
- Falta de un enfoque claro del negocio.
- Mensajes confusos a los empleados.
- Enseñar a sonreír.
- Atención efímera.

Tema 3: Factores indispensables para el mejoramiento del servicio en la empresa

Conducir la organización por los cambios del mejoramiento de la calidad y considerar la necesidad de brindar un buen servicio a los clientes, es una decisión que puede hacer que los gerentes que la tomen son los verdaderos gestores del éxito en la intención de propiciar el crecimiento de la organización.

En primer lugar es necesario que la organización cuente con un gran equipo ejecutivo a la cabeza, que este capacitado para hacer llegar a todo el personal la información pertinente al programa que se busca introducir.

En segundo lugar, es vital que mercados Romi viva en trono a una cultura positiva y firme, en cuanto mantenga vigentes en la mente de las personas, los valores y creencias que hacen posible una real preocupación por ofrecer un buen servicio.

Tema 4:Fases de un programa de calidad

Fase Uno: Entender Al Cliente

Toda empresa tiene relación con muchos clientes , son dos los tipos de clientes con los que a diario se involucra la organización:

Cliente externo: quienes adquieren los bienes o servicios que vende la empresa.

Cientes internos: son quienes están a disposición de las necesidades de los clientes que pagan.

Fase Dos: Clarificar La Estrategia Del Servicio

Para desarrollar un programa de calidad del servicio en la empresa en fundamental enfocar el rumbo a seguir para lograr finalmente el objetivo, entonces, se hace necesario establecer una estrategia de servicio con la cual se pretendería establecer una diferencia notable a los clientes, además de producir un impacto real sobre la forma en que se hacen las cosas dentro de la empresa.

La estrategia de servicio para mercados Romi debe ser producto del análisis de la investigación a los clientes, la consideración de otros aspectos relevantes de la empresa como los recursos con los que cuenta, la capacidad de compromiso y cumplimiento que pueda existir alrededor de la misma, y ha sido tenida muy en cuenta en la tarjeta de informes del cliente que realizo a partir de los resultados de las encuestas de los cliente.

Fase Tres: Educar La Organización

Para insertar una filosofía del servicio en mercados Romi se debe transmitir a toda la organización y en todos sus niveles jerárquicos, a quienes desempeñan todo tipo de función.

El programa de servicio de mercados Romi debe ser objeto de intereses de todos sus empleados, es por esto que dentro del desarrollo del mismo, es indispensable incluir una

etapa de capacitación y entrenamiento al personal, que permita comunicarles y convencerles de la importancia de la calidad del servicio.

Fase Cuatro: Poner En Marcha Mejoras Fundamentales

Lo ideal del programa de calidad del servicio, es que realmente llegue a formar parte de todas las personas de la empresa, que sea motivo de su interés y que deseen poner de su parte para hacer que todo salga bien ante los ojos del cliente. Para mantener en marcha el programa de calidad del servicio es necesario recurrir a diferentes formas de hacer partícipes a todas las personas de la organización y mantener vigente la idea de servicio.

Fase Cinco: Hacerlo Permanente

Lograr que el programa de calidad del servicio se prolongue por el resto de la vida de la organización, dejando de ser un programa y entrando a formar parte de la cotidianidad de la empresa, requiere una verdadera intención de un esfuerzo continuado, de paciencia y de tiempo.

Tema 5: Momentos de verdad de mercados Romi

Es un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y tiene una impresión sobre la calidad de su servicio. La empresa debe identificar y tener claridad sobre los momentos de verdad característicos de sus operaciones, pero también en cuenta que todos aquellos episodios relevantes no son hechos aislados, sino que forman parte de un conjunto notable a los ojos del cliente.

CAPITULO VI: DISEÑO DE UNA OFICINA DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE EN MERCADOS ROMI

Es necesario tener importancia de la necesidad actual de pensar en sus clientes como su única posibilidad de existencia, de ahí que se determine la urgencia de luchar y enfocar todas las actividades de la empresa, hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. Por lo anterior es justificable la idea de introducir en la estructura organizacional, un centro especializado de apoyo a la empresa en cuanto tiene que ver con todo aquello relacionado con los clientes y la manera como ellos perciben el servicio que les brinda la compañía día a día.

Tema 1: Definición del Departamento

En términos generales este departamento puede definirse como “un departamento no operado que concentra un conjunto de actividades no productivas desde el punto de vista de intercambio de recursos, que genera el proceso que soporta el control operacional de los departamentos operados”.

Tema 2: Estrategias

Introducir una base de datos de los clientes especiales de mercados Romi para establecer una mejor comunicación, dándoles a conocer más información de la empresa.

Generar y promover diferentes sistemas de información de los clientes para conocer como se esta percibiendo el servicio.

Crear una servilinea en donde se pueda expresar telefónicamente sus inquietudes y comentarios relacionados con el servicio.

Desarrollar programas de incentivos y reconocimientos al personal por acciones meritorias, en relación con una mejor prestación del servicio al cliente.

Tema 3: Política

Esta oficina esta dirigida a los procedimientos orientados al mejoramiento de la calidad en todos los aspectos, teniendo siempre como base el trabajo en equipo, donde se considere importante cada opinión o sugerencia de los empleados que contribuya a alcanzar los objetivos planeados.

Tema 4: Estructura organizacional

Esta oficina se condiciona a la estructura lineal funcional, como staff a toda la organización aunque sus funciones exijan establecer contacto con todas las personas de la empresa dicha oficina dependerá directamente del Gerente General.

Tema 5: Reclutamiento

Integrar a la empresa una persona adecuada para desempeñar la función de jefe de calidad y servicio, sería necesario recurrir a la publicación de avisos en dineros de alta circulación. De esta manera los interesados harán llegar sus hojas de vida a la empresa en la cual se podrá hacer una preselección de los posibles ocupantes al cargo.

Tema 6: Selección

Una vez clasificadas las hojas de vida, las empresas procederá a establecer contacto con aquellas personas, citándolas a una entrevista, de manera que se pueda conocer a los aspirantes, identificando en ellos las características y aptitudes necesarias para el buen desempeño de las funciones.

Tema 7: Inducción

Después de los procedimientos necesarios se toma la decisión de seleccionar al candidato más apto para el desempeño del puesto como jefe de calidad y servicio. Cuando esta persona ingresa a la organización, debe contar un ambiente agradable y ser objeto de programas, técnicas o instrumentos dirigidos a hacer posible una pronta y adecuada ubicación del nuevo funcionario.

Tema 8: Capacitación

El jefe de calidad y servicio debe ser objeto de programas de capacitación, de acuerdo a la función que desempeña. Entre mejor preparado, física e intelectualmente se encuentre una persona, mejores serán los resultados obtenidos en sus trabajos.

METODOLOGIA: investigación exploratoria que permite identificar elementos importantes de mercados Romi, como empresa y además, medir y evaluar aspectos claves relacionados con sus clientes. Los resultados obtenidos de las encuestas de calidad y servicio, fueron analizados empleando técnicas gráficas de estadística descriptiva.

CONCLUSIONES: De las 9 conclusiones se extraen la siguientes:

Los cambios a realizar en Mercados Romi han de tener alguna base teórica que da a conocer a los directivos, pautas que resalten la importancia de dichas transformaciones en sus actividades, pues aunque se tiene un concepto generalizado de los clientes, es necesario comprender lo que en realidad significan ellos para la empresa y lo que supone la prestación de un buen servicio, para hacerse merecedora de su confianza y su fidelidad.

Los directivos de mercados Romi han de ser conscientes que, para el logro de sus objetivos necesita y tiene a su disposición uno de los recursos más importantes su personal.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta por 15 autores, tratando temas como: servicio, calidad, administración, gestión en las empresas y administración de recursos humanos.

ANEXOS:

Anexo 1: Encuesta Calidad y Servicio al Cliente Mercados Romi.

RAAS: *Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.*

AUTOR : Gutiérrez, Camacho Sandra Patricia
Mendoza, Zuluoga Gloria Beatriz
Rodríguez, Cifuentes Arcelia Elvira.

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1996, 122 páginas, 13 textos bibliográficos, 17 conclusiones, 8 anexos.

PALABRAS CLAVES : Aeronáutica, Residuos, Manejo de bolsas, servicio, mantenimiento.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad evaluar y realizar una propuesta de mejoramiento del manejo del servicio de residuos sólidos en el Aeropuerto Internacional El Dorado.

FUENTES : El trabajo presenta doce pie de página de los cuales se destacan :

- OTERO, Luis Ramón. Residuos Sólidos Urbanos. España. 6
- Leyendas del Dorado. Colombia 2
- Fundación Social. Programa de Reciclaje. 1

CONTENIDO : El Aeropuerto el Dorado de Bogotá, ha sido cuestionado por estamentos gubernamentales de control sanitario y por los medios de comunicación, por las deficiencias sanitarias en cuanto al manejo de residuos sólidos, alimenticios, combustibles entre otros, los cuales han incidido en la imagen de todo el país.

I. OBJETIVOS

Tema 1 : Objetivos Específicos.

- Conocer las distintas áreas del manejo del servicio de residuos sólidos en el Aeropuerto Internacional el Dorado.
- Identificar las áreas funcionales y la eficacia de la prestación del servicio en el manejo de residuos sólidos en el Aeropuerto.

- Elaborar un diagnóstico sobre el manejo del servicio de residuos sólidos en el Aeropuerto Internacional El Dorado.
- Identificar las necesidades de recursos para el manejo del servicio de residuos sólidos en el Aeropuerto.
- Diseñar una propuesta de mejoramiento en el servicio del manejo de residuos sólidos que presta el Aeropuerto Internacional El Dorado.

II. UNIDAD ADMINISTRATIVA DE AERONAUTICA CIVIL.

Tema 1 : La Organización Internacional de Aviación Civil.

Desde los comienzos de la actividad aeronáutica algunos organismos internacionales públicos y privados dedicados a estudiar y reglamentar algunos tratados y normas de menor alcance sobre materias de aeronavegación, dándose origen a la Organización Internacional de Aviación Civil, OACI como un mecanismo más eficaz de cooperación en lo referente a herramientas técnicas y jurídicas de regulación de la actividad aérea ya que está, por la importancia que había adquirido tenía gran significación para la conservación o alteración de la paz mundial. Los objetivos principales de la OACI son entre otros :

- Lograr el desarrollo seguro y ordenado de la aviación civil.
- Fomentar las técnicas de diseño y manejo de aeronaves para fines pacíficos.
- Evitar el despilfarro económico producido por la excesiva competencia.
- Promover la seguridad de vuelo en la navegación aérea internacional.
- Estimular el desarrollo de aerovías, aeropuertos e instalaciones y servicios de aeronavegación.
- Satisfacer las necesidades de los pueblos del mundo respecto a un transporte aéreo seguro, eficaz y económico.

Colombia es miembro de la OACI desde su fundación.

Tema 2 : Decreto 2724 del 31 de diciembre de 1993.

“por el cual se modifica la Estructura de la Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil y se determinan sus funciones.”

Naturaleza Jurídica : La Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil, AEROCIVIL, es una entidad especializada, de carácter técnico adscrita al Ministerio de Transporte, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente.

Jurisdicción y Competencia : La Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil es la autoridad en materia aeronáutica en todo el territorio nacional y la compete regular, administrar, vigilar y controlar el uso del espacio aéreo colombiano por parte de la

aviación civil, y coordinar las relaciones de ésta con la aviación de Estado, formulando y desarrollando los planes, estrategias, políticas, normas y procedimientos sobre la materia.

Objetivo de la Aerocivil : Tiene como objetivo garantizar el desarrollo de la aviación civil y de la administración del espacio aéreo en condiciones de seguridad y eficiencia, en concordancia con las políticas, planes y programas gubernamentales en materia económico - social y de relaciones internacionales.

Ingresos y Patrimonio : Constituyen ingresos y patrimonio de la Aerocivil :

- Los aportes del Presupuesto Nacional.
- Los bienes que posee el Departamento Administrativo de Aeronáutica civil y el Fondo Aeronáutico Nacional, y los que adquiera a cualquier título.
- Los bienes que reciba a título de donación.
- Las sumas, valores o bienes que la unidad reciba por la prestación de servicios de cualquier naturaleza.
- Las sumas, valores o bienes que la unidad reciba por la enajenación o arrendamiento de cualquiera de los bienes de su propiedad o de los que administre en nombre de la Nación.

Funciones de la Aerocivil :

- Coordinar con el Ministerio de Transporte, la definición de las políticas y planes generales del transporte aéreo dentro del plan global del transporte.
- Diseñar y dirigir las políticas y planes particulares sobre el transporte aéreo y buscar el desarrollo aeronáutico y aeroportuario del país.
- Dirigir, organizar, coordinar, regular, supervisar y asistir la navegación aérea que se desarrolle en el espacio aéreo sometido a la soberanía nacional.
- Prestar los servicios aeronáuticos necesarios para garantizar la operación segura y eficaz del transporte aéreo y ejercer vigilancia sobre su cumplimiento.
- Ejecutar las actividades necesarias para conformar, mantener, administrar, operar y vigilar la infraestructura aeronáutica que sea de su competencia.
- Propiciar la participación regional y los esquemas mixtos en la administración Aeroportuaria.
- Expedir, modificar y mantener el manual de reglamentos aeronáuticos conforme al desarrollo del transporte aéreo.

Tema 3 : Resolución 002 del 31 de enero de 1994.

“Por la cual se señalan las divisiones de la Dirección Aeroportuaria de la ciudad de Bogotá y de la Dirección Regional Aeronáutica de la ciudad de Bogotá, como áreas de organización de trabajo y se distribuyen las funciones de las mismas.”

Jurisdicción y Competencia : la Dirección Aeroportuaria de Bogotá, será la competente de administrar y prestar los servicios de pista, plataforma y terminal en el Aeropuerto Internacional El Dorado.

Estructura : Las formas de organización de la Dirección Aeroportuaria de Bogotá, son las siguientes :

- Despacho de la Dirección Aeroportuaria.
- División de Infraestructura.
- División Operativa.
- División de Seguridad Aeroportuaria.
- División Administrativa
- División Financiera.

Tema 4 : Divisiones de la Dirección Regional Aeronáutica de Bogotá.

Jurisdicción y Competencia : Será la competente para coordinar la prestación de los servicios de aeronavegación y mantener su infraestructura en los departamentos de Cundinamarca, Huila, Tolima, Boyacá, Caquetá, Amazonas y Putumayo.

Estructura : Las formas de organización de la Dirección Regional Aeronáutica de Bogotá son las siguientes :

- Despacho de la Dirección Aeronáutica.
- División de Aeronavegación.
- División de Soporte Técnico
- División Administrativa.

III. AEROPUERTO INTERNACIONAL EL DORADO.

Tema 1 : Creación del Aeropuerto.

En diciembre de 1959, la historia de la aviación colombiana abrió un nuevo capítulo que preparó a Colombia para recibir una nueva década sin imaginarse de la revolución técnica, especialmente aérea, que vivía el mundo de la post guerra..

Para la construcción del Dorado se utilizaron materiales y mano de obra nacional en un porcentaje equivalente al 95%, aspecto que era poco usual en esta época, lo cual fue motivo de reconocimiento para la Empresa Colombiana de Aeródromos, ya que pudo concluir exitosamente la construcción del aeropuerto.

Construido el Dorado, se instalaron inicialmente cinco compañías nacionales y seis extranjeras.

La primera aerolínea en arribar a El Dorado procedente del exterior fue Air France. El primer vuelo internacional partió de París llevando a bordo la bandera del aeropuerto de Orly, al igual que otros obsequios que fueron entregados por la aerolínea al alcalde de Bogotá, Juan Pablo Llinás, como homenaje a la apertura del nuevo terminal aéreo colombiano.

En el costado norte del muelle nacional fueron adjudicadas varias concesiones para la prestación de múltiples servicios que proporcionaban a los pasajeros y visitantes infinidad

de alternativas para satisfacer cualquier necesidad mientras aguardaban la salida de vuelos, especialmente aquellos de conexiones internacionales.

Tema 2 : Evolución y Desarrollo.

Catorce años después (1959 - 1973), trabajaban en El Dorado unas 2500 personas en las cuales se confundían toda suerte de oficios. Todos ellos tenían un solo objetivo : brindar una estupenda atención a los transeúntes de las calles de El Dorado.

Al inaugurarse el aeropuerto eran doce las compañías aéreas que realizaban sus operaciones desde allí. Catorce años mas tarde la cifra se elevó a 26 : 12 nacionales y 14 internacionales que tejían la mas completa red de rutas para satisfacer a los turistas y también a los siempre exigentes a afanados hombres de negocios.

En 1973, el Dorado moviliza casi tres millones de pasajeros al año, los cuales llevaban consigo 5 millones de maletas. Consumía tanta energía y agua y en su interior se cruzaban, diariamente, 50 mil llamadas telefónicas.

El aeropuerto el Dorado tenía en un comienzo :

Extensión :	690 fanegadas
Subsuelo :	presenta una capa vegetal (tierra negra) menor de un metro, debajo de la cual sigue una espesa zona de greda húmeda que llega hasta 100 metros de profundidad.
Coordenadas de Pista :	Latitud 4 42' 20" Norte Longitud 74 06' 32" Oeste
Altura :	2.546,5 metros sobre el nivel del mar
Presión Atmosférica :	571 mm
Temperatura Media :	13.6 C
Humedad Relativa :	78%
Longitud de pista :	3.800 m.
Ancho de pista :	48.80 m.
Zonas de Seguridad :	135 m.
Orientación Cabeceras :	1 - 2 y 3 - 0

IV. MANEJO DEL SERVICIO DE RESIDUOS SOLIDOS.

Tema 1 : Definición de Servicio.

Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.

Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una persona ofrece a otra, que es esencialmente intangible y no tiene como resultado la propiedad de nada. Su producción puede o no estar relacionada con un producto físico.

El propósito del servicio es generar satisfacciones y contribuir a un alto nivel de bienestar a la gente, la creación y mantenimiento de estas relaciones positivas y constructivas de bienestar requiere un cambio de mentalidad, que en la medida en que el logro de ese objetivo, se sume en forma constante con todos los clientes y en todo momento, las posibilidades de satisfacción se están multiplicando, pero su poder multiplicativo parece aumentar cuando se trata de insatisfacción de este.

Los servicios tienen cuatro características que deben considerarse al diseñar programas de mercadeo :

Intangibilidad : Los servicios son intangibles. No pueden ser vistos, degustados, sentidos y oídos antes de comprarse.

Inseparabilidad : Los bienes físicos se producen, después se almacenan, más tarde se venden y mucho más tarde se consumen, pero los servicios primero se venden, después se producen, y al mismo tiempo se consumen, por eso son inseparables de quien los proporciona.

Variabilidad : Los servicios son muy variables ; su calidad depende del proveedor y de cuándo, donde y como lo hace.

Caducidad : Los servicios son perecederos, no pueden ser almacenados para usarlos o venderlos posteriormente.

Es importante resaltar que el aspecto fundamental de operativizar un adecuado procedimiento de manejo de residuos sólidos, no es simplemente cumplir con una disposición legal, sino garantizar unas óptimas condiciones sanitarias y ambientales que aseguren el bienestar de todos los trabajadores en el aeropuerto y del país en general.

La protección ambiental es una de las tareas en que esta empeñada la sociedad contemporánea. Su objetivo es detener el progresivo deterioro del medio en que vivimos.

La Organización Colombiana de Desechos OCDE define a los residuos sólidos como aquellas materias generadas en las actividades de producción y consumo que no alcanzan, en el contexto en que son producidas, ningún valor económico ; ello puede ser debido tanto a la falta de tecnología adecuada para su aprovechamiento, como a la inexistencia de un mercado para los productos recuperados.

Tema 2 : Clasificación Física.

La clasificación de los residuos sólidos es relativa a la naturaleza de su origen y al lugar donde se producen. Físicamente estos residuos se clasifican en :

- Elementos Sólidos Orgánicos : Desechos de frutas, verduras, animales, etc. de fácil descomposición, perecederos y susceptibles de generar focos de infección o contaminación.
- Elementos Sólidos Inorgánicos : Desechos de papel, vidrio, plástico, cartón, metales, etc, de estructura físico - química mas estable.

Tema 3 : Producción de Residuos.

Los residuos dependiendo de la actividad y lugar donde se realicen, así :

DE CONSUMO.

- Domiciliario : Resulta de hábitos y necesidades relacionadas con la vivienda.
- Servicios sociales con Espacios Públicos : Las vías, parques, estaciones de transporte, mercados y áreas de recreación, cultura, deporte y otras actividades sociales externas.

DE PRODUCCION.

- Industrial : Subproducto de los procesos de producción.
- Comercial : Resultado del sistema de protección, manipulación y promoción del manejo de mercancías.
- Institucional y del Servicios : Resultado de actividades burocráticas y de prestación de servicios públicos y privados en áreas abiertas (educación, salud, servicios institucionales, profesionales (oficinas públicas, hoteles, restaurantes, etc.), bancarios).

Tema 4 : Características de los Residuos Sólidos.

La generación de los residuos sólidos inorgánicos se consideran dentro de las disposiciones vigentes como un sistema abierto, pero en realidad opera de manera asistemática, en tanto que las materias se toman del medio, procesan y elaboran aleatoriamente para obtener insumos que retornan parcialmente al sistema productivo, con lagunas de sus características modificadas.

Con excepción de algunos sobrantes industriales que tienen un ciclo propio de recuperación, los residuos sólidos inorgánicos se generan como un subproducto de las prácticas sociales generadoras de basuras, con lo cual se desarrolla un proceso de contaminación de materias recuperables, y se crea una multiplicidad de procesos de

recolección, cargue, descargue, transporte, almacenamientos, antes de su posible recuperación, beneficio, aprovechamiento y transformación.

Existen cuatro características de los residuos sólidos a la hora de tomar decisiones para establecer el sistema de tratamiento y eliminación mas adecuado.

- La densidad, debido al carácter heterogéneo de los distintos componentes de los residuos, puede variar entre el 110 y 200 Kg/m³.
- La cantidad de agua que contienen los residuos sólidos tienen una gran influencia sobre el poder calorífico útil de estos, así como en la transformación biológica de sus materias fermentables.
- Son muy variables los factores que inciden en el porcentaje de agua contenida en los residuos sólidos : contenido en orgánicos, climatología, forma en que se presentan y procedencia.
- La relación carbono - nitrógeno, es un índice de gran importancia en los procesos de compostaje e indica la capacidad mineralizadora anual del nitrógeno. El intervalo óptimo para los procesos de transformación biológica se estima entre los 20 y 35, pues para valores inferiores, la pérdida de nitrógeno en forma de amoniaco gaseoso es tan elevada que el compostaje de esta materia orgánica carece de interés.

Tema 5 : La Gestión de los Residuos Sólidos.

Las gestión de los residuos sólidos es el conjunto de operaciones encaminadas a dar a los residuos producidos en una zona el destino global mas adecuado desde el punto de vista ambiental y especialmente en la vertiente sanitaria, de acuerdo con sus características, volumen, procedencia, costo de tratamiento, posibilidades de recuperación y de comercialización.

La gestión de los residuos comprende las fases de recogida, transporte y tratamiento de los mismos.

- **RECOGIDA Y TRANSPORTE:** Comprende el conjunto de operaciones de carga - transporte - descarga desde que los residuos son presentados hasta que son descargados, bien directamente en los puntos de tratamiento o en plantas de transferencia, estima necesaria la instalación de plantas de transferencia cuando se genera una cantidad de residuos importantes y la distancia de transporte de los residuos al centro de tratamiento es superior a 15 - 20 Km.
- **TRATAMIENTO:** Se entiende por tratamiento de residuos el conjunto de operaciones encaminadas a su eliminación o el aprovechamiento de los recursos contenidos en

ellos. Los sistemas actualmente mas utilizados son: el vertido controlado, la incineración, el reciclado y el compostaje.

Vertido Controlado: Consiste en la colocación de los residuos sobre el terreno extendiéndolo en capas de poco espesor y compactándolos para disminuir su volumen. Así mismo, se realiza su cubrición diaria con material adecuado para minimizar los riesgos de contaminación ambiental y para favorecer la transformación biológica de los materiales fermentables.

Los vertederos controlados presentan frente a otros sistemas de tratamiento las siguientes ventajas:

- ✓ Fácil implantación
- ✓ Costos reducidos de instalación y funcionamiento
- ✓ Capacidad de absorber variaciones de producción
- ✓ Escaso impacto ambiental cuando su proyecto y gestión son correctos
- ✓ Posibilidad de utilización, una vez clausurado, como campo de deportes.

Como inconvenientes se pueden considerar:

- ✓ La imposibilidad de aprovechamiento de los recursos contenidos en los residuos
- ✓ La necesidad de grandes superficies de terreno
- ✓ Su ubicación alejada de los núcleos urbanos con el consiguiente encarecimiento del transporte de los residuos.

Incineración: Es un proceso de combustión controlada que transforma la fracción orgánica de los residuos sólidos en materias inertes (cenizas) y gases. No es un sistema de eliminación total, pues genera cenizas, escorias y gases, pero determina una importante reducción de peso y volumen de los residuos originales.

La utilización del sistema de incineración para tratar los residuos sólidos presenta las siguientes ventajas:

- ✓ Escasa utilización de terrenos
- ✓ Posibilidad de implantación
- ✓ Puede tratarse cualquier tipo de residuos si su poder calorífico es adecuado
- ✓ Puede adecuarse para la eliminación de fangos de aguas residuales
- ✓ Existe la posibilidad, para plantas de gran cantidad de recuperación de energía.

Sin embargo existen también una serie de inconvenientes que generalmente son de tipo económico:

- ✓ Inversión alta de ella instalación
- ✓ Costos operacionales elevados
- ✓ Exposición a paros o averías, por lo que precisan un sistema alternativo
- ✓ Técnica de explotación muy especializada

Reciclado : Es un proceso que tiene por objeto la recuperación de forma directa o indirecta de los componentes que contienen los residuos.

Este sistema de tratamiento viene impuesto por el nuevo concepto de gestión de los residuos sólidos que deben tender a lograr los siguientes objetivos :

- ✓ Conservación o ahorro de energía
- ✓ Conservación o ahorro de recursos naturales
- ✓ Disminución del volumen de residuos que hay que eliminar
- ✓ Protección del medio ambiente.

Compostaje : Es un proceso de descomposición biológica, por vía aeróbica, de la materia orgánica contenida en los residuos sólidos en condiciones controladas. Las bacterias actuantes son termofilicas, desarrollándose el proceso a temperaturas comprendidas entre 50 y 70 C, lo que produce la eliminación de los gérmenes patógenos y la inocuidad del producto.

El proceso lleva consigo la separación manual o mecanizada de la mayor parte de los metales, vidrio y plásticos. La fermentación puede ser natural (al aire libre) o acelerada (en digestores). En el primer caso tiene una duración de tres meses y de quince días en el segundo.

V. DIAGNOSTICO DEL ESTADO ACTUAL DEL MANEJO DE RESIDUOS SOLIDOS

ZONA	EMPRESA	N. CANECAS	CANTIDAD (Gls)	OTROS EN MENOR CANTIDAD
Terminal Simón Bolívar	Aerorepública Adm. Terminal y air. Cleaner Cessna Air Colombia Saep	6 y 8 4 y6 6 y8 8	330 y 550 220 y 330 330 y 440 440	Madera
Suroriente de la pista	Satena Intercontinental Helicol Ciac	10 a 13	550 a 715	Chatarra Residuos dispersos
Helipuerto	Aerol. Surameric. Helicol Aerotaca Policía Nal. Central Charter	25 4 2 8 6	1375 220 110 440 330	Madera Madera
Carga Occidental	Aeroservicios	6	330	Madera
al Occidente	Aeroexpreso y B.P.			

del Río Bogotá	exploration	10	550	
	Avioelectrónica	6 a 8	330 a 440	
	Aviorreparación	6	330	
	Hangar Colomb.	4	220	
	Aeroservicios	4	220	
Sur Muelle	Ofc. Aeronáutica	4	220	
Inernacional	Carpintería	6 a 8	330 a 440	
Parte Oriental	Bodega	10	550	
Areas Externas	Policía Nal.	8 y 10	440 y 550	

Tema 1 : Manejo de Bolsas.

Las empresas no aplican las normas establecidas por la Unidad Especial de Aeronáutica Civil en cuanto al manejo de bolsas.

Actualmente las empresas utilizan bolsas negras para residuos inorgánicos y orgánicos que se producen en las zonas interior y exterior del Aeropuerto Internacional El Dorado, bolsas rojas o transparentes para la producción de residuos orgánicos e inorgánicos de vuelos internacionales y bolsas transparentes para residuos orgánicos e inorgánicos de vuelos nacionales.

Tema 2 : Recolección, transporte y Disposición Final de los Residuos Sólidos.

El proceso de recolección, transporte y disposición final de los residuos en el Aeropuerto es realizado por ECSA, Empresa Comercial de Servicios de Aseo, a través de un contratista llamado LIME.

La recolección se realiza de lunes a sábado entre las 7:00 a.m. y las 11 :00 a.m. la empresa LIME no presta el servicio los domingos porque este es realizado con personal y equipo del Aeropuerto, haciendo este proceso deficiente por falta de recurso humano y técnico.

Luego de ser recogidos los residuo son transportados al relleno sanitario de doña juana para su disposición final, pero sin ningún control.

Tema 3 : Centros de Disposición de Residuos Sólidos.

En el Aeropuerto existen centros intermedios de acopio por medio de cajas estacionarias optimizando tiempo a cada empresa a excepción de aquellas que se encuentran cerca de la zona de carga y mantenimiento de aviones que utilizan canecas de cincuenta y cinco galones dificultando el proceso de recolección y manejo de residuos sólidos, formando botaderos públicos sin ningún tipo de control.

Este centro es estratégico para cada empresa por su accesibilidad para el manejo de sus residuos, que luego son llevados por medio de un tractor al Centro de Disposición Final de éstos.

Este centro de disposición final es recientemente construido, consistente en una área de 450 metros cuadrados, de los cuales 180 metros son cubiertos. Toda el área tiene el piso de concreto, instalación hidráulica, suficiente iluminación, pero no es adecuado, porque es una estructura con acceso al público que no optimiza tiempo, ya que a cada una de las empresas le queda muy distante para transportar sus residuos sólidos.

Tema 4 : Volumen y Caracterización de los Residuos Sólidos.

Mediante muestreos realizados, se observaron los siguientes promedios : volumen total diario (sin compactar) 75 m³, Densidad : 120 Kg/ m³, peso total : 11 toneladas estas evaluaciones se hicieron semanalmente durante un mes, para verificar las modificaciones que se presentan de acuerdo al tiempo o situación, es decir, días ordinarios, fines de semana, temporada alta y baja.

Tema 5 : Equipos y Maquinaria.

El equipo utilizado por la aerocivil para la recolección de residuos sólidos es :

- Carro compactador con capacidad de 7 toneladas
- Volqueta de 5 metros cúbicos de capacidad
- Máquina barredora de pista.
- Cajas contenedoras de 1.5 metro cúbicos de capacidad.
- Un Ampli - Roll con capacidad de 12 metros.

Tema 6 : Personal.

El equipo humano esta conformado por un coordinador administrativo de servicios generales y nueve operarios distribuidos así : dos en centro de disposición final, uno en el incinerador, un conductor, uno en el terminal de carga nacional y uno en el de carga internacional, uno en rampa y uno en bodega de carga nacional y otro en el internacional.

VI. DESCRIPCION DE RESULTADOS.

El análisis de la información se hizo mediante la concentración de datos en cuadros, gráficas y datos correlacionados.

VII. ANALISIS Y EVALUACION DE RESULTADOS.

Tema 1 : Análisis de resultados del Usuario.

El aspecto del Aeropuerto Internacional El Dorado es bueno, el 67% de los pasajeros lo creen así, regular en un 40% para los empleados de la Aeronáutica Civil y un 45% para

locales comerciales, lo cual indica que su apariencia ha mejorado en las áreas públicas pero existen deficiencias en su organización interna.

La ubicación general de las canecas no es el adecuado según podemos observar en un 55% de los empleados de la Aerocivil y un 50% de los locales comerciales mientras que para pasajeros es buena en un 51%, lo cual indica que falta una mayor cantidad y una mejor distribución.

La clasificación de los residuos no se lleva a cabo, según se puede comprobar el 87% de pasajeros y el 80% de los empleados de la Aerocivil y locales comerciales, por falta de elementos para tal fin, educación y control de la Aerocivil.

En general los usuarios no hacen reclamos porque piensan que pueden ser indiferentes o no se les dará la importancia que merecen, según podemos observar el 51% de pasajeros y el 17% de los establecimientos comerciales no hacen reclamos a la empresa prestadora de este servicio. Aunque el 32% de los empleados de la Aerocivil algunas veces son atendidas sus quejas.

Las herramientas de trabajo no son adecuadas ni suficientes por la falta de actualización y tecnología para optimizar tiempo y prestar un servicio con mayor rapidez, reduciendo así el personal y contribuyendo a la disminución de costos, según lo demuestran las encuestas en un 36%, de pasajeros y un 55% de los empleados de la Aerocivil y establecimientos comerciales.

Tema 2 : Análisis de los resultados del Personal Directo del Servicio.

A las diferentes empresas se les aplicó un número determinado de encuestas obteniendo así diversos porcentajes.

Las herramientas de trabajo son adecuadas y suficientes según la mayoría de ellas empresas, aunque es deficiente en Serdan y en la Aeronáutica Civil y regular en Desacol y Sai por falta de organización.

VIII. PROPUESTA TECNICA PARA LA OPTIMIZACION DEL SERVICIO DEL MANEJO DE RESIDUOS SOLIDOS.

La meta de la educación ambiental es mejorar el uso de los recursos naturales y reducir los daños del medio ambiente. Procura :

- Fomentar la conciencia del valor de los recursos naturales y los procesos ecológicos que lo mantienen.
- Mostrar a la población qué es lo que amenaza el bienestar del medio ambiente y cómo pueden contribuir a mejorarlo.
- Alentar a la población a hacer lo necesario para mejorar el manejo del medio ambiente.

Tema 1 : Zonificación del Aeropuerto para el Manejo de Residuos Sólidos.

1. Zona de aviación general (hangares) : papel, plástico, chatarra, llantas y madera.
2. Puente aéreo y zonas de mantenimiento de Avianca.
3. Terminal de carga : Plásticos, papel y madera.
4. Muelle nacional e internacional : plásticos, papel, alimentos, latas y vidrios.
5. Zonas exteriores : Plásticos, latas y papel.
6. Zonas interiores : plástico y papel.

Tema 2 : Manejo de Bolsas.

las bolsas plásticas que se deben manejar para empacar los residuos deben ser de polipropileno, de 2 milímetros de calibre y con una capacidad de 20 Kg, para que resistan el peso o los químicos o sustancias generadas por la degradación.

Las bolsas deben estar siempre cerradas, siguiendo las normas establecidas por la Aeronáutica Civil.

Tema 3 : Transporte.

El transporte de residuos sólidos, desde el avión o desde cualquier dependencia del aeropuerto, deberá efectuarse en vehículos cerrados por parte de la Aeronáutica Civil al centro de disposición final y reciclaje.

Tema 4 : Almacenamiento.

Al llegar los vehículos recolectores con los residuos los depositarán en las zonas de descargue donde los operarios tendrán funciones diferente ; se tendrá la separación de residuos reciclables que serán colocados y transportados por la rampa siendo seleccionados por operarios encargados de cada clase de residuos. Posteriormente se colocarán en los contenedores correspondientes para su pesaje y comercialización. En caso especial que se acumule material ya reciclado este será ubicado en el depósito para una comercialización posterior.

Tema 5 : Personal.

El personal de la Aeronáutica encargada del manejo de residuos sólidos, deberá estar debidamente capacitado, uniformado y contar con los elementos indispensables y adecuados, esto facilitará su identificación y conllevará a lograr la eficacia y eficiencia en el servicio.

Tema 6 : Horario de Operación.

El horario establecido para el manejo adecuado de los residuos deberá ser :

cada 6 horas pasará un carro recogiendo los residuos producidos en los hangares.

Cada 3 horas pasará un carro recogiendo residuos de las empresas que prestan servicios en el aeropuerto.

METODOLOGIA : La recopilación de información por medio de cuestionarios, busca definir problemas en la gestión de servicio, lo cual hace que el estudio planteado sea de tipo exploratorio.

CONCLUSIONES : De las dieciséis conclusiones se destacan :

- Limpieza constante de las áreas donde están ubicadas tanto las empresas como los contenedores.
- Hacer uso correcto y obligatorio de las bolsas teniendo en cuenta la clase de vuelo y el tipo de residuo sólido.

BIBLIOGRAFIA : Trece textos bibliográficos de temas relacionados con : Química ambiental, calidad, servicio reciclaje, mercadeo, disposición de residuos.

ANEXOS : De los ocho anexos destacamos :

ANEXO 1 : Encuesta al personal directo
 ANEXO 2 : Encuesta al usuario
 ANEXO 3 : Planilla de control y mantenimiento de maquinaria y equipo
 ANEXO 4 : Planilla de control de transporte
 ANEXO 5 : Proceso de flujo de Residuos actual
 ANEXO 6 : Proceso de flujo de Residuos propuesto
 ANEXO 7 : Planilla de control de mantenimiento diario de maquinaria y equipo
 ANEXO 8 : Ilustraciones fotográficas de Maquinarias y Equipos.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

AUTOR: JARAMILLO B, Ana María.

PUBLICACIÓN : Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de instituciones de servicios, Bogotá, 1996. P.P. 114. Anexos 7, Pie de pagina 35.

PALABRAS

CLAVES: LIDERAZGO, MOTIVACIÓN, TRABAJO EN EQUIPO, TOMA DE DECISIONES, COMPROMISO.

DESCRIPCIÓN: El trabajo de grado tiene como finalidad de diseñar un plan de formación integral dirigido al personal femenino que labora en Hoteles Barranquilla, a partir del estudio de sus necesidades de formación e identificar los requerimientos de las empresas en las que trabajan, con el fin de contribuir a su desarrollo personal y a un mejor desempeño.

FUENTES: Las autoras no hacen referencia de 35 pie de paginas, de los cuales se destacan:

ARMSTRONG, Michael. La Gerencia de Recursos Humanos	19
CASARES, A, David. Planeación de la Vida y Carrera.	5

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido de la siguiente manera:

INTRODUCCIÓN:

Es urgente a todo nivel rescatar los valores en la sociedad, y en gran parte de la vida de las personas transcurre en su lugar de trabajo. Por eso es quizás este sitio y no otro el propicio para despertar valores o rescatarlos, proporcionando ideas claras y oportunidades de crecimiento a las que se llegará con constancia, con repetición y con ejercicios.

Gran tarea de aportación a las sociedades corresponde a las instituciones, con mayor propiedad a aquellas de servicio, aspecto que intrínsecamente exige en el hombre valores humanos.

Una educación desde la cuna hasta la tumba, inconforme y reflexiva, que nos inspire un nuevo modo de pensar y nos incite a descubrir quiénes somos en una sociedad que se quiera más a si misma.

El tema de este trabajo de grado se encuadra dentro de la teoría de la Gerencia de Recursos Humanos como parte de lo que comprende la Cultura Corporativa.

Hay que advertir que el interés en la cultura corporativa se debe en parte a los especialistas en Conducta Organizacional, pero fundamentalmente es el resultado de

estudios empíricos de los factores que hacen el éxito corporativo. La Gerencia de Recursos Humanos “Es un enfoque estratégico de la consecución, la motivación, el desarrollo y la gerencia de los recursos humanos de la organización. Está destinada a configurar una cultura corporativa apropiada y a introducir programas que reflejen y respalden los valores esenciales de la empresa y que aseguren su éxito”.

CAPITULO I: ASPECTOS METODOLOGICOS DEL TRABAJO

Tema 1: Problema:

Se hará un plan de formación integral para el personal femenino del área hotelera de la ciudad de Barranquilla, a partir de la idiosincrasia de su gente?.

Tema 2: Justificación

La capacitación como tal abarca aspectos y temas diversos por aprender y desarrollar. Presenta distintas finalidades: adquirir mayor conocimiento, desarrollar destrezas específicas y habilidades.

La formación se encuadra especialmente dentro del objetivo de desarrollar y mejorar actitudes, maneras de ser, asumir comportamientos, etc.

Un programa de formación que se oriente hacia las necesidades de desarrollo interno de las personas, complementa el aprendizaje de habilidades y destrezas que brinda la capacitación.

En Barranquilla, como en otras ciudades del país, se advierte un interés cada vez mayor por la capacitación, pero {esta generalmente se encuentra localizada hacia los niveles de alta dirección y gerencia media. No sucede lo mismo con el personal operativo, y menos se tiene en cuenta la formación humana integral, posiblemente por falta de comprensión de lo que representa ésta para ellos y para la organización, por falta de interés en esta área, o por la carencia de propuestas o programas para desarrollarla.

Los resultados de este trabajo se concretarán en el diseño de un Plan de Formación que tendrá aplicación en los hoteles de la Zona Atlántica Colombiana a través de PRODECOSTA, entidad que está interesada en ofrecer a los empresarios alternativas que sirvan de soporte a los esfuerzos de formación anteriormente citados.

Tema 3: Marco de Referencia

La primera parte hace referencia a la importancia de la persona a lo largo de la historia ya que ha sido un mundo difícilmente intangible, real y conceptualmente en la sociedad, en el trabajo y en el ámbito familiar. Consecuentemente el trato que se ha dado no ha sido siempre digno de ella. Han tenido que pasar muchos siglos para que en el ámbito empresarial la persona ocupe el lugar que le corresponde respecto al producto, las utilidades, al posicionamiento en el mercado, al poder etc.

La Gerencia de los Recursos humanos ha sido una elaboración de sucesivos estudios que fueron aportando a estas teoría elementos enriquecidos y humanitarios para llegar a fraguarse como tal. Tiene sus raíces en pensadores como: Peter Druker y Douglas McGregor, en la década del 50, Herberg, Maslow, Likert y Argyrisen del movimiento de la ciencia del comportamiento, en el decenio de los 60; y Bennis con el movimiento de desarrollo organizacional en la década de los 60 y 70.

Duker en el libro (The Practice Of Management), invento la Administración por Objetivos. “Una Gerencia efectiva tiene que dirigir la visión y el esfuerzo de todos los gerentes hacia una meta en común”. Este es su gran aporte, el concepto de liderazgo visionario, orientado hacia las metas, fundamental para la gerencia de Recursos Humanos.

Douglas McGregor en conformidad con Peter Druker disienta el comportamiento formalista de la Gerencia de Personal: cimentada en actitudes y convicciones con respecto a las personas. Consideraba esencial lograr que las políticas y programas ideados para sus empleados estén estructurados dentro de los objetivos y planes estratégicos de la empresa y pensaba que lo ideal es tener como propósito conseguir la participación de todos en el logro de estos objetivos y planes.

Estos dos escritores fundaron el Movimiento de la Ciencia del Comportamiento.

Las ideas de este movimiento dieron origen al Movimiento del Desarrollo Organizacional, sintetizada por Bennis en tres puntos:

Un nuevo concepto del hombre, basado en un mayor conocimiento de sus necesidades complejas y cambiantes, que reemplaza una idea del hombre extremadamente simplificada, inocente y mecánica.

Un nuevo concepto del poder, basado en la colaboración y en la razón, que reemplaza un modelo de poder en la corrección y amenaza.

Un nuevo concepto de los valores organizacionales, basados en ideas humanísticas y democráticas, que reemplaza el sistema mecanicista de valores de la burocracia.

Marco Conceptual: se precisa en este apartado el significado con que se emplearán a lo largo del trabajo los siguientes conceptos:

Persona: todo ser dotado de inteligencia, libertad, y voluntad. Por ser espiritual también es responsable.

Capacitación: es la acción sobre alguien para hacerlo apto, proporcionándole conocimientos, destrezas y habilidades para algo.

Formación: acción y efecto de formar, educar, adiestrar. Este concepto presenta dos elementos: una causa eficiente o sujeto activo con capacidad o potencialidad de una operación constructiva y un elemento paciente o sujeto pasivo, receptivo. Es decir tiene capacidad de obrar un cambio positivo en él mismo y dejar que otros obren en él.

Formación Integral: es aquella formación que abarca todas las facetas del saber: el hombre, su mundo y su trascendencia.

A lo largo de todo trabajo al hacer uso de este concepto, se quiere hacer referencia a lo expuesto como fin en la definición de este termino: suscitar valores y moldear con esto la personalidad, proporcionándole un recto criterio estimativo.

Servicio: producto intangible que se ofrece a todas las organizaciones una actividad primordial, en las cuales se identifica la actitud de quien lo presta.

Marco Demográfico: En el análisis del país y su gente que Gabriel García Márquez hizo al hacer entrega al Presidente de la Introducción al informe de la Misión de Ciencia, Educación y Desarrollo, de la Comisión de Sabios en 1994 describe con crudeza algunos rasgos que en el pueblo Colombiano, durante siglos de historia, fueron forjando su identidad. Rasgos que llevaban nuestros antepasados en su sangre.

Tema 4: Tipo de Estudio

Se trata de reconocer minuciosamente el grado de formación que tienen las personas que actualmente trabajan operativamente en lo hoteles de Barranquilla. Se analizan las fortalezas y debilidades, los intereses, las opiniones, las necesidades de estas personas en diferentes ámbitos, buscando determinar el estado en que se encuentran frente a su trabajo, y sus deseos de mejorar la calidad de este. Esta investigación pretende identificar la relación existente entre la actitud del trabajo y la calidad en que se desarrolla.

Tema 5: Población

La población está circunscrita a doscientas mujeres que se desempeñan en el nivel operativo, en los tres mejores de Barranquilla.

Tema 6: Muestra

La muestra se determinó mediante un proceso estadístico aleatorio estratificado en dos niveles: operativo (camareras, lencería, servicio de alimentos, valette), y operativo medio (supervisoras, personal de caja, de recepción) para trabajar con el 20% de la población.

Tema 7: Herramientas Utilizadas para la Recolección de la Información

Se utilizaron tres tipo de formularios: uno para jefes de departamento, con el fin de explotar sobre las fortalezas personales que debe tener para trabajar con excelencia en una institución de servicios. Otros dos que se aplicaron al personal objeto de estudio del nivel operativo. En la elaboración de los cuestionarios se tuvo en cuenta:

Que el objetivo de estos no sería medir el hotel en particular para hacer un diagnostico, ni tampoco una critica de los hoteles en Barranquilla. El objetivo sería el estudio de las necesidades de las personas como fundamento del plan de formación que se propondría.

Que las preguntas fueran positivas.

Que se hicieran de tal manera que las opciones quedaran de la misma extensión.

Que quedara establecida en cada pregunta una escala para poder medir el grado de formación.

Tema 8: Alcance y Limitaciones

Para poner en practica este plan se tendrán que atravesar las siguientes etapas:

Propuesta del plan de formación.

Diseño del programa de formación y medidas de aseguramiento.

Aplicación

Construcción de un modelo.

Otras entidades como PRODECOSTA se encargarán de terminar este proceso, aplicando los programas y haciendo un seguimiento, para lograr eficiencia en las instituciones Hotelera en Barranquilla.

CAPITULO II: ASPECTOS BASICOS A TENER PRESENTES EN UN PLAN DE FORMACIÓN INTEGRAL

Tema 1: Comunicación: ya que es el proceso más importante de la interacción del ser humano.

No simplemente es transferir y recibir mensajes de un emisor a un receptor y al contrario, es la transmisión de ideas, sentimientos y experiencias que han ido moldeando las actitudes, conocimientos y conductas ante la vida, para forjar una cultura en las familias y en las corporaciones, en las naciones y en la sociedad en general.

Tema 2: Autoestima

Consiste en el correcto conocimiento y aprecio que cada persona tiene a cerca de si misma y de su capacidad para participar eficazmente en la sociedad. Los sentimientos de inferioridad y la falta de confianza propia son inicios del modo de reaccionar de una persona desadaptada. La falta de Autoestima se concentra en el rendimiento de las tareas que se competen argumentando falta de capacidad para ellas; o por el contrario, apariencia o exceso de confianza en lo que es capaz de hacer.

Tema 3: Asertividad:

Es tener una comunicación ideal, balanceada entre la firmeza con que se quiere transmitir el mensaje y el respeto por los deseos, pensamientos y necesidades de los demás. La Asertividad se basa en el respeto incondicional del derecho que cada persona tiene de controlar y dirigir su propia vida.

Tema 5: Liderazgo

Es una persona con ciertas cualidades de personalidad y carácter que son apropiadas para la situación y están apoyadas por un grado de conocimientos técnicos aplicables y experiencias, la cual es capaz de ejercer las funciones necesarias para guiar y motivar a un grupo hacia la mejor realización de su propósito.

El líder debe tener cualidades las cuales son indispensables como: decisión, integridad, entusiasmo, imaginación, disposición para trabajar duro, capacidad analítica, comprensión de los demás, capacidad de captar las oportunidades, capacidad de responder a situaciones desagradables, capacidad de adaptarse rápidamente al cambio, disposición a asumir riesgos, audacia y tenacidad.

Las funciones del liderazgo pueden clasificarse así:

Planeación: tener una visión del futuro y transmite aquello en lo que cree su equipo.

Organización: el líder como ejecutivo determina los objetivos del grupo y lo instruye, dándole el porque, mostrándole que la tarea vale la pena, decide como se deben alcanzar sus fines, dirige y coordina las actividades del mismo para alcanzarlos.

Dirección: como cabeza y canal de comunicación da causa a la información aclara la tarea y el plan, transmite la importancia de llevarlo a cabo. Da nueva información al grupo cuando sea necesario. Elimina al incompetente después de hacer varios esfuerzos de retroalimentación.

Control: debe controlar las relaciones de grupo influye en las formas en que sus miembros trabajan conjuntamente. Lograr la efectividad en los propósitos de grupo. Proveedor de retribuciones y sanciones (tiene el poder de recompensar y aplicar sanciones). Es el símbolo del grupo

Tema 6: Trabajo en Equipo:

Es un trabajo de varias personas para comprometerse a un logro. Las características que debe tener el equipo:

La tarea de grupo debe ser bien entendida y aceptada por los miembros. De vez en cuando estos participarán en la discusión de la tarea de tal manera que los capacita para comprometerse en su logro.

Deben existir claras responsabilidades de grupo, asignadas y aceptadas.

Debe haber suficiente debate en el que todos participen, sin salirse del tema.

Los miembros deben escucharse unos a otros.

Resolver los desacuerdos abiertamente.

El líder del grupo no debe ejercer un dominio excesivo.

Tema 7: Toma de Decisiones

De la toma de decisiones adecuadas depende el éxito o el fracaso. El hombre necesita tomar decisiones y al mismo tiempo tiene una serie de limitaciones para tomarlas. La falta de experiencia o información son limitaciones para decidir libremente. Las decisiones se deben tomar de acuerdo con las fuentes de información a cerca de ellas, sin importar que posición ocupen dichas fuentes en el organigrama.

Tema 8: Motivación

Se refiere a lo que se hace que la gente actúe o se comporte de determinada manera. Motivar a las personas es señalarles una cierta dirección y dar los pasos que sean necesarios para asegurar que lleguen. La motivación organizacional consiste en mantener culturas y valores corporativos que conduzcan a un alto desempeño.

Haciendo una síntesis de cómo manejar la motivación organizacional ante las diferentes necesidades del individuo, podemos decir que:

Hay que acentuar los factores de respuesta a las necesidades, que producen satisfacción en el individuo, más que tratar a toda costa de evitar los que producen insatisfacción.

Es necesario fomentar en mayor proporción los elementos satisfactorios propios del trabajo, que aquellos que provienen de lo externo a él.

Hay que tener en cuenta también las necesidades del grupo y del trabajo mismo, que también pueden representar para el individuo una gran motivación

La gente trabajará duro si cree en la misión de la compañía y puede identificarse con sus valores, sus fines y actividades; trabajara aún más duro si siente que el logro de los resultados que la compañía quiere.

Algunos métodos de motivación son:

- Utilizar el dinero como una retribución y un incentivo.

- Hacer explícitos los requerimientos: la motivación no es solo cuestión de ofrecer retribuciones e incentivos. La gente tiene que saber lo que se espera que haga y que le pasará si no lo hace. Necesita tener claro su papel, los objetivos que tiene que alcanzar y los estándares de desempeño y de conducta requeridos.

- Desarrollar el sentido de compromiso. Las personas deben estar comprometidas con los objetivos.

- Motivar a través del trabajo mismo.

- Retribuir y reconocer el logro.

- Ejercer liderazgo.

- Crear trabajo en equipo.

- Entrenar y formar ala gente.

- Eliminar los factores negativos.

- No apresurarse a sacar conclusiones si un grupo actúa de determinada manera, hay que pensar en las diversas necesidades.

Tema 9: Actitud

Cada persona es responsable de su propia conducta, lo cual significa que debe tomar las riendas de su vida y de su relación con las demás personas. También es la manera como

uno se ve a sí mismo. La actitud positiva lleva a desplegar todo el potencial de la personalidad, a ser una persona creativa, a transmitir entusiasmo. Actitud ante el cambio, es posible responder ante las nuevas exigencias y estar preparado para reorganizarse.

El cambio siempre va con nosotros pero no siempre es bien acogido pues la resistencia al cambio es natural. Esta se puede atribuir:

Al Habito, a la presión subjetiva de la experiencia, al conformismo, a la amenaza, al mal entendimiento y a la diferencia de percepciones.

Tema 10: Compromiso y Sentido de Pertenencia

Un estilo de gerencia tendiente a ser democrático, reflejado, cordial, informal y abierto, es más probable que estimule el compromiso y la cooperación. Pero ello no significa que no deba ser estricto y directo siempre que la ocasión lo demande: siempre tiene que ser decisivo.

Los valores arraigan en toda la organización solo si se cree en ellos, se actúa sobre ellos y se persiguen incesantemente. La responsabilidad de presentarlos debe partir de la cima, pero también que ser compartidos por todos los gerentes y supervisores.

Los principales factores que afectan el compromiso son:

El Medio: la cultura y los valores organizacionales estimulan o desmotivado a los ganadores.

El Individuo: el grado de compromiso de un individuo se verá afectado por la forma sea dirigido o motivado.

Es necesario un esfuerzo consciente de los niveles más altos de la organización para elevar el nivel de compromiso, por medio de: Comunicaciones, Participación, Ideas de los empleados, Entrenamiento, Sistema de remuneración y Atención a los empleados.

CAPITULO III: ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Tema 1: Personal Directivo

Del personal directivo se arrojaron las siguientes fortalezas para personas que trabajan en instituciones de servicio:

Calidad Humana.

Sinceridad.

Objetivos claros.

Metas en la Vida.

Que sean conscientes de sus debilidades profesionales y personales.

Que tengan una vida familiar bien conformada.

Que tengan tranquilidad.

Tema 2: Nivel Operativo

Conocimiento propio

(Se juzgó como verdadero conocimiento propio poder enumerar con claridad y rapidez por lo menos tres fortalezas y tres debilidades).

Ninguna de estas personas se conoce verdaderamente. Sin embargo todas tienen interés por aprender a conocerse y les parece útil.

Aprovechamiento de experiencias:

Gran parte de las mujeres del nivel operativo al llegar a un nuevo trabajo preguntan cómo se hace, para lograr desarrollarlo de la forma establecida, empero otro porcentaje igual no se asesora, vienen con planes preconcebidos o lo comienzan a hacer como quizá lo han hecho siempre, siguiendo una rutina.

Avidez por aprender:

La avidez por aprender es grande. Es gente es muy receptiva; la mayoría pone en práctica lo que aprende rápidamente.

Autoestima:

En la mayoría de estas mujeres hay una actitud positiva ante los errores: los enfrentan (c y d); sin embargo entre éstas es muy baja la proporción que aprende de ellos.

Del análisis de este aspecto se podría concluir que es necesario ayudar a mejorar la autoestima para conseguir con asertividad una óptima comunicación.

Actualidad:

Este tema es un indicio del sentido de la realidad con que trabajan estas personas.

Saber cuánto cuesta una escoba, el jabón que se emplea en el lavado de las sábanas, el cuchillo con que se pica la cebolla, puede parecer insignificante; sin embargo hace que las personas valoren sus instrumentos de trabajo, y cuando está unido al sentido de Pertenencia a la Institución, hace que las cosas se cuiden, se les de buen uso, con mesura, sin despilfarrarlas.

Aunque la mayoría de mujeres es consciente del valor del instrumento que más usa, es alto el porcentaje que no lo es.

Constancia:

El 66,67% acaban siempre lo que empiezan, antes de comenzar otra cosa En estos trabajos que en su mayoría son manuales, las personas adquieren rutinas supervisadas que contribuyen a fomentarles esta virtud.

Actitud ante el trabajo:

La mayoría de estas mujeres respondieron que el trabajo les da oportunidad de participar en la sociedad, crecer y desarrollarse.

Sin embargo durante el desarrollo del cuestionario salió a relucir la finalidad que tiene esa mayoría en su trabajo: buscar perfeccionarse, escalar humana, laboral y socialmente. No obstante (muy unido a las características descritas en el capítulo de la idiosincrasia del pueblo barranquillero), esa visión no tiene el alcance de la perfección del propio trabajo.

Actitud ante el cambio:

Habitualmente se les ocurren ideas, y la actitud ante éstas es muy variada (cfr. No 21): en igual proporción desechan las ideas creativas propias, las ponen en práctica sin comunicarlas, o después de ensayarlas las transmiten si resultan útiles. Se podría calificar la actitud de todas en general como mediocre, aunque las otras preguntas (27, 32D) confirman que prima la actitud abierta ante el cambio.

Trabajo en equipo:

La mayoría se siente parte integrante de un equipo. Sin embargo sería bueno impartir formación en este sentido puesto que el porcentaje de quienes no se consideren equipo es considerable.

Además por lo que se percibe en las respuestas de la pregunta 30 y el diálogo desarrollado, se puede inferir que no saben el comportamiento ideal de un equipo, ni lo que lleva consigo ser parte de él.

Del nivel operativo se establecieron las siguientes cualidades:

- Conocimiento propio
- Aprovechamiento de experiencias
- Ganas de aprender.
- Liderazgo
- Asertividad
- Autoestima alta
- Actualidad.
- Constancia.
- Actitud ante el cambio.
- Trabajo en equipo.
- Sentido de pertenencia.
- Motivación
- Actitud ante las dificultades.
- Apertura.
- Capacidad de decisión
- Planeación del trabajo

Manejo del tiempo.

CAPITULO IV: PROPUESTA DE UN PLAN DE FORMACIÓN

Una vez elaborado el trabajo exploratorio y habiendo detectado una serie de fallas de formación en las mujeres que se desempeñan en estas labores, contando con la unidad substancial que hay en la persona, se puede deducir: que será muy conveniente para su desarrollo implementar una serie de programas en torno a las áreas estudiadas y que tendrán incidencia directa en su desempeño laboral.

RECOMENDACIONES: Para la elaboración de planes es necesario saber:

El grado de responsabilidad con que se emprende y se sigue el camino trazado es el índice de respeto, cariño y serenidad que se tiene para consigo mismo.

El análisis del liderazgo nos dice exactamente como se logra.

Un líder debe tener cierto grado de conocimientos profesionales o técnicos. Además el liderazgo reclama la comprensión de la persona y de aquello que las motiva.

Buena comunicación en el ámbito personal, grupal y organizacional.

PROGRAMA PARA DESARROLLAR EL PLAN DE FORMACIÓN

Los resultados obtenidos en esta investigación se concretan en el diseño de un plan de formación para el personal objeto a estudio, que se podrá desarrollar siguiendo el siguiente programa:

Objetivo general

Objetivos específicos.

Establecer las personas a las que va dirigido.

Tiempo de duración. (Horario).

Contenido: se desarrollara la teoría expuesta en el trabajo de grado.

Talleres de auto desarrollo.

Metodología.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta por 20 autores, tratando temas como: Servicio, liderazgo, capacitación de personal, Recursos Humanos, comunicación interna.

ANEXOS: lista de anexos

Anexo A: Exploración a jefes de departamento

Anexo B: Cuestionario para el personal de nivel operativo.

Anexo C: Cuestionario para el personal de nivel operativo medio.

Anexo D: Resultados del cuestionario aplicado al personal operativo.

Anexo E: Resultados del cuestionario aplicados al personal medio operativo.

Anexo F: Talleres complementarios a los seminarios

Anexo G: Cuadro General.

RAAS: *Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.*

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 106

TITULO: ANALISIS DEL MERCADO PARA LA ESPECIALIZACION EN GERENCIA DEL SERVICIO EN LA UNIVERSIDAD DE LA SABANA EN SANTAFE DE BOGOTA.

AUTOR: JIMENEZ R; Isabel. RAMIREZ DE V, Neyla.

PUBLICACIÓN : Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Bienestar, Bogotá, 1996. P.P. 36. Anexos 4, cuadros 2, gráficas 26, no tiene pie de pagina.

PALABRAS

CLAVES: POBLACION, EMPRESAS, PROFESIONALES DE PREGRADO, TRABAJO DE CAMPO, GERENCIA DEL SERVICIO.

DESCRIPCIÓN: Determinar si las empresas de diferentes sectores económicos de la ciudad de Santafé de Bogotá tienen necesidad de profesionales especializados en Gerencia del Servicio. Determinar los requerimientos académicos para el programa de especialización en gerencia del servicio.

FUENTES: Las autoras no presentan pie de paginas.

CONTENIDO:

Este trabajo esta distribuido de la siguiente manera:

INTRODUCCION

La investigación de mercados y los tipos de herramientas fundamentales en las empresas productoras de bienes a partir de la década de los 80s, en el sector de servicio. Este trabajo esta realizado para un sector concreto de la economía del servicio, como es la educación, ampliando los conocimientos de mercadotecnia adquiridos a lo largo de la carrera con el fin de determinar si es o no pertinente que la universidad de la Sabana ponga en funcionamiento el programa de especialización en gerencia del servicio.

CAPITULO I: REVICIÓN DE LITERATURA

Mediante el desarrollo de la investigación de mercados ha contribuido también al crecimiento de las empresas y los avances de las comunicaciones y el transporte. Es innegable que en las profesiones orientadas al servicio se presenta un constante crecimiento que hace necesario poner a disposición las técnicas y herramientas que han sido validas por otras disciplinas. Para el caso de esta investigación se busca establecer si existe o no la necesidad de ampliar la cobertura del servicio educativo de la universidad de la Sabana, diseñando un programa nuevo de especialización en Gerencia del Servicio, se ha seguido el proceso que se viene utilizando para el lanzamiento de un producto nuevo y que para l caso se concreta en las siguientes etapas:

Identificación mediante la técnica de la encuesta de las necesidades que tiene el segmento de mercado constituido por profesionales de Pregrado y empresas de Santafé de Bogotá interesadas en la vinculación de los especialistas para su mejor desarrollo.

A partir de los resultados del trabajo de campo desarrollar el diseño curricular, con contenidos que respondan a las necesidades del mercado.

Dar a conocer el programa a través de diversos medios de publicidad.

Implantar el programa y evaluar constantemente los resultados para mantenerlo actualiza de acuerdo a los avances del conocimiento y las necesidades del país.

Tema 1: Marco Legal

La educación esta consagrada en el articulo 67 de la Constitución Política de Colombia promulgada en 1991 como un derecho de todos los Colombianos y la ley 115 o ley General de Educación, promulgada el 8 de febrero de 1994 en su articulo 2 define la educación como “un servicio” que comprende el conjunto de normas jurídicas, los programas curriculares, la educación por niveles y grados en todas las modalidades, junto con los recursos humanos, metodológicos, materiales, administrativos y financieros que se han de articular para alcanzar los fines que propone el articulo 5 de la misma ley y que están orientados al desarrollo integral de la persona, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes.

El consejo superior de la Universidad de la Sabana, haciendo uso de sus derechos que le confiere la ley 30 de 1992, emitió la resolución 378 del 15 de Diciembre de 1994, según la cual se aprobó la ampliación del plan de estudios a diez semestres y el cambias el título al de Administrador de Instituciones de Servicio, con el cual continúa desarrollando su actividad académica y es ente responsable de la ejecución de los resultados que se deriven de esta investigación.

CAPITULO II: LA ESTRATEGIA METODOLOGICA

Tema 1: Problema

Se pretende determinar si las empresas de diferentes sectores económicos de la ciudad de Santafé de Bogotá tienen necesidad de profesionales especializados en Gerencia del Servicio.

Tema 2: Justificación

A las puertas del siglo XIX se vislumbra en el mundo una clara tendencia a profundizar en todas las áreas del conocimiento, produciendo significativos avances en la ciencia y la tecnología, que permitirán una mayor atención a las crecientes necesidades del género humano.

Desde 1985 como una alternativa de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas inicio actividades académicas el programa de Administración de Instituciones de Servicio para formar hombres y mujeres con un perfil profesional, fundamentado en los valores éticos, con amplios conocimientos administrativos, científicos y técnicos que les permiten innovar, diseñar, dirigir, valorar, rediseñar y liderar procesos de las empresas para orientarlos hacia la satisfacción de las necesidades de los clientes, mediante la utilización de las herramientas de la teoría del servicio.

Tema 2: clase de Estudio

Esta investigación es de tipo exploratorio, en el cual no es de rigor la formulación de hipótesis, se utilizan para la recolección de la información métodos suaves como la entrevista y permitir tener información necesaria y suficiente para enfocar el problema analizarlo y tomar decisiones pertinentes.

Tema 3: Población

La población objeto de la investigación esta constituida por dos segmentos de mercado bien orientados entre si, pero que interactúen en la producción de bienes y servicios en la ciudad de Santafé de Bogotá.

Tema 4: Muestra:

Dada la magnitud de la población objeto de la investigación y con el fin de obtener una muestra representativa, se ha considerado pertinente obtener por separado una muestra del 10% de cada uno de los segmentos que conforma la población.

Tema 5: Instrumentos de recolección de la Información

Cuestionarios para profesionales de Pregrado, cuestionario de entrevista estructurada para personal de nivel directivo de las organizaciones.

Tema 6: Trabajo de Campo

Aplicación de 10 encuestas en cada uno de los segmentos con el fin de validar la información.

Tema 7: Manejo de la Información

Tabulación simple de los resultados de las encuestas, diseño de gráfico de resultados y su análisis y cruce de resultados de los segmentos de la población.

CAPITULO III: RESPUESTAS DE LOS PROFESIONALES DE PREGRADO

Tema 1: Resultados

Esta parte se refiere a las respuestas de los profesionales de Pregrado ya que estas personas que respondieron la encuesta se encuentran vinculados laboralmente en 14 sectores de la producción de bienes y servicios. También se tiene en cuenta las respuestas del personal directivo de las empresas para también relacionar su punto de vista en este estudio, considerando una pequeña minoría que no es necesaria la Gerencia del Servicio, pero si la concepción clara de lo que es el servicio para la empresa.

Tema 2: Respuestas del Personal Directivo de las Empresas

Empresa: se logro contactar a profesionales de 19 disciplinas que se desempeñan en los niveles gerenciales de 47 empresas productoras de bienes y servicios en la ciudad de Santafe de Bogotá. A quienes se les entrevisto para conocer su punto de vista:

Una gran mayoría de los encuestados afirma que la cultura organizacional de su empresa si esta orientada al servicio porque este es un factor competitivo necesario para la supervivencia de la empresa, es la base de la venta y le permite a la organización responder mejor a las necesidades y expectativas del cliente.

Los directivos entrevistados afirman que el especialista en gerencia del servicio ha de tener como componentes de su perfil profesional los siguientes elementos:

Buen administrador, con visión de futuro, creativo, con responsabilidad y compromiso, conocedor de la problemática nacional y mundial, habilidad para resolver conflictos, ser un líder con actitud de servicio gran calidad humana y profesional.

Las asignaturas del plan de estudio que los directivos sugieren son en su orden:

Administración, servicio, calidad, ética, recursos humanos, expresión oral y escrita, personal, informática, etiqueta y protocolo y finanzas.

Una parte del mercado empresarial mostró interés en capacitar a su personal directivo en Gerencia del servicio, lo cual constituye para los ejecutores del programa un mercado potencial.

Tema 3: Cruce de Información:

Hay un alto grado de coherencia entre la necesidad del sector empresarial de tener en sus organizaciones especialistas en Gerencia del servicio como funcionario fundamental para el diseño y orientación de sus procesos hacia el mejoramiento continuo y la tendencia de los profesionales hacia el estudio de esta especialización, lo cual permite

afirmar que el programa objeto de la investigación vendrá a dar respuesta a una necesidad tanto del sector empresarial como de los profesionales de Santafé de Bogotá.

Una parte muy importante del sector empresarial afirma haber encontrado dificultad para implementar en su organización la gerencia del servicio por la falta de personal capacitado.

El estudio presentó un alto grado de coherencia entre los beneficios que esta especialización aportará a los profesionales en el mejoramiento de sus oportunidades laborales, como a las empresas donde una parte importante considera una prioridad tener entre sus funcionarios a este especialista.

CONCLUSIONES:

De las 7 conclusiones se extraen las siguientes:

La especialización en Gerencia del Servicio es una necesidad prioritaria para las empresas de diversos sectores económicos de Santafé de Bogotá.

Existen en las empresas de diversos sectores económicos de Bogotá grandes oportunidades de desempeño laboral para los especialistas en Gerencia Del Servicio.

La mayoría de los profesionales de Pregrado encuestados están interesados en realizar estudios de Pos-grado, y una parte muy importante de ellos muestra marcada preferencia por estudios en Gerencia del Servicio.

METODOLOGIA: Este trabajo se desarrollo utilizando una investigación exploratoria.

BIBLIOGRAFIA: la bibliografía esta compuesta por 5 autores, tratando temas como: servicio, marketing de servicios, metodología de la investigación, investigación de mercados.

ANEXOS: lista de anexos:

Anexo 1: Directorio de profesionales encuestados.

Anexo 2: Clasificación de las empresas encuestados según sector de la economía.

Anexo 3: Cuestionario para profesionales de Pregrado.

Anexo 4: Cuestionario para Empresas.

RAAS: *Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.*

TITULO : Propuesta para la creación del Departamento de Servicio al Cliente Interno y Externo en la compañía World Courier de Colombia S.A.

AUTOR : Benavides, Camargo Catalina.

PUBLICACION : Trabajo de grado, Administración de Instituciones de Servicio, 1996, 117 páginas, 14 bibliografías, 15 pie de página, 5 conclusiones, 9 figuras y 17 cuadros.

PALABRAS

CLAVES : Servicio al cliente, estrategias, cliente interno externo, planeación.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad promover la creación del departamento de servicio al cliente en la compañía World Courier de Colombia S.A., a fin de percibir cuales son los requerimientos por parte de los clientes.

FUENTES : Los principales documentos o fuentes de información para la elaboración de este trabajo fueron :

- ALBRECHT, Karl y BRADFORD, Lawrence J. La Excelencia en el Servicio. 3
- SERNA, Gómez Humberto, mercadeo corporativo. El servicio al cliente interno. 3
- BERNARD. KATZ. Como gerenciar el Servicio al cliente. 2

CONTENIDO : Este trabajo de grado resume la importancia del servicio al cliente en los negocios altamente competitivos, dando la oportunidad a las diferentes empresas de comprender mejor, la necesidad de mantener su calidad del servicio.

La calidad en el servicio al cliente, es el resultado de las acciones y el comportamiento humano, solo la gente preparada, motivada, actualizada, incentivada y protegida realiza bien su trabajo y puede de esta forma desarrollar la calidad.

Por lo anteriormente mencionado este trabajo de grado explica y determina las diferentes concepciones de dirección que permiten que el cliente externo se sienta satisfecho.

I. RESEÑA HISTORICA DE WORLD COURIER.

Es la primera transportadora mundial de documentación urgente y material crítico. Fue fundada en 1969. Desde el inicio de la compañía, la política fue concentrarse en la obtención de los niveles mas altos de rendimiento. El éxito de World Courier ha consistido en hacer sus entregas internacionales con mas rapidez, más fiabilidad y más seguridad que cualquier otra empresa courier internacional, uno de los factores que mas han influenciado en el éxito de la compañía es que se ha tratado se promocionar a través de los medios de publicidad masivos como la prensa y la radio, el nombre y los servicios que ofrece la compañía, con el fin de lograr una buena imagen y una identificación por parte de los usuarios.

Tema 1. Objetivo de World Courier de Colombia S.A.

Ofrecer un servicio de excelente calidad que suplan las expectativas del cliente interno y externo, mediante un compromiso total, reflejo del desarrollo constante en los sistemas y procedimientos establecidos ; producto de una cultura única basada en valores, creencias y comportamientos los cuales persiguen un mayor nivel de eficacia.

Fortalezas : Posicionamiento y criterio, servicio estándar, trabajo neto mundial, base del cliente leal, objetivo de ventas y marketing, motivación de empleados, productividad.

Amenazas : Cambios en la estructura económica del país, factor político, social y cultural, fuerte competencia basada en la calidad del servicio y los precios bajos.

Debilidades : Complacencia, localización de agentes en el crecimiento del mercado, falta de publicidad y promoción de los servicios en los diversos medios de comunicación.

Oportunidades : consolidación de industria hacia grandes operadores, mayores potencias para no - documentos, servicio 24 horas, expansión doméstica, servicios internacionales el mismo día, nueva tecnología y sistematización.

Tema 2. Estructura Organizacional.

El tipo de estructura que se aplica en el organigrama es lineo - funcional - staff. Las ventajas que ofrece este tipo de estructura es mayor facilidad en la toma de decisiones y en la ejecución de las mismas, no hay conflicto de autoridad, mayor especialización, entre otras.

Servicios que ofrece : Servicio Corpac, Servicio Premium, Servicio industrial, servicio airis.

2. QUES ES LA MENSAJERIA ESPECIALIZADA.

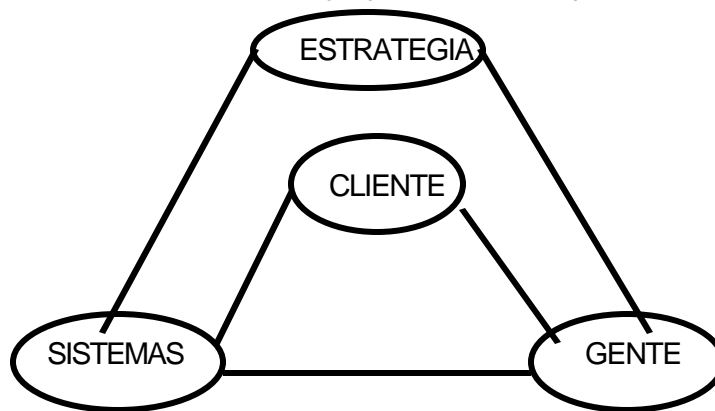
La mensajería especializada es un servicio de un fuerte sistema empresarial de transporte y comunicación que ha recibido el nombre genérico de COURIER. Nace con la necesidad

de empresarios, bancarios y comerciantes de entregar y recibir en forma extra rápida objetos y documentos urgentes que deben estar en su destino en tiempos determinados.

Tema 1. Servicio.

Se define como un producto intangible cuyo valor añadido solo se reconoce cuando se recibe. Las características de los servicios es que son : intangibles, no hay producción del servicio sin la participación del cliente, son intensivas en personalidad, se centra en satisfacer todas las necesidades de los clientes.

El triángulo del Servicio : Es una ilustración visual de toda la filosofía de la gerencia del servicio, el cual suministra un marco de referencia para pensar acerca de la calidad del servicio y deducir las formas de manejar los momentos de verdad. Este modelo ayuda a los directivos a meditar sobre la forma de proporcionar un mejor servicio para los clientes.



tema 2. Planeación para servir al cliente.

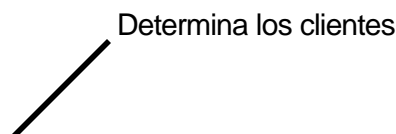
Desde el contexto de mercadeo hay diversas fuerzas variables que se deben controlar, y dichas variables son : producto, precio, plaza y promoción.

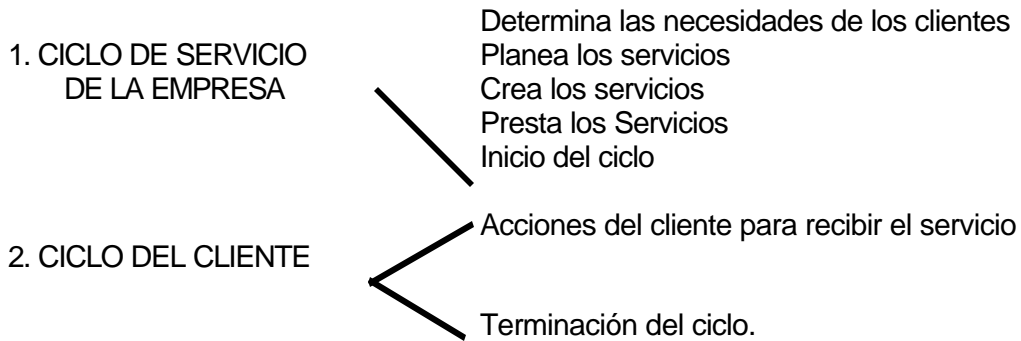
Tema 3. Organización.

Es la coordinación de las actividades de todos los individuos que integran una empresa con el propósito de obtener el máximo de aprovechamiento posible d ellos elementos materiales, técnicos y humanos, en la realización de los fines que la propia empresa persigue.

Principios : Especialización, jerarquía, paridad de autoridad y responsabilidad, difusión, amplitud o tramo de control, coordinación, continuidad.

Ciclo de Servicio : Es el conjunto sistematizado de pasos, para la prestación de un servicio, se compone de dos ciclos :





Tema 4. Gestión de la calidad del servicio.

El gestionar la calidad de un servicio resulta mas complejo que la de un producto, pues el servicio presenta mayores características las cuales son mas visibles. El servicio presenta la particularidad de ser producido y consumido simultáneamente lo cual no permite establecer un control de calidad a posteriori.

Tema 5. Dirección.

La dirección es trascendental porque : pone en marcha todos lineamientos establecidos durante la planeación y organización, a través de la dirección se logra las formas de conducta mas deseables de los miembros de la institución.

Los Momentos de Verdad : Siendo estos los precisos instantes en que el cliente se pone en contacto con la empresa, y sobre la base de este contacto se formará la opinión acerca de la calidad de los servicios.

El Factor Humano : Es el determinante de la calidad y excelencia en el servicio.

Con la participación y compromiso del cliente interno se pueden lograr los objetivos. Estas son estrategias que requieren ante todo la lealtad del cliente interno.

3. DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE.

Tema 1. Naturaleza y propósito de su planeación.

El crear esta dependencia en la compañía , permitirá que el desempeño eficaz de su personal se manifieste a través de la prestación del servicio. Para el departamento de servicio al cliente la planeación consistirá en fijar el curso concreto de acciones que han de seguirse, durante la prestación de servicios definiendo los principios que habrán de orientarlos.

Tema 2. Objetivos del departamento

- Proporcionar a los clientes mayor beneficio que los brindados por la competencia al ofrecerles mejores servicios, calidad y precio.
- Busca obtener resultados de máxima eficiencia a través de la coordinación de los recursos humanos y técnicos que forman parte del departamento.
- Servir y guiar a cada uno de los departamentos que conforman la institución.

Tema 3. Naturaleza y propósito de su organización.

Para este departamento la organización será la coordinación de todas las actividades y de los funcionarios que hacen parte de la empresa, esto con el propósito de alcanzar el máximo beneficio de sus elementos.

El tipo de comunicación que existe es formal ya que se origina de la gerencia y fluye a través de los canales organizacionales.

IV. Manual de funciones del departamento de servicio al cliente (interno y externo) de la compañía World Courier de Colombia S.A.

Este manual contiene las funciones básicas para el Gerente del departamento el cual se encarga de coordinar, controlar y supervisar que el servicio que es solicitado por el cliente interno o externo sea proporcionado con la máxima calidad con el fin de satisfacer los deseos, necesidades y expectativas de sus clientes.

Este manual no limitará las funciones a lo se estipuló, ya que su función primordial es la de servir de apoyo, consulta y orientación para el cargo.

METODOLOGIA : Experiencia en el lugar de trabajo, revisión bibliográfica y consultoría con expertos en el tema.

CONCLUSIONES : De las cinco conclusiones se extraen :

- Para World Courier de Colombia la calidad del servicio va a ser responsabilidad de toda la organización, se trabajara en equipo en una permanente búsqueda organizada de la excelencia del servicio, la cual conllevará a la satisfacción de los clientes.
- El contar con el departamento de servicio al cliente les proporciona un mayor conocimiento acerca de cuales son las necesidades, deseos y expectativas de sus clientes con respecto a los servicios que la empresa ofrece.

BIBLIOGRAFIA : Catorce autores de temas relacionados con : servicio, calidad en el servicio, conservación de clientela y gerencia.

ANEXOS :

ANEXO 1 : Organigrama de la empresa analizada

ANEXO 2 : Pirámides invertidas.

ANEXO 3 : Triángulo de servicio.

ANEXO 4 : Modelo de momento de verdad.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 108

TITULO : Herramientas Estadísticas y Administrativas en un Plan de Mejoramiento Continuo en una Empresa de Servicios.

AUTOR : Granada, Copete Olga Lucia
Sánchez, Muñoz Dorls Fabiola
Vanoy, Valasco Magdalena

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1995, 116 páginas, 9 textos bibliográficos, 3 conclusiones, 31 anexos.

PALABRAS

CLAVES : Herramientas estadísticas, administrativas, mejoramiento continuo, servicio.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad aplicar las herramientas administrativas y estadísticas en un plan de mejoramiento continuo en una empresa de servicios. Utilizando un ejemplo práctico.

FUENTES : El trabajo no presenta ningún pie de página.

CONTENIDO : El desarrollo de este trabajo radica básicamente en la aplicación de las herramientas estadísticas y administrativas en un plan de mejoramiento continuo en una empresa de servicios. Que servirá como modelo o patrón al administrador de Instituciones de Servicio que desee aplicarlo en una área específica de trabajo que requiera ser mejorada.

I. OBJETIVO.

Objetivo Específico : Conocer las herramientas estadísticas y administrativas y su aplicación en cada una de las etapas de un plan de mejoramiento continuo. A través de fuentes de información primarias y secundarias, que sirvan como modelo en la aplicación de éstas. En cualquier proceso de calidad en una situación específica.

II. JUSTIFICACION.

Teniendo en cuenta el proceso administrativo y con el deseo de suministrar bases sólidas para un buen desarrollo de una dependencia en una entidad de servicio. Se hace indispensable la aplicación de una metodología que controle el proceso, resuelva problemas y mejore la calidad dentro de la organización.

Las herramientas estadísticas y administrativas son un recurso que permite que todos en la empresa identifiquen las causas de los problemas y sus dimensiones y que les facilite mejorar los procesos y procedimientos adecuándolos a los cambios ambientales en que opera la entidad. Dentro de un mejor clima organizacional, donde interactúen a la par el hombre con los recursos técnicos y administrativa de manera continua.

III. GENERALIDADES.

Tema 1 : El Triángulo de la Congruencia y del Valor.

Es aquel donde se conjuga los factores del triángulo de la congruencia (piensa, dice y hace) con los del valor (hacer, tener y ser) que dan como resultado el servicio (servir).

Tema 2 : Los Diez Mandamientos del Ejecutivo.

- Analice y programe el empleo de su tiempo.
- El respeto a la dignidad de las personas es la clave de las relaciones humanas.
- La buena gerencia es aquella que logra un punto de justo equilibrio entre los derechos y los intereses de los consumidores, colaboradores y propietarios.
- Ejecutivo sensato es el que mantiene una honrada posición entre el presente y el futuro en cuanto al objetivo de obtener beneficios crecientes.
- No concentre funciones.
- No es posible el desarrollo de una empresa sin el desarrollo paralelo de su recurso humano.
- El ejecutivo debe estar a la vanguardia de los conocimientos.
- Sueñe, un poco, pero nunca deje de ser un hombre realista.
- No viole los principios éticos, ni aún en beneficio de la empresa.
- No caiga en la unidimensionalidad.

Tema 3 : La Revolución del Servicio.

El ser humano busca vivir de manera mas agradable, lo cual refuerza el concepto que el objetivo fundamental de las organizaciones es satisfacer las necesidades del ser humano en su lucha por la supervivencia sobre la tierra, lo que radica y le corresponde a la gerencia del servicio.

De lo anterior se desprende que para el caso de la empresas de servicios, un servicio de calidad es aquel que atiende perfectamente, en forma confiable, de manera accesible, aportando seguridad y con oportunidad, las necesidades y expectativas del cliente interno y externo.

Tema 4 : Triángulo Externo del Servicio : Es el escudo de armas para las banderas de las compañías que manejan el servicio, en donde interactúan : los clientes, la estrategia, el personal y los sistemas.

Tema 5 : Triángulo Interno del Servicio : Representa a los empleados como los clientes de la gerencia y tiene que ver con la cultura de la organización. Que permite a la gente asumir el compromiso personal necesario para atender la calidad con los clientes, donde interactúan : la cultura, el liderazgo y la organización.

Tema 6 : Momentos de Verdad : Episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y percibe una impresión sobre la calidad de la institución. Es el preciso instante en el que el cliente se pone en contacto con nuestro negocio y sobre la base de este contacto, se forma una opinión acerca de la calidad el servicio y virtualmente la calidad del producto.

Tema 7 : El Cliente : El cliente es el centro y foco de atención en toda organización. El cliente externo es lo mas importante en cualquier negocio. La empresa depende de él. Es el objetivo y razón de ser del negocio. De las satisfacciones de sus necesidades y expectativas depende la supervivencia. Para ello la empresa es una sola. Busca maximizar el valor de lo que recibe por su dinero. Así el producto y el servicio se gana el derecho a ser preferido.

Tema 8 : La Calidad de Bienes y Servicios : Hoy en día es el tema de la calidad el que hace historia y la va hacer por mucho tiempo, porque esto no es una moda. Se necesita ver la calidad como un modo de vida de todos en la empresa y de todo el país. La calidad ha pasado de ser algo importante para ser lo mas importante para todos aquellos que producen.

Hay tres aspectos claves de un sistema de calidad :

- Responsabilidad gerencial
- Las personas y recurso material.
- La estructura del sistema de calidad.

El punto focal de los tres aspectos se pueden asegurar cuando existe una interacción armónica entre ellos.

Tema 9 : Círculos de Calidad : Es un grupo de personas de una misma área que conoce el proceso y pueden generar las ideas primarias del mejoramiento. Es una unidad que funciona como organización, no la modifica, ni la sustituye, lo contrario la refuerza. Un pequeño grupo de personas que trabajan en labores semejantes se reúnen con cierta regularidad para identificar, analizar y resolver causas de los problemas de calidad. Esta misma fuerza de trabajo ayuda a resolver problemas, previniendo emergencias, contribuyendo así al desarrollo del personal, componente mas valioso de la empresa y del que depende el mejoramiento de la misma. Los tres elementos indispensables de trabajo humano son : la sociabilidad, la creatividad y la actividad física.

Los elementos que integran una organización de círculos de calidad son :

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| • Comité ejecutivo de promoción. | • Facilitadores o coordinadores. |
| • Gerente del programa. | • Líderes de los círculos. |
| • Comité de operación. | • Miembros de los Círculos. |

Los diez cimientos de los círculos de control de calidad son :

- | | |
|---|--------------------------------------|
| • Desarrollo personal | • Area de trabajo. |
| • Actividades voluntarias. | • Desarrollo mutuo. |
| • Actividades de grupo. | • Creatividad. |
| • Participación de todos. | • Promover la conciencia de calidad. |
| • Aplicación de técnicas de control de calidad. | |

Tema 10 : Mejoramiento Continuo : El mejoramiento continuo es el resultado de la interacción de las actividades de investigación, diseño, manufactura y venta. La interacción mencionada y la forma cíclica de proceder se suele expresar mediante un círculo denominado círculo de Deming o ciclo de calidad.

Existen cuatro etapas en el ciclo :

- Planeación.
- Verificación.
- Fabricación.
- Actuación.

Para que sea una realidad el mejoramiento continuo, se requiere su aplicación en cada departamento de la empresa y en cada una de las etapas, ya que cada etapa es en realidad un proceso, debido a que en cada etapa determinamos insumos que se transforman en productos.

IV. HERAMIENTAS ADMINISTRATIVAS Y ESTADISTICAS BASICAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD.

Tema 1 : Herramientas Básicas Administrativas.

Son las herramientas que facilitan los procesos administrativos relacionados con los planes de acción analizándolos y representándolos en procedimientos y medidas.

Tormenta de Ideas o Lluvia de Ideas : Es una técnica para crear ideas, usa la capacidad de pensar de un grupo de personas, inculca el pensamiento creativo. Es una actividad en grupo, usualmente se relaciona con los famosos círculos de calidad. Sirve para :

- Sugerir problemas.
- Sugerir la causas de los problemas.
- Sugerir alternativas de soluciones a los problemas.
- Sugerir maneras de implantar soluciones.
- Recolectar información que ayuda a realizar el diagrama de afinidad.

Diagrama de Afinidad : Es una herramienta que recoge gran cantidad de información en forma de lenguaje y las organiza en grupos basados en su relación natural o afinidad por temas. Sirve para :

- Cuando los pensamientos o ideas de un grupo de personas se encuentran en caos. Cuando el tema a tratar parece muy largo o complejo para desglosar.
- Se utiliza cuando se requiere encontrar soluciones más creativas a los problemas.
- Cuando se requiere apoyo para implementar exitosamente un problema.

Diagrama de Relaciones : Esta herramienta toma una idea central y organiza los aspectos relacionados con la misma. Este proceso creativo conecta secuencias de

causas y efectos y muestra que cada idea puede estar relacionada lógicamente con más de una idea a la vez. Esto estimula el pensamiento multidireccional más que el lineal. Se usa para :

- Cuando un aspecto es muy complejo, es difícil determinar la relación entre ideas.
- Cuando la secuencia entre acciones gerenciales es crítica.
- Cuando se cree que el problema de discusión es solo un síntoma.
- Permite identificar mejor los medios mas adecuados para resolver problemas e inquietudes, clarifica la estructura del mismo.

Matriz de Priorización : Es un método que nos permite calificar mediante una tabla, las diferentes acciones tendientes a desarrollar un objetivo propuesto de acuerdo a un criterio escogido por consenso. Permite desarrollar a través de un esquema mediante un sistema de columnas e hileras factores entre sí de un determinado problema. Sirve para :

- Establecer un orden de prioridades de ejecución de estas acciones tendientes a desarrollar el objetivo (problema).

Diagrama de Arbol : Esta herramienta muestra en un grado ascendente en detalle los caminos y pasos que se deben recorrer para alcanzar un objetivo o lograr una meta. También es conocido como Diagrama Sistemático. Se usa cuando :

- El objetivo es una tarea específica pero no se trata simplemente de una función delegable.
- Se sabe o se cree que la implementación es compleja.
- Cuando las consecuencias de saltarse un paso son importantes.
- Una tarea se divide en muchas etapas en su implementación.

Diagrama de Actividades : Es el más útil para visualizar procesos y procedimientos. Sirve para :

- Determinar que problemas pueden surgir en la realización de un determinado programa de acción.
- Saber con que medidas se pueden prevenir dichos problemas.
- Saber cual es la mejor forma de resolverlos.

Diagrama de Flechas : Sirve para visualizar el tiempo durante el cual debe llevarse a cabo las diferentes actividades que requiere el desarrollo de un plan.

Diagrama de Flujo de Proceso : Transcribe el curso que sigue un determinado proceso, lo cual es muy importante para una administración que lo debe conocer a fondo, como es el caso de la administración de control total de la calidad a fin de mejorarlo constantemente. Sirve para :

- Preveer puntos de fallas
- Examinar la posibilidad de aumentar la velocidad de producción, generación de un servicio, lanzamiento de un producto o adaptación y aún el cambio de uno por otro.

- Responder más rápido a un cliente, ayudar a conservar un liderazgo con el cliente y a éste mismo.

Tema 2 : Herramientas Estadísticas.

La estadística juega un papel muy importante en el mejoramiento del proceso, pues la aplicación de los conocimientos permite :

1. Identificar y reconocer las características del problema, esto es, conocer en forma objetiva la situación en la que se encuentra el proceso.
2. Analizar las causas principales del problema.

El manejo de la estadística, por consiguiente es un indicador del avance del programa de mejoramiento de la empresa.

Diagrama de Pareto : Es un método gráfico de análisis que permite ver en forma sencilla cualitativa y cuantitativa los diferentes factores que intervienen en un problema, puestos en orden decrecientes de acuerdo con su incidencia. Sirve par :

- Establecer prioridades.
- Seleccionar temas de mejora.
- Verificar resultados de mejora.
- Toma de decisiones.

Diagrama Causa - Efecto : Muestra la relación sistemática entre un resultado determinado y sus posibles causas. Sirve para :

- El análisis de cualquier problema ya que ayuda a identificar los diversos factores que inciden en un resultado.
- Ayuda a determinar el tipo de datos que deben ser obtenidos con el fin de verificar que los factores seleccionados sean realmente las causas de los problemas.
- También se puede emplear en la prevención de problemas.

Histograma : Es una gráfica de una tabla de frecuencias, integrada por una serie de barras que representan sus intervalos. Sirve para :

- Comprender la distribución de los datos.
- Calcular promedios y desviación estándar de los intervalos.
- Comparar con los estándares.

Diagrama de Dispersión : Es un diagrama que determina si existe correlación entre dos variables y si existe, establecer una relación cuantitativa con ellas. Sirve para :

- Establecer las relaciones entre causa y efecto.
- Reconocer relaciones estáticas y dinámicas entre las variables.
- Determinar las relaciones entre dos variables.

Diagrama de Control : Es un diagrama que se emplea para determinar si un proceso se encuentra en una condición estable y si se mantiene en esta condición. Sirve para :

- Diagnosticar el comportamiento de un proceso en un intervalo de tiempo.
- Para calcular la habilidad del proceso.
- Reflejar el mejoramiento o empeoramiento de un proceso.
- Identificar las fuentes de variación de un proceso.
- Determinar el Estado de control de un proceso.
- Detectar problemas.
- Promueve la participación de los empleados en el logro de la calidad.

Hoja de Registro : Es un formato preimpreso donde se registra toda información de observaciones, cálculos, codificaciones, etc. generalizando una recolección que ayudan de soporte para la elaboración y consulta de varias herramientas técnicas o administrativas. Sirve para :

- Facilita la recolección de datos.
- Organiza automáticamente los datos de manera que puedan usarse con facilidad.

V. APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS Y ESTADÍSTICAS EN EL MEJORAMIENTO CONTINUO DE UNA ENTIDAD DE EDUCACION SUPERIOR EN LA ATENCION AL CLIENTE POR VENTANILLA.

Tema 1 : Características de la Encuesta.

Se define el tipo de encuesta por diagnóstico que determinan los factores o causas posibles en un ámbito relativo.

El cuestionario consta de cuatro preguntas las cuales son istematizadas y de alternativa fija.

Muestra y Trabajo en Campo : se aplica a los alumnos del primer semestre, en la semana de inducción. El total de la encuesta realizada son : 400 alumnos.

Registro Encuesta : se elabora una tabla previamente codificada a través de un formato apoyado en una tarjeta IBM, para el registro de datos y verificación para el análisis respectivo.

Para precisar y hacer mas fácil el trabajo, se centraliza toda la información en cuadros sinópticos, acompañados de una respectiva gráfica.

Tema 2 : Análisis Gráficas Estadísticas.

Gráfica de Pareto : es un método gráfico de análisis que permite ver en forma sencilla cualitativa y cuantitativa los distintos factores que intervienen en un problema, puestos en orden decreciente de acuerdo con su incidencia.

Según el diagrama de Pareto muestra que el 43% de la población de encuestados califica el servicio excelente y bueno. El 5% lo califican entre regular, malo y deficiente, ya que detectaron una serie de fallas.

Gráfica Causa - Efecto : es el diagrama que muestra la relación sistemática entre los resultados determinados y sus posibles causas : bienestar personal (capacitación, sentido de pertenencia), selección de personal (perfil profesional, relaciones interpersonales, actitud de servicio), instalaciones locativas (iluminación, ventilación, distribución, accesos), información.

Histograma : Es una gráfica de una tabla de frecuencias, integrada por una serie de barras que representan sus intervalos. El histograma que se presenta es de tipo precipicio a la izquierda, lo cual indica que se requiere de acciones para reducir la variación según la media trazada sobre el histograma, centralizarla, dejando un margen equitativo extra a ambos lados de la recta horizontal.

Diagrama de Dispersión : es un diagrama que determina si existe la correlación entre dos variables y si existe, establecer una relación cuantitativa entre ellas. Según la gráfica existe una relación directa entre las variables.

Gráfica de Control : Es el diagrama que se emplea para examinar si un proceso se encuentra en una condición estable y si se mantiene en una condición estable.

Tema 3 : Análisis herramientas administrativas.

Tormenta de Ideas : Es una técnica para crear ideas ; usa la capacidad de pensar de un grupo de personas, que inculcan un pensamiento creativo.

Para el desarrollo de la actividad se trabaja con 7 personas que laboran en la oficina de matrículas integrados por el director de la oficina, la asistente y sus colaboradores, partiendo de una sencilla pregunta : (a que cree usted que se deba que en la oficina de matrículas no se presta un servicio de calidad excelente). En resumen se llega a establecer las siguientes características :

- Poco personal
- Procesos encontrados
- Falta de tiempo
- Políticas sin definir
- Formatos no claros
- Mala dirección
- Poca tecnología
- Falta de dotación
- Mala ventilación
- Mala Iluminación
- Mucho ruido
- Poca motivación
- No hay incentivos

Diagrama de Afinidad : Esta recoge gran cantidad de información en forma de lenguaje y la organiza en grupos basados en su relación natural o afinidad por tema. Para el caso se agrupan las tormentas de ideas por su naturaleza y afinidad en cinco factores :

- Procesos y procedimientos
- Instalaciones

- Administración
- Recurso humano
- Maquinaria y equipo

Diagrama de Relación: Esta herramienta toma una idea central y organiza los aspectos lógicos o secuenciales relacionados con la misma. Este proceso creativo conecta secuencias de causa y efecto y muestra que cada idea puede estar relacionada lógicamente con más de una idea a la vez.

Matriz de Priorización: Es un método que permite calificar, mediante una tabla, las diferentes acciones tendientes a desarrollar un objetivo propuesto, de acuerdo con un criterio escogido por consenso. Demuestra que la administración debe ser el punto de partida para la aplicación de los correctivos, una vez instaurados van a repercutir en la mejora de los cuatro factores restantes.

METODOLOGIA: La recopilación de información por medio de cuestionarios, busca definir problemas en la gestión de servicio, lo cual hace que el estudio planteado sea de tipo exploratorio.

CONCLUSIONES: De las tres conclusiones se destacan;

- La aplicación de las herramientas estadísticas y administrativas demuestran como cualquier organización puede, si los líderes están verdaderamente dispuestos convertirse en un ejecutor sobresaliente del servicio, con la implementación de programas de mejoramiento continuos de calidad en los sistemas, procesos y procedimientos de un trabajo específico.
- Las herramientas estadísticas y administrativas se pueden aplicar a cada uno de los pasos de ciclo Deming, según el objetivo que se quiera lograr y para cada uno de estos se determinan diferentes herramientas.

BIBLIOGRAFIA: Nueve textos bibliográficos de temas relacionados con: procesos simplificados, herramientas para el mejoramiento de la calidad, administración, metodología, servicio.

ANEXOS:

- ANEXO 1: Triángulo de la congruencia y del valor
- ANEXO 2: Triángulo externo de servicio
- ANEXO 3: Triángulo interno de servicio
- ANEXO 4: Estructura pirámide servicio
- ANEXO 5: El servicio
- ANEXO 6: Gerencia del servicio
- ANEXO 7: Que le corresponde al servicio

ANEXO 8 : Ciclo Deming
 ANEXO 9 : Aseguramiento de la calidad
 ANEXO 10 : Implicaciones servicio de calidad.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda Bejar.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 109

TITULO : GESTION DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS HOTELEROS
 BRINDADOS AL PACIENTE HOSPITALIZADO EN LA FUNDACION
 INSTITUTO NEUROLÓGICO DE COLOMBIA

AUTOR (es) : LOPEZ, NAVARRO, Sandra Elizabeth
 GARZON, AGUILAR, Flor marina
 FRANCO DE SOTO, Miriam Eugenia

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias
 Económicas y administrativas, programa Administración de servicios
 de bienestar, Santa fé de Bogotá, 1996 páginas 255 , anexos 10,
 figuras 14 , formatos 20, tablas 19.

PALABRAS CLAVES:

Dirección, calidad, formación personal, administración, servicio,
 gerencia en el servicio, planeación, gestión estratégica.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo analizar el funcionamiento de los procesos que componen el servicio hotelero, en la etapa en que permanece hospitalizado el paciente y hacer las recomendaciones del caso para el mejoramiento en la prestación de estos servicios, al igual las instituciones que buscan la calidad como estrategia competitiva han visto como avanzan mano a mano el mejoramiento de la calidad la reducción de costos y la mayor satisfacción del cliente cuyo único deseo es de incrementar la efectividad y eficacia de los procesos.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 15 pie de página , en la bibliografía se destacan temas de planeación , gestión estratégica servicio, calidad al cliente. Destacando autores como:

- BARQUIN, Manuel, Dirección de hospitales. Ed. interamericana de Hospitales. # 3
- MARTÍN, William , Dirección de los servicios de calidad al cliente # 1

- SERNA, Gómez Humberto . planeación y gestión estratégica # 1
- ACEÑA, Alejandra y Muro, Antonio, Tecnología sanitaria # 1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por cinco capítulos distribuidos así:

CAPITULO I: GENERALIDADES DE LA INSTITUCIÓN:

Para la realización del presente trabajo se tomo como base la fundación instituto neurológico , a fin de reestructurar la gestión de calidad en el servicio hotelero al paciente hospitalizado, aclarando los procesos que se llevan a cabo en los servicios generales para la creación del departamento de atención al paciente en la institución en mención.

Tema 1: Reseña histórica:

El instituto neurológico de Colombia fue fundado el 16 de agosto de 1966 con miras a la atención de problemas de la salud en el campo de la neurología y neurocirugía para ala atención de pacientes con dichos problemas , así como del tratamiento de enfermedades del sistema nervioso ,entidad que se creó sin ánimo de lucro contando con personal científico , paramédico y administrativo idóneo para tales tratamientos , registrado ante el Ministerio de Salud Pública con la personería jurídica nro. 3.247 de 1996.

Tema 2: Organización institucional:

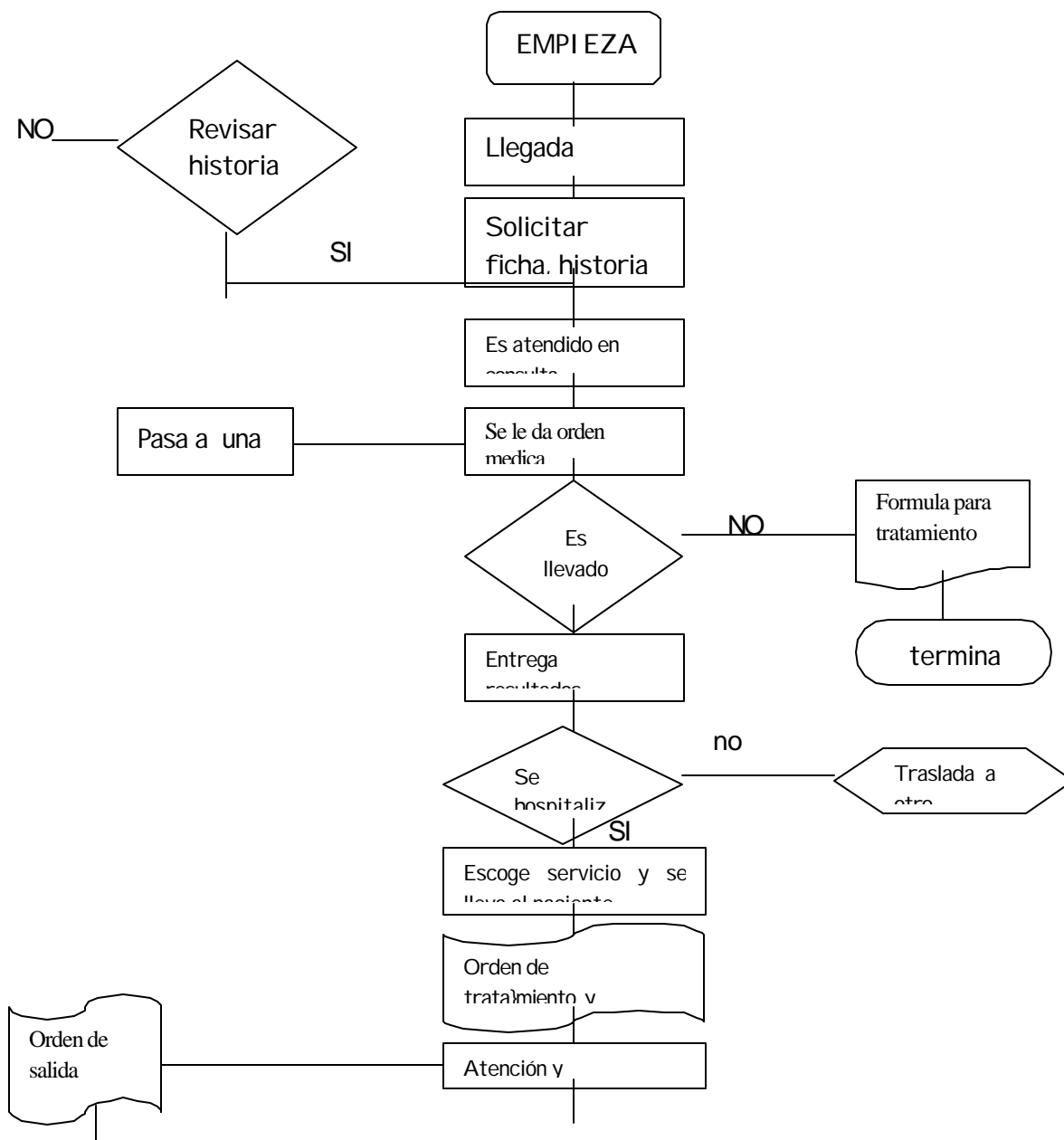
La organización institucional , actualmente cuenta con un plan estratégico corporativo en donde se define su nueva organización institucional , con un diseño y standardización de procesos que constituyen la base requerida para proyectarla dentro del nuevo esquema de seguridad social en Colombia a raíz de la promulgación de la ley 100 de 1993.

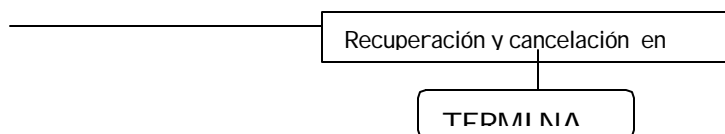
La estructura organizacional hace referencia al personal que labora en la institución para un total de 342 funcionarios en los departamentos y secciones en que se divide el esquema de organización de la misma:

- Junta directiva: compuesta por seis miembros representantes de los diferentes estamentos gubernamentales y sociales que la conforman .
- Jefe de la sección de mantenimiento: con nueve auxiliares de diferentes especialidades técnicas y tres mensajeros.
- División científica: dirigida por un profesional de la neurocirugía.
- Departamento quirúrgico
- Departamento de neurología
- Departamento de rehabilitación
- Departamento de imágenes diagnosticas
- Departamento de anestesia

- Departamento clínico
- Departamento de laboratorio
- Educación médica
- Unidad de estadística

CAPITULO II: INGRESO DEL PACIENTE: PROCESO DE ADMISIONES





El ingreso al cliente en la institución en mención cuenta con un área de admisiones encargada de hacer el ingreso a los pacientes que de una u otra forma eligen a la FINC para ser tratados en las diferentes especialidades que le brinda dependiendo del departamento. Al paciente que escoja a su vez de dar información oportuna y correcta sobre los servicios que se prestan, sobre los trámites a seguir para alcanzarlos, los costos de ellos y posibles formas de pago, los requisitos previos para ser atendidos esperando que le sea rápidamente asignada una cama adecuada al tratamiento requerido.

Coordina la demanda y oferta de servicios. Es el primer contacto de un paciente con su institución y por ser su acción fundamental para su buena imagen requiere de una atención muy esmerada ganándose desde el primer momento la confianza del paciente y familiares mostrando un trato humanitario, teniendo en cuenta el impacto psicológico que el momento trae consigo, por ello se resalta la calidez humana santificación del trabajo, vocación y amor que se le brinde.

Tema 1: Reservas y recepción:

La reserva consiste en separar una habitación para el paciente, ya sea por el médico tratante, por la institución que lo remite o por los mismos familiares telefónica o personalmente.

Una vez realizada se procede a la recepción del mismo mediante una orden médica del tratante que debe ser necesariamente adscrito al instituto se emplea para la recepción canales de información, es decir servicio persona a persona, en ella interviene la consulta externa, archivo, pisos de hospitalización, ama de llaves, departamento de atención al paciente, médico, tratante, cobranzas o caja para el pago previo del depósito, siguiendo las normas pertinentes para tal fin.

Al igual se debe tener coordinación con otras áreas, esto hace referencia a la relación que tiene admisión con otras áreas de la institución para que la atención integral y continua sea la más eficiente, comprometiéndolas en el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Tema 2: Canales de información: Para la recepción del paciente se emplea el servicio persona a persona al ser recibido por la enfermera jefe se consulta externa quien da a conocer los primeros procedimientos, abre la historia clínica y despeja dudas respecto a los servicios a brindarle.

En ella interviene consulta externa, archivo clínico, pisos de hospitalización, y ama de llaves, departamento de atención al paciente, médico tratante, cobranzas o caja para el pago previo del depósito siguiendo las normas predeterminadas para tal fin.

Tema 3: fuentes de hospitalización: Son todas aquellas formas de llegar un paciente a hospitalizarse mediante una orden médica escrita.

- Consulta externa: Un médico de turno en consulta, valora al paciente y ordena su hospitalización, generalmente puede ser por admisión de urgencia o electiva. Si es para tratamiento médico el doctor que lo valora continúa atendiendo.
- Urgencias: al ser traído un paciente a urgencias, es valorado por el médico de turno en esta sección quién ordena su hospitalización en el servicio que conceptué de acuerdo a su gravedad, siendo asignado a un médico titular.
- Institución médica: Dichos pacientes ya traen carta de remisión de una E.P.S.(entidad promotora de salud) o I.P.S. (institución promotora de salud) previo convenio con la institución donde se especifica el tratamiento a seguir, volviendo a valorarse el paciente para asignarle el servicio.
- Médico particular: Adscrito a la institución ,quien lo atiende particularmente y lo envía para llevar a cabo un procedimiento , por tanto continua siendo su médico de cabecera.

CAPITULO III :SERVICIO HOTELERO EN LA ESTANCIA DEL PACIENTE:

Situación actual: En este capítulo se describirán los procesos llevados a cabo actualmente en cada uno de los servicios generales que se le brinda al paciente hospitalizado para lograr el conocimiento de su funcionamiento.

Tema 1: Aseo y limpieza:

En la FINC con personal de planta que laboran distribuidos en diferentes pisos, en tres turnos: el primero de 7 a.m., quienes realizan aseo diario de rutina en habitaciones, oficinas, salas de cirugía, laboratorios, áreas comunes, consultorios, zonas externas.

- Ambientación: este aspecto primordial que brinda prioridad a los usuarios no es considerado como tal en la FINC, ya que en ella se limitan a dotar las habitaciones con elementos primarios esenciales para su uso, pero no constituyen gran importancia aquellos elementos como música ambiental, arreglos florales, decoración.

Tema 2: Mantenimiento: Es el conjunto de las actividades desarrolladas con el fin de conservar las propiedades , inmuebles, equipos , instalaciones, herramientas , etc. En condiciones de funcionamiento seguro, eficiente y económico.

Las actividades de mantenimiento tienen dos aspectos:

El técnico y el económico, con el primero se llega al objeto inmediato y con el segundo al objeto básico .

El objetivo inmediato del mantenimiento es conservar en condiciones de funcionamiento seguro y eficiente y confiable, las propiedades de una institución , para no demorar ni interrumpir sus servicios.

- Mantenimiento predictivo: Es una filosofía que procura el descubrimiento de las fallas que perjudique el servicio , adelantándose al acontecimiento de falla y su prevención.
- Mantenimiento preventivo: La característica principal es la de evitar las fallas en su fase inicial y corregirlas en el momento oportuno. Para aplicarlo se requiere de un alto grado de conocimiento y organización eficiente .

- **Mantenimiento correctivo:** Consiste en corregir las fallas en el momento que se presentan ya sea por signos claros o avanzados, o por falla total lo cual implica un paro inesperado en los equipos incrementando horas extras.

Tema 3: Situación propuesta:

En procura de un mejor bienestar para el paciente hospitalizado se hace necesaria la inclusión del presente capítulo a fin de planear estrategias específicas de calidad que destaquen la diferencia entre un servicio especial hotelero que mejore permanentemente. Y un servicio tradicional que requiere el compromiso de mejoramiento continuo y liderazgo de todos los servicios involucrados, motivados desde la alta dirección a los mandos medios y operarios responsables.

El manejo de desechos es muy importante, ya que todos aquellos desechos hospitalarios son elementos residuales, sólidos, semisólidos o líquidos biodegradables o no, patógenos, o, no, tóxicos o no tóxicos con derivados de la actividad normal de una institución prestadora de servicios, como entidad que alberga clientes interno y externos y por los desechos propios o específicos de su actividad en la prestación de servicios de salud, que finalmente pueden estar sometidos a un proceso de reciclaje o eliminación total.

De acuerdo a su tipo se pueden clasificar en:

- **Tipo ordinario:** Generados por actividades domésticas como basuras, residuos alimentarios, residuos procesados, residuos no procesados, excretas.
- **Tipo hospitalario:** están los desechos hospitalarios orgánicos, humanos, orgánicos animales, industriales y contaminantes.

Se consideran de riesgo biológico aquellos que poseen microorganismos o gérmenes potencialmente patógenos que pueden ser tóxicos capaces de producir daños en la salud o en el medio ambiente y pueden ser: infectantes, re infectantes, tóxicos, materiales hospitalarios desechables: jeringas, catéteres, tubos, sondas etc, estos no deben ser reciclables.

La frecuencia de recolección debe ser diaria en los no contaminantes, los contaminantes deben ser recogidos de inmediato e incinerados, su transporte debe ser llevado a cabo por áreas específicas que no comprometan alta circulación y procurando hacerlo en recipientes plásticos y con sello hermético.

Es necesario al igual tener en cuenta la ambientación, tanto en habitaciones, pasillos, ascensores, centrales de enfermería, el mantenimiento predictivo, preventivo, correctivo necesarios en una institución hospitalaria. la lavandería, alimentos y seguridad también son importantes en el buen funcionamiento de la institución es por esto que se debe tener en cuenta las instalaciones, maquinaria, equipos, planeación de menús, ciclo de minutos, educación del paciente, higiene de los alimentos, en donde el elemento esencial es el servicio.

CAPITULO IV : EGRESO DEL PACIENTE:

Llámesse egreso a la salida del paciente, cuando es dado de alta por finalización del tratamiento, ya sea por mejoría, traslado a otra institución, salud o descenso del mismo, en el cual interviene el médico para firmar su salida, traslado u hoja de defunción acompañada del resumen médico.

Seguidamente la enfermera jefe revisa la historia clínica, organiza documentación, verifica novedades y recibos y envía el paquete completo a facturación para que nuevamente sea analizada constatando el cobro de los servicios prestados, luego se pasa a caja para su correspondiente liquidación de acuerdo a la clase de paciente.

Los familiares o responsables se acercan a caja para solicitar el estado de cuenta y proceder a su cancelación ya sea en efectivo, cheque, tarjeta, bonos de salud prepagada o carta de seguro para recibir a cambio el paz y salvo.

Este se presenta a la enfermera jefe o administradora de piso para que constaten el inventario de elementos y equipos recibidos, el cual es firmado y presentado en portería al vigilante para poder abandonar la institución.

CAPITULO V ATENCIÓN ESPECIAL AL PACIENTE:

La institución se basa en una filosofía centrada en el paciente como hijo de Dios y razón fundamental en la FIN, para introducirla en todo el personal para dar origen a cuatro principios de elección:

Promoción, capacitación, trabajo en equipo y mejoramiento continuo, como fuente vital de la calidad del servicio.

A lo largo de estos años, se ha venido consolidando un sistema de atención al paciente que será mejorado con la presentación de:

- Revisar los sistemas de información a fin de que estén ajustados a las necesidades de la institución.
- Tener una configuración definida tanto del potencial humano como de los equipos para el proceso adecuado de datos, mediante la capacitación continua y el mantenimiento apropiado de los activos.
- Llevar a cabo una retroalimentación permanente de los sistemas de información con los datos suministrados por las áreas involucradas.
- Convertir toda debilidad o amenaza en fortalezas y oportunidades positivas para alcanzar los logros propuestos.
- Se sugiere colocar música ambiente en procura de un mayor confort para el paciente.
- Realizar mensualmente inventarios en todos los departamentos.
- Crear conciencia sobre la necesidad y oportunidad del mejoramiento.
- Establecer programas de capacitación.
- Comunicar resultados.
- Poner en práctica los 14 principios de Deming

- Mantener el impulso generado por el programa de mejoramiento .
- Hacer evaluación y control hospitalaria a través de los indicadores de gestión como: la rentabilidad global de la compañía, índices de crecimiento, participación en el mercado, índices de satisfacción al cliente, índices de competitividad como la validez, confiabilidad, factibilidad, utilidad, comprensibilidad, normalización, elaborando índices de ejecución presupuesta que mejoren el nivel financiero y contables en la organización.

Tema 1: Índices de gestión:

La clasificación de estos índices de gestión se hace en tres grandes categorías a saber:

- Índices de gestión corporativos: que son el resultado global de la gestión en las unidades estratégicas y corporativas. Permiten monitorear el comportamiento de la organización.
- Índices de gestión por unidad estratégica del negocio: resultados de cada área funcional de una compañía y su definición depende del tipo de estructura de la organización.
- Índices de gestión operativos: son el resultado de gestión a nivel de unidades como integrantes estratégicas de negocio, se mide en departamentos y secciones.

METODOLOGÍA

Investigación bibliográfica, consultas a expertos, información general y específica de sitio de estudio.

CONCLUSIONES

De las conclusiones se destacan las siguientes:

- Mantener una cultura organizacional es punto primordial que contribuye a tener en alto el mejoramiento continuo propuesto, y esto se logra a través de una permanente actualización y retroalimentación que destaque el liderazgo de los directivos, en donde juega un papel muy importante la administradora de servicios.
- Este proyecto permite ampliar un plano investigativo en el área de indicadores gerenciales, que contribuyan al control y evaluación de la aplicabilidad, en busca de brindar un mejor servicio hotelero que beneficia a la institución.
- Al poseer el dominio de las diferentes áreas que conforman los servicios hospitalarios se permite trabajar a la administradora de servicios en coordinación con el personal médico y no médico, en la búsqueda del fin común encaminado a lograr la plena satisfacción y total recuperación de los pacientes.

BIBLIOGRAFÍA

Se destacan 31 notas bibliográficas donde se destacan temas de planeación, gestión estratégica servicio, calidad al cliente

ANEXOS:

El presente trabajo de grado presenta los siguientes anexos:

Anexo A: Visión

Anexo B: mision

Anexo C: organigrama

Anexo D: momentos de verdad en admisiones

Anexo E: diagrama de procesos

Anexo F: estandarización de garantía de calidad

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 110

TITULO: PROPUESTA PARA OPTIMIZAR LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ALIMENTOS PARA NIÑOS ENTRE 6 Y 12 AÑOS.

AUTOR: OCAMPO ESTRADA, Lina María.

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Santafé de Bogotá, 1996, pp.118 figuras 26.

PALABRAS CLAVES: ORGANIZACION, ESTRUCTURA, CLIENTE, ALIMENTACION, DEPARTAMENTO, CONTROL.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende presentar una propuesta para optimizar la prestación del servicio de alimentos para niños entre 6 y 12 años mediante la investigación, la realización de encuestas y la aplicación de conocimientos adquiridos en la universidad.

FUENTES:

De los pie de página se destacan los siguientes:

TERRY, George. Principios de Administración. México. Continental. 1980

ALBRECHT, Karl. La Revolución del servicio. Bogotá. Legis 1990

2

PETERS, Thomas, y WATERMAN, Robert. En busca de la excelencia. New York. Praeger Publisher. 1982

1

CONTENIDO:

CAPITULO 1 GENERALIDADES

Tema 1. Los Restaurantes

Los restaurantes, las cafeterías, los servicios de alojamientos de hoteles, clubes, centros de negocios y en fin la variedad de establecimientos de comida que hoy en día se encuentran en el mercado, se han especializado en ofrecer un producto y un servicio determinado.

Del conjunto de productos y servicios que ofrecen los establecimientos de comida, surge el servicio de alimentos, en el que se destacan los siguientes aspectos:

- Es un servicio en el que el cliente mantiene alto grado de exposición a todos los procesos del establecimiento y el servicio que recibe es el resultado de esos procesos, ya que con estos permite entregar al cliente la posibilidad de satisfacer se necesidad básica de alimentarse en el momento exacto que lo recibe.
- Todo servicio de alimentos debe apuntar a un segmento de clientes, puesto que el restaurante lo que hace es posesionar su oferta en tal o cual segmento que identificó-para ello es necesario conocer al cliente como individuo, su ámbito cultural social y proceso de toma de decisiones es un punto de partida para diseñar su servicio.

Tema 2. Servicio de alimentos

En los establecimientos de comida el servicio de alimentos es importante porque cubre una de las necesidades primarias del individuo; con la amplia variedad de servicios de alimentos existentes, aquella organización que no tenga en cuenta la calidad, corra el riesgo de desaparecer, ya que el cliente elige aquel que le brinda mayor bienestar y satisfacción, es decir todo un paquete que incluya valores agregados.

Importancia del servicio

El servicio debe ser considerado como el resultado de trabajar con calidad.

- Recursos del servicio de alimentos

Recursos humanos: en una empresa todo el personal sin importar su posición, sexo o trabajo que desempeñe, todos cumplen una función directa o indirectamente relacionada en definitiva con el servicio al cliente.

Recursos físicos: los recursos físicos de una empresa son aquellos medios materiales con los que se cuenta para llevar a cabo su actividad de producción. Del buen uso que se les da y de la atención necesaria que se les preste, depende en gran parte la marcha de la empresa, la disminución de los gastos de operación, de mantenimiento, de reposición e incluso contribuye a que el personal trabaje a gusto, cumpla con sus obligaciones y rinda en su trabajo.

Instalaciones locativas: el tamaño de las instalaciones locativas dependerá del número y tipo de clientes que se espera atender, de la maquinaria y equipo con que se cuenta, del número de personas que trabajan y de las características del servicio prestado. Pensando nuevamente en las familias nuestro cliente estrella indiscutiblemente el área debe ser lo suficientemente espaciosa que a la vez de cómoda esté acorde al presupuesto del negocio.

Condiciones ambientales: se refiere a:

- Iluminación
- Ventilación
- Maquinaria y equipo
- Instalaciones recreativas
- Otras áreas

Recursos financieros: antes de hablar de recursos financieros, hay que suponer que los restaurantes ya están funcionando, y lo que se va a evaluar es el aspecto costo-calidad respecto al cambio para optimizar el servicio.

El problema costo – calidad lo tienen hasta cierto punto todas las empresas. No pueden dedicar cantidades de dinero a mejorar la calidad del servicio, sin tener que prestar atención a los ingresos y costos.

Mercadeo: todo restaurante debe preocuparse por sus estrategias de mercadeo. En este caso, la palabra mercadeo se define en función de las personas, su dinero y su deseo de gastarlo en las comidas y el servicio que el restaurante ofrece.

Tema 3. Prestación del servicio

Atención del servicio: varía de un restaurante a otro, en la prestación del mismo se da la relación entre precio y servicio. Hay tres opciones estratégicas básicas: la opción gastronomía, que une precio y servicio elevados; la opción receta, que ofrece un servicio a un precio adecuado; y la opción comida rápida, que ofrece un mínimo servicio por un precio módico.

Ciclo de servicio: en las instituciones de servicio la calidad se logra con la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. Los servicios que se le ofrecen se pueden ver muy fácilmente en un ciclo de servicio, en el cual se muestra poco a poco todos los contactos que tiene el cliente con la institución.

El mejoramiento continuo: se llaman estándares o especificaciones a los valores establecidos y a los que deben ajustarse a los productos y procesos de fabricación.

El punto vale para seguir que se logren los estándares establecidos y aún se preocupen superarlos, es concientizar al personal de que el éxito está en el mejoramiento continuo del proceso.

Niños entre los 6 y 12 años.

Conocer al cliente como individuo, su ámbito cultural, y su proceso de toma de decisiones es un punto de partida para diseñar su servicio.

- Características físicas y psicológicas
- Necesidades nutricionales
- Gustos y preferencias

CAPITULO 2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

Para determinar la satisfacción, los hábitos y las expectativas de los padres de familia con hijos entre 6 y 12 años, de clase media y media alta de Bogotá, con respecto al servicio para los niños en los restaurantes, se realizó un muestreo segmentado consistente en 50 encuestas: 18 familias de clase media – media, de clase media alta y 3 de clase alta.

Tema 1. Metodología

Así como la vida diaria afrontamos diferentes clases de problemas, que nos exigen distintas formas de análisis para comprenderlos y diferentes tipos de acción para resolverlos, así también en la investigación pueden surgir problemas que requieren diferentes tipos de aproximaciones o de abordajes para su planteamiento y solución.

Existen diferentes tipos de investigación: histórica, descriptiva, correlacional, estudio de caso y ex post facto. Los dos tipos de investigación utilizados para este trabajo fueron la descriptiva y la correlacional.

- Investigación descriptiva
- Tabulación de datos
- Análisis de los datos

CAPITULO 3. PROPUESTA

Luego de haber determinado el diagnóstico de la situación, es necesario entrar a dar solución a este problema. La propuesta se basa en cuatro pilares que son:

- La estrategia empresarial
- Dirección del personal
- La comunicación o promoción
- Controles

Tema 1. Estrategia empresarial

- **Conocimiento y definición del servicio**
Conocimiento y definiciones del servicio: el enfoque de la gerencia del servicio se inicia con la búsqueda de crear una cultura de servicio que haga del excelente servicio al cliente, una misión reconocida por todo el personal en la organización, involucrando a los gerentes.
- **Misión:** definitivamente ningún proceso de planeación se iniciaría con bases sólidas si no se definiera claramente la misión del negocio. Esta no es otra cosa que la razón de ser, la esencia de la organización.
- **Visión:** los restaurantes deben proyectar su operación con una visión hacia el futuro, y un ejemplo de su planteamiento sería El restaurante líder en el servicio integral de alimentos para todo tipo de necesidad.
- **Valores:** los restaurantes deben definir un conjunto de preceptos, principios, creencias o enunciados de una causa, a la cual la alta gerencia pide adherir. Los factores humanos que orientan la conducta del negocio, se recomienda publicarlos y destacarlos.
- **Análisis DOFA:** no es otra cosa que las iniciales de las palabras: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. Las variables D y F se analizan a nivel interno y las variables O y A surgen del análisis del entorno.
- **Formulación POEM:** reúne los fundamentos de la planeación y se traduce de la siguiente forma: políticas, objetivos, estrategias y metas. Se podría decir que por estrategia los objetivos están por encima de todas las variables.

Dirección del personal

- Estructura organizacional
- Funciones del personal

Tema 2. Mercadeo

Los sistemas de servicios de alimentación realizan cuatro actividades básicas (preparación, producción, empaque y entrega), con el fin de transformar alimentos crudos y productos terminados, que se ajusten a las necesidades y deseos de sus grupos objetivo.

- El producto – Servicio
- Atmósfera
- Precio
- La comunicación o promoción

Controles

El control de las actividades del servicio de alimentos es fundamental para cerciorarse de que dichas actividades se están llevando a cabo según lo planificado y que verdaderamente están conduciendo al cumplimiento de los objetivos fijados.

- Control de calidad
 - Programa de protección de alimentos
 - Estandarización de recetas y porciones
 - Evaluación del rendimiento
- Control de la seguridad
 - Condiciones de Higiene
 - Seguridad industrial
 - Recomendaciones de higiene a los niños
- Evaluación del servicio interno

METODOLOGIA:

Existen diferentes tipos de investigación: histórica, descriptiva, correlacional, estudio de caso y ex post facto. Los dos tipos de investigación utilizados para este trabajo fueron la descriptiva y la correlacional.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- Hoy en día la mayor parte de los servicios de alimentación no dan la suficiente importancia a la atención para niños. Solo una pequeña participación del mercado ofrece algunas condiciones especiales para los pequeños. Esto obedece a que la mayoría de estos son franquicias de grandes cadenas de restaurantes de otros países, los cuales aprecian los beneficios que trae un servicio especial para niños.
- La encuesta que se desarrollo en las 50 familias permitió la situación actual en que se encuentra el servicio de los niños en los establecimientos del norte de Bogotá. Y es que los padres de familia no están satisfechos con la atención que le dan a sus hijos, aunque se complacen de encontrar en el mercado algunos establecimientos que satisfacen los gustos de sus hijos.
- La planeación estratégica, la calidad total y la filosofía Administración del servicio, fueron el eje central para desarrollar la propuesta que se plantea como solución a aquellos establecimientos que pretenden ofrecer un óptimo servicio para niños.

La recomendación es la siguiente:

Vale la pena ampliar el tema de este trabajo a otros ámbitos. Como primera medida, se puede extender el estudio, no solo a servicios de alimentos comerciales, sino también institucionales como clubes, hospitales, colegios, hoteles y demás. En segunda instancia,

se pueden buscar otros segmentos de clientes del mercado, como pueden ser las personas de la tercera edad o personas con alguna anomalía clínica, es decir quienes tienen problemas de azúcar, de triglicérido, de tensión arterial o simplemente aquellos que deseen mantener la línea y que no encuentran en el mercado preparaciones apropiadas para su dieta. Igualmente estos clientes se pueden estudiar en el ámbito de establecimientos comerciales o institucionales.

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 12 autores, destacándose temas como administración, alimentos y bebidas, nutrición, calidad del servicio entre otros.

ANEXOS:

No se encuentran anexos

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 111
TITULO:	ADMINISTRACION DE PROPIEDAD HORIZONTAL DEL SECTOR VIVENDA.	
AUTOR:	BOADA GUARIN, Flor Angela Daizy	
PUBLICACIÓN:	Trabajo de grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Bogotá 1996, P.P.337, presenta un pie de paginas.	
PALABRAS CLAVES:	PROPIEDAD HORIZONTAL, VIVIENDA, CLASE DE PROPIEDAD HORIZONTAL.	
DESCRIPCIÓN:	El objetivo de este trabajo es identificar unos criterios básicos que permitan la implantación de una Administración de la Propiedad Horizontal en el Sector Vivienda, orientada al diseño de un modelo que cumpla la total satisfacción de los copropietarios y/o arrendatarios.	
METODOLOGIA:	Es una Investigación de tipo inductivo.	
FUENTES:	las autoras hace referencia a un pie de paginas, se destacándose:	

PABON NUÑEZ, Ciro. La propiedad de inmuebles dividida por pisos o departamentos. 1

CONTENIDO: Este trabajo esta conformado de la siguiente manera:

INTRODUCCIÓN

El fin primordial es dar a conocer en forma clara los derechos y obligaciones que tienen cada una de las personas que intervienen en esta copropiedad, así como orientar las acciones y mecanismos que debe desarrollar una optima administración de propiedad horizontal y teniendo en cuenta sus normas y principios.

CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

Tema 1: Situación Problema

Como lograr calidad en la administración de propiedad horizontal del sector vivienda que proporcione plena satisfacción a los copropietarios?. Teniendo en cuenta que al nivel de la mayoría de las grandes ciudades, sus habitantes se ven evocados a un tipo de vivienda dentro de una estructura que exija una organización para la convivencia de cada uno de los copropietarios entre (residentes), dentro de reglas fijas establecidas para la satisfacción de cada uno de ellos.

Tema 2: Justificación del Problema

Viendo las inconformidades que surgen en las administraciones de propiedad horizontal del sector vivienda, por conflictos e inconvenientes entre las personas participantes de la propiedad, entre otros, el no pago oportuno de las cuotas de administración o cuotas extraordinarias, los deudores moros, la falta de fondos para una reestructuración, el desinterés de los copropietarios por la vigilancia de sus bienes las fallas en que incurrir los administradores, la falta de mecanismos de control y ejecución de las pocas normas existentes para el caso, deficiencia en el aseo, falta de profesionalismo en el área de portería. En el siguiente trabajo se propone ofrecer mecanismos para ofrecer soluciones para la prestación de un servicio de administración de propiedad horizontal.

Los factores que motivaron a la realización del tema son:

La tendencia en grados sumo del establecimiento y organización de la vivienda en propiedad horizontal.

La necesidad de dar a conocer las normas existentes para su correcta aplicación.

Establecer en forma metódica y practica, reglas y normas de comportamiento de cada una de las partes o personas que participan en las relaciones.

Establecer los mecanismos para brindar un mejor servicio.

Proporcionar un ambiente agradable.

Tema 3: Marco Teórico

La administración de propiedad horizontal del sector vivienda debe tener en cuenta:

Que sus copropietarios sean usuarios.

Mediante la vigilancia buscar seguridad y protección de bienes de los muebles e inmuebles de los copropietarios.

Contemplar los procedimientos de aseo.

Mantener en buen estado los sistemas de iluminación.

Constituir una planeación, organización y ejecución de los objetivos y estrategias de la administración.

Integración de las personas que intervienen en la propiedad horizontal.

Utilización de los recursos dirigidos a la organización de pagos de cuotas de administración.

Control de elementos y de personal que participen en el servicio de administración.

Tema 4: Marco Demográfico

La presente investigación se realizó como se menciona en el marco geográfico con los estratos 3,4,5 y 6 de Santafé de Bogotá de propiedad horizontal del sector vivienda.

Se entiende por unidad de vivienda a un lugar estructuralmente separado e independiente, ocupado o destinado a ser ocupado por una o varias personas.

Santafé de Bogotá está compuesta por 38 comunas, formada por 540 barrios, 19 alcaldías, cuatro zonas y seis sectores.

Comuna: es la conformación de varios sectores o barrios.

Sector: es un área geográfica con características físicas y socioeconómicas y está compuesta por un grupo de secciones.

Sección: es una área compuesta por un grupo de manzanas que van de 10 a 20 por lo general.

Estrato: la estratificación es el proceso de dividir la población en grupos clasificados y teniendo en cuenta la situación física y socioeconómica en pro de clasificar cada manzana y cada sector de acuerdo a las características predominantes de cada una de ellas. Los estratos son: bajo bajo, bajo, medio bajo, medio, medio alto, alto)

El estrato 1 por su definición en sí carece de propiedad Horizontal. El estrato 2 cuenta con un número de población que vive en propiedad horizontal de 746.569 personas que corresponden aproximadamente al 12.5% del 33% de población en este estrato; el estrato 3 cuenta con aproximadamente 1'612.589 personas que viven en propiedad horizontal y que corresponde a un 27% aproximado del 44.20% de población en ese estrato; el estrato 4 tiene un número de personas que vive en propiedad horizontal de 627.642 correspondiente al 10.5% del 12.89% de la población en este estrato; el estrato 5 cuenta con aproximadamente 179.177 personas que viven en propiedad horizontal y pertenece al 3% del 4.48% de población en este estrato. El estrato 6 habitan en propiedad horizontal

un número aproximado de 149.314 personas que corresponden al 2.5% del 3.10% de población en ese estrato.

Tema 5: Metodología

El estudio a realizar parte de una situación existente en nuestra sociedad y posteriormente se deducirá y planteará una posibilidad a cualquier clase de persona, que viva o pretenda tomar esta opción de modo de vida. Es decir el tipo de estudio a realizar será inductivo partiendo de una Hipótesis.

Tema 6: Misión

La obligación prioritaria de la administración está dirigida a los copropietarios, procurando proveerles medios y mecanismos necesarios para su satisfacción.

Se debe realizar una selección apropiada de personal de acuerdo al cargo de cada uno de ellos dentro de un ámbito de seguridad industrial y a su vez otorgarles cierta capacidad de decisión.

CAPITULO II: LA PROPIEDAD HORIZONTAL DEL SECTOR VIVIENDA

Tema 1: Origen de la Vivienda

Desde el principio de la vida humana se vio la necesidad de poseer cada grupo relacionado íntimamente – la familia como expresión característica un lugar en torno del cual giran las actividades personales, con cierta estabilidad y con un mínimo de independencia y seguridad frente a los demás, esto es lo que ha constituido y sigue constituyendo para cada hombre su casa, la vivienda.

Tema 2: Concepto de Propiedad Horizontal

Se define como los diversos pisos de un edificio o casa y los departamentos en que se divide cada piso cuando son independientes y tienen salida a la vía pública, directamente o por paso común y que pertenezcan a diferentes propietarios que adquieren separadamente ciertos derechos y obligaciones comunes.

Tema 3: Origen de la Propiedad Horizontal

La propiedad horizontal se originó en tiempos antiquísimos, pues hay datos de venta de la primera planta y el dueño se quedaba con la segunda planta, esto se remonta a unos 2000 años a.c., de igual manera se habla que en países meridionales existía superposición de varios pisos independientes de diferentes dueños.

Tema 4: Origen de la Propiedad Horizontal en Colombia

A fines del siglo pasado en 1890 se pensó en establecer legalmente la propiedad horizontal en el proyecto presentado por los juristas Colombianos Dionisio Arango y

Florentino Goenaga proyecto que fue estudiado, debatido y discutido por la respectiva comisión del congreso, pero no tuvo consagración legal.

Debido al desplazamiento de los campesinos a los centros industriales, y llevando consigo la escasez de vivienda, hizo renacer el interés de la propiedad dividida por pisos o departamentos. En 1940 Bogotá la capital del país y otras ciudades iniciaron un acelerado progreso urbanístico, empezando a sufrir un estancamiento la riqueza inmobiliaria en donde las clases menos favorecidas no podían tener su hogar, los interesados en esta solicitaban un instrumento legal que les facilitara y agilizara la construcción. En 1946 los Doctores Alfonso Araujo y Humberto Gómez Naranjo redactaron un proyecto de ley sobre "Propiedad de Pisos o departamentos en un mismo edificio".

Tema 5: Clases de Propiedad Horizontal

Las clases de propiedad horizontal más usadas en la ciudad de Santafé de Bogotá son:

Parqueaderos.

Comerciales

Vivienda: casas y edificios: unifamiliares, multifamiliares, inquilinato.

Oficinas Profesionales.

Consultorios Médicos

Hoteles

Cementerios: Bóvedas, Mausoleos.

Tema 6: Reglamento de Copropiedad o de Propiedad Horizontal

El reglamento de propiedad horizontal es un instrumento público esencial de la propiedad horizontal, donde se plasma la división e identificación de las partes exactas de una edificación con sus efectos jurídicos, regula el uso, usufructo y disposición de los bienes privados y comunes que la conforman, las obligaciones y derechos correlativos de los copropietarios, que genera su ejercicio y este es obligatorio en todo régimen de propiedad horizontal. El reglamento debe elevarse a escritura pública, protocolizarse en una notaría del círculo del inmueble e inscribirse en la oficina de registro de instrumentos públicos, solo así queda legalmente constituida la propiedad horizontal de acuerdo con la segunda parte del inciso primero del artículo 11 y del 19 de las leyes 182 de 1948 y segundo de la ley de 1985 y lo dispuesto en el artículo segundo del decreto 1165.

Es tan importante este reglamento que se obliga a incorporarlo en copia auténtica al título de propiedad de las unidades privadas en toda escritura de traspaso y esta prohibido a los notarios y registradores, sin cumplimiento de esta obligación, autorizar el negocio e inscribirlo respectivamente y se debe transcribir en las copias que de él se expidan.

El decreto 1365 de 1986 establece que el reglamento debe incluir a lo menos:

Nombre, domicilio e identificación del propietario del inmueble.

Determinación del terreno por sus linderos y ubicación sobre las vías públicas, nomenclatura y superficie.

Nombre distintivo del inmueble construido o proyectado seguido de la expresión propiedad horizontal.

Indicación del título de procedencia del domicilio del bien y el número de matrícula inmobiliaria.

Identificación de cada una de las unidades de dominio privado, de acuerdo con el plano aprobado por la autoridad competente.

Determinación de los bienes de dominio o uso común, particularmente los esenciales para la existencia, seguridad y conservación del inmueble a la propiedad horizontal.

Normas básicas para la utilización de los bienes de dominio o uso común.

Normas para la reparación y reconstrucción del edificio o edificios.

Destinación y uso de las unidades de dominio privado.

Régimen legal que se somete el inmueble ley 182 de 1948° ley 16 de 1985.

Determinación de los coeficientes de copropiedad o porcentaje de participación, según se sometan a la ley 16 de 1985, para cada una de las unidades de dominio privado.

Requisitos que deben cumplirse para introducir reformas al reglamento de administración de la propiedad horizontal.

Determinación de los órganos de administración y dirección de la copropiedad o de la persona jurídica en su caso y asignación de sus funciones.

Reuniones ordinarias y extraordinarias de la asamblea general de propietarios, forma y época de convocación, quórum deliberatorio y decisorio.

Forma de elección, obligaciones y facultades del administrador.

Determinación del periodo presupuestal del administrador de la propiedad horizontal.

Nombre del administrador inicial o del representante probicional.

Normas que deben seguirse para la liquidación de la propiedad horizontal y distribución de los bienes de dominio o uso comunes en el evento de que ésta termine conforme a la ley o por decisión unánime de los propietarios.

Las demás estipulaciones que se consideran necesarias o convenientes de conformidad con el régimen legal a que se someta el o los inmuebles (Decreto 1365 de 1985, artículo 5)

CAPITULO III: MODELO ADMINISTRATIVO PARA PROPIEDAD HORIZONTAL

Tema 1: Misión del Diseño

Ser el diseño de administración de propiedad horizontal líder en la prestación del servicio con la satisfacción de las necesidades y deseos de los copropietarios y de todos aquellos que utilicen este servicio, a través de una permanente innovación, y excelente calidad de los servicios, con respaldo de un equipo humano y técnico capacitado integralmente.

Tema 2: Visión

Lograr que un número de titulares y usuarios de propiedad horizontal utilicen y tengan acceso al modelo administrativo, diseñado durante la investigación.

Tema 3: Planeación

Se realizara una planeación de acuerdo a las normas y decretos consagrados en las leyes 182 de 1848, la ley 16 de 1985, decreto 1365 de 1986 y demás normas concordantes.

Tema 4: Objetivos

Conocer la situación en que se encuentran las personas en que viven en propiedad horizontal, y proporcionarles una nueva posibilidad de administración, mediante un manual que busque mejorar esas relaciones y situaciones.

Tema 5: Trabajo de Campo

Para el estudio de la situación planteada se utilizaran recursos de investigación tales como: las encuestas y la observación sin intromisión, mecanismos desarrollados en conjuntos residenciales que cubren los sectores poblaciones propuestos en el marco demográfico.

Tema 6: Análisis a la Encuesta a Copropietarios

La mayoría de las personas estuvieron de acuerdo con el tema de la seguridad, economía y comodidad.

Las personas no saben vivir en comunidad.

Existe falta de interés por el conjunto residencial y la desorganización y malos empleados.

Se debe mejorar el aseo.

Capacitar a los porteros.

Los residentes no colaboran con el aseo.

Tema 7: Análisis de la Encuesta a los Administradores

Lograr armonía entre los copropietarios.

Se debe prestar un servicio satisfactorio.

Buen mantenimiento a las instalaciones y equipos.

Responsabilidad de los empleados.

Los principales mecanismos de integración son reuniones.

Elaboración de planes de trabajo.

Tema 8: Análisis de la Encuesta de los Trabajadores

Se pudo apreciar que los empleados no duran mucho tiempo.

No conocen sus obligaciones.

No conocen el reglamento de trabajo.

Se realización de labores independientes de planes y programas.

La inexistencia de control de los insumos y elementos de aseo y mantenimiento.

Tema 9: Políticas de la Administración

La administración de propiedad horizontal estará dirigida a pretender lograr una eficiente prestación del servicio a través de la practica y ejecución de los programas, planes y estrategias establecida.

Eficaz prestación del servicio y administración a través del cumplimiento de loa planes.

Prestación eficaz del servicio mediante una calidad total.

Prestación óptima del servicio dentro de tarifas cómodas.
Ambiente de motivación de los empleados.
Avances tecnológicos con el fin de lograr excelencia en el servicio.
Contar con solvencia económica.

Tema 10: Estrategias

A cada copropietario y trabajadores se le entregara un manual que reúna los derechos y obligaciones de cada uno de ellos.
A los trabajadores se les dará un manual de funciones.
Para la contratación de personal se recurrirá en lo posible al SENA.
Los trabajadores deberán tener estudios certificados y experiencia de dos años.
Se colocara un buzón de sugerencias.
Se tendrá una contratación especial con proveedores y clientes de aseo que permitan solicitarle información respecto de los nuevos productos de aseo y limpieza en el mercado.
Conservación de la maquinaria y equipo por medio de fichas de vida a cada una de ellas.

Tema 11: Programas

Con la intención de lograr la prestación óptima del servicio de administración de propiedad horizontal dentro de los límites de las políticas establecidas se vio la conveniencia de configurar ciertos programas que permitan a las personas que participan en propiedad horizontal tomar la decisión del paso a seguir en ciertas circunstancias, hablamos de programas tales como: mantenimiento, aseo, vigilancia, programas económicos y programas de integración y de ambientación entre otros.

Tema 12: Programas de Mantenimiento

Para determinar el mantenimiento preventivo o correctivo que conforman el equipo de una institución. Es importante conocer y saber interpretar los planos y catálogos de todas las maquinarias, los cuales nos dan el conocimiento directo sobre estas.

En el recurso humano tenemos: vigilantes, aseadoras, toderos, técnicos, jardineros, supervisores y administradores; en donde la misión de todos cumple un solo objetivo: prestar un eficiente servicio.

Para los recursos administrativos es necesario tener en cuenta la estructura organizativa de la empresa, los procedimientos e instrumentos utilizados por las personas que prestan el servicio dentro de los parámetros establecidos por la organización. Los recursos físicos tienen que ver con las edificaciones, redes, instalaciones y demás bienes objeto de la administración, estos recursos tienen una duración de vida útil en condiciones normales. Este mantenimiento lo pueden hacer:

El fabricante o representante.

Empresas privadas especializadas.
Técnicos Internos

Tema 13: Mantenimiento Preventivo

Es la acción técnica y administrativa de la propiedad horizontal que se lleva a cabo a efecto para prevenir una falla en un equipo o elemento del recurso físico, evitando el paro indefinido: este se realiza por medio de inspecciones rutinarias que hace el personal a cargo y el administrador.

Dentro de las actividades del mantenimiento preventivo tenemos:

Limpieza
Inspección
Ajuste
Lubricación
Calibración (realización de correctivos).
Sustitución de partes (sustitución de partes desgastadas)

Tema 14: Mantenimiento Correctivo

Es la acción técnica y administrativa que se lleva a cabo cuando ha ocurrido una falla en un equipo, instalación del edificio que ocasiona su paro indefinido o mal funcionamiento, que da lugar a la reparación de equipos e instalaciones.

Una vez detectado un daño se debe elaborar la ficha de solicitud de reparación, que debe ser llenada tanto por la persona que ha hecho el pedimento como por el técnico o ingeniero que la repara. Para el mejor control de cada uno de los aparatos se les lleva otra ficha denominada descripción del mantenimiento o reparación, que se anexara a la hoja de vida respectiva de cada uno de ellos.

Tema 15: Programa de Mantenimiento de maquinas

Para el mantenimiento de equipos se debe programar con una variedad de empresas asesoras al respecto, permitiendo una rápida detención por alguna eventualidad, dependiendo de la maquinaria y el equipo se tendrá una programación de mantenimiento preventivo y correctivo, teniendo como primera alternativa la firma que fabrica o instala el equipo.

En esto se han tenido en cuenta los siguientes artefactos:

Ascensores: se les debe realizar un mantenimiento diario en el cual se barre, se brilla y se limpian de acuerdo al material que compone el carro (pisos, paredes y techo). Mensualmente se realiza un mantenimiento general: en donde se revisan las poleas, el motor y la parte eléctrica al igual que la capacidad de sobrecarga y se hace un ajuste en general. Anualmente se para y se revisa la tracción eléctrica, la maquinaria motriz, el equipo de control, los rieles.

Bombas de Agua: no se acostumbra el mantenimiento diario, el mantenimiento mensual se revisa la tubería (óxido), empaque, válvulas, revisa la bomba de succión que no este tapada, examinar la valvulina, la parte eléctrica y el arranque. La luz debe ser trifásica, el motor debe tener gran capacidad para bombear agua a gran altura.

Salida Telefónica: Citofonos: la consola se le debe limpiar diariamente, cada tres meses se debe revisar: bocinas, cables, leds(interruptores), consola, regleta de conexión empalmes. Se debe tener cuidado de no derramar líquidos sobre la consola ya que produce sulfatación en la parte interna. Strip de Teléfonos: de acuerdo a las condiciones del medio ambiente se deben hacer revisiones periódicas en las redes, haciendo énfasis en las terminaciones y su elemento de ajuste o conexión.

Tanques de Agua: directamente se deben mantener tapados cada 15 días se debe revisar los niveles de agua. Mensualmente se deben observar los flotadores los tubos de entrada y salida de agua, chequeos, registros, empaques y goteras(filtraciones de Agua). En los tanques subterráneos se debe inspeccionar la oxidación si son de lamina y si son en concreto que no halla moho. Se deben lavar semestralmente.

Reguladores de Energía: se deben tener en cuenta los ductos eléctricos como circuitos, interruptores, fusibles y protecciones en general, verificando que estén en buenas condiciones de funcionamiento normal. Se debe tener presente el desgaste de la salida de las lamparas las conexiones y toma corrientes para evitar cualquier sobrecarga y así un corto – circuito.

Equipo de Incendio: los incendios se clasifican en tres categorías: clase A: el que se produce en materias sólidas, corrientes, tales como telas, maderas, basuras etc. y se apaga con agua. Clase B: el que se crea con líquidos inflamables, como gasolina, grasa, pinturas, alcohol etc., se debe apagar con Bióxido de carbono, químico seco o halonn no se debe usar agua porque se riega el liquido encendido. Clase C: el que se origina en equipo eléctrico vivo y para apagarlo se debe usar el extinguidos de Bióxido de Carbono, no se debe utilizar extinguidor de aguas u otros que sean conductores de electricidad.

Gabinete de Incendio: diariamente se debe observar que este el equipo completo, semestralmente se debe revisar los hidrantes, la manguera que este en buen estado, las llaves, las uniones, los empaques y registros respectivos.

Tema 16: Programa de Aseo

El aseo constituye principios y reglas para conservar la salud, por ser este la acción y efecto de limpiar y desinfectar los lugares o las cosas para prever enfermedades, este deberá efectuarse constantemente y así obtener buena higiene y a la vez dar buena presentación.

Se deben tener en cuenta en la limpieza :

Tamaño de las áreas
Materiales de construcción y accesorios
Técnicas de limpieza.

Limpieza y tratamiento de objetos varios
 Limpieza y cuidado de los muebles
 Limpieza de recubrimiento de muebles
 Conocimiento sobre elementos utilizados para la limpieza.
 Limpieza y mantenimiento de electrodomésticos.

Tema 17: Programa de Vigilancia

Es un servicio que consiste en salvaguardar, proteger, velar y cuidar los bienes muebles e inmuebles y / o personas puestas bajo su custodia y responsabilidad.
 Se debe tener en cuenta para la contratación de la empresa seleccionada:

Certificado de constitución y gerencia.
 Licencia de funcionamiento
 Matricula Mercantil
 Póliza de Garantía.
 Sede
 Licencia sanitaria.
 Dirección (experiencia y conocimiento en seguridad de los directivos).
 Cursos de Instrucción y entrenamiento.
 Dotación.
 Supervisión.
 Prestaciones sociales.
 Póliza de cumplimiento de salarios
 Copia del contrato de trabajo.
 Fotocopia de inscripción al ISS.
 Análisis de costos.

Elementos de seguridad diferentes al Humano:

Sistema de Televigilancia: es un sistema de protección perimetrica, existente en el mercado que ofrece máxima protección integral.

Circuito Cerrado: es un sistema Bifuncional, la unidad central de programación (CPU), se comunica con la matriz de vídeo, vía comunicación cerial. La CPU controla la secuencia de visualización y el tiempo de cada imagen.

Sistema de dignación de imagen: en este sistema se instalan cámaras fijas, con lentes adecuados para el cubrimiento total del perímetro en caso de ser exterior. En interiores, coberturas de corredores, puertas y demás sitios que se quieran supervisar.

Concertinas de Acero Inoxidable: son cintas troqueladas de acero inoxidable de alta resistencia en ambientes corrosivos, permitiendo incluso su utilización bajo el agua.

Sistema TEE-290: identifica el sector objeto de la violación el cual en ningún caso será superior al del campo visual determinado por las condiciones del terreno. Este

sistema activa automáticamente sistemas electrónicos y electromecánicos de respaldo tales como: sirenas, reflectores, CCTV, etc.

Sistemas DTR%2000: es el mas avanzado del mundo consiste en un juego de sensores, conectados a parejas de alambres, tensados; estos sensores están dentro de un porte que se instala en distancias entre los 40 y 60 Mts, en medio de los dos postes de anclaje a donde van sujetas las terminales de alambre tensado.

DTR: los sistemas de DTR están basados en un sistema electrónico incorporado en una valla de alambre tensado que sirve de barrera física. Un DTR puede ser instalado como una estructura independiente, puede ser montado en un muro o en adición a una estructura existente.

Sistema inno-fence: sistema de protección perimetral de interperie. Es una cerca decorativa de aspecto inocente, son sistemas de alarma oculto integrado a la misma.

Guardia Canina: los perros no son utilizados en vigilancia de vivienda por el alto costo y riesgo que estos implican.

Tema 18: Organización de la Administración de Propiedad Horizontal

Toda organización debe agrupar las actividades necesarias en órganos y cargos especializados para lograr el cumplimiento de los objetivos, indicando la autoridad y responsabilidad fijadas a las personas que tienen a su cargo la realización de las funciones respectivas; para garantizar la buena marcha de la prestación del servicio en sus diferentes áreas.

La línea de autoridad debe ser lo más clara posible entre el puesto administrativo más alto de la organización y todos los demás puestos subordinados, ya que de esta depende la claridad de la responsabilidad sobre la toma de decisiones y la efectividad de las comunicaciones.

Tema 19: Organigrama o Departamentalización

Las funciones se agrupan en cinco niveles:

- Copropietarios
- Asamblea de Copropietarios.
- Consejo de Administración
- Administración
- Operativo

Los copropietarios cuentan con los siguientes derechos:

Poseer, disfrutar y disponer libremente de su ara privativa de acuerdo con la ley y el reglamento.

Enajenar, gravar, dar en anticresis o en arrendamientos su unidad privada con su derecho sobre los bienes comunes, sin necesidad del consentimiento de los demás propietarios.

Intervenir en las deliberaciones de la asamblea de propietarios con derecho a voz y voto del consejo de administración y los comités asesores si fueren creados.

Ejecutar por su cuenta los actos y obras urgentes que exijan la conservación, reparación y conveniente administración del edificio, cuando no lo haga oportunamente la administración y exigir el reintegro de las cuentas que corresponden a los demás propietarios en los gastos comprobados.

Tema 20: Personal

Por ser el elemento humano base de cualquier relación participa en el desarrollo eficaz de la presentación del servicio objeto de la organización, por esto debe estar lo suficientemente capacitado y motivado, para que puedan y quieran apoyar la organización de los fines de la empresa, a los empleados se les debe brindar incentivos tales como: ofrecerles una remuneración adecuada, interesarlos en su trabajo; darles un buen trato, brindarles posibilidades de progreso proporcionarles condiciones de estabilidad y seguridad; suministrarles óptimas condiciones físicas sociales y morales, darles posibilidad de independencia en su vida personal, familiar, religiosa y política, reconocerles en la medida posible su colaboración y esfuerzo ofrecerles condiciones físicas dentro de los términos de higiene y seguridad para garantizarles su vida y su integridad evitándoles riesgos y enfermedades.

Tema 21: Manual de Funciones

Es el resumen detallado de las funciones que cada empleado debe llevar a cabo por ser su obligación. Se plantearán las funciones de acuerdo al organigrama y según las necesidades de cada conjunto, es decir, que en la medida que el bien a administrar presente una mayor complejidad se aumentará en el organigrama un nuevo cargo que en este caso se denominará supervisión y esquemáticamente se presentan de la siguiente forma:

Nombre del cargo: Asamblea de Copropietarios

Descripción del Cargo: hacer cumplir el reglamento de copropiedad y de más disposiciones relacionadas con el mejoramiento de la copropiedad.

Sistema de Evaluación y Motivación: se evaluará como mínimo anualmente se incentivará promulgando las posibilidades y derechos a que tienen por hacer parte del mismo.

Características del Cargo: por la configuración del cargo, no admite especificaciones al respecto.

Nombre del cargo: Consejo de Administración

Descripción del Cargo: ejecutar el reglamento de copropiedad a través de la asamblea y/o el administrador dentro de los conceptos de buenas relaciones de convivencia y vecindad.

Sistema de Evaluación y Motivación: la evaluación se realizara en periodos aproximados de seis meses, previendo las asambleas extraordinarias en casos que lo amerite y se motivara mediante la rebaja o excisión de ciertos pagos.

Características del Cargo: por la configuración del no admite especificaciones al respecto.

Nombre del cargo: Revisor Fiscal

Descripción del Cargo: velar por el cumplimiento de las funciones del administrador así como cuidar y revisar los libros y contratos y demás documento que atañen a la copropiedad cuidando que existan los soportes contables.

Sistemas de Evaluación y Motivación: la evaluación se realizara cada seis meses y se incentivaran haciéndole participe de las inquietudes de los copropietarios y procurándose una buena remuneración.

Características del Cargo: esfuerzo físico, capacidad auditiva es conveniente, permanencia de pie poca fortaleza, observación, iniciativa es fundamental, amabilidad, morbilidad motora y física no es necesaria.

Nombre del cargo: Administrador

Descripción del Cargo: ejecutar, coordinar y hacer cumplir los planes y programas de la copropiedad.

Sistema de Evaluación y Motivación: se evaluara en periodos mensuales y se tendrá como incentivos bonificaciones e incremento en el salario.

Características del Cargo: Esfuerzo físico es fundamenta, capacidad auditiva es conveniente, capacidad visual muy esencial, permanencia de pie fortaleza largo periodo, observación nada distraído, iniciativa fundamental, amabilidad atento, habilidad motora y física muy necesaria.

Nombre del cargo: Contador

Descripción del Cargo: ejecutar y velar por el buen funcionamiento de la parte contable de la copropiedad.

Sistema de Evaluación y motivación: la evaluación se efectuara cada tres meses y se le ofrecerá como incentivos una bonificación acorde al servicio.

Características del Cargo: esfuerzo físico no es fundamenta, capacidad auditiva no es conveniente, permanencia de pie poca fortaleza, observación muy observador, iniciativa es importante, amabilidad apático, movilidad motora y física no es necesaria.

Nombre del cargo: secretaria.

Descripción del Cargo: realizar todas y cada una de las actividades de recepción y atención de las personas y cosas que se presente en administración, servir de vinculo entre el administrador y cualquier clase de información que se presente.

Sistema de evaluación y motivación: quincenalmente se evaluara sus actividades y se incentivara a esta dándole la posibilidad de expones sus inquietudes.

Características del Cargo: esfuerzo físico no es fundamenta, capacidad auditiva es conveniente, capacidad visual es esencial, permanencia de pie poca fortaleza, observación muy observador, iniciativa es fundamental, amabilidad atento, amabilidad motora y física es necesaria.

Nombre del cargo: mensajero.

Descripción del Cargo: ser el medio efectivo de traslado de todas y cada una de las cuentas que por su naturaleza ellas mismas lo requieran.

Sistema de evaluación y motivación: la evaluación se realizara en un periodo mínimo de un mes y se incentivara con medios como el pago de transporte a titulo de bonificación que de pronto pueda cubrir un refrigerio.

Características del Cargo: esfuerzo físico muy fundamenta, capacidad auditiva es conveniente, capacidad visual muy esencial, permanencia de pie fortaleza largo periodo, observación muy observador, iniciativa es fundamental, amabilidad atento, habilidad motora y física my necesaria.

Nombre del cargo: Portero o Vigilante

Descripción del Cargo: velar constantemente por la seguridad de la copropiedad y de sus ocupantes.

Sistema de evaluación y motivación: se evaluará mensualmente la prestación del servicio y se ofrecerá bonificaciones o se dará facilidades los permisos para que no tenga queja alguna y haya prestado su servicio en forma optima.

Características del Cargo: esfuerzo físico muy fundamental, capacidad auditiva es conveniente, capacidad visual es esencial, permanencia de pie fortaleza a largo periodo, observación nada distraído, iniciativa es importante, amabilidad atento, habilidad motora y física my necesaria.

Nombre del cargo: Aseadora

Descripción del Cargo: mantener limpia las áreas comunes de la instalación.

Sistema de evaluación y motivación: se evaluaran diariamente las efectividades del aseo y se planteara como incentivo posibilidades en horario de salida más temprano, facilidad en los permisos.

Características del Cargo: esfuerzo físico muy fundamental, capacidad auditiva es conveniente, capacidad visual muy esencial, permanencia de pie fortaleza largo periodo, observación nada distraido, iniciativa es importante, amabilidad atento, habilidad motora y física my necesaria.

Nombre del cargo: Ingeniero o Técnico

Descripción del Cargo: efectuar el mantenimiento preventivo o correctivo de la maquinaria, equipos e instalaciones de acuerdo a los catálogos o planos respectivos.

Sistema de evaluación y motivación: se evaluara en periodos trimestrales o cuando las necesidades así lo exijan, se incrementaran sistemas de motivación tales como recomendaciones de trabajo y colaborándole en la organización del horario.

Características del Cargo: esfuerzo físico muy fundamental, capacidad auditiva es conveniente, capacidad visual muy esencial, permanencia de pie fortaleza termino medio, observación nada distraído, iniciativa es fundamental, amabilidad apático, habilidad motora y física my necesaria.

Nombre del cargo: Toderero

Descripción del Cargo: realizar todas y cada una de las actividades que el funcionamiento de la copropiedad exige y para el cual no se halla creado un cargo especial.

Sistema de evaluación y motivación: el sistema de evaluación se realizara en periodos mensuales que utilizaremos como sistema de motivación el enaltecimiento de las buenas labores realizadas, así mismo se le colaborara en las peticiones de horarios y permisos del mismo y según las circunstancias.

Características del Cargo: esfuerzo físico muy fundamental, capacidad auditiva es conveniente, capacidad visual muy esencial, permanencia de pie fortaleza largo periodo, observación muy observador, iniciativa es importante, amabilidad atento, habilidad motora y física muy necesaria.

Nombre del cargo: Jardinero

Descripción del Cargo: mantener en perfecto estado las plantas, jardines y zonas verdes de la copropiedad.

Sistema de evaluación y motivación: se evaluara la actividad del jardinero observando los prados y jardines en periodos mensuales y se motivara con incentivos como: dándole la oportunidad de salidas más temprano, cuando halla terminado la labor así como el momento de decidir los permisos.

Características del Cargo: esfuerzo físico muy fundamental, capacidad auditiva no es conveniente, capacidad visual muy esencial, permanencia de pie fortaleza largo periodo, observación muy observador, iniciativa es importante, amabilidad afable, habilidad motora y física muy necesaria.

Tema 22: Integración

Por ser la integración la coordinación de los elementos materiales y humanos de cualquier organización que procura un apropiado funcionamiento en este caso seria la adecuada administración de la copropiedad, es necesario que el personal que participa dentro de la misma y que va a ejercer cualquier cargo, debe reunir unos requisitos mismo para su desempeño idóneo; se hable de condiciones mínimas físicas, intelectuales, morales o sociales etc.

Tema 23: Etapas de la admisión de Personal

En su numero y orden varían mucho, se sugiere tener en cuenta:

Reclutamiento

Selección

Contratación y filiación

Inducción

Adiestramiento y capacitación

Higiene y seguridad en el trabajo.

Tema 24: Relaciones Laborales

Consientes de la importancia que reviste el hecho de que cada una de las personas que interviene en el servicio de propiedad Horizontal, conozca las obligaciones y deberes que el cargo a desempeñar les impone así como la necesidad de establecer mecanismos efectivos que logren un mayor entendimiento en lo que respecta la aplicación del ordenamiento jurídico, laboral se plantean mecanismos tales como el reglamento interno de trabajo.

Tema 25: Reglamento Interno de Trabajo

Esta constituido por el conjunto normativo que establece las condiciones que rigen la relación entre el empleador y su trabajador a nivel jurídico se hable del “reglamento Interno de Trabajo” y por ende normas a la que se debe someter el empleador.

Tema 26: ejecución

Conduce a la realización efectiva de la planeación y la organización en la forma más eficaz, pues impulsa, coordina y vigila acciones de todas y cada una de las personas integrantes de la organización en el desarrollo de las actividades, obteniendo el mayor rendimiento posible de cada empleado, mediante el liderazgo eficaz motivación adecuada y positiva, comunicación afectiva responsabilidad individual, es decir, hacer realidad los objetivos de la organización.

Tema 27: comunicación

Es el proceso de información que se transfiere de una persona a otra, entendiéndola tanto el emisor como el receptor, para lo cual necesita un buen canal de comunicación, su contenido debe ser diáfano y preciso, y su ambiente claro y fiel al igual que su codificación para su optimización lo cual se verifica con la retroalimentación o información de retorno.

Tema 28: Control

Es un elemento primordial del proceso administrativo es la medida de los resultados actuales y pasados, valorizándolos y si es necesario corregir mejorar o formular nuevos planes, sirve para asegurar la obtención de los objetivos de acuerdo con lo planeado y medir el progreso.

CAPITULO IV: PLAN DE MERCADEO

Tema 1: Producto

La administración es un bien intangible conformado por servicios básicos de vigilancia, aseo, mantenimiento, decoración y financiero, para conjuntos residenciales de casas o apartamentos reglamentado por contratos de propiedad horizontal.

Tema 2: Precio

El costo de los servicios básicos esta determinado por factores como el área de la propiedad de cada beneficiario.

Tema 3: Ciclo de Vida del Producto

El servicio de administración tienen un ciclo de vida determinado por contratos anuales o plazos mayores según el acuerdo entre las partes que intervienen en el contrato.

Tema 4: Canales de Distribución

El servicio se ofrece a los clientes potenciales mediante el desempeño de vendedores por comisión o sueldo básico o por ambos.

Tema 5: Campaña Publicitaria

Se establece una estrategia de publicidad orientada a informar a los copropietarios potenciales sobre nuestros servicios de administración de bienes inmuebles de propiedad horizontal de tipo residencial

Tema 6: Clientes Potenciales

Son todos aquellos copropietarios de bienes inmuebles residenciales que se rigen por el sistema de propiedad horizontal y que aun no cuentan con nuestros servicios de administración, pero que llenan los requisitos para contratar.

Los clientes reales son todos aquellos copropietarios de propiedad horizontal a quienes en la actualidad se les presta el servicio de administración.

Tema 7: Competencia

Las empresas administradoras existen en el mercado que prestan sus servicios a copropietarios de propiedad horizontal residencial.

CAPITULO V: CONTRATO

Es un pacto entre dos o más personas, son nulos cuando se hacen con violencia. Han existido de tiempos antiguos se realizaban en forma oral las especificaciones pero a medida que avanzo el tiempo y la sociedad se hizo mas complicada, fue necesario proporcionar con gran detalle, especificaciones escritas que cubran los múltiples aspectos del trabajo respectivo.

Tema 1: clases de contrato

Contrato Civil de Obra: es un contrato a precio unitario o por medida: cuando no es posible establecer en los proyectos los limites exactos de las diversas partidas de la obra

incluidas en el contrato, para fines de pago. Se divide la obra en sus principales elementos según la clase de trabajo y los oficios que comprende.

Contrato de Vigilancia: se debe exigir el cabal cumplimiento de las normas impuestas por la superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, de lo contrario acarreará sanciones para las propiedades contratantes. En esta clase de contrato se deben tener en cuenta las cláusulas que lo conforman.

CONCLUSIONES: de las 17 conclusiones se extraen las siguientes:

Para lograr este diseño se tuvieron en cuenta entre otros: los procesos, pasos, criterios exigencias, pautas y análisis requeridos en pro de una efectiva investigación dando como resultado la creación de un proyecto.

La planeación del factor humano, de los recursos físicos y económicos de la organización dan fortaleza y confianza al desarrollo de la misma.

De una apropiada comunicación depende la variedad de la información que se maneja en la organización.

BIBLIOGRAFIA: la bibliografía esta compuesta por 41 autores, tratando temas tales como: la excelencia del servicio, motivación, contabilidad de conjuntos de vivienda, el régimen de la propiedad civil en Colombia y administración de personal.

ANEXOS: No presenta anexos.

RAAS: Este resumen fue elaborado pro Ximena Cely.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 112

TITULO : Guía Práctica : Software de aplicaciones de servicio al cliente externo en el área hotelera y hospitalaria.

AUTOR : Barriga, Claudia Lilian.

PUBLICACION : Trabajo de grado, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Administración de Servicios de Bienestar, 1996, 169 páginas, 20 bibliografías, 26 pie de página, 11 conclusiones, 11 anexos, 11 tablas y 4 figuras.

PALABRAS

CLAVES : Hoteles, hospitales, sistemas de información, software.

DESCRIPCION: Este trabajo de grado tiene como finalidad crear una guía que permita a administradores o gerentes (hoteleros y hospitalarios) el conocimiento y empleo del software de aplicaciones existente, para la prestación de un servicio con mayor calidad dentro de un contexto de sistemas de información, como apoyo a la organización.

FUENTES: Las autoras hacen referencia a veintiséis pie de páginas de los cuales se destacan :

- MURDICK, Robert. Sistemas de Información Administrativa, 4
- BRINK, Victor Z. Las computadoras y la administración, 3
- LUCAS, Henry. Concepto de los Sistemas de Información para la Administración 2

CONTENIDO: El servicio que ofrece las instituciones, cada vez exige mayor empeño, pues los numerosos usuarios arriban con diferentes estados de ánimo y disposición, demandando nuevas opciones y mayor satisfacción. La combinación de conocimientos técnicos, prácticos y administrativos provocan la creación e implementación de nuevas herramientas que no causaran reacciones negativas al cambio por la participación activa de los usuarios. Se detecta la necesidad de evaluar el servicio prestado, ofreciendo especialmente al gerente la oportunidad de conocer y desarrollar sus capacidades potenciales que influyen directamente en la adquisición e implementación de los sistemas, optimizando los recursos para mejorar la gestión.

I. MARCO DE REFERENCIA.

Tema 1 : Marco Teórico

Todo proceso administrativo esta compuesto por la empresa, el ambiente, recursos tangibles e intangibles y su ejecución. El ambiente es un medio cambiante en el cual la empresa como elemento constitutivo debe ser competitivo, por lo que debe reaccionar, proponer metas, objetivos y propósitos, con base en sus recursos. La empresa y sus recurso se refiere a su naturaleza y al componente maspreciado, el personal, que incluye experiencia, habilidad y relaciones interpersonales que se reúnen para una ejecución eficiente. Los recursos intangibles como objetivos y metas son la expresión de expectativas a largo plazo que se identifican y definen flexiblemente para poder reevaluar y modificar en pro de un mejor desarrollo. “el papel de la administración determina las necesidades de información, esas necesidades determinan la extensión de los servicios del computador”.

Tema 2 : Marco Conceptual

Administración de Base de Datos Relacional : Técnica de administración de base de datos en la que la información se guarda en tablas de datos bidimensionales.

Base de Datos : Serie de datos afines sobre un sistema organizado de una forma práctica que suministre a una base o fundamento para procedimientos, como la recuperación de información, la elaboración de conclusiones y la toma de decisiones.

Hardware : Componentes electrónicos, tarjetas, periféricos y equipo que conforma un sistema de cómputo.

Programa : Lista de instrucciones escritas en lenguaje de programación que ejecuta una computadora para que la maquina actúe de una forma determinada.

Programa de Administración de Base de Datos : Programa de aplicación que proporciona las herramientas para recuperar, modificar, eliminar e insertar información.

Programa de Administración de Base de Archivos Planos : Guarda, organiza y recupera información de archivo en archivo. Este tipo de programa carece de características de administración de base de datos relacionales.

II. METODOLOGIA.

La investigación es de tipo evaluativo ya que busca evaluar la eficiencia de las diferentes aplicaciones de servicio directo al cliente externo en las áreas hoteleras y hospitalarias.

El nivel de investigación es explicativo ya que busca explicar las causas y tipos de efectos entre las variables de funcionalidad y servicio de software de aplicaciones.

La unidad de información en general son los gerentes, directivos y empleados y específicamente los jefes de sistemas de los hoteles y hospitales analizados.

El tipo de muestreo es determinístico porque todas las unidades de análisis están determinadas por la muestra.

Se utiliza la encuesta para globalizar y determinar la información de las instituciones ; y la entrevista para obtener información precisa y detallada de las instituciones hoteleras y hospitalarias y en los organismos que ofrecen el software de aplicaciones.

III. RESULTADOS Y DISCUSION.

Preámbulo : El gerente es el responsable de mantener a la institución acorde con las nuevas formas de administrar para poder conservar, ampliar y mejorar su producto o servicio, implantando nuevas alternativas que optimicen el servicio, conociendo el entorno, sus adelantos y desarrollos, especialmente tecnológicos para poder evaluarlos e implantarlos en la organización según al mercado al que va dirigido, sus necesidades y expectativas, que son conocidas por la retroalimentación, gracias a la comunicación directa con los usuarios. El estudio que se realizó se basó en una encuesta, aplicada al jefe de sistemas de las instituciones seleccionadas según su clasificación, definiendo el grado

de sistematización de acuerdo a los servicios, funciones o categorías, las cuales son determinantes en el esmero de la administración para mantener la institución en cierto grado de tecnología.

Tema 1 : Instituciones Evaluadas

Hoteles : Es el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días con o sin alimentación con servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento mediante contrato de hospedaje.

Hospitales : Es la institución destinada fundamentalmente a la internación de pacientes con fines de observación, diagnóstico y/o tratamiento ; cuya finalidad es procurar la rápida recuperación de la salud de sus pacientes de tal forma que se garantice la capacidad potencial o efectiva de trabajo del enfermo.

Niveles de Atención : Tipos de actividades de salud que deben llevarse a cabo para atender las necesidades de salud de la comunidad, de acuerdo con el grado de complejidad de las instituciones de salud y de la patología que deben atender, encontrándose 3 niveles :

- Nivel de Atención Primaria para la Salud : consiste en el desarrollo de acciones simples de salud, que tienden a promover salud, prevenir enfermedades y realizar actividades simples de reparación y rehabilitación.
- Nivel de Atención Secundaria para la Salud : además de las funciones del nivel primario, incluye acciones más complejas para la reparación de la salud, con el fin de reducir riesgos de complicaciones, disminuir las incapacidades y acelerar el proceso de recuperación.
- Nivel de Atención Terciaria para la Salud : además de las funciones del nivel secundario, incluye acciones de reparación de la salud de mayor complejidad, para establecer el diagnóstico y realizar el tratamiento.

Clasificación :

- Puesto de Salud : Unidad donde se lleva a cabo actividades de atención primaria para la salud, que realizan la auxiliar de enfermería y las promotoras de salud. Los programas o servicios y actividades de este nivel de atención que ofrece son : Atención a la madre y al niño, atención a los adultos, control de enfermedades transmitibles, salud oral, salud mental, atención de urgencias, atención al medio.
- Centro de Salud : Unidad de atención primaria donde además de las anteriores actividades se realizan actividades permanentes de atención al personal, tanto médicas como odontológicas y de enfermería y de tipo ambulatorio.

- Unidad Intermedia de Salud: Unidad donde se lleva a cabo actividades correspondientes al nivel de atención secundaria para la salud. Requiere para su funcionamiento de camas institucionales para prestar servicios de hospitalización. Los programas o servicios y actividades de este nivel de atención son: atención a la madre y al niño en consulta externa y en hospitalización, atención a los adultos en consulta externa y urgencias y en hospitalización, control de enfermedades transmisibles en consulta externa, salud oral, salud mental, servicios complementarios como laboratorio clínico, banco de sangre, rayos X, esterilización, rehabilitación, alimentación, farmacia, trabajo social, atención al medio.
- Hospital Regional: Unidad donde se lleva a cabo actividades del nivel de atención terciaria para la salud, desarrollada por médicos y enfermeras generales y especializados. Requiere para su funcionamiento camas institucionales, para prestar servicios de hospitalización de mayor estancia en las cuatro áreas básicas y en algunas especialidades.
- Hospital Universitario: Unidad donde también se realizan actividades de atención terciaria de la más alta complejidad y tecnología para prestar servicios de salud de alta especialidad al individuo.

Niveles de Complejidad: Complejidad se define como el grado de diferencia de las tareas que integran la actividad global de un establecimiento y el desarrollo alcanzado por el mismo. Se consideran varios elementos de la complejidad:

- El grado de diferenciación de los servicios finales, intermedios y administrativos.
- El nivel de capacitación y especialización del recurso humano.
- El equipamiento con que cuenta.

El uso de los niveles de complejidad, permite:

- Analizar la estructura de un establecimiento y la existencia de armonía.
- Definir los servicios y/o establecimientos que deben ser adecuados para que exista un desarrollo y funcionamiento armónico de la red de servicios.

Perfil de Complejidad: Este se obtiene a través de la aplicación de un cuestionario en el cual son formuladas una serie de preguntas que indagan sobre la organización del establecimiento, la diversificación y la especialización del recurso humano y el tipo de equipamiento con que se cuenta. A cada respuesta se le asigna un valor predeterminado teniendo en cuenta que la suma total del servicio en su más alta complejidad debe ser igual a cien.

Sistematización institucional.

Un 69% de instituciones están sistematizadas, lo que indica que se están empleado las herramientas que la tecnología ofrece para el correcto flujo y canalización de la información. Las instituciones se encuentran en la era de la tecnología, adquiriendo programas de sistematización acorde con las funciones y finalidades, sin importan la

clasificación a la que pertenecen; la tecnología es adquirida a medida de que la institución detecta la necesidad de implantar la sistematización en la ejecución de diversos procesos, diseñándolo o adquiriéndolo de acuerdo de la planeación para tal fin.

Tema 2 : Motivos de Adquisición de Software de Aplicaciones.

El interés por sistematizar depende de la visión o necesidad de la institución. En lo concerniente a hoteles y hospitales, se deduce que el software se adquiere especialmente para agilizar el proceso (30%), para prestar un mejor servicio al cliente (25%) y para disponer de mayor información (20%), lo que indica que en las organizaciones, es prioritario agilizar el proceso y por tanto la gestión, percibiendo el cliente un mejor servicio con la accesibilidad a la información necesaria y actualizada para su correcta atención.

Para maximizar los procedimientos es vital ante todo que el gerente de la organización se consciente de la existencia de nuevas herramientas conformadas por diversos elementos, los cuales poseen un lugar en las funciones de planeación de largo alcance.

Tema 3 : Cubrimiento de la Expectativas por medio del Software de Aplicaciones.

Para un 82% de las instituciones encuestadas, el software cubre las expectativas y en un 18% no; es de notar que al discriminar hoteles y hospitales, el descontento en hospitales es mayor (23%), a pesar de que el 36% de ellas crearon su propio programa de aplicación; lo que señala que los procesos y procedimientos pueden maximizarse por medio del mejoramiento continuo de la herramienta en la gestión. La adquisición e implementación del sistema, requiere de un seguimiento constante para identificar errores y deficiencias en el procedimiento que pueda entorpecer la gestión y perjudicar la estrategia en curso.

Tema 4 : Manejo del Software de Aplicaciones en las Instituciones.

El software se maneja ampliamente en el 55% de las instituciones, el 27% lo maneja de forma satisfactoria y el 18% de forma limitada. Los que establece que a y el 18% de forma limitada. Los que establece que aún existe irregularidad en el manejo del software, debido a la falta de capacitación, desinterés del proveedor, dificultad de ejecución del operador, complejidad del software, desconocimiento de las capacidades y alcances del software; situación que debe ser examinada por el especialista en la institución y por el proveedor para destinar el programa con los alcances máximos en su utilización y rendimiento.

Tema 5 : Satisfacción de Requerimientos Organizacionales.

El software satisface los requerimientos en un 73% de las instituciones y no en un 27%, esto muestra que el software cumple con las especificaciones de funcionamiento establecidas por cada institución. En los hoteles la satisfacción es de un 100% y en los hospitales del 62% demostrando que el cubrimiento en ellos aún es deficiente, a pesar de que varios crearon su propia aplicación.

Tema 6 : El Software en la Toma de Decisiones.

El software facilita la toma de decisiones al 77% de las instituciones y no al 23%, estos resultados confirman que el software juega un papel importante en el suministro de información para la toma de decisiones organizacionales, no solamente las relacionadas con el servicio a los huéspedes y pacientes sino en campo de ejecución estratégica de la institución, establecido por la planeación y pronóstico, en hechos y estadísticas que el mismo programa arroja al finalizar un proceso o periodo.

Toda decisión en los negocios se compone de anticipación, preparación y acción. Se opera sobre resultados pronosticados y reales, resultado de un flujo de información que permite elegir la alternativa más conveniente, entre las ofrecidas por el software con gran velocidad, oportunidad y posibilidad de combinación de factores y variables.

Tema 7 : El Software en Momentos Críticos del Servicio.

El software es ágil en momentos críticos del servicio para el 73% de las instituciones y no lo es para el 27%, mostrando que es apropiado para dar respuestas óptimas, oportunas y precisas en momentos críticos del servicio, optimizando la ejecución determinada por la funcionalidad, eficiencia y eficacia del programa, logrado por la correcta aplicación del operador del mismo.

Tema 8 : El Software de Aplicaciones en el Proceso.

El proceso es obstaculizado por ineficiencia del software en el 36% de las instituciones y no en el 64%, esto señala que la aplicación ofrece una canalización y flujo de información adecuada para la gestión, permitiendo la ejecución correcta, oportuna y eficaz de los procesos en los que interviene, cuando el proceso es obstaculizado, es básicamente responsabilidad humana, ya que no ha planeado, organizado, coordinado, canalizado o introducido correctamente la información para la ejecución óptima de procesos en los que este interviene.

Tema 9 : Mejoramiento Continuo del Software de Aplicaciones.

El 55% de las instituciones consideran que el software debe mejorar, el 41% que debe ser complementado y el 05% que debe suprimir alguno de sus elementos, demostrando la necesidad creciente y continua de las organizaciones de mejorar y complementar sus sistemas existentes con el ánimo de optimizar sus recursos hacer más efectivos y eficientes sus procesos y procedimientos en busca de un mejoramiento continuo, que satisfaga eficazmente los intereses a largo plazo de la institución, provocado por la planeación estratégica cimentada en la utilización óptima de las herramientas que le medio y la tecnología ofrecen.

Tema 10 : Satisfacción del Cliente por Medio del Software.

El 86% de las instituciones consideran que el cliente se siente satisfecho con el servicio prestado por medio del programa de aplicación y el 14% consideran que no, comprobando que esta herramienta es un medio oportuno que permite la ejecución de planes y estrategias dirigidas al cliente, en este caso huéspedes y pacientes, quien son el objetivo principal, a quienes va dirigido el servicio y toda la gestión, en busca de objetivos

específicos y generales encaminados al cumplimiento de normas y reglas establecidas por la comunidad.

Tema 11 : Que Satisface a los Clientes ?

En las instituciones de servicio directo al cliente, la retroalimentación es la herramienta utilizada para conocer las expectativas, necesidades y satisfacción de los clientes, permitiendo el mejoramiento, implementación o desarrollo de nuevas estrategias de servicio.

La utilización de los computadores y sistemas de información produce en los clientes diferentes reacciones, concibiendo la idea de que estas herramientas están destinadas a su servicio.

La utilización del software puede satisfacer al cliente por recibir mayor agilidad, y servicio en el ingreso, egreso, check-in y check-out, debido a que el procesamiento de la información es más oportuna y precisa, permitiendo así atender al cliente en el tiempo que los datos son procesados por el sistema.

Tema 12 : Evaluación del Software.

De acuerdo al software, cada institución tiene un posicionamiento exacto del mismo, de acuerdo a diferentes puntos de interés, los cuales deben estar conjugados para lograr las metas y objetivos que la institución debe alcanzar por medio del programa de aplicación, algunos de estos elementos son :

- Funcionalidad
- Diseño de la presentación
- Rentabilidad
- Idoneidad
- Oportunidad.
- Precisión
- Competencia
- Actualización
- Capacitación
- Eficiencia y Velocidad
- Agilidad del proceso
- Relación costo - beneficio
- Cobertura de la demanda
- Confiabilidad de la información
- Información suficiente
- Información oportuna
- Información Coherente
- Integración de la información
- Manejo confidencial.

IV. SISTEMAS DE INFORMACION.

El gerente no necesita ser experto, ni entender los sistemas de cómputo detalladamente, pero debe aprender el empleo, utilidad y valor de las técnicas actuales y comprender los principios generales de los sistemas, para poder comunicarse eficientemente con el personal del procesamiento de datos y obtener una perspectiva general de los sistemas de información de su organización.

Tema 1 : Sistema

Conjunto de elementos organizados que se encuentran en interacción buscando alguna meta o metas comunes, operando para ello sobre datos o información sobre energía o materia u organismos en una referencia temporal para producir como salida información, energía, material u organismos. Sus características son :

- Interacción
- Globalismo o totalidad
- Entropía
- Homeostasia
- Morfogénesis

Clasificación :

- Sistemas naturales o artificiales
- Sistemas sociales
- Sistemas abiertos y cerrados
- Sistemas permanentes y temporales
- Sistemas estables y no estables
- Subsistemas y supersistemas
- Sistemas adoptivos y no adoptivos.

Tema 2 : Información

Es la entidad tangible o intangible que reduce la incertidumbre acerca de algún estado o suceso ; las fuentes de información varían de institución a institución, dependiendo del tamaño, estilo del gerente o administrador, industria, tecnología del sector y complejidad del sistema de información.

Atributos :

- Redundancia / Eficiencia
- Velocidad
- Frecuencia
- Determinística o probabilística
- Confiabilidad y precisión
- Exactitud
- Validez
- Actualidad
- Densidad

Clasificación :

- Histórica : Se utiliza para elaborar soluciones opcionales a los problema y controlar su desenvolvimiento.
- Predictiva : Se utiliza en el diseño y para evaluar opciones en la etapa de selección.

Tema 3 : Necesidad de un Sistema de Información

De acuerdo a la concentración de autoridad se pueden definir los siguientes tipos :

- **Administración Centralizada :** Impone fuerte demanda al sistema de información, se debe mantener un alto grado de estandarización de este, por lo que debe estructurarse para manejar una cantidad enorme de información detallada acerca de operaciones y mercado.
- **Administración Descentralizada :** Se delegan las actividades de toma de decisiones, cambiando el sistema de información por que no tiene transmitir cantidades masivas de información de operaciones sobre una base continua, que no debe ser estándar y puede adaptarse a las necesidades de cada uno.
- **Administración Coordinada :** La colaboración administrativa es significativa y la complejidad del sistema de información es alta.

Tema 4 : Mejoramiento Continuo

- **Planear :** El gerente con ayuda de sus colaboradores, debe detectar los problemas o deficiencias de la gestión, relacionados con los sistemas de comunicación ; al ubicar el problema y el área afectada, señalando las prioridades para recurrir a las herramientas o técnicas conceptuales para guiar la planeación estratégica como son la matriz BCG y el análisis FADO.
- **Hacer :** Es ejecutar la planeación, llevar a término el proyecto de sistemas, implantándolo a la gestión, siendo el gerente el encargado de controlarlo y dirigirlo, para que su implantación se ciña a la planeación.
- **Verificar :** Es el momento de evaluar los resultados obtenidos con la implantación del nuevo sistema, el gerente debe confrontar los resultados con la planeación, localizando deficiencias y puntos críticos, apoyado en la cooperación de sus colaboradores, quienes están directamente relacionados con el sistema y su funcionamiento, lo que los hace evaluadores objetivos y táctica confiable de retroalimentación referente al sistema.
- **Actuar :** El gerente debe llevar a ejecución las nuevas alternativas que permitan el mejoramiento de la actividad en la institución, haciendo partícipes a sus colaboradores, demostrándoles que sus sugerencias si son tenidas en cuenta, cuando son viables y objetivas con relación a la finalidad y metas propuestas por la institución.

METODOLOGIA : Esta investigación es de tipo evaluativo ya que busca evaluar la eficiencia de las diferentes aplicaciones de servicio directo al cliente externo en las áreas hoteleras y hospitalarias. El nivel de investigación es explicativo ya que busca explicar las causas y tipo de efectos entre las variables de funcionalidad y servicio de software de aplicaciones.

La unidad de información en general son los gerentes, directivos y empleados y específicamente los jefes de sistemas de los hoteles y hospitales analizados.

El tipo de muestreo es determinístico porque todas las unidades de análisis están determinadas por la muestra.

Se utiliza la encuesta para globalizar y determinar la información de las instituciones ; y la entrevista para obtener información precisa y detallada de las instituciones hoteleras y hospitalarias y en los organismos que ofrecen el software de aplicaciones.

CONCLUSIONES : De las once conclusiones se extraen :

- Los hoteles y hospitales son instituciones que están sometidas a continuos cambios por exigencias externas a la organización o las cambios internos de planeación y ejecución.
- La necesidad de un medio de información apropiado ha provocado que las instituciones hoteleras y hospitalarias creen sus propias vías de acceso a ella. Esto se percibe claramente en los hospitales, donde los programas de aplicación comercial existentes no cubren con las expectativas ni requerimientos que varían de institución a institución debido a los servicios que ofrece, por lo que han creado su propio software, el cual es sometido a mejoramiento continuo, es decir, que es implementado constantemente. En los hoteles el programa de aplicaciones es adquirido comercialmente.

BIBLIOGRAFIA : Veinte autores de temas relacionados con : administración hospitalaria, Sistemas de autoevaluación, computación, informática, tecnología.

ANEXOS : Once anexos de los cuales se destacan:

- ANEXO 1 : Motivos de adquisición de software de aplicaciones
- ANEXO 2 : Cubrimiento de expectativas por medio del software de aplicaciones
- ANEXO 3 : Manejo del software de aplicaciones en las instituciones
- ANEXO 4 : Satisfacción de requerimientos institucionales

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 113

TITULO : Auditoría de Servicio a Bipermax S.A.

AUTOR : Garzón, M. Maria Elvira
Gómez, S. Gloria Inés

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1996, 92 páginas, 16 pie de páginas, 18 textos bibliográficos, 4 conclusiones, 14 anexos.

PALABRAS

CLAVES : Servicio, cliente, estrategia, calidad, auditoría de servicio, estructura organizacional.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad implantar una estrategia de servicio por medio de la auditoria para llegar a prestar un servicio excelente, satisfaciendo de esta manera las necesidades y expectativas de los clientes.

FUENTES : Las autoras hacen referencia a dieciséis pie de página de los cuales se destacan :

- KARL, Albrecht. Excelencia del servicio, 4
- KARL, Albrecht, ROM, Zemke. Gerencia del servicio, 3
- LARREA, Pedro. Calidad del Servicio, 1

CONTENIDO : Las necesidades de los clientes cambian constantemente y la continua vigilancia por parte de la fuerza de campo es esencial, a fin de que la compañía pueda reaccionar rápida y eficientemente a los nuevos requerimientos. Satisfacer las necesidades de los clientes a veces pueden causar cambios revolucionarios en la cultura de una empresa.

I. ASPECTOS GENERALES DE LA ORGANIZACION.

Tema 1 : Antecedentes de Servicio.

El sistema de buscapersonas se inicio en el país como consecuencia de la apertura en las comunicaciones que gradualmente el gobierno ha realizado, empieza en primer término con la concesión de frecuencias para el uso civil, es decir la Banda Ciudadana ; basados en este sistema se importaron equipos de buscapersonas que permitieran utilizar estas frecuencias de forma análoga, es decir, enviando mensajes a aparatos receptores con componentes electrónicos, que facilitarán su identificación por medio de un decodificador electrónico.

Reformando los sistemas existentes las compañías se preocuparon en la posibilidad de enviar mensajes de tipo alfanumérico, para así poder proporcionar al cliente una información completa y darle al mismo tiempo la alternativa de clasificar los mensajes que recibía de acuerdo a su criterio en importancia.

De este modo se desarrollo e implantó en Colombia el sistema de buscapersonas alfanumérico.

Tema 2 : Reseña Histórica de la Empresa.

Hace mas de 30 años un grupo de empresarios se dio a la tarea de fundar una empresa para ofrecer en ese entonces un servicio único y por lo demás novedoso en Colombia, denominado “El Secretariado”. El servicio consistía en que el suscriptor podía utilizar el teléfono de la compañía como base. Allí le recibían sus mensajes que a su vez eran transmitidos telefónicamente al abonado.

Hacia finales de 1991 se inicio una nueva era en la empresa, instalando la mas moderna terminal de buscapersonas que existe en el mundo ; simultáneamente se sistematizaron todas las operadoras lo que permitió duplicar la capacidad para atender mas abonados sin perder de vista la filosofía de ofrecer el único sistema personalizado en dicho servicio.

Con el lema y característica diferenciadora “el servicio hace la excelencia’ Bipermax, esta lejos de ser una empresa dedicada a la venta de buscapersonas, aclarando que se cuenta con diversidad de modelos con variedad de precios, pero el principal objetivo es brindar el mejor servicio de comunicaciones a todos los afiliados y usuarios.

Tema 3 : Objetivos de la Organización.

Objetivo General : Ser líder en el sector de comunicaciones, mediante la prestación de servicios en el campo tanto de las comunicaciones privadas como públicas relacionadas con la explotación de licencias, canales, bandas y frecuencias de radios.

Objetivos Específicos :

- Establecer un nuevo concepto de servicio y excelencia en el área de las comunicaciones.

- Estimular la responsabilidad individual haciendo posible el trabajo en equipo, que logre la calidad del servicio.
- Diseñar las acciones que permitan la actualización y complementación del conocimiento del personal actualmente ingresado i que ingrese a la empresa, desarrollando un esquema de servicio con calidad que responda a las necesidades de los clientes actuales y potenciales.

Tema4 : Filosofía de la Empresa.

El recurso humano es el activo mas valioso de Bipermax. El compromiso prioritario, es el de intervenir en su desarrollo y bienestar, en el mejoramiento de su calidad de vida, en una justa retribución de su trabajo seguro y estable. Espera igualmente de sus integrantes pertenencia, responsabilidad y lealtad ; compromiso con sus metas, motivación en el logro de sus actividades. Mantener esta relación de mutuas responsabilidades es el reto de quienes integran la empresa.

Tema 5 : Objeto Social : Prestación de servicios en el campo de comunicaciones privadas y públicas, relacionadas con la explotación de licencias, canales, bandas y frecuencias de radio.

Tema 6 : Misión : Contribuir de manera permanente al mejoramiento de la calidad de vida y del bienestar de las personas, de las familias y de las organizaciones, a través de la satisfacción de sus necesidades de comunicación con un servicio que represente ventajas reales y competitivas, por su calidad, oportunidad y valor agregado en los segmentos donde se posicione o con los cuales se relaciones sin perder de vista la filosofía de ofrecer el único sistema personalizado de buscapersonas.

Tema 7 : Visión : Debe ser una guía, una fuerza catalizadora y un principio organizativo que fije las actividades de la empresa estableciendo prioridades. Por medio de la sistematización, tecnología e innovación que realiza Bipermax, se busca lograr un excelente servicio satisfaciendo las necesidades, exigencias y expectativas del ser humano, posicionándose a la vanguardia de las compañías de buscapersonas a nivel nacional.

Tema 8 : Servicios Ofrecidos.

- | | |
|-----------------------|---------------------------------------|
| • compra | • Arriendo |
| • Leasing | • Adaptación |
| • Récord de Mensajes | • Recepción y transmisión de mensajes |
| • Impresión de Récord | • Recepción por código con operadora |
| • Transmisión remota | • Recepción por nombre con operadora |
| • Mantenimiento | • Llamada o simultánea de entrada |
| • Reemplazo | • Numeración de mensajes |

Tema 9 : Estructura Organizacional.

Cuenta con un sistema de organización moderno que se basa en la responsabilidad individual, la comunicación y la participación de los empleados, estimulando su motivación y haciendo posible un trabajo en equipo que logre la calidad del servicio y muestre identificación con la empresa.

Tipo de estructura : Lineal, porque la actividad decisoria se encuentra en una sola persona y los subalternos reportan a un solo jefe. Funcional, ya que propicia la especialización por cada actividad. Descentralizada, puesto que los empleados están en capacidad de decidir por la amplia capacitación y entrenamiento que reciben.

II. TEORIA DEL SERVICIO.

Tema 1 : Definición del Servicio.

Es el conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de sus clientes externos generando una ventaja competitiva, como también puede ser el resultado ocasionado por las actividades de interrelación entre el proveedor y el usuario.

El buen servicio es para la empresa una herramienta de mercadeo y de buena administración, porque todos se dedican a satisfacer a los clientes, dicha satisfacción está marcada por la superación de expectativas y elevando a su vez el nivel de percepción. El servicio también se puede considerar una nueva norma que sirve para medir el desempeño de una organización, generando una ventaja competitiva.

Servicio, dentro del contexto analizado por Levitt, es una relación permanente entre comprador y vendedor, cuyo objeto consiste en que el comprador siga contento con el vendedor después del negocio.

Tema 2 : Características del Servicio.

- Intangible
- Perecedero
- Continuo
- Integral
- Oferta del Servicio
- Foco del Servicio
- Prestación integral del Servicio.

Tema 3 : Importancia del Servicio : El servicio es una diferencia clave en el mercado especialmente entre productos que no se pueden distinguir por ninguna otra dimensión significativa para el consumidor ; el servicio es el estímulo competitivo.

Esta idea sirve de marco de referencia a unas definiciones sumamente importantes. El servicio es la producción de una experiencia de compra satisfactoria, y esta se da cuando en realidad el saldo es positivo para el comprador entre lo que percibe y lo que esperaba ; esta es la esencia misma del servicio.

Tema 4 : Factores Claves en el Éxito del Servicio.

- Saber que un producto de calidad entregado a un precio justo es el punto de partida para el éxito del servicio.
- Obsesión por conocer a los clientes
- Al evaluar la efectividad de las operaciones, no empezar con el costo sino con la calidad ; si hay calidad en buena proporción las utilidades llegarán
- Hacer lo que halla que hacer por los clientes
- Ofrecer el servicio dentro y fuera de la empresa
- Considerar la gerencia como un aporte al servicio
- Buscar siempre un mejor rendimiento en el servicio
- Crear conciencia de la importancia del servicio en sus empleados ya que el cliente es quien paga sus sueldos.
- Desarrollar sistemas para enseñar y reforzar los comportamientos deseados
- Definir y ejecutar normas de rendimiento precisas.
- Hacer que los empleados se sientan siempre importantes y apreciados.
- Respalda sistemas de valores y prácticas orientadas hacia el cliente.

Se deben relacionar factores como los momentos de verdad, triángulo del servicio, ciclo del servicio, que ya se tienen para buscar un modelo que sirva de guía a directivos en su desempeño como líderes en el lineamiento de empresas orientadas a la prestación del servicio.

Tema 5 : Momentos de Verdad.

Un momento de verdad es cualquier contacto del cliente con algún aspecto de la compañía, en el cual tiene la oportunidad de formarse una impresión de esta ; en ese preciso instante cuando el cliente se pone en contacto con nuestro negocio y sobre la base de ese contacto se forma una opinión acerca de la calidad del servicio y virtualmente de la calidad del producto.

La forma como el cliente percibe los acontecimientos y circunstancias que rodean al momento de verdad, es decir, el contexto en el que sucede el encuentro de servicio y la forma como la persona que ofrece el momento de verdad maneja la interacción, determina la ganancia o pérdida de credibilidad de un negocio ante los ojos del cliente.

Momentos Críticos de Verdad : Los momentos de verdad surgen de diferentes maneras y no todos producen igual impacto en el cliente ; los que generan una mayor expectativa en el cliente son los considerados momentos críticos de verdad.

Manejo de Momentos de Verdad : Si manejar los momentos de verdad constituye la esencia de la gerencia de servicio, el procedimiento fundamental para manejar esos contactos es construir una cultura que tenga presente el servicio en la organización. Mientras menos contactos tengamos con la gente de una organización, más importante se vuelve la calidad de cada contacto ; todos los contactos con la organización son parte decisiva de nuestras percepciones y juicios acerca de ella. Pero la calidad de los contactos con la gente, son los mas sólidos y los mas duraderos.

Tema 6 : Triángulo del Servicio.

Es una ilustración visual de toda la filosofía de la gerencia del servicio por lo que es esencial enunciarlo a fin de entender la correlación que debe existir entre diferentes componentes de una organización orientada hacia el cliente.

Tema 7 : Ciclo de Servicio : Es un mapa de los momentos de verdad, a medida que los experimenta el cliente.

Tema 8 : Estrategia de Servicio :

Una estrategia de servicio es una fórmula característica para la prestación de un servicio, lo cual establece una ventaja competitiva. Al plantear esta estrategia es importante tener como lineamiento la visión de la empresa, además de canalizar esfuerzos que lleguen a la percepción del cliente, marcando la diferencia, anticipándose siempre a los cambios de sus necesidades o motivaciones, estableciendo principios corporativos que constituyan el credo y los valores de la organización.

Hay varias razones por las cuales se hace indispensable plantear estrategias básicas de servicio :

- Generar ventaja competitiva con respecto a las demás compañías.
- Como reacción a una pérdida de mercado

Tema 9 : La Superioridad en el Servicio.

El servicio se puede superar en cuanto se evalúa la prestación de éste y se formula la premisa “podemos hacerlo y lo haremos mejor” ; en este punto la motivación es de vital importancia dado que gerente y altos directivos motivados son los únicos responsables de motivar a los colaboradores de la organización ; de ahí en adelante lo indicado es diseñar el sistema de valores corporativos y proyectar estos valores a todos los aspectos de contacto con el personal.

Las organizaciones luchan por ser las mejores en todo ; están inevitablemente destinadas a convertirse en líderes de sus industrias en cuanto a productividad, superioridad en el servicio, efectividad en costos, lealtad, estado de ánimo favorable de los empleados y también en utilidades.

Tema 10 : El Cliente.

El cliente es una persona con necesidades y preocupaciones que busca satisfacerlas por intermedio de un servicio o producto brindado por una organización ; por lo tanto se afirma que el cliente es la razón de existir de un negocio. Todas las organizaciones que quieran triunfar deben reconocer , que los clientes exigen obtener un producto o un servicio con calidad ; por lo tanto se deben analizar y reevaluar los programas, normas, objetivos,

procesos y procedimientos existentes en la compañía, el hecho es que no se puede competir únicamente con base en los factores precio o producto.

La mayoría de las empresas son conscientes acerca de la calidad de sus productos y con frecuencia alejan la concepción del servicio como un factor determinante en el cliente, dejando de comprender que el cliente es el activo más valioso para la compañía, personas que están dispuestas a regresar y volver a pagar.

Clases de clientes: Existen dos tipos de clientes que involucrados directa o indirectamente con la organización:

- Los clientes internos, son las personas que realizan un trabajo para brindar un producto o un servicio, son responsables del servicio, ya sea en puntos de contacto directo con el cliente, o aquellos que simplemente intervienen en el proceso de su prestación.
- Los clientes externos, son las personas con necesidades reales, con capacidad de decisión y capacidad de compra cuyos deseos pueden ser satisfechos con productos y servicios de la empresa.

Percepciones y expectativas de los clientes: una es la forma en que la organización percibe a su cliente y otra como el cliente realmente ve a la empresa; conocer y entender las percepciones del cliente es básico para el éxito del negocio. Se debe tener en cuenta:

- Eficiencia
- Confianza
- Servicialidad
- Interés
- Confiabilidad.

Además existen otros factores externos a la organización que pueden tener incidencia en la imagen que el cliente tenga acerca de su nivel de servicio.

- Influencia en los medios comunicación
- Fama.

III. GERENCIA DEL SERVICIO.

Tema 1 : Definición.

La gerencia del servicio esta definida como un concepto transformacional, una filosofía, un proceso del pensamiento, un conjunto de valores y actitudes y un conjunto de métodos. Sus actividades básicas se centran en crear expectativas de calidad, propiciar un clima de motivación, suministrar los recursos necesarios, ayudar a resolver problemas, eliminar obstáculos y estar convencido de que un servicio prestado con calidad lleva al éxito empresarial.

Es un enfoque de la organización que hace de la calidad del servicio, cuando lo recibe el cliente, la fuerza motriz numero uno para la operación de un negocio. Da origen a una organización centrada básicamente en el cliente, lo cual hace de las necesidades y expectativas el foco central del negocio, donde todas sus actividades orientadas al servicio, se estructuran para facilitar que el cliente haga negocio o contacto con nosotros, siempre y cuando estas interacciones con los clientes se rijan por el principio : el cliente no siempre puede tener la razón pero siempre esta primero.

Tema 2 : Desarrollo Gerencial del Servicio.

Las necesidades de los clientes cambian constantemente y la continua vigilancia por parte de la organización es esencial, a fin de que esta pueda reaccionar rápida y eficientemente a los nuevos requerimientos. Satisfacer las necesidades de los clientes a veces puede causar cambios revolucionarios en la cultura de una empresa ; el reto consiste en desarrollar estrategias para gerenciar dentro de un ambiente que se modifica continuamente para así asegurar un mejoramiento continuo en el rendimiento.

La gente competente es el principal recurso de la empresa, por lo tanto se debe asegurar que la alta gerencia tenga desarrolladas las habilidades para el manejo efectivo del recurso humano, puesto que la creciente competencia significa escalas de cambio y esto a su vez exige organizaciones extremadamente flexibles, con personal altamente capacitado.

Tema 3 : La Cultura en la Gerencia de Servicio : Debe haber una cultura de servicio a todo nivel, teniendo en cuenta no solo al cliente interno sino también al cliente externo pero para est, es necesario crear un ambiente motivacional donde el trabajador trabaje por su convicción y sus razones personales en una tarea diaria para conseguir la satisfacción del cliente. Un programa de gerencia del servicio no debe surgir como consecuencia de la crisis generada por un alto nivel de quejas por parte del cliente.

Tema 4 : La Importancia de Manejar el Cambio : El cambio es vital para el continuo desarrollo de la organización. Una de las principales funciones de los gerentes es saber manejar y propiciar el cambio en las personas a su cargo. De hecho los cambios son los que le dan a las compañías un margen competitivo.

La mayoría de las personas cambian mas fácilmente cuando sienten que ellas han colaborado en la gestión de ese cambio o en alguna forma han participado en la decisión.

Tema 5 : El Servicio como Estrategia : Es una formula característica para la prestación de un servicio ; debe ser inherente a una premisa de beneficio bien escogida que tenga un valor real para el cliente y que establezca en esta forma una posición competitiva real y no fácil de copiar.

Este comienza con el análisis FADO, el cual permite la identificación de los vacíos que tiene la empresa, para así planear una estrategia en el mejoramiento del servicio ; para que esta estrategia del servicio tenga peso debe ser concreta y con lineamientos muy claros de acción, utilizando frases que lleguen al cliente y lo convenzan de su beneficio, a la vez que crea una diferencia con sus competidores.

Tema 6 : Gerencia Estratégica : Puede definirse como la formulación, ejecución y evaluación de acciones que permitirán que una organización logre sus objetivos

tema 7 : Proceso de Gerencia Estratégica :

- Formulación de Estrategias, es el proceso conveniente a la fijación de la misión de la compañía, llevando a cabo una investigación con el objeto de establecer las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, realizando análisis que comparen los factores internos y externos y fijando objetivos y estrategias para la empresa.
- Ejecución de Estrategias, se puede denominar etapa de acción. Significa la movilización tanto de empleados como de gerentes, para llevar a cabo las estrategias formuladas.
- Evaluación de Estrategias, se debe analizar los factores internos y externos que representan las bases de las estrategias actuales.

IV. AUDITORIA DEL SERVICIO.

Es el conjunto de estrategias que una empresa diseña para escuchar en forma metódica y sistemática la evaluación que el cliente hace de la calidad y los niveles de satisfacción con el servicio que reciben dentro de los patrones de excelencia previamente acordados y definidos.

Tema 1 : Elementos de la Auditoria de Servicio.

- El conocimiento claro de los clientes objetivos o segmentos de clientes
- Identificación clara de los servicios, objeto de auditoria
- Elaboración clara del ciclo del servicio
- Definición y diseño específico de los momentos de verdad dentro del ciclo del servicio.
- Establecimiento de patrones de común acuerdo con los clientes o por definición propia de la organización.

- Definición de una metodología para la obtención de índices de satisfacción en los clientes.
- Introducir la auditoría del servicio como una estrategia permanente y no como un evento casual con el fin de poder elaborar en forma sistemática el seguimiento del cliente.
- Retroalimentación a la organización con los resultados de la auditoría para que estas se conviertan en un elemento de los procesos de mejoramiento continuo.
- Lograr el compromiso de la alta gerencia con la auditoría sistemática del servicio como parte del proceso de calidad total.

Tema 2 : Etapas de la Auditoría.

- Evaluar primero el nivel actual de la calidad del servicio
- Clarificar la estrategia del servicio
- Educar la organización
- Poner en marcha nuevas teorías acerca del personal que trata al público
- Fortalecer la nueva orientación y hacerla permanente.

Tema 3 : Características

- Exploratoria, pretende definir las necesidades y expectativas del cliente
- Descriptiva, determina los índices de satisfacción y competitividad de la empresa.
- Confirmatoria, sus propósito es evaluar la satisfacción y la capacidad competitiva de la organización con respecto al servicio que ofrece.

Tema 4 : Manual de Auditoría del Servicio.

El manual de auditoría del servicio que se representa a continuación, intenta guiar el diseño y realización de las auditorías del servicio al cliente externo, en las diferentes empresas, tanto industriales, como de servicios públicos o privados. Su concepción global y genérica servirá de apoyo a cada empresa para que ésta lo adapte a las necesidades propias y específicas de sus productos, mercado y clientes.

Tema 5 : Auditoría de Servicio y Calidad Total.

La auditoría del servicio es importante por el papel activo que cumple dentro de los procesos de calidad total y mejoramiento continuo.

La auditoría del servicio, por tanto, hace parte y se integra en el sistema de calidad total.

La Calidad Total - CT, parte del conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente, con el propósito de satisfacerlas, con mayor calidad en los productos y servicios que ofrece.

El Mejoramiento Continuo - MC, supone el compromiso de toda la organización en el mejoramiento permanente, el mejoramiento continuo consolida la cultura de calidad total.

La Auditoria de servicio - AS, es una de la metodologías utilizadas para evaluar y medir la calidad del servicio que la organización ofrece a sus clientes externos.

Tema 6 : La Encuesta.

Las encuestas informan a los gerentes lo que la gente, en todos los niveles de la organización perciben como los valores reales de la firma. Esto es de esencial importancia porque los empleados se comportan con lo que creen que se merece.

El uso de las encuestas es tan importante como el sondeo en si. Las encuestas generan expectativas, pues los temas y preocupaciones salen a la luz pública ; son de vital importancia, puesto que representan una herramienta fundamental para medir el grado de satisfacción e insatisfacción de los productos y servicios de la organización y ésta a su vez mide la calidad del funcionamiento interno de la empresa.

Tema 7 : Que Encuestas Aplicar.

- Encuestas de clima organizacional
- Encuesta de opinión personal
- Encuesta de Satisfacción del cliente.

Los resultados de las encuestas sirven para familiarizar al gerente y a sus subalternos con sus debilidades y fortalezas, dándoles las herramientas para mejorar la productividad, rentabilidad y servicio.

La recopilación de información por medio de cuestionarios, busca definir problemas en la gestión de servicio, lo cual hace que el estudio planteado sea de tipo exploratorio.

Tema 8 : Diseño de la Encuesta.

- diseño de la muestra
- Definición de aspectos de medición
- Preparación de encuesta piloto
- Preguntas Abiertas
- Revisión del cuestionario piloto
- Preparación cuestionario definitivo
- Preguntas cerradas.

Tema 9 : Trabajo de Campo .

corresponde a la eficiencia de la encuesta sobre la muestra seleccionada, para la realización de este trabajo.

Tema 10 : Definición de Estrategias.

Con base en los resultados obtenidos en el análisis cualitativo y cuantitativo, se deben definir estrategias para alcanzar el objetivo principal de la auditoría del servicio. Antes de planear estratégicamente un servicio, es necesario comprender como un problema puede ser interpretado y solucionado, y esto es posible a través del raciocinio estratégico. Para que una estrategia de servicio sea eficiente debe cumplir los siguientes criterios :

- No ser trivial
- Debe ofrecer o tener relación con alguna premisa decisiva en beneficio.
- Debe ser simple.

Tema 11 : Seguimiento de la Auditoria.

Requiere la realización periódica de un trabajo de campo que valide los resultados obtenidos ; realizándose aproximadamente cada seis meses.

V. DESARROLLO DE LA AUDITORIA DEL SERVICIO.

Tema 1 : Metodología de la Auditoria.

Objetivos : Lograr un conocimiento detallado sobre la calidad del servicio en una empresa de buscapersonas.

- Identificar las necesidades y expectativas del cliente
- Obtener los índices de satisfacción del cliente
- Analizar por áreas el posible mejoramiento del servicio

Herramienta de Medición : La herramienta a utilizar es la encuesta telefónica que incluye preguntas cerradas y en un menor porcentaje preguntas abiertas lo cual facilitará el cumplimiento de ellos objetivos planteados.

METODOLOGIA : La recopilación de información por medio de cuestionarios, busca definir problemas en la gestión de servicio, lo cual hace que el estudio planteado sea de tipo exploratorio.

CONCLUSIONES : De las cuatro conclusiones se destacan :

- Proponer una nueva visión en la que este implícita una cultura corporativa orientada hacia el mejoramiento del servicio para ejecutivos, jefes, empleados y supervisores.
- Plantear un servicio con excelente calidad desde el punto de vista costo - inversión tomándolo como un parámetro de productividad que se verá reflejado en una mayor rentabilidad.

BIBLIOGRAFIA : Dieciocho temas bibliográficos de temas relacionados con : gerencia del servicio, servucción, administración.

ANEXOS : Catorce anexos que contienen :

ANEXO 1 : Análisis de servicio septiembre

ANEXO 2 :	Análisis de servicio octubre
ANEXO 3 :	Tabla de análisis por factores claves
ANEXO 4 :	Incidencia de reclamos recibidos a personas y procesos
ANEXO 5 :	Registro de servicio del mes de septiembre.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 114

TITULO: ANALISIS DEL PROCESO DE INNOVACION EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS INDUSTRIAS DEL SECTOR GRAFICO EN SANTAFE DE BOGOTA

AUTOR: GIRALDO Luz Angela. LLONTOP Jessica. MARTINEZ Marlen. PIÑEROS Nubia, RODRIGUEZ Sandra. SALGUERO Claudia.

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1997, pp.196 tablas 34, gráficas 52.

PALABRAS CLAVES: ORGANIZACION, ESTRUCTURA, CLIENTE, MANUALES, ARTES GRAFICAS, INTERPRETACION, INNOVACION.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende estudiar los aspectos del proceso de innovación en las pequeñas y medianas industrias del sector gráfico mediante un estudio económico y un análisis de corte transversal del año 1996, para identificar los procesos tecnológicos y de innovación en estas empresas.

FUENTES:

No hay pie de página definidos.

DANE, 1992

CONTENIDO:

CAPITULO 1. LA INDUSTRIA DE ARTES GRAFICAS.

Tema 1. Antecedentes

Se describen aspectos generales acerca del sector gráfico, sus orígenes y evolución, a través de los tiempos a nivel nacional y mundial, así como también la situación económica actual de este sector en Colombia. Se definen las características del proceso productivo en las artes gráficas.

- Artes gráficas en el siglo XXI
- Aspectos generales de las Artes Gráficas en América.
- Aspectos generales de las artes gráficas en Colombia

Tema 2. Industria gráfica y apertura económica

El proceso de apertura y modernización de la economía emprendido por el gobierno colombiano desde finales de 1989, es el referente principal y necesario cuando se quiere hablar de las perspectivas de los diferentes sectores industriales del país.

Este nuevo rumbo en el modelo económico ha generado un intenso debate en el país el cual se ha caracterizado por la diversidad de posiciones que se han esgrimido. La industria gráfica no ha estado ajena a la situación desde las postrimerías del gobierno de barco, cuando se empezaron a esbozar los lineamientos de la apertura económica, el sector de la industria gráfica caracterizado por su alta competencia, fue de los primeros en plantear al gobierno su disposición al cambio de modelo, su bienvenida a la apertura.

Las razones de esta posición fueron muchas, en primer lugar se deben considerar las características de la industria gráfica, como industria de pedido, las que determinan que exista una natural protección a la producción del sector.

La producción de impresos se caracteriza por carecer de líneas de producción en serie, cada producto tiene unas características diferentes y en el sector se dificulta hasta cierto punto la estandarización en procesos.

Situación actual del sector.

En la actualidad el sector afronta una situación de profundos cambios tecnológicos, además los empresarios gráficos han atendido los llamados a la modernización de sus planta para poder competir en un contexto de apertura.

Más de 250 millones de dólares en equipos han ingresado al país en los últimos cuatro años, esa notable ampliación de la capacidad instalada exige más y mejores hombres de tanto en la gerencia como en los procesos de producción.

El mercado, cada vez presiona más a las empresas del sector de artes gráficas para que introduzca modificaciones de producción, debido a los rápidos cambios en los mercados gráficos internacionales.

Para Colombia ésta presión es más relevante dado el contexto de internacionalización de la economía en donde la cuestión tecnológica y la adecuación de la producción a las exigencias del mercado constituyen los determinantes del crecimiento de la industria.

Tema 3. Características generales del proceso productivo en las artes gráficas.

La realización de la gran mayoría de los proyectos impresos desde un afiche hasta un libro o una caja plegadiza, implica llevar a cabo una cabeza de procesos, de la cual la impresión es apenas uno de los eslabones. No obstante, en la práctica la impresión, sirve de eje de la producción, tanto es así que con frecuencia se subdividen los procesos gráficos en pre-impresión, impresión y post-prensa.

Como especial la categoría de los pre-impresos resulta muda o su generalidad es excesiva se propone la clasificación siguiente, al menos con fines aclaratorios.

- Preparación de artes y originales
- Elaboración de películas
- Obtención de porta imágenes
- Ejecución de la impresión
- Terminación del producto gráfico

Tema 4. Tipos de mercados en las artes gráficas.

Los productos finales de las artes gráficas se caracterizan por su heterogeneidad.} Además gran parte de ellos no son estandarizados, si no que sus características de elaboración son definidas por los usuarios en las respectivas órdenes de trabajo.

La clasificación del universo de bienes producidos por el sector, pueden clasificarse dentro de la diversidad de los productos gráficos para el uso final de los bienes y pueden agruparse de la siguiente manera

- Impresos editoriales
- Impresos comerciales
- Impresos publigráficos
- Impresos de identificación correspondencia y apuntes
- Valores
- Formas continuas
- Impresos de contabilidad
- Empaque y envoltura
- Consumo intermedio

CAPITULO 2. LA INNOVACIÓN Y LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS:

Tema 1. Diferencia entre innovación, creatividad e invención

Creatividad

Exige un pensamiento divergente; es decir una generación de múltiples opciones, sin considerar que tan aplicables pueden ser.

La invención

Requieren de un pensamiento convergente; lo que implica descartar ideas irrelevantes mediante el proceso analítico y el desarrollo de productos que exigen pasos definitivos.

La innovación

Necesita una mentalidad práctica, un conocimiento claro y una orientación empresarial.

Tema 2. Importancia de la innovación.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos decir que para llegar a una innovación es necesario dar un vínculo más estrecho a los tres factores ya vistos anteriormente como son creatividad, invención e innovación.

La creatividad

Puede ser considerada como la idea útil y original; cuyo fin primordial es llegar a convertirla en algo productivo y comercializable.

La invención

Es la capacidad de hacer realidad dicha idea. Pasa de lo abstracto a lo real.

La innovación

Es el proceso mediante el cual la invención llega al mercado y se puede adquirir por los clientes, sean estos internos o externos.

Es importante conocer también, la diferencia que existe entre invención e innovación , como se dijo anteriormente invención es llevar la idea a la realidad, pero para hacer realidad esa idea es necesario trabajar en condiciones establecidas por un laboratorio. Mientras que la innovación por el contrario incorpora condiciones comerciales relacionadas con procesos de mercados o también al interior de las empresas.

Tema 3. Importancia de la innovación

Cuando se fue acentuando la rivalidad entre empresas se vieron obligados a mejorar para enfrentar a la competencia y tratar de mantenerse en el mercado.

El recurso mas valioso con el que se cuenta para hacer innovación es el humano. Ningún país alcanza el desarrollo sin una inversión significativa en el capital humano y en

conocimientos, lo que hace que se este volviendo en la actualidad a la era de la información.

Tema 4. Tecnología

Se entiende por tecnología, las distintas combinaciones que hace el empresario en los procesos productivos de los insumos, capital y trabajo. Estas distintas combinaciones obedecen a unos patrones técnicos señalados desde las diferentes ramas del conocimiento científico y agrupadas especialmente en varias ramas de la ingeniería.

- La tecnología y su historia
- Estructura de la actividad tecnológica
- Los métodos del trabajo tecnológico

Tema 5. Cambio tecnológico

Son las modificaciones que se presentan en los procesos de producción de las empresas y es el fruto de los permanentes cambios que en algún momento terminan por utilizarse. Los siguientes son algunos factores que influyen directamente en los cambios tecnológicos de cualquier empresa:

- Selección de productos
- Investigación y desarrollo.
- Producción y productividad

Tema 6. El modelo cíclico del cambio tecnológico

Este modelo sostiene, que partiendo de una discontinuidad tecnológica ocasionada por el desarrollo de una innovación radical se alcanza una segunda etapa de fermentación, en la cual se desarrollan una serie de innovaciones incrementales que mejoran la tecnología inicial pasando a una tercera etapa de cambio incremental, de la tecnología de los productos y procesos derivados gracias a las innovaciones incrementales; que desemboca en un desarrollo dominante que perdura en el mercado hasta que se vuelva a presentar nuevamente una discontinuidad tecnológica.

Como puede verse se trata de una dinámica de cambio tecnológico que se repite, por este motivo se habla de una dinámica cíclica del cambio tecnológico .

- Discontinuidad tecnológica
- Era de fermentación
- Desarrollo dominante
- Era del cambio incremental

Tema 7. Cambios tecnológicos en las artes gráficas

El siglo XIX fue el siglo de la revolución industrial, el siglo XX ha sido la ratificación del capitalismo productivo y muy probablemente el siglo XXI será el siglo de la información.

Los avances tecnológicos en esta área han sido grandes; el invento del computador y el avance en las comunicaciones digitales sobrepasan cualquier otro avance tecnológico en la historia de la humanidad.

- Impresión digital
- Imágenes digitales

Tema 8. Tendencias tecnológicas en la industria gráfica

Existe una situación problemática generada por el hecho de que la sociedad en general, sobre todo a nivel electrónico, esta creciendo más que la profesionalidad del sector gráfico, lo cual condiciona la eficacia de la tecnología en los talleres de artes gráficas. Se esta produciendo un traslado de muchas operaciones de prensa al propio usuario. Por lo cual se esta produciendo una transformación de la prensa al pre prensa en empresas de servicios, que obligan a establecer una nueva relación con la sociedad que nos encarga el trabajo.

Algo a tener en cuenta es que el éxito de las artes gráficas es saber permanecer en el tiempo e introducir cambios con rapidez, pero sabiendo progresas a un nivel de mayor profesionalidad para adoptar una tecnología que se sepa juzgar la evaluación del mercado y las necesidades de la empresa, para adaptarse en el futuro.

- Procesos de producción
- Los procesos de impresión
- Maquinaria y equipos auxiliares
- Los procesos de acabado
- Consideraciones ambientales
- El papel
- El recurso humano.

CAPITULO 3. LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Tema 1. Aspectos generales.

Al estudiar la generación, gestión e impacto de la innovación tecnológica en las empresas, resulta pertinente analizar su comportamiento diferencial según sus distintas categorías. Las empresas pueden ser clasificadas de acuerdo a varios criterios, entre los cuales pueden citarse el tipo de actividad, por ejemplo; sector industrial y su tamaño (volumen de ventas, total de activos).

La variable tamaño implica la clasificación de las empresas en grandes y pequeñas (en nuestro contexto estas últimas denominadas pequeñas y medianas empresas).

Existe una amplia zona de indeterminación en donde resulta difícil clasificar a una empresa como pequeña y grande.

Encontramos entre otras la clasificación usada en las estadísticas de la Unión Económica Europea, que distingue entre microempresas (menos de diez trabajadores), pequeñas empresas entre 10 y 99 empleados y medianas empresas entre 100 y 500 empleados. Esta división es tal vez la más usada, ya que existe una amplia zona de indeterminación en donde resulta difícil clasificar a una empresa como grande o pequeña, a menudo el concepto de pyme suele incorporar elementos intuitivos que no siempre pueden respaldarse por criterios objetivos, y por tanto la rígida línea divisoria elegida puede no ser la más adecuada.

Tema 2. Los paradigmas de las Pymes en la innovación tecnológica.

El papel de las Pymes en el desarrollo económico ha sido teorizado desde varias perspectivas. Unas veces las Pymes son consideradas competencia necesaria para romper el dominio de mercado de las grandes empresas; otras veces, son consideradas complementarias tanto en productos acabados como en productos intermedios (suministradoras de grandes empresas); otras constituyen el caldo de cultivo del cual puede surgir grandes empresas en el futuro, otras, son vistas como el principal estímulo de innovación dentro del sector.

Limitándose al papel de las Pymes desde una perspectiva de innovación tecnológica, se han formalizado distintos tipos de análisis que pueden agruparse dentro de los grandes enfoques que se exponen a continuación.

Tema 3. Comportamientos diferenciales entre las grandes empresas y las Pymes.

En las grandes empresas se pueden encontrar diferencias notables como son:

- Estas prefieren maximizar la rentabilidad de sus inversiones en maquinaria e instalaciones complejas costosas.
- Pueden afrontar los elevados costos de las nuevas tecnologías incluido el costo de fracaso.
- Una vez tomada la decisión de un producto aportan todo el capital necesario y tienden a no modificar los planes por un cierto tiempo aunque los resultados se presenten de modo diferente al previsto.
- Intervienen para disminuir costos basados en el volumen de la fabricación. Las Pymes tienden a mejorar la calidad, el servicio, aumentar la rotación de inventarios, etc.
- La política comercial prevalece sobre los resultados de los departamentos de investigación y desarrollo.

Tema 4. Comportamiento diferencial entre las Pymes.

Existe evidencia de que las Pymes han constituido una fuente prolifera de innovaciones importantes, pero muchas Pymes no tienen el interés ni la potencialidad, ni la motivación para innovar.

La existencia de los diversos tipos de Pymes es un hecho que no debe olvidarse, y no deben caerse en la tentación fácil de mezclar todas las Pymes en un mismo cesto. Con frecuencia se observan diferencias entre afirmaciones de autores que por ejemplo; manifiestan que las Pymes tienen una baja productividad o que sus productos son de menor calidad, mientras para otras describen justamente lo contrario. Ambas cosas son ciertas, depende del subconjunto de Pymes que se seleccione.

Tema 5. Origen de las pequeñas y medianas empresas.

Siempre se han ponderado las bondades de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en términos de empleo, ingresos y otros beneficios, más no por su capacidad para formar nuevos empresarios siendo éste un factor decisivo para el mejoramiento social y económico. Se ha investigado y se ha encontrado que es en niveles profesionales, particularmente en la ingeniería de planta, en donde generar el espíritu de independencia y deseo de tener su propio negocio, llegando a cambiar diseños y otorgando al producto particularidades que brinden diferenciación en el mercado.

Ser pequeña o mediana empresa es una forma de ejercer actividad empresarial, progresista y creciente, la cual no debe ser como el vestíbulo previo a la gran empresa. Así como el deseo de tener una propia empresa, también encontramos la iniciativa personal, expresión que recoge el sentido de la oportunidad, intuición empresarial, visión, espíritu de independencia, vocación, experiencia vital y el aprendizaje permanente para materializarse en lo que será una pequeña empresa.

Tema 6. Definición de las pequeñas y medianas empresas.

Se habla de Pymes cuando se refiere a un conjunto de empresas o unidades de producción que tienen características comunes en cuanto a tamaño y pertenecen a diferentes industrias. El paso de un tamaño a otro, por ejemplo de pequeña a mediana o grande, implica cambios cualitativos importantes al interior de la estructura de la firma y una profundización de la división social del trabajo al interior de la unidad de producción.

Tema 7. Las Pymes y el desarrollo

El reconocimiento de la importancia de las Pymes en el empleo total, en la generación de ingresos para la mitad de la población colombiana y el abastecimiento de los hogares y las empresas, lo mismo sus potencialidades y de su integración con el conjunto de la actividad económica, justifica su consideración en las estrategias económicas y sociales de desarrollo.

La expresión de las grandes empresas no tiene un dinamismo que le permita observar las pequeñas empresas, que seguirá siendo fundamentalmente en la dinámica del empleo, el ingreso y el abastecimiento.

El papel de las Pymes en el desarrollo puede concebirse bajo dos perspectivas generales:

- Transformarlo en sector líder del crecimiento económico o fortalecer para facilitar sus condiciones de operación y el bienestar social de quienes están vinculados en ella.
- Transformar las Pymes en sector líder del crecimiento económico exigiría reformas radicales de orden institucional, económico y social.

Tema 8. El sector de la pequeña empresa en el tercer mundo

Se considera que las Pymes están destinadas a desempeñar un papel importante en la generación de ingresos y creación de empleos. las ventajas que se encuentran en las Pymes sobre la industria a gran escala son:

- Las Pymes registran mayor laboriosidad y utiliza técnicas de producción simples, en relación con la abundancia de mano de obra, y la escasez de capital en la mayoría de países en vía de desarrollo.
- Se les considera más eficientes en el uso de capital y en la movilización de los ahorros.
- Pueden ser eficientes abastecedores para las grandes industrias y satisfacer la demanda con mayor eficiencia.
- Las pequeñas empresas a veces tienen éxito al atender mercados limitados o especializados que no tienen atractivo alguno para las grandes empresas.

Tema 9. Situación actual de las Pymes en Colombia.

En el presente año las Pymes en espera del cumplimiento de promesas oficiales, optaron contratar un estudio con analistas particulares sobre modelo de desarrollo que Colombia necesita en el largo plazo, para superar sus problemas económicos, políticos, sociales y de orden público recientemente ACOPI, elaboró un plan de salvamento y reactivación, teniendo en cuenta el gran deterioro de la mayoría de sus indicadores, que comprende los siguientes puntos.

- Derogar a la mayor brevedad la resolución 1980 de la Superbancaria en la cual se clasifican los créditos en: de consumo, o comerciales de acuerdo con el monto y no con la destinación de los mismos.

- Fondo de salvamento industrial, consiste en una línea de crédito manejada y canalizada directamente por el IFI sin intermediarios financiera que reduzca en forma significativa el interés.
- Lucha frontal contra el contrabando, más allá de las promesas gubernamentales, se deben adelanta acciones serias que acaben con este flagelo de la industria nacional.

CAPITULO 4. MANEJO DEL PROCESO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACIÓN.

Esta es una investigación de corte transversal exploratorio, que se basa en la búsqueda de datos reales y claros ya que no existe suficiente información sobre el tema en cuestión. El nivel es descriptivo porque registra, describe, analiza e interpreta la naturaleza de los fenómenos innovadores y de cambio tecnológico.

La unidad de análisis está representada por 67 pequeñas y medianas empresas del sector de artes gráficas de Santafé de Bogotá.

La obtención de la información, se hará a través de observación directa en la realidad en las diferentes empresas seleccionadas. Por medio de encuestas aplicadas a los directivos y a las personas encargadas del manejo administrativo de cada una de las empresas.

- Tabla A. Distribución de la población del sector de artes gráficas en Santafé de Bogotá.
- Tabla B. Distribución de la muestra del sector de artes gráficas en Santafé de Bogotá.

CAPITULO 5. INTERPRETACION DE RESULTADOS.

Interpretación de resultados

Con base en la tabulación se analizaron los resultados obtenidos y se sustrajeron los aspectos de mayor relevancia en cuanto a la innovación en procesos, productos y tecnología, presentas en las pequeñas y medianas empresas del sector.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- A la industria le va como le vaya al país; ya que es difícil encontrar una actividad económica o industrial que no tenga que ver con ella directa o indirectamente. En este momento la transformación que ha sufrido la industria de artes gráficas en Colombia esta influenciada por la apertura económica, la cual se vio afectada por la competencia internacional.
- Las PYMES han sufrido un golpe fuerte como consecuencia de la desaceleración de la economía colombiana, causando esto que el nivel competitivo que afrontan, aumente notablemente en los últimos años creando una inestabilidad y desconcierto a nivel empresarial.
- Se destaca la escasa participación del sistema científico técnico en la innovación realizada por las empresas estudiadas. No solo no participan, sino que las empresas aún desconocen qué les pueden aportar los centros de investigación, universidades, para su desarrollo tecnológico.

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 29 autores, destacándose los siguientes:

ANDIGRAF Colombia gráfica. Bogotá 6 Edición 1995-1996.

DRUCKER. Peter. Gerencia para el Futuro. Bogotá. Norma 1993

ECHEVERRIA. Juan José. Cambio Tecnológico e Inversión como determinante de la industria en Colombia. Fedesarrollo 1995

TAMAYO TAMAYO. Mario. Metodología Formal de Investigación Científica. Limusa impresores 1988

ANEXOS:

No se encuentran anexos

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 115

TITULO: EL ADMINISTRADOR DE SERVICIOS EN LA EJECUCIÓN DE EVENTOS EN LOS AUDITORIOS DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.

AUTOR: ALVAREZ U, Mary Luz; ROCHA R, Martha Lilia.

PUBLICACIÓN : Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Bienestar, Bogotá, 1997. P.P. 65. Anexos 10, Pie de paginas no tiene.

PALABRAS

CLAVES: PROTOCOLO, CEREMONIA, ETIQUETA, CORTECIA, AUDITORIO.

DESCRIPCIÓN: El trabajo de grado tiene como finalidad, analizar y evaluar los procesos actuales de la Universidad Javeriana teniendo en cuenta: el Recurso Humano, el Equipo técnico y la Planta física, cuando se prestan servicios de orden académico, cultural y social.

FUENTES: Las autoras no hacen referencia de pie de paginas.

CONTENIDO:

El contenido de este trabajo de grado esta constituido de la siguiente manera:

INTRODUCCION

En Santafé de Bogotá existen diversos tipos de auditorios en el ámbito institucional y empresarial los cuales son utilizados para actividades culturales, recreativas y sociales y tiene una administración autónoma. En este trabajo nos referimos al manejo de los auditorios de la Universidad Javeriana y a la ejecución de eventos de tipo académico, cultural y social que se realizan actualmente, ya que se vio la necesidad, desde hace diez años de diversificar los eventos que se venían ofreciendo porque la programación era de estricto sentido académico.

CAPITULO I: PROBLEMA:

Al analizar eventos de orden académico, cultural y social, la prestación del servicio debe asegurar la calidad y eficiencia esperada por los clientes. Teniendo como base que no existen políticas, procedimientos o normas a seguir que aseguren dicha calidad, se pretende analizar y evaluar los procesos actuales de la Universidad Javeriana teniendo en cuenta: el Recurso Humano, el equipo técnico y la planta física que disponen dichos auditorios.

Cuando se prestan servicios de esta índole, no se afecta una evaluación que permita destacar las dificultades que se presentaron durante el evento, y no se logra conocer si el servicio dejo completamente satisfecho al cliente.

Tema 1: Justificación:

Históricamente los auditorios han ocupado un lugar importante en las entidades educativas y han sido tradicionalmente utilizados por la población universitaria y consecuentemente, a la labor académica, sin embargo, es innegable el hecho de que

actualmente los auditorios han ganado espacio cultural y social, hacia la población interna y externa de la universidad.

No todos los auditorios han tenido las mismas condiciones de planeación. Cada uno se ha construido de acuerdo a ciertas características de eventos y también de acuerdo a las necesidades del momento en que fueron construidos.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

El Administrador de Servicios es un profesional con una formación académica en áreas Administrativas, Financiera, Personal, Alimentos y Bebidas, Textiles y en general todos los servicios que se deriven en cualquier institución dedicada a la prestación de estos.

El administrador de servicios tiene a su cargo la parte logística en la ejecución de eventos de orden académico y se ejecutan las siguientes actividades:

- Asignar el salón de acuerdo a la solicitud.
- Numero de asistentes al evento.
- Equipos audiovisuales a utilizar.
- Numero de personas en la mesa directiva.
- Banderas e himnos.

Tema 1: Apoyo

Significa ofrecer respeto, asignar responsabilidades a los empleados, proporcionar respaldo profesional de acuerdo con las políticas de cada empresa.

Primera Categoría: cuando las normas son excesivas, los empleados terminan soportando el peso de una abrumadora carga de políticas. Para prestar un buen servicio y establecer buenas relaciones con los clientes, los empleados necesitan apoyo. Las políticas, normas y reglamentos de la empresa deben ser eficaces y convenientes desde el punto de vista del cliente y del empleado.

Tanto los empleados como los clientes deben saber que las normas sirven para promover y no para obstaculizar las buenas relaciones.

Segunda Categoría: Dignidad personal y respeto. Las personas tienden a vivir de acuerdo con lo que los demás esperan de ellas. Por tanto cuanto más profesional serán ellos en el trabajo.

A fin de respaldar los esfuerzos de los trabajadores encargados de atender al cliente se sugieren algunos pasos:

Hable con los empleados sobre la forma adecuada de vestirse, para que ellos sepan cual es la imagen que deben proyectar.

Proporcionar un ambiente físico adecuado para fomentar un buen trabajo y atraer a los cliente.

Entregue tarjetas de presentación a los empleados encargados de atender a los clientes para crear una atmósfera de profesionalismo. Dote al personal con su respectivo carnet para que los empleados sientan un mayor compromiso y responsabilidad por sus actos.

Mantenga siempre informado al personal acerca de las políticas, reglas y procedimientos, planes y modificaciones de la empresa.

La Tercera Categoría: apoyo Adicional y Psicológico.

Primer paso: genere una atmósfera de confianza brindando apoyo a sus empleados. Las puertas de la oficina siempre deben estar abiertas para quien desee hablar sobre asuntos de trabajo. Participe en las actividades culturales que organice la empresa.

Segundo Paso: es preciso que todos los empleados sientan que el trabajo que hacen, es importante. Esto se logra a través de una actitud de mutuo respeto entre el personal.

Tercer Paso: haga lo necesario para fomentar en los empleados seguridad y confianza en sí mismos. Así tendrá empleados con mayor iniciativa y más interesados en desarrollar las relaciones con los clientes.

Cuarto Paso: cambie la actitud de su personal y haga sentir satisfacción por parte del empleado encargado de suministrar el servicio.

Quinto Paso: elimine los temores de los empleados, asumiendo sus responsabilidades e inyectarles confianza y seguridad. Una forma de apoyo emocional es por medio de la representación de roles o simplemente mostrándoles como hacer intercambio de opiniones.

Cuarta Categoría: Apoyo de la Gerencia. Se puede lograr por medio de: escuchar las sugerencias de los empleados, definir claramente la autoridad la cual es necesaria para el manejo de los problemas; cada persona debe saber cual es su superior y como lo debe abordar.

Estar disponible o visible. La gerencia debe ser accesible a tratar de reforzar siempre a los empleados y animarlos a que se ayuden entre si.

Quinta Categoría: Apoyo Técnico. En algunas ocasiones un nuevo equipo sirve para mejorar el servicio prestado. Ayude a su personal, buscando los medios técnicos para facilitarle el trabajo y capacítelos.

Sexta Categoría: Apoyo Físico. Personal de seguridad, buena iluminación y ventilación en las instalaciones, equipo contra incendio y extintores en buen estado de funcionamiento, curso de primeros auxilios, normas claras de seguridad, practicas de evacuación.

Séptima Categoría: Apoyo Profesional. Ninguna persona podrá realizar un trabajo con los resultados necesarios si no ha sido capacitada para hacerlo. Es necesario apoyar a los empleados, dar asesoría profesional y evaluar con regularidad su desempeño.

Tema 2: Normas Claras de Servicio

Para ser operativas las normas de calidad, deben expresarse desde el punto de vista del cliente, para expresarse desde el punto de vista del cliente, la norma debe definirse así:

Los empleados de la empresa deben saber y entender todo lo que hacen.

Las norma será ponderable si se puede medir cualidades tanto humanas como la atención, la acogida o la amabilidad ya que las medidas no tienen necesariamente que ser cuantitativas.

Cuando más nos acercamos al trabajo de campo, más precisa debe ser la descomposición del trabajo en normas. En efecto, se trata de garantizar la mejor ejecución con la mayor satisfacción por parte del cliente. Todos deben saber cómo y por qué contribuye su trabajo a servir mejor al cliente.

Tema 3: Definición de Términos Aplicables al Servicio

Se deben unificar el significado de algunas palabras claves para la prestación de un servicio, como son:

Tema 4: Protocolo: es el conjunto de normas que se observan en una ceremonia.

Tema 5: Ceremonial: conjunto de reglas aplicables a las formas y detalles que se deben observar en la ejecución de un evento.

Tema 6: Etiqueta

Reglas que se usan en la vida social, son normas y convenciones autorizadas por uso y costumbre.

Tema 7: Cortesía

Comportamiento muy refinado.

EL protocolo, la etiqueta y la cortesía aun en sus aspectos más superficiales son:

Una muestra de respeto.

Una disciplina: hacer lo que toca, cuando y como toca.

Un sistema para que la sociedad mejore mejor.

Una forma de hacer la vida agradable por medio del tacto y la generosidad.

Los mismos métodos que se adoptan para aprender a administrar una empresa, se pueden aplicar al protocolo:

Se estudian los casos en una forma pragmática.

Se analizan los diferentes problemas.

Se consideran alternativas.

Se buscan soluciones.

Tema 8: La Etiqueta en el Trabajo

Toda profesión u oficio conlleva una responsabilidad para con Dios, la patria, la familia, para con nosotros mismos y de una manera especial, para la entidad en la cual trabajamos. Cuando una universidad, escuela o instituto confiere un título, se empeña la fe publica, quien lo recibe debe corresponder, cumpliendo rigurosamente el juramento solemne inherente a la profesión. El servicio es un concepto de doble vía, con el cual se debe beneficiar tanto la entidad como el usuario.

Tema 9: Ceremonial Universitario

Para poder entender un ceremonial Universitario es preciso recordar como surgió la institución:

Basándose en las tradiciones de los gremios, mezclas de ideales religiosos, se aplicaron las siguientes tradiciones:

- Juramento solemne a cada miembro al ingreso.
- Reuniones y banquetes periódicos.
- Celebración de fiestas patronales.
- Procesiones.
- Compromiso de ayuda mutua.
- Formación del clero como objetivo principal.

Tema 10: Eventos de Orden Académico

En la actualidad las reuniones sociales están cobrando más fuerza social las reuniones colectivas para que las personas expongan sus ideas, manifiesten sus opiniones sobre actividades y problemas. Estas reuniones tienen diversos nombres, tales como:

Tema 11: Dialogo

Intercambio de ideas entre dos personas que puede hacer en privado o en publico, para llegar a un acuerdo mutuo. El dialogo limpia impurezas, soluciona conflictos y unifica criterios.

Tema 12: La Entrevista

Actividad de expresión oral en forma de dialogo que tiene como finalidad conocer y recibir información sobre un aspecto determinado. Hoy la entrevista es una necesidad tanto en la vida Laboral, Estudiantil, Profesional y social.

Toda entrevista formal debe ser planeada, especialmente por el entrevistador, quien deberá preparar bs diversos aspectos: Determinar la finalidad, tiempo, hora y lugar con anticipación. Las preguntas deben formularsen con claridad y naturalidad.

Tema 13: La Mesa Redonda

Actividad oral colectiva, realizada por un pequeño grupo de expertos, ante un auditorio, con el objetivo de discutir un tema señalado con anticipación, para buscarles soluciones o aplicaciones.

El número de participantes no debe pasar de siete de los cuales se pueden distribuir así: un presidente o moderador, un secretario o relator y unos integrantes. La discusión es cerrada por ser exclusiva de un grupo y aunque se presenta ante un público, este no interviene, salvo en casos especiales y ya al final.

Tema 14: El Debate

Dinámica o técnica grupal de discusión para intercambiar ideas sobre un tema de interés colectivo o para resolver problemas. Se realiza ante un auditorio por un grupo de expertos, bajo la dirección y los participantes presentan sus distintos puntos de vista con respecto al tema de discusión. Los participantes deben evitar la exaltación de ánimo y el monopolio de la palabra.

Tema 15: El Foro

es una actividad en donde todo un grupo discute informalmente un tema, hecho o problema, bajo la dirección de un coordinador y ante un público. La discusión es más profunda y especializada, con participación amplia del auditorio.

Tema 16: Seminarios, Simposios, Congresos

Son reuniones colectivas de estudio y trabajo destinadas a profundizar conocimientos y analizar situaciones de interés comunitario. La dirección del tema es realizada por especialistas. Suelen realizarse en secciones de varios días sujetos a una planeación y a un horario escrito.

Tema 17: La Conferencia

Es un medio de expresión oral que se caracteriza por la unilateralidad de la comunicación, puesto que de una parte hay un sujeto que habla y de la otra varios sujetos que escuchan. La tercera parte se refiere a los materiales y métodos utilizados para la recolección y análisis del trabajo de grado.

Tema 18: Convenciones o Asambleas

Son reuniones de trabajo con los motivos más diversos agrupan a personas vinculadas con un propósito común, para llegar mediante una exposición democrática de ideas y criterios, a conclusiones determinadas en torno a un problema de importancia capital.

CAPITULO III: MATERIALES Y METODOS

Tema 1: Instrumentos de Recolección de la Información

Se utilizo una entrevista semiestructural, recogiendo a través de ella la información a cerca del tipo de eventos que se desarrollan en los auditorios, formatos que se utilizan para la reserva y asignación y el desarrollo como tal de los eventos; además analizar y evaluar la calidad del servicio. Este tipo de estudio es Descriptivo. y la muestra esta constituida por los cuatro auditorios de la universidad Javeriana.

Tema 2: Procedimiento

Durante 5 meses, entre Diciembre de 1995 y abril de 1996, se recopilo la información a través de la entrevista semiestructurada a 30 colaboradores de la Universidad Javeriana, que por sus cargos tienen que coordinar eventos en los auditorios ya que son 60 las dependencias Administrativas, Académicas y del medio Universitario que utilizan este servicio.

Por otra parte se recopilo la información realizando 10 entrevistas por cada auditorio a eventos diferentes como: ceremonias de graduación (8), congresos(5), seminarios (10), cócteles (10) y conferencias (7).

CAPITULO IV: RESULTADOS Y ANALISIS

Los auditorios de esta universidad han sido construidos en diferentes época por tal motivo las necesidades se proyectan de acuerdo a la época de su construcción.

En estos auditorios se han tenido experiencias como la vídeo conferencia a nivel mundial, la cual representa un orgullo para sus organizadores, pues el trabajo fue intenso, ya que para este tipo de eventos se debe disponer de mínimo seis líneas telefónicas, de un sonido claro y de condiciones técnicas y físicas apropiadas.

Tema 1: Procedimiento en la Reservación de Auditorios

El primer paso a seguir es diligenciar correctamente el formato “reserva de Auditorio”; en el cual se solicita la siguiente información:

- Número de asistentes.
- Fecha de la solicitud.
- Código de la dependencia.
- Nombre del evento.
- Persona responsable del evento.
- Teléfono.
- Cargo.
- Motivo.

Tema 2: Ejecución de Eventos

El horario en el cual se realizan los eventos va de las 7 a.m. hasta las 12 p.m. los eventos de mayor realización durante las horas del día son: congresos, seminarios, clases de Posgrado.

Los fines de semana la universidad utiliza los en actividades internas si hay programadas, o en eventos externos como las Davioliimpiadas, por los cuales cobra un alquiler.

En caso o pérdida de equipos o muebles presentado durante la realización de algún evento en los auditorios, los usuarios responsables, asumirán los costos en que se deba incurrir para la reposición o reparación.

Cada evento se realiza siguiendo estos pasos:

Se disponen las sillas de acuerdo al número de asistentes.

Ubicación de los equipos de sonido y audiovisuales solicitados.

Los invitados o participantes presentaran una copia autorizada de la respectiva solicitud, para verificar la programación respectiva.

Generalmente al terminar algún evento los coordinadores hacen comentarios o envían cartas sobre el servicio y los inconvenientes que se hayan presentado.

Tema 3: Personal del Auditorio

A los cargos y las funciones inherentes a la planeación, la coordinación y el servicio en los auditorios:

Tema 4: Dirección Administrativa

De esta área dependen todos los procesos operativos y de regulación, manejo de auditorios.

Tema 5: Coordinación de Zona

La universidad esta dividida en tres zonas para facilitar su mantenimiento y administración: norte, centro y sur. Esta dependencia investiga las necesidades de cada evento, asigna los auditorios en las fechas y horas determinadas, toma decisiones sobre prioridades en la asignación y desarrollo de los eventos.

Tema 6: Auxiliar de Auditorios

Actualiza la cartelera de información diaria, con el nombre del evento y la sala donde se realizara. Revisa los estados de los equipos, muebles y de la planta física y reporta los daños. Entrega el salón al coordinador del evento y controla la ejecución. Maneja la consola de sonido.

Tema 7: Conserjería

De estas personas depende el orden y el aseo de los auditorios.

Tema 8: Personal Complementario

Su colaboración es fundamental para la buena marcha de las actividades programadas, ellos son: personal de vigilancia, personal de mantenimiento y operarios de oficios varios.

Tema 9: auditorio Luis Carlos Galán

Es el auditorio más nuevo, el cual se encuentra ubicado en el edificio Gabriel Giraldo, que se construyó e inauguró en 1994. Se hizo por la necesidad de espacio para eventos culturales y casi en la totalidad reservado por las facultades de Ciencias Jurídicas y Ciencias Económicas y Administrativas. Su nombre en memoria del abogado Javeriano, destacado en el campo político como un gran líder en la época de los 80, quien fue asesinado en Septiembre de 1986.

Análisis de Resultados Obtenidos en la Encuesta

Por ser el auditorio más nuevo, las instalaciones son más apropiadas y cómodas para los eventos que allí se realizan ya que cuenta con parqueado en el mismo edificio permitiendo el acceso fácilmente.

Tema 10: Auditorio Alejandro Novoa

Desde 1975 año en que se construyó la biblioteca general, se hizo un salón grande para clases, que luego se proyectó como auditorio al servicio de la comunidad Javeriana. Su nombre en memoria del Jesuita Alejandro Novoa.

Análisis de Resultados Obtenidos en la Encuesta

Para los eventos formales académicos que se organizan en un auditorio como por ejemplo, ceremonias de graduación, no es el salón más adecuado debido a que no hay buena iluminación, ventilación y capacidad.

Los usuarios consideran que este salón debería ser utilizado como salón de clases regulares.

Tema 11: Auditorio Pablo VI

Se construyó en 1969 como una obra de arquitectura contemporánea. Allí se encuentra el auditorio que lleva su mismo nombre construido como un teatro antiguo con palco, camerinos y salas adjuntas. Su nombre en memoria de la visita realizada a Colombia. El año anterior a la inauguración de este edificio, de su Santidad el papa Pablo VI.

Análisis de Resultados Obtenidos en la Encuesta

El auditorio cuenta con un equipo de sonido y la acústica es buena pero se utiliza por la facultad de Artes como clases de música en sus totalidad. La aceptación por parte de los usuarios es aceptable.

Tema 12: Auditorio Félix Restrepo

Se construyó en 1956 primer auditorio, en el tercer piso del edificio del mismo nombre. Tenía una capacidad para 150 personas, sus sillas eran fijas y estaban dispuestas en forma de teatro. Su nombre en memoria del Padre Felix Restrepo, rector magnífico de la universidad entre los años 1941 y 1950.

Análisis de Resultados Obtenidos en la Encuesta

Las instalaciones son apropiadas y cómodas para los eventos que allí se realizan ya que cuentan con parqueadero. La dotación de equipos es adecuada para eventos de carácter internacional ya que es donde mejor pueden ubicar equipos de traducción simultánea.

METODOLOGIA: El estudio es de tipo descriptivo.

CONCLUSIONES: De las nueve conclusiones se extraen la siguiente:

Gracias a la calidad de los eventos debido a la gestión de las personas encargadas de la coordinación y ejecución de estos, las dependencias con tranquilidad y Confiabilidad, siguen programando actividades de tipo académico, cultural y social, lo que les proporciona crecimiento, prestigio, actualización en conocimientos, indispensables en la vida actual.

El manejo de los auditorios de la universidad se encuentra con dos administradores de servicios de bienestar quienes con su formación académica, contribuye de manera esencial al éxito en la ejecución y coordinación de los servicios que allí se prestan.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta 15 autores tratando temas como: servicio, diseño y acústica de equipos, calidad, la calidad y el servicio en la conquista al cliente, marketing y el arte de la etiqueta.

ANEXOS: lista de anexos:

Anexo A: Disposiciones correctas para un auditorio.

Anexo B: Entrevista para la recolección de información.

Anexo C: Planilla de observación.

Anexo D: Reserva de auditorio.

Anexo E: Solicitud para el uso de Auditorio.

Anexo F: Planilla control asignación auditorio Luis Carlos Galán.

Anexo G: Planilla control asignación auditorio Pablo VI.

Anexo H: Planilla control asignación auditorio y salas Felix Restrepo, S.J.

Anexo I: Planilla control asignación auditorio Alejandro Novoa, S.J

Anexo J: Planilla control asignación auditorio Pablo VI.

RAAS: *Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.*

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 116

TITULO: Investigación de mercados para la jerarquización de plazas de Cupocrédito.

AUTORES: Donoso, Pereira Liliana
Rojas, Figueroa Liliana

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Administración de Instituciones de Servicio, 1997, 73 páginas, 6 bibliografías, 5 pie de páginas, 7 conclusiones, 6 cuadros, 10 anexos.

PALABRAS

CLAVES: Crédito, microempresa, PYME, certificados de ahorro, captación.

DESCRIPCIÓN: Este trabajo tiene como finalidad determinar y jerarquizar las plazas que debe cubrir Cupocrédito con su actual red de distribución y la intensidad de dicha cobertura mediante la manipulación de bancos de datos de captaciones, colocaciones, censo, valor de activos, creando información clave para la optimización de la actual red.

FUENTES: La bibliografía y pie de página que más resaltaron fueron:

- AKER, David; DAY, George. Investigación de mercados. 3
- ENNEW, Christine. WATKING, Trevor. Mercadeo Estratégico de servicios financieros. 1
- GRUBBS, Ray M. REIDENDACH, Eric R. Excelencia en la Banca. 1

CONTENIDO: Este trabajo de grado se definió como un instrumento para adecuar la actual cobertura geográfica de Cupocrédito, para detectar oportunidades de apertura de oficinas, que permitan la orientación de los recursos de la empresa hacia nuevos mercados.

I. ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA.

El sector financiero colombiano para mejorar requiere una mayor innovación en la oferta de productos, una mayor inversión en programas de mecanización y sistematización y unos procesos de venta y distribución más efectivos, para que el cliente se encuentre satisfecho con lo que le ofrecen. Esto depende no solo de la entidad como tal sino del compromiso que tengan los empleados para así brindar y cumplir con las expectativas de servicio y tecnología esperados por los clientes.

Tema 1. Historia del Sector Financiero Colombiano.

La actividad financiera ya no se limita a los establecimientos tradicionales, ahora con la diversificación del mercado hay nuevos y grandes protagonistas. Además de la banca comercial que mantiene su trascendencia en el sistema, surgen y se consolidan los organismos cooperativos financieros, toda la industria aseguradora y los agentes bursátiles que contribuyen a la modernización y desarrollo de la actividad financiera nacional.

Cooperativas Financieras : El cooperativismo llegó en los años 30, fructificó y floreció como una alternativa de trabajo solidario y ha demostrado una creciente evolución que le permite ubicarse en un destacado lugar dentro de la economía nacional. El sector actúa en varios frentes : mercadeo, consumo, trabajo asociado, ahorro y crédito, seguros, vivienda, educación y transporte

Tema 2. Elementos del Comportamiento Organizacional.

Los elementos claves en el comportamiento organizacional son : las personas, la estructura, la tecnología y el ambiente exterior en el que funciona. Las personas constituyen el sistema social interno de la organización, son los seres vivos, pensantes y con sentimientos que crearon la organización y esta existe para alcanzar los objetivos. Las organizaciones existen para servir a las personas y no está para servir a las organizaciones. La estructura define las relaciones oficiales de las personas en el interior de las organizaciones ; se relaciona principalmente con el poder y los deberes. La tecnología proporciona los recursos con los que trabajan las personas e influye en la tarea que desempeñan. El gran beneficio de la tecnología es que permite que las personas realicen mayor cantidad de trabajo y más calificado ; pero también restringe al personal en diferentes formas. Tiene al mismo tiempo costos y beneficios.

II. MARCO TEORICO.

Tema 1. Servicio.

El servicio se puede superar en cuanto se evalúa la prestación de éste y se formula la premisa “podemos hacerlo y lo haremos mejor” ; en este punto la motivación es de vital importancia dado que gerente y altos directivos motivados son los únicos responsables de motivar a los colaboradores de la organización ; de ahí en adelante lo indicado es diseñar

el sistema de valores corporativos y proyectar estos valores a todos los aspectos de contacto con el personal.

Las organizaciones luchan por ser las mejores en todo ; están inevitablemente destinadas a convertirse en líderes de sus industrias en cuanto a productividad, superioridad en el servicio, efectividad en costos, lealtad, estado de ánimo favorable de los empleados y también en utilidades.

Tema 2. Triángulo del Servicio.

Este triángulo cuenta con empleados comprometidos con el servicio que toma sus pautas de 3 elementos existentes : la cultura de la organización, la dirección a la que están sujetos y la estructura d ella organización.

Tema 3. Planeación Estratégica

Proceso mediante el cual una organización define su visión y las estrategias para alcanzarla a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.

Tema 1 : Tipo y Nivel del Estudio.

El estudio a realizar es a nivel descriptivo, ya que por medio de este se busca señalar las características que identifican los elementos y componentes que integra la investigación. Esta investigación es de carácter aplicado, ya que busca reestructurar el área de alimentos en Carulla, con el fin de ayudar a mejorar el nivel de vida de los empleados que laboran en esta empresa. Para realizar esta investigación, ha sido necesario tener un conocimiento acerca de la ciencia básica, en nuestro caso el diseño de espacios, la nutrición, la elaboración de alimentos y otros.

CONCLUSIONES: De las siete conclusiones se extraen:

- Para las plazas que no cumplieron con los requerimientos mínimos, se debe evaluar la permanencia de la cooperativa y/o labor gerencial, cruzado con el potencial de población y en las poblaciones sin potencial, desarrollar un programa de maximización de la red.
- En las poblaciones potencialmente válidas se aconseja realizar un estudio de factibilidad que contenga: localización del sitio, descripción del área, comunicaciones, aspectos socio-económicos y tendencia de la zona, etc.

BIBLIOGRAFIA: seis bibliografías de temas relacionados con: investigación de mercados, mercadeo y servicios financieros, banca.

ANEXOS:

- ANEXO 1 : Proceso para jerarquización de plazas,
 ANEXO2 : Royección a 1996 del censo de 1993 de los municipios incluidos en la población.
 ANEXO 3 : Inventario de establecimientos
 ANEXO 4 : Base de datos preseleccionados.

RAAS elaborado por: Silvia Castañeda Bejar.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 117

TITULO: MODELO ADMINISTRATIVO DE UN SERVICIO DE ALIMENTACION INSTITUCIONAL. (PARA PERSONAS ENTRE 25 Y 40 AÑOS QUE REALIZAN LABORES SEDENTARIAS)

AUTOR: SENESTRARI CASTRO, Marcela
 LEON MANTAÑA, María Egdi
 DUSSAN OCHOA, Diana Paola

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa de Administración de Instituciones de servicio, Bogotá, 1997.p.p.131, anexos 5, No presenta Pie de Pagina .

PALABRAS
 CLAVES

SERVICIO, NUTRICION, MENU, DIETA, ALIMENTOS.

ON: El objetivo de este trabajo es satisfacer las necesidades de alimentación de un grupo (personas entre 25 y 40 años de edad, con una actividad sedentaria), diferentes condiciones físicas, patológicas, nutricionales u hábitos alimenticios.

Las autoras no hacen referencia pie de pagina.

):

sta conformado de la siguiente manera:

INTRODUCCION

Durante los últimos años, las instituciones o empresas en Colombia, han venido desarrollando programas de bienestar para dar una mejor calidad de vida laboral a sus

empleados, es así, como dentro de estos programas se encuentra el establecimiento y desarrollo del servicio de alimentos a los trabajadores dentro de su jornada laboral. Obteniendo beneficios institucionales y personales como: mayor rendimiento del trabajador, aprovechamiento del tiempo, mejora las relaciones entre la institución y el trabajador, garantiza una nutrición balanceada y de optima calidad a un precio accesible al trabajador.

CAPITULO I: MODELO ADMINISTRATIVO

Diagnostico del Grupo Objetivo: el grupo objetivo del servicio de alimentos serán personas entre los 25 y los 40 años de edad, que realizan en su jornada laboral actividades de tipo sedentario.

Segmentación Geográfica: habitantes de Santafé de Bogotá que labores en la institución en donde se presenta el servicio.

Segmentación socioeconómica: hombres y mujeres mayores de edad de clase socioeconómica media, media alta - alta; con un nivel adquisitivo promedio mensual entre dos o cuatro salarios mínimos legales.

Análisis de los Datos: esta determinada por la encuesta analizada a 50 personas que cumplan con los parámetros establecidos para el grupo objetivo, de acuerdo a los datos obtenidos se estudiara la factibilidad del establecimiento y desarrollo del servicio de alimentos institucional.

Presupuesto: se recomienda un presupuesto de mercado sobre un porcentaje de las ventas netas para actividades de un servicio de alimentos y esto no incluye propaganda devengada o costos de materia prima.

Capacitación del Mercado: es la información sobre la descripción física del servicio de alimentos y la identificación de los competidores generadores de trafico que significa el reconocimiento del área de influencia.

Estrategias: consiste en determinar la amplitud de la forma de obrar para alcanzar los objetivos. Se deben existir estrategias que específicamente tengan que ver con los objetivos y proyecciones.

Estrategias Para el Servicio de Alimentos

Informar al consumidor de las compañías nutricionales del servicio de alimentos.

Ofrecer nuevos productos, que sean atractivos al consumidor.

Capacitar y evaluar periódicamente todos los empleados del servicio de alimentos para corregir fallas y debilidades que se presenta,

Tácticas: una vez establecidos los objetivos y desarrolladas las estrategias para alcanzarlos, se deben planear las tácticas detalladas de cómo sus estrategias van a llevarse a cabo.

Desarrollar elementos promocionales sobre las compañías nutricionales del servicio de alimentos dando a conocer sus beneficios.
 Establecer mensualmente el lanzamiento de un nuevo producto.
 Capacitar a los empleados ofreciéndoles conferencias.
 Desarrollar el concurso del empleado del mes.

Definición del servicio: es un servicio de alimentos de carácter institucional, con persona jurídica de derecho privado, con fines de interés social, nutricional y económico; cuya actividad busca beneficiar a los empleados, en forma tangible con la alimentación y en forma intangible con el servicio que se le presta.

Objetivo: se establecen objetivos medibles para la venta, participación en el mercado, cambios en la mezcla de productos y penetración en un segmento de mercado específico.

Objetivos del Servicio de Alimentos:

Establecer una óptima calidad en el servicio, satisfaciendo las necesidades.
 Ofrecer variedad en menús que cumplan con los parámetros nutricionales.
 Cumplir con las normas de higiene y seguridad industrial que exija el gobierno.
 Ofrecer al consumidor precios justos dando rentabilidad a la institución.

Misión del servicio de alimentos

Se busca satisfacer de forma personalizada las necesidades del consumidor con agilidad, amabilidad y dentro de un ambiente confortable.
 Ofrecerá productos de excelente calidad, preparados con los mejores recursos.

Visión del Servicio de alimentos

Llegar a ser el mejor servicio de alimentos, contando con el personal más calificado, comprometido y motivado, con los clientes satisfechos de la calidad y servicio ofrecidos, y con un índice de rentabilidad para la institución.

Análisis DOFA

Fortalezas	Amenazas
Ofrecer al consumidor calidades en los productos.	Son los factores negativos sobre el servicio de alimentos actual o crecimiento en el futuro.
Cercanía y comodidad del servicio de alimentos evitando desplazamientos.	Baja calidad de productos y servicios.
Debilidades	Oportunidades
Instalaciones no adecuadas.	Organización mensualmente del menús atractivos.
La variabilidad de los precios	Conducir actividades para incrementar la ejecución de ventas de empleados.

Funcionamiento del Servicio

Este servicio se prestará en las instalaciones de la institución. El servicio de alimentos que se prestará al personal autorizado, será cancelado por los usuarios, con vales o tickets suministrados por la institución y se pagara por facturas quincenales de los servicios prestados.

Este servicio se prestará de acuerdo a los horarios establecidos por la institución, atendiendo las normas de seguridad relacionadas con el acceso de personal.

El número de servicios proyectados que se ofrecerán cada semana (Lunes a Viernes), es:

Almuerzos	210
Eventualidades o Dietas	50

Planta Física

Este servicio se encuentra ubicado dentro de las instalaciones de la institución, su planta física será distribuida en las siguientes áreas:

Cocina: punto de contacto entre el cliente externo (Proveedor) y el cliente que recibe el pedido.

Lavado
Comedor
Equipos

Personal

Se ha definido la siguiente planta de personal para el manejo de este proyecto:

Administrador	1
Auxiliares de Cocina	4
Auxiliares Generales	1
Bodeguero	1
Cocinero jefe o Cheff	<u>1</u>
Total	8 Personas

Tema 1: Funciones del Personal

Administrador: es el responsable ante el gerente, desempeña el cargo de representante del servicio de alimentos, siguiendo las líneas del contrato. Controla el reclutamiento y programación de deberes de todo el personal.

Jefe de cocina o cheff: dirige la preparación diaria de todos los alimentos, basado en el menú normal y especificaciones de las recetas. Debe mantener en perfecto orden todas las áreas de la cocina. Colabora con el entrenamiento del personal que esta bajo su cargo.

Auxiliar de Cocina: elabora el bastimentos, ensaladas, jugos, frutas, helados, salsas frías y todas la preparaciones menores de la cocina.

Auxiliar General: cumple todas las normas impuestas por la empresa a través del administrador para el correcto servicio en la parte de aseo de equipos, comedor, paredes, ventanas, rincones, pisos, aseo externo de menaje.

Bodeguero: es el responsable de la debida recepción de mercancías y almacenamiento de cada producto de acuerdo con sus características. Tendrá bajo su cargo el aseo y mantenimiento de la bodega.

Tema 2: Evaluación y Control para la Toma de Decisiones

Informes

Sistema que asegura la uniformidad del proceso de prestación del servicio con el fin de detectar deficiencias y/o necesidades. Implica personal idóneo responsable de auditoria; involucra todas las áreas del servicio de alimentos, cuenta con reportes y registro mensuales.

Administrativo

Proceso de coordinación y relación con el cliente: el administrador del servicio de alimentos debe mantener con los directivos y el comité de vigilancia una relación permanente, con el fin de obtener información que le permita fortalecer el desarrollo del servicio atendiendo las recomendaciones y aplicando los correctivos necesarios.

Financieros

El control financiero a nivel interno estará a cargo del revisor fiscal de la institución, quien estará encargado de procesar y analizar la información contable: cartera, inventarios y nomina.

Legales

El control legal determina la validez y vigencia de la legislación externa de normas financieras y normas tributarias.

Comerciales

Son informes mensuales sobre:

Manejo de proveedores.

Necesidades sobre el precio y la calidad de los productos.

Metas de venta

CAPITULO II: MODELO NUTRICIONAL

Tema 1: Criterios Nutricionales del Servicio

Alimentación balanceada

La nutrición en todas las etapas de la vida, se convierte uno de los procesos básicos para poder sobrevivir, lo cual implica que esta sea completa, equilibrada, suficiente y adecuada. Dichas condiciones se deben aplicar tanto en individuos sanos como enfermos, suministrando todos los nutrientes esenciales para el organismo como son las proteínas, grasa, carbohidratos, vitaminas minerales y agua.

Tema 2: Tipos de Dietas

1. Normal

Proporciona todos los nutrientes y calorías necesarias para satisfacer las raciones dietéticas recomendadas. Los alimentos pueden ir crudos.

Alimentos Permitidos: se incluyen los grupos de alimentos en diferentes tipos de preparaciones.

Alimentos Prohibidos: aquellos alimentos muy condimentados

Dietas derivadas: se pueden modificar en los diferentes aspectos, selección, métodos de preparación, consistencia, altas y bajas en fibras y fraccionadas.

2. Blanda

Es una dieta que contienen alimentos de fácil digestión y suave textura, libre de fritos, baja en grasas, en fibra y sin condimentos.

Alimentos permitidos: Jugos y compotas de frutas, verduras cocidas, sopas, caldos y consomés, carne, pollo y pescado, huevo tibio o en tortilla, galletas de soda, pastas, pudines, flanes gelatinas.

Alimentos Prohibidos: alimentos sazonados y condimentados, alimentos productores de grasa, verduras crudas y frutas con cascara, alimentos fritos, productos de pastelería con cremas, nueces o maní.

Dietas derivadas: Blanda no jugo, no leche, blanda fraccionada, blanda astringente.

3. Semiblanda

Es una dieta que esta compuesta por alimentos que son de fácil masticación o deglución, ya que han sido licuados, majados o preparados en forma de puré.

Alimentos Permitidos: Jugos o Compotas, verduras en puré, puré de pollo o pescado, carne molida, arroz blanco, plátano, papa, yuca arracacha preparados en forma de puré.

Alimentos Prohibidos: verduras cruda, frutas enteras, alimentos fritos o condimentados, carne entera, pollo o pescado.

Dietas Derivadas: Semiblanda Fraccionada.

4. Hiposodica

Es una dieta con bajo contenido de sodio en el cual se puede adoptar todos los demás nutrientes.

Alimentos permitidos: se pueden incluir todos los grupos de alimentos siempre y cuando se encuentre en forma natural o con un proceso mínimo de elaboración el cual no incluya productos fuertes de sodio.

Alimentos Prohibidos: todo alimento al cual se le haya adicional sal durante su preparación, cocción.

Dietas Derivadas: Hiposodica estricta, moderada, leve, semiblanda, hipoglucida, hipoproteica, hipograsa, hipocalémica.

5. Hipoglucida

Es una dieta fraccionada con restricción en azúcares simples.

Alimentos Permitidos: se permiten alimentos formadores de origen animal, algunos alimentos reguladores, alimentos energéticos que no contengan azúcares simples elaborados con edulcorantes.

Alimentos Prohibidos: azúcar, panela, miel o productos que lo contengan, algunas frutas como manzana, uvas, guanábana, piña, anon, mamoncillo y frutas enlatadas o en almíbar.

6. Hipograsa

es una dieta baja en grasa que puede adoptar los demás nutrientes en cantidades adecuadas.

Alimentos Permitidos: se permiten alimentos formadores de origen animal, magros y preparados sin grasa, todos los alimentos reguladores y algunos elementos energéticos que no contengan grasa.

Alimentos Prohibidos: no consumir carne de cerdo, tocineta, hígado, corazón, riñón, sesos, mantequilla, crema de leche, mayonesa, chicharrón, alimentos fritos, aguacate, chocolate, maní, manteca, quesos doble crema.

7. Hipoproteica

Es una dieta con bajo aporte de proteínas y alto aporte calórico.

Alimentos Permitidos: azucare, tubérculos, cereales, se permite el uso de todas las frutas y verduras y se limita el consumo de alimentos fuertes de proteínas.

Alimentos Prohibidos: productos lácteos, carnes (Blancas o rojas), leguminosas, leche y huevos.

8. Hipoproteica

Es una dieta en la cual se pueden adoptar todos los nutrientes en forma líquida.

Alimentos Permitidos: todos aquellos que vengan en presentación líquida como leche, jugos, sopas, coladas, bebidas hiperprotéicas e hipercalóricas.

Alimentos Prohibidos: todos aquellos cuya consistencia sea blanda.

Tema 2: Compra y almacenamiento de alimentos

Adquisición: el comité de compras está integrado por el gerente, director de operaciones, director administrativo, el jefe nacional de compras y el auditor. Ellos autorizan la inclusión y cambio de proveedores, controlar y vigilar las compras, establece nuevas políticas de compra y vela por el cumplimiento de las obligaciones.

División de Compras y logística

Se encarga de recibir los pedidos de los diferentes proveedores, analiza y clasifica los pedidos, contrata los proveedores y elabora los ordenes de compra para los proveedores escogidos.

Tema 3: Políticas de Proveedores

El servicio de alimentos debe tener constantemente al día los kardex de registro de proveedores para una mejor selección en el momento de causar los pedidos.

El kardex de proveedores está clasificado de la siguiente manera:

Por Productos
Por Proveedores
Por cubrimiento regional.

De acuerdo con los diferentes estándares establecidos en los diferentes contratos, los proveedores de la institución están integrados por las empresas de mayor calidad y cumplimiento, luego de una cuidadosa selección en la zona de prestación de los servicios, analizando todas las nuevas alternativas de provisión, especialmente si se trata de empresas en donde se incluya la asesoría para el cumplimiento y mantenimiento de estándares, cargue y almacenamiento, para un adecuado transporte de las diferentes mercancías ofrecidas.

Controles a los proveedores

Sistemas de almacenamiento
Estándares y procedimientos
Higiene de instalaciones y equipos
Higiene de personal manipulador
Sistema de transporte

Transporte de materiales e insumos perecederos y no perecederos

Se podrán utilizar vehículos propios, alquilados a empresas de transporte y vehículo de las empresas proveedoras.

Tema 4: Alimentos Congelados y Refrigerados

La inspección visual de los alimentos congelados, puede no tener valor, pues se presentan algunos fenómenos microbios sumamente extraños. Ciertas bacterias subsisten en el frío también producen encimas durante el descongelamiento, los alimentos que aparecen a primera vista sólidamente congelados pueden haber sufrido un ataque de agentes patógenos o de descomposición.

Tema 5: Productos Congelados

Las técnicas mas utilizadas son la aceptación de su propio sentidos de la vista y el olfato. Los alimentos enlatados que tienen olor, color y textura anormales pueden encontrasen rápidamente, si ni siquiera probarlos.

Tema 6: Alimentos secos

Los cartones de cereales, azúcar, fruta, verduras secas y harinas deben estar secos y en perfecto estado, las cortaduras y orificios pueden indicar entrada de insectos o roedores, si el exterior de un recipiente está húmedo o mohoso, esta condición puede pasar al contenido, aumentando la posibilidad de contaminación microbiana avanzada.

Tema 7: Carne

Si no esta congelada normalmente es firme y elástica al tacto, también debe estar libre de depósitos de lama, de color y decoloración anormal. La primera indicación de descomposición será la aparición de moho causa por el crecimiento microbiano.

Tema 8: Aves

Hay numerosas indicaciones de que el ave esta descompuesta o es de inferior calidad, siendo todas ellas fácilmente observables.

La carne falcida o blanda y los ojos hundidos indican por lo general un producto inferior en calidad, con un color púrpura verdoso y una coloración verdosa alrededor del cuello y ano significa vejez, sangrado inadecuado después de la muerte o manejo deficiente.

Tema 9: Pescados y Mariscos

Pocos alimentos reciben un almacenamiento más impropio que el pescado fresco y congelado, no debe utilizarse pescado que ha sido congelado y vuelto a congelar antes de llegar al servicio de alimentos, el pescado recongelado tendrá carne blanca, flácida, olor agrio y color oscuro, el empaque en que venga envuelto estará humedecido, lanoso y descolorido.

Tema 10: Huevos

Los huevos frescos no deben tener más de 30 días, cuando se reciban del vendedor, los cascarones no deben estar rotos por peligro de invasión de salmonelas, para probar la frescura de un embarque de huevos se ha de romper uno. Si la albúmina se adhiere a la yema y esta no se rompe fácilmente, el huevo es aceptado.

Tema 11: Quesos

La piel o corteza del queso no debe presentar manchas de moho ya que esto indica mal almacenamiento, cuando no debe dar olor fuerte o indicación alguna de amoniaco.

Tema 12: Frutas

Para las frutas el sabor es la mejor prueba de calidad. Erróneamente se cree que la apariencia es la mejor prueba de calidad, pero este criterio no es seguro en todas las oportunidades.

Tema 13: Verduras

Para verificar el buen estado de las verduras se debe tener en cuenta:

Las hojas deben ser de color brillante, duras y sin marchitar.

La col debe tener hojas en crecimiento y ser compacta.

La coliflor debe tener una flor en crecimiento y ser firme.

Las arvejas y habichuelas deben ser duras y medianas. Las vainas deben estar llenas de las arvejas no deben ser fibrosas.

Tema 14: Higiene del servicio de alimentos

La aplicación del manual de limpieza se debe inculcar a los empleados encargados de manipular los alimentos la obligación que tienen de proteger a las personas contra enfermedades producidas por la contaminación de alimentos con organismos dañinos y sus toxinas y por otras sustancias venenosas.

Sanidad y Limpieza

Cuando se habla de sanidad se hace referencia a las condiciones que son seguras para la salud. Cuando se habla de limpieza se habla generalmente de las condiciones en que no hay mugre ni tierra, la limpieza tiene en cuenta la estética.

La contaminación y descomposición estos dos factores son el resultado de acciones similares pero no son idénticas, hablamos de contaminación cuando existen agentes de enfermedades capaces de alterar la salud del consumidor.

Higiene de los Alimentos

Se ocupa de la adecuada manipulación de alimentos y bebidas, de todos los utensilios y elementos utilizados en su preparación.

Bacterias: son organismos diminutos, de una sola célula y de forma variable. Existen millares de tipos diferentes y muchas de ellas realizan funciones útiles. Solo una proporción muy pequeña de la población bacteriana es peligrosa, por causas de enfermedades al hombre, entre ellas tenemos:

Levaduras
Hongos
Virus

Tema 15: La contaminación y las enfermedades producidas por alimentos

Las enfermedades que se producen por el consumo de los alimentos contaminados son de dos tipos:

Infecciosa
Intoxicantes

Las bacterias que se producen de este tipo de alteraciones son pocas pero pueden llegar fácilmente a los alimentos lo cual causa una intoxicación al consumidor.

Hábitos: existen ciertos malos hábitos que deben ser evitados por los que trabajan con alimentos:

Hurgarse o rascarse la nariz puede producir estafilococos.

El cabello debe mantenerse limpio y sujeto ya que este es portador de bacterias.

No se debe fumar.

No utilizar trapos de limpieza para limpiar sudor.

Lavarse las manos en el fregadero para lavar alimentos.

Probar los alimentos con el dedo índice o con la misma cuchara una y otra vez.
Los vestidos protectores deben ser de colores claros y deben cambiarse frecuentemente.

Calidad de los alimentos

La calidad de los productos almacenados dependen a gran escala de las condiciones de las condiciones a que están sometidas, pero no puede pretenderse conservar productos que durante los pasos han sido deteriorados, por tanto, deben ponerse atención especial al recorrido que siguen los diferentes artículos, teniendo en cuenta que existen características de calidad y conservación diferentes, para cada uno de los alimentos, los cuales pueden agruparse así:

- Frutas y verduras
- Carne y productos cárnicos
- Leche y productos lácteos.
- Legumbres y productos secos
- Alimentos enlatados
- Otros

El diagrama de recorrido que sirve como base para el control de las condiciones específicas es común para todos los tipos de alimentos:

- Transporte
- Recepción
- Selección
- Pesaje
- Almacenamiento
- Control.

Alteración Microbiana de la carne

La carne al igual que los restantes alimentos sirve para satisfacer las necesidades nutritivas de los microorganismos contaminantes. Aquí haremos referencia a la invasión de la carne por microorganismos, a las alteraciones causadas por su actividad metabólica, o los factores que gobiernan su desarrollo y control de la contaminación.

Contaminación: los microorganismos que afectan la carne llegan a ella por infección animal o por invasión postmortem.

Factores que afectan el crecimiento microbiano: para el crecimiento microbiano son esenciales la temperatura, el agua utilizable, la presión osmótica, el PH, el redox y la descomposición atmosférica.

Tema 16: Almacenamiento por encima del punto de congelación

Para inhibir el crecimiento microbiano los canales deben enfriarse tan rápidamente como sea posible, utilizando como índice de la eficacia del proceso la temperatura de la porción más profunda de la canal. Durante este proceso, los canales pierden una cantidad de

agua potable por evaporación ya que la temperatura de la superficie de la canal es inicialmente más alta que la de la cámara frigorífica.

Tema 17: Almacenamiento por debajo del Punto de Congelación

Las ventajas que trae el almacenamiento prolongado de la carne para impedir los cambios químicos y microbianos por la acción de las bajas temperaturas, tienden a compensarse por el exudado que se produce durante la congelación.

Entre estos componentes figuran las proteínas, vitaminas, aminoácido y diversas sales. La congelación produce distorsión y alteración de las cifras por la formación de cristales y desnaturalización de lagunas proteínas musculares.

Se debe controlar:

Que la carne fresca se mantenga en bandejas limpias.

Que las canales despresadas permanezcan colgadas de ganchos asta que se necesiten.

Que la carne este colocada de tal forma que permita la circulación del área entre las paredes del congelador.

Que la carne congelada solamente sea secada con el tiempo justo para que se descongele.

CONCLUSIONES: de las 6 conclusiones se extractan las siguientes:

En esta etapa del proceso el servicio de alimentos es controlado por un auditor externo, quien es el encargado de revisar que se cumplan con las disposiciones y políticas internas establecidas por la institución. También a nivel interno se llevan controles por medio del conducto regular, determinado por las estructura organizacional de la institución.

Para una institución en general el hecho de que trabajen personas con diferentes condiciones nutricionales, de acuerdo a su edad, actividad física, estado fisiopatológico y hábitos alimentarios implica la creación de un servicio de alimentos altamente calificado par atender a sus empleados y satisfacer así sus necesidades.

RECOMENDACIONES: de las recomendaciones se extractan las siguientes:

La zona del servicio de alimentos es al mismo tiempo un área de distensión y descanso por lo tanto es requisito indispensable un espacio físico agradable, organizado y descomplicado en su uso y manejo.

La alimentación, para que cumpla sus requisitos nutricional debe estar acompañado de un sabor agradable, temperatura adecuada y un entorno higiénico para convertir el momento en algo placentero.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta de 10 autores, tratando temas como: servicio, administración de un restaurante, satisfacción del cliente, nutrición y alimentos.

ANEXOS:

Anexo A:	Formato de encuesta y tabulación de datos.
Anexo B:	Termino Financieros
Anexo C:	Manual de Personal
Anexo D:	Dietas Derivadas
Anexo E:	Manual de Compras

RAAS: este resumen fue realizado por Ximena Cely.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 118

TITULO: Aproximaciones a la interrelación Universidad - Empresa

AUTOR: Díaz, Castro Silvia Patricia

PUBLICACION: Trabajo de grado, Administración de Instituciones de Servicio, 1997, 15 bibliografías, 6 pie de páginas, 11 conclusiones, no contiene ni tablas ni figuras.

PALABRAS CLAVES: Universidad, empresa, talento humano, interacción, tecnología universitaria.

DESCRIPCIÓN: El trabajo de grado tiene como finalidad desarrollar soluciones al problema de generación y desarrollo de una nueva tecnología que ayude a incrementar al máximo la interacción de la universidad y la empresa.

FUENTES: El trabajo de grado hace referencia a seis (6) pie de páginas de los cuales se destacan :

- TECNOS, Fundacion Andina para el desarrollo tecnologico y social. 2
- MENDOZA, Ramirez Alvaro. La Empresa y la Persona. 1

- CIFUENTES Julio. Reflexiones en torno a una definición contemporánea de Universidad. 1

CONTENIDO: El trabajo de grado analiza el desajuste existente entre lo académico y lo práctico de una profesión o disciplina. Explica lo indispensable que es que en la Universidad complemente las funciones de docencia, investigación y extensión con los nuevos procesos tecnológicos desarrollados desde la empresa.

En este trabajo de grado explican la necesidad de divulgar las diferentes tendencias, los diversos mecanismos y las opciones más sobresalientes que ayudarán a que la relación Universidad - Empresa se adecue, perfeccione, intensifique y optimice en beneficio del país.

I. LA UNIVERSIDAD Y SUS DIVERSAS CONCEPCIONES.

Este trabajo inicia con las diferentes concepciones que existen sobre el término Universidad, en donde concluyen que universidad es :

Institución corporativa, científica, universal, interdisciplinaria y autónoma, que realiza las funciones de conservar, enseñar e investigar el saber, formar a la persona, y servir y desarrollar la sociedad en la cual se inserta, con actitud crítica, política, racionalista y ética.”

Declaran que la educación superior no es únicamente la Universidad sino que esta conformada por tres niveles de preparación dirigidos a diferentes perfiles como son :

- Formación Técnica Profesional
- Formación Tecnológica
- Formación Universitaria.

La empresa, por tanto, puede escoger a sus directivos y funcionarios de acuerdo a una determinada formación o por determinada orientación, que esté acorde con la filosofía empresarial.

Tema 1. Diferentes modelos de Universidad.

La universidad no sigue un único modelo, existen diferentes esquemas, ideologías y tipos de universidad.

Cada una de las universidades tratan de reflejar esquemas universitarios diferentes, así la Universidad Nacional de Colombia, sigue el modelo francés de la universidad napoleónica vinculada al estado, en combinación con el modelo mexicano de la Universidad Nacional Autónoma de México; en cambio la universidad de los Andes se organizó observando un modelo norteamericano, más pragmático y tecnocrático, con un alto nivel de investigación.

Desde otra óptica la Universidad de la Sabana, siguiendo una clara inspiración cristiana insiste en la formación ética y moral, y en el cultivo de los valores personales.

Tema 2. La Empresa y el Talento Humano.

Una empresa a escala humana debe ser aquella que propone un sistema de trabajo tal que permita el empleo de todas las potencias del hombre; que habilite en las ocupaciones respectivas el desarrollo adecuado de todas estas potencias y que promueva al trabajador en la medida de sus capacidades, permitiendo su desarrollo, de una parte como persona y de otra como empleado dentro de la escala jerárquica de la respectiva organización.

II. ANTECEDENTES DE LA RELACION UNIVERSIDAD - EMPRESA.

Posteriormente muestra los antecedentes de la relación Universidad - Empresa como una interacción que se está retroalimentando y es motivo de controversia de enfoques, funciones y fines planteados según las tendencias que se quieran apoyar. Es así como, se puede afirmar que a determinado nivel de industrialización de una sociedad corresponden distintos sistemas o mecanismos de vinculación.

Es por esto que, para facilitar el desarrollo de este ensayo se hace necesario partir de la precisión frente a uno de los equívocos más comunes que se observan y que a la vez, se constituyen en factores diferenciadores e influyentes que dificultan, por tanto, un acercamiento ideal de esta relación interinstitucional.

Tema 1. Universidad no solo es formación teórica.

La universidad tiene responsabilidades indelegables en la investigación básica, en la formación humanística, científica y tecnológica de sus alumnos y egresados. Esta tarea se debe asumir como una condición previa y necesaria para la cooperación entre la Universidad y la Empresa, a fin de no quedar de espaldas a la realidad y al entorno nacional e internacional.

La universidad debe conducir al alumno para que éste, esté en capacidad de asimilar y hacer propio la proyección de los tres saberes:

- Aprender a Ser
- Aprender a Aprender
- Aprender a Hacer.

III. POSIBLES MECANISMO DE VINCULACION.

Las universidades sienten la necesidad de crear órganos especializados y mecanismos diversos más funcionales. No hay un solo modelo organizativo de vinculación, aunque un

prerequisito universitario es poseer capacidades indudables de investigación. La innovación tecnológica cada vez mas intensiva en cinicamiento parece ser un factor determinante de esta nueva generación de mecanismos y modalidades de vinculación.

Los posibles mecanismos de vinculación son :

- Sistemas nacionales para la explotación de tecnología universitaria.
- Mecanismos universitarios para la vinculación universidad - sector productivo
- Mecanismos institucionales mixtos o híbridos para la vinculación.
- Nuevos mecanismos multilaterales de vinculación.

IV. IMPLICACIONES DE LA INTERACCION.

Es natural que, de la deseable y fructífera relación Universidad - Empresa, existan situaciones que marcan considerables limitaciones en el accionar mutuo, y por ello, vale enunciar tanto los aspectos favorables como los factores negativos que tal interacción genera, así :

- Desarrollo y prestigio de la universidad
- oportunidad de mejorar la docencia y la investigación, en contraposición a la tendencia ocasional de pensar que dicha vinculación puede resolver los problemas financieros.
- Establecer una mejor relación de la enseñanza universitaria con el mercado de trabajo.
- Permite a la empresa obtener profesionales mas acorde con los perfiles de sus reales necesidades.

CONCLUSIONES: De las once conclusiones se extrae:

- El rápido avance tecnológico actual, lleva al hombre a asumir retos que le implican recurrir a la utilización de los diversos medios o mecanismos que le faciliten su adecuación en el entorno y época en que diariamente debe trajinar.
- La creciente concientización sobre la necesidad e importancia que representa la ayuda mutua de la universidad y la empresa ya trasciende los diferentes niveles de la sociedad contemporánea.

BIBLIOGRAFÍA: 15 autores temas relacionados con: la Empresa y la persona, relaciones universidad - empresa, gerencia para la pequeña y mediana empresa, estrategia Económica y Financiera.

ANEXOS: No contiene ningún anexo.

RAAS ELABORADO POR: Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 119

TITULO: ANALISIS DEL MODELO SISTEMATICO DE SERVICIO DE ALIMENTACIÓN EN EL MESON DE LA SABANA Y PROPUESTA DE APLICACIÓN.

AUTOR: ARANGO, DIAGO; Rita Alexandra. GUZMAN, RODRIGUEZ; Reyna patricia. NOVOA SANABRIA, María del Pilar.

PUBLICACIÓN : Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicios, Bogotá, 1997. P.P. 128. No tiene anexos ,10 gráfica, 3 figuras, Pie de pagina no tiene.

PALABRAS

CLAVES: ALIMENTOS, SERVICIO, CLIENTE, RESTAURANTE.

DESCRIPCIÓN: El trabajo de grado tiene como finalidad proponer estrategias para la optimización en la prestación del servicio del Mesón de la Sabana, a través del análisis del modelo del sistema de servicio de alimentación, con sus respectivas propuestas de aplicación.

FUENTES: las autoras no hacen referencia en notas de pie de pagina.

CONTENIDO

Este trabajo esta distribuido de la siguiente manera:

INTRODUCCIÓN:

Para toda institución es vital un sitio que proporcione la alimentación necesaria para lograr el desarrollo de las actividades diarias.

La universidad esta en la obligación de ofrecer lo necesario, para que sus clientes se sientan satisfechos y logren un desempeño laboral adecuado a lo que se exige. Con este trabajo se pretende proponer estrategias para la optimización en la prestación del servicio del mesón de la sabana a través del análisis del modelo del servicio de alimentación con sus respectivas propuestas de aplicación.

CAPITULO I: GENERALIDADES DE MODELOS

La ciencia trata de explicar los fenómenos, con tal fin elabora leyes.

Con frecuencia se encuentran problemas muy complejos y para explicar aquellos datos inobservables que descubre, necesita emplear términos teóricos de esta manera combinando y coordinando de forma adecuada un grupo de leyes y de hechos, mediante construcciones lógicas, se obtienen las teorías, las cuales funcionan como explicaciones muy generales y amplias, de las cuales las leyes son aspectos particulares y así mismo entenderemos su relación con los hechos cuando comprendamos que es un modelo científico y cual es su función en la ciencia.

Tema 1: Características del Modelo

Una de las características del modelo, es que a la vez facilita la comprensión de la teoría muestra sus aspectos importantes. El modelo describe una zona restringida del campo cubierto por las teorías y estas la representan justamente mostrando la referencia que hace la teoría a la realidad.

Gracias a los modelos de las teorías pueden someterse a comparaciones empíricas estructuradas, no se cumplen de manera estricta y sin excepciones, sino de una manera aproximada y dentro de una cierta limitación.

Tema 2: Tipos de Modelos

La ciencia posee diferentes clases de modelos que difieren en su grado de abstracción y a continuación se nombrarán:

Modelo Cortical: es cuando se inicia una investigación a partir de un cuerpo de conocimientos, se obtiene un conjunto de datos o informaciones que pueden provenir de la teoría previa o de la realidad misma.

Modelo Formal: se construye una base de relaciones y conceptos. Es la representación de una estructura idealizada que se supone análoga a un sistema real.

Modelo Material: es cuando se comprueba la hipótesis y se derivan conclusiones mediante reglas lógicas y se verifica mediante la observación y la experimentación.

CAPITULO II: PLANEACION DE LA PROYECCION DEL SERVICIO DE ALIMENTOS DEL MESON DE LA SABANA DENTRO DE LA FILOSOFIA DEL SERVICIO BASADA EN UN DIAGNOSTICO PREVIO.

El mercado de alimentos procesados a nivel universitario se viene incrementando con gran fuerza, debido a las necesidades de consumirlo en un tiempo reducido.

Para el mesón de la Sabana esto no es indiferente, por esta razón son conscientes que el rediseñar sus estructuras y sus procesos por y para sus clientes, demostrando los

esquemas tradicionales y olvidando los conceptos del pasado, tendrán mayor responsabilidad de ofrecer soluciones acordes con el día a día en la prestación del servicio.

Tema 1: Principios Administrativos del Mesón de la Sabana

Propuesta de principios empresariales: los restaurantes deben definir un conjunto de preceptos, valores, creencias o enunciados de una causa, a la cual la alta dirección pide adherir los factores humanos que orientan la conducta del negocio. Se recomienda publicarlos y destacarlos visiblemente para el beneficio de todo el mundo. En el mesón de la Sabana Estos principios seria:

- El cliente: la razón de ser, se debe ofrecerles excelente calidad en su alimentación y su atención para proporcionarle un alto nivel de satisfacción.
- Los empleados: son el núcleo vital del mesón, están comprometidos a estimular su desarrollo personal, económico, cultural y familiar. Su proceso es la calidad del desempeño.
- Los proveedores: cada proveedor es socio y aliado de nuestra actividad comercial.
- La competencia: nuestros competidores son un estímulo constante para ser mejores.
- La universidad: para alcanzar el nivel de rentabilidad que garantice el desarrollo para el mesón de la sabana como entidad independiente dentro de la misma.
- El país: la actuación esta basada en valores éticos de conducta y colaboración con todos los grupos humanos y entidades con las cuales nos relacionamos, para el mejor desarrollo social y económico de nuestro país.

Tema 2: Análisis D.O.F.A.

Debilidades:

- Falta de capacitación al personal operativo.
- Demora en el servicio.
- Congestión en las filas para cancelar los productos a consumir y el realizar el periodo en la barra.
- La planta física donde labora el personal encargado de producción es reducida para la cantidad de trabajo.
- La distribución de la barra no es la adecuada para el servicio ágil.

Oportunidades:

- Mercado creciente.
- Exigencia del consumidor en encontrar comida preparada, tanto para consumir en el sitio, como para llevar.
- Elaboración de esquemas de promoción y mercados dentro y fuera de la universidad.
- Promoción de programas de degustación de nuevas preparaciones.
- Consumidores con poca disposición de tiempo.
- Localización estratégica y atractiva. (Sabana de Bogotá).

Fortalezas:

El mesón de la sabana ofrece calidad y frescura de productos.

La directora del mesón esta dispuesta al cambio y a las sugerencias internas y externas de quienes utilizan el servicio.

Localización del restaurante dentro de la universidad.

Buen posicionamiento del restaurante dentro del mercado, es decir cuenta con su clientela cautiva.

Cuenta con buenos proveedores.

Amenazas:

Competencia creciente, y con amplios horarios de atención al público.

La competencia ofrece precios accesibles.

Bajo presupuesto del consumidor.

Aumentos frecuentes en los costos de las materias primas afectados por los factores climáticos exagerados.

Bajo presupuesto del consumidor.

Aumentos frecuentes en los costos de las materia primas afectados por los factores climáticos exagerado, como los fuertes inviernos y veranos.

Competencia dentro de la universidad creada y administrada por los estudiantes de la misma.

Tema 3: Formulación P.O.E.M. para el Mesón de la Sabana

Esta signa administrativa reúne los fundamentos de la planeación y se traduce en lo siguiente: Políticas, Oportunidades, Estrategias y amenazas.

El mesón de la sabana como toda institución que desde su inicio se organiza en la parte administrativa, estableció ofrecer los servicios de alimentación y atención de eventos en todas sus variedades, contando con un equipo humano y planta física, coordinados por una administración eficiente que responda a las expectativas de los clientes.

Tema 4: Políticas en el mesón de la Sabana:

Compras:

El recibo de las materias primas se debe realizar los días estipulados para esto, en las horas de la mañana así:

Insumos y aseo el día lunes.

Frutas y verduras el día martes.

Granos y varios el día miércoles.

Productos de confitería y cigarrería el día jueves.

La materia prima se despachara a cada área con la debida requisición diligenciada y autorizada por el jefe de compras.

La entrada y salida de productos se registrara en el sistema el día del proceso.

No se permitirá el ingreso al personal ajeno al autorizado, para funcionar en el almacén.

Los proveedores solo se atenderán en el área designada para este fin.

Tema 5: Producción

Dentro del área de producción solo circulara personal autorizado.

El personal de esta área no deberá usar anillos, pulseras ni relojes.

El personal de producción debe usar el uniforme completo con cofias, tapabocas, zapatos adecuados y guantes.

El personal femenino debe tener el cabello recogido y las unas sin pintar.

El personal que labora se controla semestralmente con exámenes médicos periódicos.

Tema 6: Ventas y servicios

La presentación personal debe ser impecable.

El personal debe usar el uniforme completo.

Horario de atención 8am a 4pm.

Se debe prestar la atención y servicio a cada cliente individualmente.

Conocer las preparaciones a ofrecer diariamente para brindarlas al cliente.

Tema 7: Eventos:

Atender las solicitudes con calidad y oportunidad

CAPITULO III: EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL RESTAURANTE DEL MESON DE LA SABANA

Para realizar el análisis del modelo del sistema de servicio de alimentación del mesón de la sabana se diseñaron dos encuestas para evaluar la opinión de las personas que utilizan los servicios del restaurante.

Tema 1: Metodología

En la vida diaria afrontamos diferentes clase de problemas que exigen diferentes análisis para comprenderlos hay diferentes tipos de acciones para resolverlos, así también en la investigación pueden existir aproximaciones para su planteamiento y solución. En este trabajo se utilizaron dos tipos de investigaciones que fueron la descriptiva y la evaluativa, porque permitieron describir una situación en un tiempo y lugar determinado, dejando así de conocer las características de una población dentro de un marco investigativo.

Tema 2: Unidad de análisis

La unidad de análisis utilizada en el trabajo corresponde a su esencia a dos tipos:
 La primera hace referencia a los usuarios del mesón de la sabana, constituidos por alumnos, docentes y personal administrativo, pertinentes a la universidad de la sabana.
 La segunda corresponde al personal adscrito al mesón de la sabana.

Tema 3: Análisis de Datos

El mayor numero de personas encuestadas son estudiantes los que pueden opinar más objetivamente, acerca del servicio, puesto que son ellos los que diariamente se encuentran en las instalaciones físicas de la universidad, muchas veces se ven obligados comprar su alimentación, pues su horario no les permite ausentarse por periodo de tiempos muy prolongado.

Se concluyo que el sexo femenino tiene más interés en prepararse para reconocer igualdad de derechos y demostrar que la mujer puede incursionar en las diferentes áreas de la economía Colombiana compitiendo con el sexo opuesto.

Estos resultados nos indican que en general los usuarios externos del restaurante del mesón de la sabana presentan actitud negativa, debido posiblemente a:

- El área no es lo suficientemente amplia.
- La información de los productos y precios no es actualizada.
- El servicio no se presta con rapidez.
- El menú diario no es variado y equilibrado.

Por otro lado la actitud positiva se basa en:

- El lugar posee una buena iluminación.
- Los muebles son cómodos.
- Las instalaciones son aseadas.
- La presentación de los alimentos es atractiva.

CAPITULO IV: DISEÑO DEL MODELO Y PROPUESTAS DE APLICACIÓN

Tema 1: Diseño de Modelo

Teniendo en cuenta que un modelo cuenta con elementos, funcionales y mecanismos que orientan a los órganos involucrados en las tareas de construir la imagen futura de una organización, podemos comprender como su instrumentación abarca la estructura institucional.

Este enfoque aplicado a la administración de los servicios de alimentación, constituye la base del desarrollo de este trabajo.

La administración de servicios de alimentos, considerada como un sistema, debe tener relación con diferentes problemas como son:

La ciencias sociales.
Las ciencias exactas.
Las disciplinas técnicas.

De esta manera la administración de servicios, debe permitir el aporte de todas estas disciplinas diseñadas para apoyar el progreso de las áreas que conforman el servicio.
La administración de servicios debe poseer tres objetivos:

Satisfacer las necesidades y/o deseos de los usuarios.
Proporcionar un servicio de calidad independientemente del nivel socio económico de los usuarios.
Satisfacer gustos y hábitos de los usuarios, teniendo en cuenta su procedencia.

Tema 2: El Modelo Sistemático

El almacenamiento de los alimentos debe hacerse en forma refrigerada, congelada o bien en lugares secos.

Las ventajas que ofrecen estos sistemas son:

Reducción de las necesidades de espacio en sitios de servida.
Reducción de duplicación de producción, mano de obra y equipo.
Uniformidad en calidad y cantidad de productos.

El tipo de sistema de alimentación utilizado, sería el convencional, pues en el se producen los alimentos mediante unos procesos de cocción, además el tipo de almacenamiento es el refrigerado, congelado y seco. La reserva de stock de los alimentos preparados es mínima, pues la servida es generalmente poco después de la preparación y esta se realiza en comedores y/o cafeterías adyacentes al área de preparación.

Las ventajas de este tipo de sistema son:

Los alimentos permanecerán siempre frescos.
La existencia de un control en la producción.

Las desventajas de este sistema son:

Los altos costos de mano de obra.
Contrato de mano de obra netamente calificado.
El tiempo y esfuerzo que se aplica en cada preparación.

Tema 3: Propuesta para el Mejoramiento de la Calidad y Proyección Empresarial en el Servicio Dentro del Restaurante del Mesón de la Sabana

Luego de haber determinado el diagnóstico de la situación, es necesario elaborar algunas propuestas que sean de beneficios tanto administrativos como operativo al restaurante del mesón de la sabana.

Tema 4: Cliente Interno

En cuanto a capacitación y desarrollo. Se les debe dar la oportunidad a los empleados de manifestar sus opiniones.

En el aspecto laboral y motivacional. Ofrecer bonificaciones al empleado “el empleado del mes”.

Salud ocupacional. Acondicionar el espacio laboral.

Tema 5: Cliente externo

Planta física. Se debe procurar en la medida de las posibilidades de ampliar las instalaciones.

Servicio. La información con respecto a los productos y precios deben actualizarse.

Alimentos. El menú diario debe variarse.

Mercadeo. Chequeo permanente de competencia en cuanto a la calidad, variedad, cantidad y precios

METODOLOGIA: El tipo de estudio utilizados es la investigación descriptiva y la evaluativa.

CONCLUSIONES: De las ocho conclusiones se extraen la siguiente:

Las diferentes instituciones, que ofrecen alimentos en las Universidades, se debe preocupar por ofrecer un servicio de calidad a los clientes externos, que son los que reciben la atención y pagan por obtenerla.

Es de vital importancia poder conocer, las inquietudes de los clientes, para satisfacerlas con la mayor brevedad. En este caso se determinaron por medio de las encuestas, una dirigida al cliente interno y otra al externo. Es importante que este tipo de encuestas se realicen con frecuencia, pues todas circunstancias cambian.

La administración mediante sus diferentes teorías, permite que todos los procesos y procedimientos en una institución se conviertan en un inversión y no en un gasto.

Los modelos permiten integrar elementos que mediante la interacción de estos, logran la eficiencia y la eficacia de las actividades desarrolladas en todas y cada una de las áreas involucradas.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta por 13 autores, tratando temas como: el servicio, administración de cocinas, alimentos y nutrición, la calidad del servicio.

ANEXOS: No tienen lista de anexos.

RAAS: *Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.*

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 120
TITULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL QUESO MOZZARELLA MADURO Y SU INTRODUCCION AL MERCADO A NIVEL DE SANTAFE DE BOGOTA	
AUTOR:	HODGES, Carlos Alberto.	
PUBLICACION:	Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1997, pp.115 figuras, gráficas.	
PALABRAS CLAVES:	PRODUCCION, LACTEOS, QUESO, MOZZARELLA	
DESCRIPCION:	Este trabajo pretende medir el grado de aceptación que puede llegar a tener en el mercado colombiano el queso mozzarella maduro, y también determinar las características que debe reunir dicho producto para lograr aceptación y así ofrecerle al consumidor lo que él desea y necesita.	
FUENTES:	De los pie de página se destacan los siguientes:	
	TERRY, George R. Principios de Administración. México. 1971	4
	KOONTZ, Harold & O'DONNELL Cyril. Elementos de Administración Moderna. México. 1975	2
	FARMER, R.N. y RICHMAN B.M. Comparative Management and Economic Progress. Estados Unidos, 1980	1
	KOTLER, Philip. Mercadotecnia. 1981	1

CONTENIDO:

CAPITULO 1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Tema 1. Problema de investigación

Sea ha observado que en la actualidad no existe en el mercado un producto como es el queso mozzarella maduro que puede ser conservado por periodos prolongados sin desmejorar su valor nutritivo y que además garantice su permanente oferta sin el problema de las especulaciones con los precios.

Es esta situación la que ha motivado efectuar un estudio de mercado por muestreo en la ciudad de Santafé de Bogotá, mediante el uso de encuestas y entrevistas, con el fin de conocer la demanda existente. Los resultados obtenidos en esta investigación serán la base fundamental para establecer la viabilidad del proyecto.

Tema 2. Objetivos

Objetivo general

Evaluar mediante un estudio de mercados qué oportunidades se tienen para introducir el queso mozzarella maduro y determinar el nivel de demanda de este producto.

Objetivos específicos

Evaluar el proyecto teniendo en cuenta las conclusiones de los estudios de mercado técnico. Este análisis aportará los elementos de juicio necesarios para determinar la viabilidad, conveniencia y oportunidad del proyecto.

Determinar las principales características organolépticas que deben presentar el producto para su aceptación en cuanto al olor, sabor, color, textura, calidad y apariencia.

Tema 3. Justificación.

Actualmente existe un gran consumo de queso mozzarella fresco de diferentes procedencias, inclusive importado: siendo este producto utilizado industrialmente, además que presenta gran cantidad de aplicación culinarias.

En el campo de los alimentos lácteos es un concepto dentro del marco industrial colombiano y aún más el queso mozzarella maduro, motivo por el cual se hace necesario producir y comercializar este tipo de producto, hecho que constituiría sin duda alguna el aporte principal del proyecto.

Tema 4. Marco de referencia.

Para el desarrollo del proyecto se tendrán en cuenta las siguientes teorías administrativas y de mercadotecnia; George Terry dice que la administración es un proceso distinto que consiste en la planeación, organización, ejecución y control, ejecutados para determinar y lograr los objetivos; mediante el uso de los recursos humanos y materiales.

También nos dice que la administración es un medio notable para ejercer un verdadero impacto en la vida humana y que un administrador puede progresar; puede aportar visión, esperanza, acción y el logro de las mejores cosas de la vida.

CAPITULO 2. ESTUDIO DEL MERCADO

Tema 1. objetivo

El principal objetivo que se percibe es probar que existe un número suficiente de personas que presenten una demanda que justifique la producción del queso mozzarella maduro. La conclusión central del estudio dará una estimativa de la demanda actual y futura del producto en su área de influencia y a un determinado nivel de precios que será estimado también.

Tema 2. Supuesto y limitaciones

Debido a que el producto del proyecto no existe en el mercado, no se puede partir de estadísticas históricas sobre comportamientos en la demanda. Por este motivo se hace difícil pronosticar el comportamiento del producto con gran seguridad.

Tema 3. Producto en el mercado

El producto principal y subproductos. El queso mozzarella maduro constituye el producto principal del proyecto. El queso se obtiene mediante el cuajado de la leche con un porcentaje de grasa determinado y su posterior maduración. Este producto constituye una nueva línea en el campo alimenticio aún poco conocido en el mercado colombiano.

Tema 3. El área del mercado

Para el estudio de mercado se definió un área económica que permitiera determinar el número probable de consumidores del queso mozzarella maduro. La población la constituyen los hogares de clase socioeconómica media alta y alta y serán el mercado potencial.

Tema 4. Investigación del mercado

Como se dijo antes, no existen en la actualidad datos estadísticos en los cuales pueda basarse el proyecto, por lo que debió recurrirse a una investigación por muestreo utilizando encuestas laboradas en forma cuidadosa de tal forma que aseguran la exactitud en las respuestas y las conclusiones que se saquen de estas.

Tema 4. Encuesta

Formato de encuestas Universidad de la Sabana facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Tema 5. Comportamiento de la demanda

Es necesario cuantificar la demanda para justificar la producción del queso. No interesa tanto tener en cuenta el poder de compra de los consumidores que constituye el mercado potencial ya que la clase económica a la que perteneces no lo exige, pero sin embargo hay que tener muy presente el precio que se determinó en la encuesta. Con base en la situación actual y teniendo en cuenta otros aspectos, se va a proyectar la posible demanda futura.

Pronóstico de ventas
 Determinación del precio de venta
 Proyección de ventas
 Posibilidades del proyecto
 Estrategias de mercadeo

CAPITULO 3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Tema 1. objetivos

El estudio técnico tiene como fin primordial diseñar en forma óptima la función de producción utilizando los recursos disponibles de la mejor forma posible.

Se describe el proceso para la elaboración del queso mozzarella maduro, distribución en planta y organización de la producción. Estos aspectos se basan en el estudio de mercado previamente elaborado y al mismo tiempo sirve para realizar estudios financieros y económicos.

Tema 2. Proceso de producción

- El producto
- Ubicación en la Sabana de Bogotá
- Sector ganadera de la Sabana de Bogotá
- Materia prima
 - Recepción y medida de la materia prima
 - Higienización de partículas macrocontaminantes
 - Estandarización de la materia grasa
 - Coagulación o cuajado de la leche

Tema 3. Análisis de una muestra del queso mozzarella fresco.

Para la elaboración del queso mozzarella se partió de un peso inicial de 500 gramos y se elaboraron tres muestras por día durante 15 días que fue el tiempo que se dedicó para la elaboración de los quesos. Se estimó un tiempo de maduración de 20 días y éstos fueron los promedios que se obtuvieron de cada una de las muestras.

Resultados del análisis fisicoquímicos del queso mozzarella fresco

Peso inicial	500gr
Humedad	45.29%
Grasa	14.48%
Sólidos totales	54.71%
E.S.M	40.23%

Tema 4. Distribución en planta.

La distribución en planta facilita el flujo del proceso, agiliza la recepción de la materia y de espacio adecuado para el buen rendimiento de los trabajadores. Es indispensable aprovechar el espacio en la mejor forma posible acordando las distancias para transporte de la materia prima y productos terminados pero sin dificultar el trabajo y el movimiento de los operarios.

Tema 5. Necesidades de materia prima

Las necesidades de leche se estimaron con relación a la proyección de ventas de la empresa. De acuerdo con la investigación realizada por la Asociación Nacional de Productores de Leche (ANALAC), la leche no recolectada en los municipios de Cundinamarca en 1996 se estimó en 300 a 600 mil litros. Este dato y el hecho que es posible el abastecimiento de leche todo el año, permite afirmar que no existe problema alguno en la consecución de materia prima, para los años siguientes. La calera, Muzo, la Sabana, Cajicá, son los centros de acopio más importantes en las cercanías de Santafé de Bogotá y constituyen los mejores proveedores para garantizar la disponibilidad de leche todo el año y a un precio razonable.

Tema 6. Planeación de la producción

Se hizo con base en los datos obtenidos en el pronóstico de ventas.

Tema 7. Control de calidad

La calidad es el grado en que un bien cumple o sufre con las necesidades de los consumidores y es por esto que existen las normas que hacen que se cumplan estos requerimientos. La empresa contará con un laboratorio de calidad para que las características del queso sean las esperadas por los consumidores.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

La demanda del queso es significativa debido a que es un producto de mucho consumo y especialmente en las clases sociales alta y media alta que son el mercado potencial.

El proceso de producción podría complementarse en el futuro procesando los subproductos de la leche como son los alimentos de los animales, el suero para la elaboración del queso ricotta para luego comercializarlos.

El precio al cual se vendería el queso mozzarella maduro es en promedio igual de productos similares al mercado.

No se encuentran recomendaciones

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 9 autores, destacándose los siguientes:

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración. Tercera edición. Mc Graw Hill.

KOTHER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos DE Mercadotecnia. Segunda Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamérica. México. 1991.

ANALAC, Asociación Nacional de Productores de leche. Revista N° 92 y 93 de 1993.

ANEXOS:

El total de anexos son 51

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 121
----------	--------------------------	----------

TITULO: Optimización de la calidad del servicio en Centros de Convenciones.

AUTOR: Ospina, G. Sandra Liliana

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Administración de Instituciones de Servicio, 1997, 75 páginas, 9 bibliografías, 23 pie de páginas, 9 conclusiones, 3 tablas y 2 figuras.

PALABRAS

CLAVES: Turismo, eventos, logística, personal, alimentos y bebidas, presupuesto.

DESCRIPCION: El trabajo de grado tiene como finalidad presentar un plan estratégico para optimizar el servicio en los centros de convenciones, definiendo la importancia que tienen estos para el desarrollo empresarial.

FUENTES: El trabajo de grado hace referencia a veintitres (23) pie de páginas de los cuales se destacan :

- Suplemento especial. Convenciones 31 de agosto El Tiempo 14
- Seminario taller.organización de Eventos, 1

CONTENIDO: El trabajo de grado resume la importancia que tienen en Colombia la organización de eventos de toda índole, traduciendo en la construcción de centros especializados los cuales brindan salones, ayudas técnicas, alimentos y personal capacitado para el servicio. Con este trabajo de grado presenta estrategias para la optimización de los servicios en los centros de convenciones hacia el siglo XXI con la idea de aumentar utilidades en el corto plazo y su permanencia en el servicio hacia el largo plazo.

I. GENERALIDADES DE LOS CENTROS DE CONVENCIONES

Tema 1 : Hstoria del Turismo de Convenciones :

En el mundo, hace 3 siglos surgieron los congresos. Luego otro tipo de reuniones profesionalizaron la actividad. El concepto de turismo de convenciones surge con la organización definitiva de la democracia como forma de gobierno. En la historia se registra el primer evento entre 1681 y 1682. En Colombia entre 1960 y 1970 se observa un crecimiento de las reuniones. A ello, contribuye la rapidez y facilidad del transporte aereo, la estabilidad económica y mundial y la necesidad de actualización que se observa a nivel empresarial.

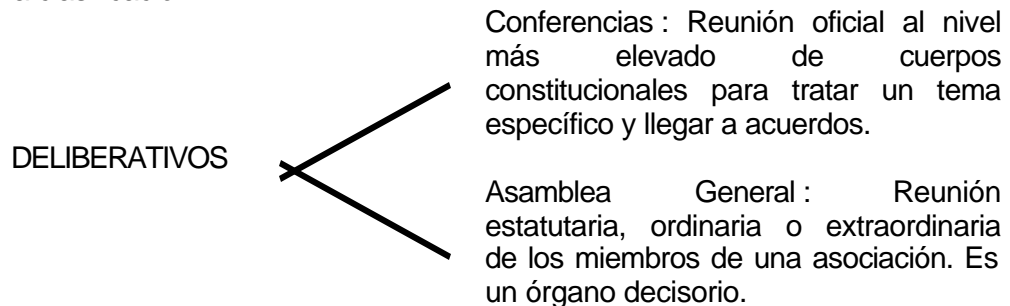
Tema 2 : Importancia : Los centros de convenciones permiten que en ellos se desarrollen diferentes tipos de eventos. Para las empresas es de gran importancia organizar convenciones ya que con ellas pueden promover ventas de productos y servicios, capacitación y establecer relaciones con mercados en crecimiento. Las convenciones se han considerado un medio adecuado para actualizarse, en estos

eventos se dan pautas y políticas sobre la situación y perspectiva del sector de que se trate. La apertura de sitios especializados, es el producto de los requerimientos empresariales que tienen su mayor manifestación en la presente década ante la necesidad de las empresas de capacitar a sus empleados, compartir conocimientos, analizar una determinada oportunidad y hasta integrar los trabajadores de una compañía.

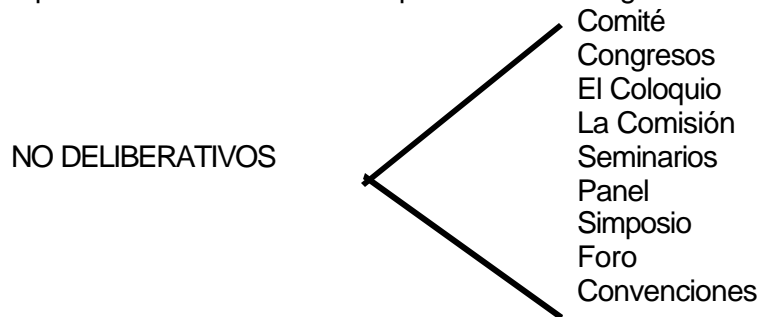
La apertura de sitios especializados para eventos se ha considerado una fuente de empleo para muchas empresas y personas.

Tema 3 : Tipos de Eventos :

Existen muchos tipos de eventos que se pueden clasificar de acuerdo con entorno geográfico, en internacionales, nacionales y regionales. En cuanto a sus objetivos en Deliberativos y no Deliberativos. Aparte se encuentran los eventos sociales que también hace parte de la clasificación.



En este tipo de evento se deciden las políticas de las organizaciones de poder.



Este tipo de eventos se organizan con fines de formación y/o información.

II. PLANEACION Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS :

Organizar un evento implica también una inversión, que puede resultar económica si se tiene una buena asesoría.

Tema 1 : Definir el tipo de reunion que se va a realizar : Se define dependiendo de los objetivos que se tengan.

Tema 2 : Se define el perfil, nivel y numero de participantes : Para quienes se va a organizar. A quienes y a cuántos se les va a brindar el servicio ?. aspectos como edad, sexo, nivel socio - económico ayudan para hacer una segmentación del mercado y definir el nivel de as perosnas que se van a atender.

Tema 3 : Selección de la fecha adecuada : Cuándo se va a realizar. De acuerdo con las temporadas de ocupación de los diferentes lugares para organizar reuniones, se debe preveer con tiempo la reserva de la fecha con el fin de garantizarla.

Tema 4 : Selección del lugar adecuado : Dónde se va a hecer ?. las locaciones, los servicios públicos, las vías de acceso, los atractivos turísticos, hacen parte de toda la infraestructura que se necesita para realizar eventos.

Tema 5 : Logística : Cómo se va a hacer ? Es la etapa más importante ya que en ella se establecen todos los parámetros a seguir par aque no se omita nada a la hor ade realizar un evento :

- Alimentos y Bebidas
- Participantes
- Ayudas técnicas
- Promoción
- Servicios de apoyo
- Financiamiento
- Presupuesto
- Actividades recreativas, turísticas e incentivos

Tema 6 : Salones : Debe brindarse la máxima comodidad : buen ailuminación, ventilación adecuada y organización del salón.

Tema 7 : Infraestructura : Para cumplir a cabalidad con todos los fines de un evento, es importante presentar la mayor imagen del lugar donde se va a realizar.

III. OPERACIÓN DE UN EVENTO

Cuando ya se ha planeado y organizado hasta el ultimo detalle, viene la operación de un evento. Es fundamental para una óptima operación de un evento tener en cuenta los siguientes pasos :

Tema 1 : Confirmación de Participantes : Es de gran importancia la confirmación de quienes van a participar para concretar transporte, almuerzos, refrigerios, montaje del salón, etc.

Tema 2 : Definición Final del Programa : El diseño técnico del programa consiste en saber combinar todos los elementos que lo componen para cumplir objetivos como : Mantener en todo momento el ánimo de los participantes, Brindar novedad y variedad, etc.

Tema 3 : Información General a OPCs, Empleados y participantes : Se entrega una lista de chequeo que sirve como material de apoyo y de planificación de los congresos.

Tema 4 : Alimentos y Bebidas : Un menú balanceado, ligero y bien presentado es el éxito de los almuerzos de trabajo. Los participantes quedarán satisfechos y con ánimo de seguir el programa.

Tema 5 : Verificación de Salones y Equipos : Aquí influyen factores como la comodidad en el tránsito de los asistentes, la cercanía visual y física respecto al expositor, el protocolo y la facilidad de evacuación de los salones.

Tema 6 : Post - Evento : Días después de haber terminado el evento deben quedar listas las cuentas pendientes por pagar y cobrar, recopilación de conferencias y material que haya sobrado.

Tema 7 : Evaluación : La evaluación permite detectar las posibles fallas y errores que se hallan cometido con el fin de no cometerlos en un próximo evento. Debe hacerse por escrito, por medio de encuestas, entrevistas, medios de comunicación, opiniones del organizador oficial, reuniones con el personal.

IV. ANALISIS DE INVESTIGACION.

Para realizar un análisis sobre la calidad del servicio en Centro de Convenciones se tomo como universo y muestra técnica de cálculo los directivos, personas naturales y jurídicas que organizan y realizan eventos.

Tema 1 : Análisis Estadístico : Con ayuda de gráficas y la información recolectada por medio de la encuesta se hará un análisis estadístico de cada una de las siete preguntas de la misma.

METODOLOGIA : Experiencia en el lugar de trabajo, revisión bibliográfica y consultoría con expertos en el tema.

CONCLUSIONES: de las nueve conclusiones se extraen:

- En el área de los negocios y las altas finanzas no se puede improvisar. La idea es de ahorrar tiempo y dinero, además de agilizar la toma de decisiones.
- Cuando se trata de escoger el sitio adecuado y según la investigación realizada, las instalaciones es el aspecto que ocupa el primer lugar, ya que dependiendo de su ubicación se va a lograr que los participantes concentren toda su atención en el evento.

BIBLIOGRAFÍA: Nueve textos bibliográficos de temas relacionados con: organización de eventos y congresos, mejoramiento de los procesos, tipo de recintos para eventos.

ANEXOS: Un anexo, que contiene :

ANEXO 1 : El formato de encuesta realizada para el estudio.

RAAS ELABORADO POR: Silvia Castañeda B.

COLOMBIA 122	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS
-----------------	--------------------------	------

TITULO: ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LAS FRANQUICIAS EXTRANJERAS DEL SECTOR ALIMENTICIO EN SANTAFE DE BOGOTÁ ENTRE 1990 Y 1996.

AUTOR: ZAMORA, Andrea.

PUBLICACIÓN : Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicios, Bogotá, 1997. P.P. 171, gráfica 6, tablas 27, Pie de pagina 5.

PALABRAS

CLAVES: ALIMENTOS, FRANQUICIA, ESTADOS FINANCIEROS.

DESCRIPCIÓN: El trabajo de grado tiene como finalidad la evaluación del desempeño financiero de las franquicias del sector alimenticio en Santafé de Bogotá, por medio de la recopilación, interpretación y comparación de los estados financieros, para determinar si este tipo de contratos ofrece oportunidades de éxito a los empresarios Colombianos.

FUENTES: Las autoras hacen referencia a 5 pie de pagina en la que destacan:

NETWORK Franquicias Colombia. Directorio 1995-1996. Desacol Franquicias. Cámara de Comercio.	3
PEDREÑO, Pedro A. Que es Franchising.	1
ECHEBERRIA Saenz. Contratos de franquicia.	1

CONTENIDO

El trabajo es conformado de la siguiente manera:

INTRODUCCIÓN:

El mundo se ha convertido en un lugar difícil para quienes quieren ser dueños de su propio negocio a pesar de esto se asegura que una de las principales aspiraciones del hombre y mujeres es la independencia económica; se dueño de su propio negocio es la meta para miles de personas en el mundo. Sin embargo en la actualidad es casi imposible la subsistencia de un negocio propio, especialmente los que han sido recientemente creados. Además el hecho de enfrentarse a una amplia variedad de problemas entre los cuales están mercados cambiantes, consumidores exigentes, productos y servicios novedosos, tecnología de avanzada y un competencia feroz constituyen una gran amenaza que los empresarios deben manejar y superar con eficiencia, oportunidad y convivencia para así conseguir el éxito del negocio.

Las franquicias fueron introducidas al país y al resto de América Latina de forma tan rápida que tomó a la mayoría de las personas por sorpresa. Se observa que para los hombres de negocios no ha sido fácil manejar este concepto, ni tampoco explicarse el porque las franquicias funcionan o no y el porque de su importancia en la distribución de servicios y productos en todos el mundo.

Debido a lo anterior se decidió realizar un estudio del comportamiento financiero de las franquicias del sector de alimentos con el fin de determinar si el hecho de realizar un contrato de franquicia asegura el éxito o si por el contrario estos negocios son solo un espejismo.

CAPITULO I: MARCO TERIOCO

Tema 1: Origen Etimológico

La franquicia viene del termino francés “fran” utilizado en la edad media, el cual hace referencia a la autorización dada por el soberano a sus súbditos, para realizar actividades forestales, mercantiles o de pesca. De este concepto comercial en el que se obtienen beneficios ambas partes se deriva el sistema de franquicias cuyos principios han evolucionado hasta nuestros días.

Tema 2: La Definición de Franquicia

Se encuentra implicado un valor importante. Tanto el empresario que otorga una franquicia como el sujeto que la adquiere deben saber el acuerdo que celebran es el acuerdo de un franquicia ya que actualmente esta se confunde fácilmente con otros contratos como es el caso de la licencia o concesión de marcas y el de la distribución.

Según la IFA (Asociación Internacional de Franquicias), se denomina que “la operación de franquicias es una relación contractual entre el franquiciador y el franquiciado, en el cual el primero ofrece y está obligado a mantener un interés continuo en el negocio del segundo, en asuntos tales como KNOW HOW y entrenamiento, en esta operación, el

franquiciado usa un nombre comercial común de acuerdo con un formato o patrón establecido y controlado por el franquiciador, contra el pago de un canon de franquicia y/o remuneraciones periódicas. Esto implica que el franquiciado invierte sus recursos en su propio negocio”.

Esta definición de la I.F.A. puede ser dividida en cuanto apartados:

Tema 3: Una operación de franquicia es una relación contractual

La franquicia se establece por un contrato en el cual se expresan los términos bajo lo que se formaliza. Este contrato es el único apoyo documental que tenga el franquiciado, por lo que cualquier omisión material puede afectarle durante toda su futura actividad.

Tema 4: El franquiciador ofrece o se obliga a mantener un interés continuado en el negocio del franquiciado en áreas como Know How y capacitación del personal del franquiciado

El franquiciador debe mantener un interés continuado en el negocio del franquiciado, también se obliga a decidir responsablemente sobre si el franquiciado es o no la persona adecuada para ese tipo de negocio. También deberá brindar los conocimientos adecuados para manejarlo satisfactoriamente.

Tema 5: A cambio, el franquiciado va a operar bajo un nombre comercial y con un formato y un sistema operativo que pertenece o son controlados por el franquiciador

Se hace referencia de los puntos que van a constituir el funcionamiento básico de la franquicia y por los cuales el público identifica la marca, con la ventaja de que cada punto de venta es dirigido por su propio dueño.

Y además el franquiciado llevará a cabo una inversión de capital propio en su negocio: es importante y necesario que cada franquiciado lleve a cabo una inversión de sus propios recursos, así tendrá la necesaria motivación para trabajar en el negocio, buscando maximizar sus beneficios. El franquiciador puede recibir el pago de diferentes formas: puede solicitar un pago concreto de franquicia, o vender un paquete completo con la cuota de franquicia incluida en el precio; o también se podrá convenir como retribución un porcentaje de los ingresos brutos del franquiciado.

Dentro de las presentaciones orientadas a la comercialización se encuentran principalmente:

Una licencia de marca, rótulos, nombre comercial o símbolos distintivos.

Un procedimiento de producción o comercialización innovador patentado o no.

Acceso privilegiado a un sector del mercado o un área de responsabilidad para la venta de productos o servicios de marca.

Un suministro estandarizado del franquiciador o comerciantes debidamente autorizados.

Una asistencia continua de contenido variado (Marketing, asistencia contable, financiera, publicitaria, informática, etc.).

Marco Histórico: los países gestores de las franquicias en el mundo han sido Francia y Estados Unidos, en los cuales su desarrollo ha respondido a circunstancias similares.

En el primero fue para asegurar salidas comerciales a la producción de una fábrica de lanas, en el segundo para aprovechar las oportunidades de un mercado creciente para las máquinas de coser. La explosión de las franquicias se diría en los Estados Unidos en la posguerra, cuando por una combinación de factores económicos, sociales, políticos tecnológicos y legales se creó el clima propicio para su expansión. Según expertos, la introducción de las Franquicias de “formato de Negocio” fue el acontecimiento más importante en el mundo de la comercialización de productos y servicios en la segunda mitad del siglo XX.

Tema 6: Los Principales Precusores del Sistema de Franquicias

I.M.Singer & Co: afrontando el dilema de cómo distribuir las máquinas de coser, con reservas bajas de efectivo y cuando sus ventas no eran buenas, cambió su estructura básica de funcionamiento. En vez de pagarles a sus vendedores empezó a cobrarles por sus ventas y creó el primer modelo de concesionario de Estados Unidos.

Coca-Cola: los dos inversionistas estadounidenses consiguieron los derechos de vender Coca Cola en todo el país asumiendo el costo de instalación de la embotelladora y se encargaron del manejo a cambio de recibir el concentrado necesario y el apoyo publicitario de la casa matriz.

General Motors: en 1898 se vio obligada a otorgar concesiones, ya que era una compañía joven y no contaba con los recursos suficientes para abrir punto de comercialización propios.

Supermercados Piggly Wiggly: estos supermercados norteamericanos tomaron la decisión de ampliar su red de distribución por medio de concesiones similares a la de las franquicias.

La Lainiere de Roubaix: esta fábrica de lanas asoció detallistas independientes a través de un contrato que le garantizaba la exclusividad de la marca en un sector geográfico determinado.

Estándar Oil: esta empresa para bajar el concepto de salarios comenzó a cobrar renta a las estaciones de servicio que permanecían abiertas más tiempo y que eran más eficientes.

Howard Johnson: para continuar su ampliación encontró la alternativa de un socio franquiciador, dueño de un restaurante en el noreste, a quien convenció de usar su nombre y de comprarle sus productos.

Mc Donalds: es la primera compañía en ampliar este innovador concepto en la humanidad mundial. RAY KROC en su larga trayectoria como hombre de negocios se inicio como vendedor, asesoraba a sus clientes en técnicas y sistemas para incrementar sus ventas, siempre y cuando esta venta adicional se reflejara en mayores pedidos de los productos que el vendía.

Tema 9: Clasificación de las Franquicias: esta clasificación se puede realizar de acuerdo a sus rangos y características

Franquicia de Producción: otorga las franquicias para que el franquiciado produzca los productos.

Franquicia de distribución: se actúa como un seleccionador de productos que son fabricados por otras empresas cuyo objetivo es distribuir un surtido, a través de una red de puntos homogéneos de venta.

Franquicia de servicios: el franquiciador ofrece al franquiciado una formula original y especifica de prestación de servicios al consumidor.

Franquicia industrial: este tipo de franquicia transfiere a otra su tecnología y su propiedad industrial. Se adquiere el derecho de producir y distribuir.

Franquicia master: es un sistema utilizado para extender una franquicia a nivel internacional.

Tema 10: Franquicias en Colombia

Actualmente, existen 60 franquicias distribuidas en 40 Colombianas y 20 Extranjeras. Entre las nacionales se destacan: Kokoriko, helados Mino's, Presto, Helados Ventolini, Helados Benný y Cien Años de Pandebono, esta ultima con un punto de venta en Miami bajo la movilidad de Joint Venture. Dentro de las 20 franquicias extranjeras se han destacado principalmente; cadenas de comida rápida, siendo las pioneras en Colombia, dentro de las cuales encontramos: Burguer King, Donkin Donuts, Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken. Mc Donalds, D'omo, Yogen Fruz etc.

Tema 11: Marco Conceptual

Alrededor del tema de las franquicias, y en este caso especifico del análisis del comportamiento financiero de estas, existe una serie de definiciones como:

Franquiciador: Empresa que sede a otros el derecho de explotar su marca por un periodo de tiempo determinado. A cambio de ello recibe una contraprestación financiera que generalmente se expresa en un derecho de entradas y regalías.

Franquiciado: empresario independiente que adquiere los derechos de explotar la marca del franquiciador, asumiendo la inversión y los riesgos.

Derecho de Entrada: es el pago único que hace el franquiciado al franquiciador por el derecho a explotar su marca. Generalmente se realiza el pago al momento de la firma.

Regalías: es el valor que el Franquiciado paga como reconocimiento apoyo permanente que recibe el franquiciador.

Know How: es el secreto del negocio y la forma de hacer las cosas que el franquiciador debe compartir con el franquiciado.

Contrato de Franquicia: documento que establece la relación entre las parte, trata los derechos y los deberes tanto del franquiciador como del franquiciado.

Análisis Financiero: es un proceso que consiste en interpretar y obtener conclusiones de los estados financieros y datos operacionales de un negocio. Dentro de este análisis se hace referencia a los estados financieros, balance general, estados de ganancias y perdidas, análisis vertical, horizontal.

CAPITULO II: ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LAS FRANQUICIAS DE BOGOTA

Tema 1: Kentucky Fried Chicken

No existe una exagerada concentración de activos fijos y corrientes para este año (1996), se tiende a un equilibrio entre los rublos. Esto se debe a que las instalaciones, la maquinaria y el equipo que poseen implican costos muy elevados e igualmente se requiere de una alta inversión en inventarios para la elaboración de sus productos.

Tema 2: Análisis de los estados financieros

Para los últimos años 1995 y 1996 la financiación a largo plazo llego a ser un porcentaje notorio, lo cual es beneficioso para la franquicia ya que se cuenta con un mayor lapso de tiempo para cubrir sus obligaciones.

Tema 3: Pizza Hut

La franquicia es manejada actualmente en Santafé de Bogotá por la empresa SERVIAL LTDA, (Servicio Internacional de Alimentos), constituida el 13 de Octubre de 1984, contando con 5 establecimientos en la ciudad para la realización de sus actividades. Su objeto social corresponde a la promoción y comercialización de alimentos, principalmente comidas rápidas como la Pizza entre otras mediante la creación de restaurantes.

Tema 4: Análisis de los estados financieros

Las ventas netas en este lapso de tiempo fueron de \$656 millones distribuidos en 94.7% de costo de ventas con %621 millones y 5.3% de utilidad con \$34 millones.

El nivel de endeudamiento fue de 69.79%, se interpreta que los acreedores de la empresa son dueños de este porcentaje de la empresa mientras que los socios o dueños lo son solo del porcentaje restante.

El rendimiento del patrimonio fue de 4.4%, esto significa que las utilidades netas correspondieron al 4.4% sobre el patrimonio, quiere decir que los socios o dueños de la empresa obtuvieron un rendimiento sobre su inversión de 4.4% para 1990.

Tema 5: Frida's y Friday's New York Dell

El nombre de la sociedad que maneja la franquicia de Friday's en Santafé de Bogotá es COMERCIALIZADORA K Y K LTDA, constituida el 13 de Junio de 1981, contando con 2 establecimientos, el primer restaurante bar y el segundo cafetería.

Tema 6: Análisis de los Estados Financieros

Las ventas netas ascendieron a \$266 millones de los cuales \$263 millones fueron gastos operacionales con 98.9% y el 1.1% restante fue utilidad neta de 2 millones para 1990.

El rendimiento del patrimonio fue de 27.62%, este porcentaje fue el que obtuvieron los socios o dueños como rendimiento sobre su inversión.

El rendimiento del activo total fue de 4.79%, esto indica cada peso invertido total durante el año, genero una utilidad de 4.79 centavos en 1990.

Tema 7: Dunkin Donuts

La sociedad DONUCOL LTDA, es la representante de la franquicia en Santafé de Bogotá. Se constituyo el 30 de Abril de 1982 con una duración establecida hasta el 30 de abril del año 2007.

El objeto de la sociedad consiste en la compra, venta, importación y exportación de todas las clases de materias primas necesarias para la producción, el procesamiento y transformación industrial y comercial de comestibles para el consumo humano, la producción, distribución, compra, venta, importación y exportación de muebles, equipos, maquinaria e implementos necesarios para la explotación económica de las actividades antes mencionadas en el establecimiento.

Tema 8: Análisis de los estados financieros

Las ventas netas ascendieron a \$1026 millones los cuales \$1004 millones fueron gastados operacionalmente con 97.8% y el 2.2% restante corresponden a la utilidad neta que fue de \$22 millones para 1990.

El rendimiento del patrimonio fue de 13.19% este porcentaje fue el que obtuvieron los socios o dueños como rendimiento sobre su inversión.

La rotación de activos totales correspondió a 3.30 veces en el año lo que es igual a que por cada peso invertido en activos totales se generaron ventas por \$3.30 durante el periodo.

Tema 9: MC Donalds

El nombre de la sociedad que maneja la franquicia en Santafé de Bogotá es Q.S.C.V. constituida en octubre de 1994. El objeto social principal corresponde a la producción, venta, representación, fabricación y distribución de comidas rápidas, como Hamburguesas, que contando ya con varios años de experiencia internacional son de alta calidad y consumo.

Tema 10: Análisis de los estados financieros

Las ventas que se presentaron fueron de \$4301 millones de las cuales se obtuvo la pérdida neta -\$284 millones, pero en 1996 las ventas fueron de \$10019 millones presentando una pérdida de -\$3118 millones. Aquí la variación relativa fue de -65.9% para la utilidad y 132.9% para las ventas.

El rendimiento del patrimonio fue de -25.77% para 1996 y 267.25% este es el porcentaje que los socios o accionistas de la empresa obtuvieron como rendimiento o pérdida sobre su inversión.

Tema 11: Domino's Pizza, Subway, Haagen Dasz

Son franquicias cuya operación en Santafé de Bogotá es bastante reciente. En este caso en aproximadamente de un mes, con dos sucursales en la ciudad, una ubicada en el norte y la otra en el Lago. Por su reciente creación no fue posible ubicar sus estados financieros ya que estos se elaboran pasado un año de operaciones y ninguna las tres superan este periodo.

CAPITULO III: ANALISIS COMPARATIVO DE LAS FRANQUISIAS DE ALIMENTOS DE SANTAFE DE BOGOTA

Dentro del análisis financiero es de gran importancia la comparación de cada una de las empresas con otras que tengan la misma o similar actividad y se desenvuelvan en el mismo sector. Por tal razón se realizaron gráficos con las tendencias presentadas por cada empresa durante el periodo comprendido entre 1990 y 1996 con el fin de comparar sus comportamientos en aspectos como indicadores financieros, ventas netas y pérdidas y ganancias.

METODOLOGIA: No presenta.

CONCLUSIONES: De las diez conclusiones se extraen la siguiente:

La gran ventaja que ofrece el sistema de franquicias es que gracias a la experiencia y conocimiento del franquiciador se puede eliminar este tipo de riesgo, anticipándose a su participación o mediante el suministro de servicios y asistencia continuada.

La persona que se dedica a tomar un negocio de franquicia deberá tener una mentalidad proactiva, es decir, anticiparse a los acontecimientos y tener actitud de autogestor para poder crear una empresa exitosa haciendo un gran esfuerzo personal dejando a un lado la idea de esperar resultados en el corto plazo, comprometiéndose consigo mismo y con su organización. En este aspecto la mayoría de los empresarios colombianos fallan buscando encontrar resultados inmediatos, invirtiendo todos sus recursos sin importarles los resultados.

FUENTES: La bibliografía esta compuesta por 11 autores, destacándose los siguientes temas: contratos de Franquicias, que son las Franquicias, experiencia de las Franquicias.

ANEXOS: No presenta lista de anexos.

RAAS: Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 123

TITULO : Manual de Planificación y diseño de establecimientos para el servicio de Alimentos y Bebidas

AUTOR : Himelfarb, utrera Bela

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Administración de instituciones de Servicio, 1997, 74 páginas, 16 textos de bibliografía y 3 fuentes abiertas, 2 pie de página y una figura.

PARABRAS

CLAVES : Comedores y establecimientos de servicio, almacenaje y refrigerado, preparación de alimentos, personal de comedor

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como fin formular, planificar y diseñar establecimientos para el servicio de alimentos y bebidas rápidos y eficientes, con el objeto de ofrecer a sus clientes calidad, comodidad y armonía

FUENTES : El trabajo de grado hace referencia a dos (2) pie de paginas los cuales se destacan :

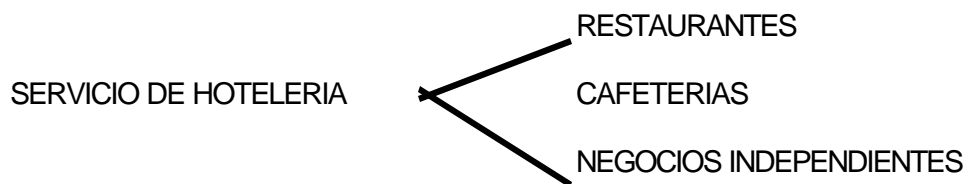
- Informativo boletin DANE, 1996.

2

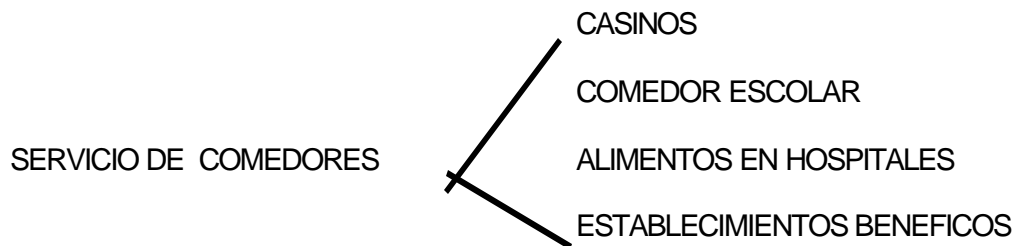
CONTENIDO : El trabajo de grado da una visión general de como iniciar un proceso de implementación de un nuevo establecimientos de Alimentos y Bebidas, que cumple con los requisitos básicos de planeación y diseño ergonómico basado en el servicio, ya sea para los dientes externos o los clientes internos que son el pilar de la organización.

I. CIRCUNSTANCIAS QUE INFLUYEN EN EL DISEÑO.

Este proceso se inicia con el análisis de las circunstancias que influye en el diseño que se encuentra determinado por la organización, en donde se tienen en cuenta las 2 clases de servicios estratificados en Colombia :



Lo que mueve esta clase de servicio es la obtención de beneficios, y la actividad de la misma dirigida a un publico en general.



Tema 1. HOTELERIA.

Se debe hacer estudios de mercado donde se averigüen factores como : Dimensiones y características del establecimientos, posibles clientes, tipo

de comida, efectos de la competencia ; para lograr determinar localización, dimensiones, tendencias y ciclos de moda.

Tema 2. COMEDORES Y SERVICIOS MOVILES DE ALIMENTACION

Las actividades de este tipo de servicio consiste en el suministro de alimentos y bebidas y otras organizaciones como un servicio de staff, entre los que se encuentran : comedores universitarios y comedores escolares.

Tema 3. CARACTERISTICAS DE LAS INSTALACIONES LOCATIVAS PARA EL SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.

- Modalidad de diseño : para determinar los tipos de diseño de los establecimientos de alimentos y bebidas, debe optarse por una clasificación basada en aspectos funcionales donde sea planificado el diseño, la dimensión, tipos de comidas, métodos de servicio, tipo de refinamiento y grado de especialización.
- Modalidades funcionales en los establecimientos de alimentos y bebidas : para establecer una funcionalidad adecuada se evalúa por separado cada clase de comedor, para así lograr una visualización de cada uno.

II. ALMACENAMIENTO.

Todo establecimientos para el servicio de Alimentos y Bebidas debe tener un almacén de Alimentos que debe estar diseñado de acuerdo a diversos factores, como factor principal para procesar las condiciones de almacenamiento debe tenerse en cuenta el numero de comida servidas diariamente, los tipos de comidas y las cantidades de materia prima que se empleen.

Existen diversos factores que son de gran importancia para el éxito de un servicio de Alimentos y Bebidas, como son : a. superficie requerida, b. el almacenaje de Alimentos : para planear almacenes o despensas es necesario considerar los envases por lo cual estos factores determinan el diseño de estantes y anchura de corredores y carga sobre el pavimento, c. accesos, d. preservación de alimentos, e. almacenaje refrigerado : Existen dos clases, almacenaje en frío que es utilizado para preservar el aspecto y prolongar la duración de los alimentos y el almacenaje congelado que consiste en lugares especialmente construidos para tal fin.

III. PREPARACION DE LOS ALIMENTOS.

La elaboración de comidas puede ser considerada como un proceso de producción en el que los alimentos recorren varias fases que forman una secuencia desde que llega la materia prima, hasta cuando el cliente degusta el plato. Un factor de alta relevancia en este punto es la determinación de las áreas para las cocinas, que depende directamente

de la producción de comidas que haya que elaborar durante un determinado periodo de tiempo.

La disposición de los muebles y equipos dependen de la forma y espacios físicos, hay dos alternativas posibles : agrupados en paredes, agrupados en islas o combinación de las dos.

Tema 1. Zonas de la Cocina.

Según el tamaño de operación la cocina podrá tener diferentes zonas que son :

- cocina fría
- cocina caliente
- pastelería.

IV. COCCION Y EQUIPO

Con la adquisición de nuevo equipo se pretende conseguir diversos objetivos, principalmente :

- Producción de comidas en cantidades suficientes.
- Posibilidad de procesar gran variedad de preparaciones.
- Producción abajo costo.
- Facilitar tiempos razonables de preparación y cocción.

IV. CONSTRUCCION DE LOS SERVICIOS.

Para la construcción de las cocinas es necesario tener en cuenta diversos factores como son :

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| • Alturas, | • Iluminación |
| • Paredes | • Acústica |
| • Protecciones | • Ventilación |
| • Tabiques y mamparas | • Suministro de agua |
| • Techos | • Energía |
| • Suelos | • Movilidad |
| • Puertas y ventanas | • Zona de lavado. |

VI. INSTALACION PARA EL PERSONAL

Se puede decir que el numero de empleados necesario para el funcionamiento depende de tres factores :

- Demanda en el tipo y calidad del servicio y las comidas
- Numero de comidas servidas y porcentaje de ocupación en un establecimiento hotelero.
- Trabajo eficaz y facilitador de tareas.

METODOLOGIA : Experiencia en el lugar de trabajo, revisión bibliográfica y consultoría con expertos en el tema.

CONCLUSIONES : De las siete conclusiones se extraen :

- El principal interés de crear manuales de diseño, es dar a las zonas de almacenamiento, preparación y cocción de alimentos la importancia que se merece especialmente creando hábitos de sofisticación gastronómica para satisfacer a los usuarios.
- Los avances tecnológicos en la producción de alimentos permiten satisfacer la demanda de razón de precios económicos. Pero a pesar de ello no se debe descuidar el tipo de instalaciones, que se deben crear a través de una nueva concepción de diseño.

BIBLIOGRAFIA : 16 textos bibliográficos de temas relacionados con : Servicios, Alimentación y Nutrición, Administración Arte culinario, etc.

ANEXOS : Consta de un anexo que contiene gráficas de las alturas límites de los estantes de almacenado.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 124

TITULO: EL LEASING INTERNACIONAL COMO ALTERNATIVA DE FINANCIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS EN AVIANCA

AUTOR: CEPEDA, Bolaños. Jakeline, SARMIENTO, Luz Mery

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Servicios de Bienestar, Santafé de Bogotá, 1997, pp. 147

PALABRAS CLAVES: LEASING, FINANACIACION, LIDERAZGO, CREDITO, CAUSACIÓN, FLUJO DE FONDOS.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende conocer y analizar las incidencias de la utilización del leasing internacional en AVIANCA en los aspectos legales y económicos con el fin de determinar la efectividad de esta forma de financiación de los activos fijos sobre la rentabilidad de la empresa, además identificar la situación del leasing en Colombia y su repercusión en las empresas, comparar alternativas de financiación utilizando el leasing internacional y el crédito externo. Establece los aspectos cambiarios del leasing internacional y los impuestos aplicables a la modalidad de importación temporal de mercancías en arrendamiento o leasing.

FUENTES: De las fuentes se destacan las siguientes:

- RAGUE, Luis Marti, El contrato de Leasing en el comercio mundial. 3
- ESCOBAR, Gil. Rodrigo. El contrato del leasing financiero. Editorial Temis, Bogotá, Colombia, 1984. 3
- SINTESIS ECONOMICA, Leasing: Término nuevo, práctica vieja. Bogotá, Agosto, 1980. 2
- SUPERINTENDENCIA BANCARIA. Sección de Estadística, mayo de 1997. 2

CONTENIDO:

CAPITULO 1. MARCO DE REFERENCIA.

Tema 1. Marco teórico.

Sector financiero

El sistema financiero en Colombia atraviesa por una etapa de transición. Después de superar los rasgos de la crisis de la época anterior hay aspectos positivos que caracterizan a un periodo de mayor competencia, modernización, apertura y crecientes utilidades.

Sin embargo, también persisten factores que contrarían este favorable panorama. Las diversas circunstancias macroeconómicas en Colombia, como en muchos países se

registrar un fenómeno de desintermediación financiera que afecta esta importante actividad.

Las operaciones activas y pasivas de los intermediarios institucionales enfrentan hoy diferentes competencias, unas formales y otras denominado mercado extrabancario que llevan a las entidades del sistema a la necesidad de diversificar sus servicios y replantear las estrategias de organización y funcionamiento en busca de calidad y eficiencia.

Fenómenos externos, entre ellos la crisis de los regímenes comunistas, el reordenamiento económico, los mismos programas de integración y cooperación bilateral o multilateral y las políticas de apertura tiene hondas repercusiones en la evolución en el comportamiento del sistema financiero nacional

- Teoría del depósito
- Teoría de la sociedad
- Teoría de la compraventa
- Teoría del préstamo
- Teoría del arrendamiento

Tema 2. Marco conceptual
Conversión.

Cambio que debe realizar en sus actividades, las sociedades de arrendamiento financiero y las compañías de financiamiento comercial acatando las medidas dispuestas por la ley 35 de 1993.

Sociedad de arrendamiento financiero.

Persona jurídica constituida con el fin de realizar operaciones de leasing o arrendamiento financiero.

Leasing.

Contrato de naturaleza mercantil en virtud de la cual la sociedad de arrendamiento financiera entrega a los locatarios (usuarios o arrendatarios) a título de arriendo, la tendencia de un bien, para que estos lo usen y lo disfruten, pagando un canon mensual durante el periodo de duración del contrato y procedan a restituirlo a su terminación, o si así lo deciden opten por adquirirlo previo a la cancelación a la opción de adquisición pactada.

- Compañía de financiamiento comercial
- Leasing financiero
- Leasing operativo
- Venta y arrendamiento
- Leasing inmobiliario

- Leasing mobiliario
- Leasing nacional
- Leasing internacional
- Leasing de exportación
- Leasing de importación
- Subleasing
- Leasing en copropiedad
- Leasing apalancado
- Renting (arrendamiento)
- Leasing sindicado
- Leasing doméstico
- Leasing municipal
- Bick ticken leasing
- Double dip leasing
- Dryleasing
- Master lease
- Sublease
- Wet lease

Tema 3. Marco histórico

En Colombia, como en la mayoría de los países ha surgido una fórmula tradicional de financiación para la empresa colombiana tratándose de una modalidad financiera que está tomando fuerza en nuestro punto, por lo tanto, es de gran importancia describir la evolución de éste, como también conocer la evolución de las empresas de leasing.

Evolución del leasing en Colombia.

El leasing es relativamente nuevo en nuestro país habiendo surgido, un complemento a las operaciones de los grupos financieros.

La primera entidad de leasing en Colombia fue la empresa creada en 1973 por el First National City Bank, denominada Citicol. Esta compañía practicaba la modalidad de leasing inmobiliario y su periodo de vida fue tan solo de seis meses. La ausencia de coordinación con el régimen tributario nacional y la inexperiencia de sus dirigentes fueron entre otras, las razones que llevaron al fracaso. Como consecuencia de la errónea dirección, el prestigio y la eficiencia de la empresa bajaron a tal punto que se vio obligada a liquidarse seis meses después de haberse creado.

Dentro de este marco institucional se vinieron desarrollando las compañías de leasing, incrementándose sus operaciones cuantitativamente como cualitativamente. Para prestación de sus servicios financiero las compañías de leasing allegaban sus recursos mediante la captación de dineros del público ahorrador y del sector financiero vigilado por superintendencia bancaria.

- Consideraciones generales de la empresa del leasing
- Naturaleza financiera
- Evolución de las empresas leasing
- Características de las empresas leasing
- Desarrollo del leasing en
- Estados Unidos.
- Leasing en Inglaterra
- Leasing en Francia
- Leasing en Bélgica
- Leasing en Alemania
- Leasing en España
- Leasing en Italia
- Leasing en Venezuela
- Leasing en América Latina

CAPITULO 3. METODOLOGIA

Tipo de estudio

La investigación se desarrollará a través de un estudio descriptivo, con lo cual se pretende analizar los métodos de financiación que inciden sobre la adquisición de activos fijos en AVIANCA.

Unidad de análisis

Para la ejecución del proyecto se formará como una unidad de análisis la empresa Avianca S.A.

Unidad de información.

Departamento jurídico: suministra datos relacionados con el contrato de la Leasing.

Departamento de planeación: suministra información sobre costo, informes anuales contables, etc.

Técnicas

Para la recolección de la información suministradas por los departamentos anteriormente mencionados se utilizará la entrevista.

Tratamiento de la información

El sistema para el procesamiento de la información utilizado es mecanizado, es decir que la información se imprime mecanográficamente y se presenta en texto y organizada en cuatro gráficas estadísticas a saber: histogramas y gráficas circulares o pies.

Interpretación de los datos

Para el análisis de la información se indican las variables más significativa y se hace un análisis por separado, redactando el documento e intercalando cuatro estadísticas o gráficas para visualizar mejor los resultados de la investigación.

CAPITULO 4. HISTORIA DE AVIANCA

El 5 de diciembre de 1919, un grupo de Colombianos y alemanes firman el acta de constitución de la sociedad Colombo Alemana de transportes Aéreos S.A. SCADTA. Este es el primer intento que se hace en América y uno de los primeros en el mundo, para establecer una línea aérea.

En 1939 la compañía cambió su razón social y tomó el nombre de Aerovías Nacionales de Colombia S.A., ocupando sus cargos directivos colombianos. De esta forma Avianca se consolida y se estructura definitivamente.

AVIANCA, cubre destinos Norteamérica, América central y Europa y Sudamérica.

El objeto principal de la sociedad de la exploración comercial de los servicios de transporte aéreo en todas sus ramas de los servicios postales en todas sus modalidades. También hacen parte del objeto social de la compañía la explotación de las aplicaciones comerciales, técnicas y científicas de la aviación civil.

La sede principal se encuentra ubicada en Barranquilla.

Tema 1. Misión de Avianca.

Desde su creación en 1919 AVIANCA, ha sido una empresa aérea dedicada a la prestación de servicio en comunicación de transporte público nacional e internacional de pasajeros, correo y carga.

AVIANCA la empresa bandera nacional, pretende fortalecer la imagen de Colombia ante el mundo teniendo siempre presente la importancia de su contribución al desarrollo económico y social del país mediante la prestación de sus servicios dentro de los mas altos niveles de seguridad, calidad y eficiencia.

Como empresa de servicio, Avianca es consiente de su principal compromiso con clientes, para responder a la confianza de ellos y a las necesidades del mercado, sus objetivos están encaminados a reforzar la excelencia en el servicio y la imagen de una empresa innovadora tecnológicamente actualizada y amable.

Tema 2. Visión de AVIANCA

AVIANCA, será la mejor aerolínea que sirva al mercado colombiano en la prestación de servicio a las necesidades de transporte aéreo y comunicaciones empresariales, de entidades de actividad oficial o económica e individuales.

Reforzará su condición de líder en el mercado nacional rentablemente como mínimo el 51% en la participación del mercado total, (hoy en 42%).

Al mismo, conservará su predominio su mercado internacional (hoy el 38%), buscando participación rentable como mínimo igual al de las otras aerolíneas concurrentes en cada mercado.

AVIANCA logrará su propósito de Aerolínea líder siendo reconocida:

Por la calidad de sus servicios, satisfaciendo plenamente las necesidades de sus clientes.

Tema 3. Valores y principios.

- Actitud de servicio
- Innovación
- Dinamismo
- Desarrollo integral de talento humano
- Enfoque de procesos y trabajo integrado
- Calidad
- Rentabilidad
- Liderazgo
- Responsabilidad social
- Rectitud

CAPITULO 5. GENERALIDADES DEL LEASING EN AVIANCA

En 1978 AVIANCA adquirió 7 aviones 727-200 por el sistema de leasing debido a las ventajas que este le representaría tales como flujo de caja, la situación del balance ya que no se vería afectado por la depreciación del activo, no pago del IVA opción de compra en algunos casos etc.

Para el pago de cánones de arrendamiento Avianca crea una provisión cuando se va a amortizando al gasto de arrendamiento de equipo de vuelo. Los pagos por lo general son mensuales varían dependiendo de cada equipo, en el caso de los dos aviones 7-67 con leasing japonés el pago es cada 6 meses.

La duración del contrato del leasing más común es a diez años con excepción del contrato japonés que es de 12 años.

En temporada alta Avianca realiza contrato de leasing a corto plazo con empresas como: FORTIS Y PEN BROKE y Aerolíneas como: TAWER, AIRATLANTA, WORLD, AV. ATLANTIC, AVIOGENES y DANNER en el pasado, actualmente no existen.

El costo de un avión depende de la oferta y la demanda de la negociación. Una aeronave es más costosa por leasing y el precio depende del número de aviones que se contrate.

Generalmente las empresas leasing piden un depósito, si la empresa es sólida el canon es más bajo por que el riesgo es menor y viceversa.

Entre los costos que asume Avianca con el contrato de leasing se encuentran: el canon que incluye el derecho a usar el bien, registro, contrato, traducción del contrato, y como la compra en dólares a través de la cuenta de compensación se hace la transferencia electrónica del peso.

CAPITULO 6. RESEÑA HISTORICA DE LAS EMPRESAS CON LAS QUE AVIANCA TIENE CONTRATO DE LEASING.

Tema 1. Internacional lease finance corporation.

Fundada en los Angeles a finales de los años 70 y comienzos de los 80 por dos inmigrantes Húngaros.

Se inició a raíz de las ventajas tributarias que les ofrecían los diferentes estados, lo que les permitía adquirir aviones fácilmente con créditos para luego arrendarlos por leasing operativo.

Hoy es la segunda gran empresa de leasing a nivel mundial, y es filial de la Americana International Group.

Tema 2. General Electric Capital Corporation.

La General Electric tenía una filial especializada en aviones usados que era Polarix y más tarde se convirtió en GECC. Inicialmente contrataron la flota de las once MD 83 con una empresa Irlandesa Guinness, la cual era una empresa familiar que se formó amparada con los beneficios tributarios y fue creciendo de una manera descomunal hasta llegar a convertirse en la más grande del mundo. A raíz de la guerra del Golfo Pérsico entre los años 1990-1994 atravesó una crisis muy grande porque tenía demasiadas aeronaves y no contaban con la financiación.

Tema 3. Ansentt Worldwide.

Surgió en Australia con la compra de la aerolínea ANSENTT que realizaron Rupert Murdoch y Peter Abeles, luego incursionaron en el negocio del leasing por lo rentable que era, el cual quedó con el nombre de aerolínea.

La filial en Estados Unidos es la que arrienda directamente a AVIANCA dos aviones: un 7-57 y un 7-67.

Tema 4. Holandesa Debis.

Es una filial de Mercedes Benz. Inicialmente con Fokker que es el fabricante fue con quién AVIANCA negoció el contrato de 10 Fokker-50.

A Fokker la compró Daller Benz. Cuando estaba en serias dificultades económicas, por lo que decidieron crear a DEBIS que se dedicó al negocio de aviones Fokker pero quebró.

Tema 5. Japanese Lease

Neste leasing es con base en deuda. El gobierno da incentivos altos a los inversionistas de este país. Ellos arriendan a AVIANCA dos aviones 7-67 en donde intervienen PEFCO y EXINBANK para la financiación de las aeronaves que fueron fabricadas en Estados Unidos. Son leasing operativo con opción de compra, no llevan envuelta en financiación y su contrato es de 12 años.

CAPITULO 7. GESTION ADMINISTRATIVA DE AVIANCA.

Tema 1. Situación Jurídica

En materia aduanera, en el año de 1996 se logró la aprobación del Plan Vallejo bajo el cual AVIANCA puede hacer uso de un cupo de 60 millones de dólares para importaciones de bienes de capital y repuestos exentos de arancel e impuesto a las ventas, durante un plazo de 3 años contando a partir del 15 de marzo del año anteriormente mencionado, contra un compromiso de acreditar servicios de exportación por 180 millones de dólares en un lapso de 5 años a partir de la misma fecha. La utilización de dicho plan le ha permitido a Avianca ahorros cercanos a los 2.500 millones de pesos por conceptos de derechos aduaneros durante el año de 1996. Se obtuvo igualmente del Ministerio de Comunicaciones la licencia para prestación del servicio de mensajería especializada.

- Adquisición de Aeronaves
- Resultados de mercado y de servicios
- Resultados económicos

Tema 2. Evolución para 1997

Presupuesto

El presupuesto de pasajeros e ingreso tanto nacional como internacional de AVIANCA para 1997 se elaboró teniendo en cuenta parámetros de crecimiento y adaptando a estos a cada uno de los mercados atendidos. El presupuesto general se ha distribuido por

bases y este a su vez por los destinos vendidos en cada una de ellas, logrando con esto un control de resultados individuales.

Otros proyectos

Durante 1997, se reestructurará la operación de carga de la empresa, para hacerla más competitiva y rentable, de acuerdo con las necesidades y oportunidades del mercado.

Tema 3. Cumplimiento del Itinerario.

A partir de 1997, en cumplimiento será el objetivo principal de AVIANCA.

Durante 1996 se adelantaron los diseños operativos que permitirán lograr este objetivo cuya implementación comenzó en las primeras semanas del año.

Dentro de las estrategias y acciones más sobresalientes vale la pena destacar el cambio planteado en la infraestructura de mantenimiento, la realización de una estrategia que garantice la rápida y oportuna atención en los mostradores de los pasajeros y la adecuación del número de tripulantes al itinerario de la compañía.

Tema 4. Capacidad ofrecida

AVIANCA continúa incrementando su capacidad ofrecida a nivel internacional, no obstante las ventajas competitivas de las numerosas aerolíneas extranjeras que operan en el país, hacen que la participación en este mercado haya disminuido.

En el mercado nacional a través de un mayor factor de utilización y ampliando la cobertura de destinos y frecuencias, se ha mantenido una participación igual a la capacidad ofrecida.

CAPITULO 8. POLITICAS ESTABLES EN AVIANCA

Tema 1. Componentes reparables.

A partir de 1996 la compañía difieren los costos de reparaciones de los componentes reparables y los costos de materiales y repuestos consumidos en la reparación de aeronaves y los amortizan según la vida útil estimada de dicha reparaciones, determinada en función de las horas de vuelo. Hasta 1995 los costos de reparaciones de componentes se registraban directamente en el estado de resultados.

Tema 2. Flota de aviones de AVIANCA.

La flota y equipo aéreo corresponde principalmente al costo ajustado por inflación de los componentes del equipo de vuelo en operación, el cual es ajustado a su valor de realización, mediante el registro de valorizaciones.

Los derechos en equipo de vuelo corresponden básicamente a los valores capitalizados de dos aeronaves 767 tomadas en arrendamiento con opción de compra. La capitalización se registra a medida que se hacen los pagos en los cánones de arrendamiento. El contrato de arrendamiento vence el año 2002 y la sumatoria correspondiente a los pagos a realizar en años futuros asciende a US\$ 57.6 millones, garantizados parcialmente por depósitos y anticipos efectuados. Hasta 1995 los derechos en equipo de vuelo eran ajustados por inflación y la depreciación se hacía con base en una vida útil estimada de 20 años. En razón de los términos del contrato y los avances tecnológicos, la compañía a partir de 1996, deprecia estos activos con base en una vida remanente de 7 años, lo cual representa un mayor gasto de aproximadamente \$8.400 millones anuales, y no causa la ganancia de ajuste por inflación que se generaría sobre este activo. El valor del pago anual de arrendamiento financiero asciende a US\$10 millones, aproximadamente.

Especificaciones Técnicas de la flota.

A continuación se presenta el nombre de los diferentes tipos de aviones

- Fokker 50
- MD 83
- B727-200
- B757-200
- B767-200

CAPITULO 9. EL CONTRATO DE LEASING

El arrendamiento es un contrato en que las dos partes se obligan recíprocamente, la una de conceder al goce de una cosa, o a ejecutar una obra a prestar un servicio y la otra a pagar por este goce, obra o servicio un precio determinado.

Se trata, pues, de un contrato bilateral, porque de él surgen obligaciones recíprocas, conmutativo por que las recíprocas prestaciones se entienden como equivalentes, oneroso, porque efectivamente hay carga para cada parte, y de ejecución sucesiva o, lo que es igual de "tracto sucesivo", porque las obligaciones que nacen para cada parte no se cumplen o no se realizan en un solo acto ni en un solo instante, sino por el contrario paulatina y continuamente en forma sucesiva y permanente se van ejecutando. Todas estas características inherentes a un contrato de arrendamiento bien pueden aplicarse al contrato de leasing.

Tema 1. Contratantes

El contrato de leasing internacional debe celebrarse entre una empresa extranjera sin domicilio en Colombia y un locatario que es un residente en el país y la compañía de leasing nacional únicamente podrá actuar como corredora en el negocio.

Tema 2. Términos maquinaria y equipos.

Los términos maquinaria y equipo a que se hace referencia en el art. 25 literal C, del Estatuto Tributario comprenden bienes con las siguientes características:

- De carácter permanente
- Utilizados en la producción, administración, prestación de servicios o dados en arrendamiento.
- Cuya vida útil exceda de un año.

Destino de la maquinaria y equipo.

La maquinaria y equipo descrita en el numeral anterior debe encontrarse destinada o bien a procesos de exportación o actividades consideradas como de interés económico y social por el CONPES. Para este último evento es importante destacar que mediante la resolución 54 de 1992 el COMPEs estableció que las actividades que tienen ese carácter de las pertenecientes a los sectores primario, manufacturero y de prestación de servicios, quedando comprendidos dentro de este último, entre otros, el transporte, la ingeniería, la hotelería, el turismo, la salud y las actividades de comercio y construcción de vivienda.

Tema 3. Registro del contrato de leasing.

De conformidad con la Resolución Externa 13 de 1993 de la Junta Directiva del Banco de la República, los contratos de leasing internacional con plazo superior a un año constituyen una operación en endeudamiento externo y por consiguiente deben registrarse en el Banco de la República.

El registro debe efectuarse dentro de los dos meses siguientes a la fecha del contrato de leasing y a la solicitud debe adjuntarse el contrato de leasing y los demás documentos que el Banco de la República considere necesarios para verificar la naturaleza de la respectiva operación. Las solicitudes de registro deben ser presentadas al Banco de la República a través de los intermediarios del mercado cambiario.

El registro del contrato de leasing da derecho al residente de adquirir las divisas en el mercado cambiario para efectuar el pago de las obligaciones derivadas del contrato.

CAPITULO 10. IMPUESTOS APLICABLES A LA MODALIDAD DE IMPORTACION.

Tema 1. Liquidación de impuestos.

Tarifa

La importación temporal a largo plazo, es una modalidad aduanera que permite la introducción al país por periodo en principio de 5 años, de los bienes que se encuentran incluidos en el artículo 6 del decreto 840 de 1991, modalidad en el cual los derechos de importación se liquidan al momento de la presentación de la declaración de importación temporal pero se pagan en cuotas iguales quince días antes de la fecha de pago de cada canon de leasing.

Base Gravable

El artículo 222 del decreto 2666 de 1984 y la resolución 473 de 1992 de la Dirección General de Aduanas en concordancia con el artículo 19 literal c del decreto 2178 de 1992, establecen que la base gravable se debe determinar siguiendo alguna de las siguientes posibilidades:

- Si se cuenta con una factura en la cual conste cual sería el precio de la mercancía si fuera objeto de venta del contrato, la base gravable se determinará tomando esa factura como base de cálculo de los tributos.
- Si no hay factura con el precio de contado, la base gravable es el precio corriente de mercado.

Tema 2. Cancelación del impuesto.

Liquidados los impuestos, derechos y gravámenes, en dólares, estos se dividen en cuotas iguales y de la misma periodicidad de los cánones de leasing y de acuerdo con el término de duración del contrato. Cada cuota debe ser cancelada por el importador con 15 días de anterioridad a la fecha en que tenga que girarse al exterior el pago por el leasing. Dicho pago debe efectuarse en los bancos y demás entidades financieras autorizadas para tal efecto.

La tasa de cambio aplicable para convertir los dólares a pesos será la representativa del mercado certificada por la Superintendencia Bancaria, vigente el día en que se efectúa el pago.

- Plazo mayor de cinco años
- Plazo menor de cinco años
- Terminación de la importación temporal del leasing
- Importación ordinaria
- Reexportación

Tema 3. Tratamiento fiscal del impuesto a las ventas (IVA) de la importación.

Como se dijo anteriormente, el IVA es uno de los tributos aduaneros que se causan por la introducción al país de mercancía extranjera, y su valor, al igual que el arancel, se liquida

en el mismo número de cuotas en que se haya pactado el leasing. Su pago se efectúa quince días antes de la fecha de pago del respectivo canon.

Este IVA de la importación del bien puede tener el tratamiento de descuento del impuesto a la renta a pagar teniendo la alternativa de pagar el IVA en su totalidad el primer año y descontarlo del impuesto a la renta a pagar de ese año o bien diferir el pago del IVA y descontarlo totalmente al año de la nacionalización. Para poder tener éste descuento, se debe dar cumplimiento al requisito del artículo 20 de la ley 6 de 1992.

Tema 4. Impuestos aplicables a los cánones de arrendamiento.

Impuesto de renta y remesas.

En cuanto al impuesto de renta y remesas es necesario distinguir si la renta deriva de leasing internacional constituye o no una renta de fuente nacional para efectos fiscales.

La regla general consiste en que el canon que recibe la compañía de leasing del exterior constituye renta de fuente nacional y por ende el locatario debe efectuar la respectiva retención en la fuente. Cuando constituye renta de fuente nacional, la compañía de leasing del exterior se encuentra sujeta a la tarifa de impuesto a la renta del 30% y al impuesto de remesas.

Retención en la fuente.

El decreto 407 de 1993 estableció como condición para la procedencia del beneficio fiscal del literal C, del artículo 25 del Estatuto Tributario, la obligación de efectuar retención en la fuente sobre los pagos o abonos en cuenta constitutivo de renta de fuente nacional para el beneficiario, realizados con la finalidad de dar cumplimiento al contrato de leasing internacional.

Impuesto a las ventas en los cánones de arrendamiento.

De acuerdo con el artículo 420 del Estatuto Tributario, uno de los hechos generadores del impuesto a las ventas es la prestación de los servicios especificados en el art. 476 realizados en el Territorio del país.

A partir de la ley 6 de 1992, quién en su art. 25 adicionó el numeral 3 del art. 476 del Estatuto Tributario, los cánones de arrendamiento financiero Leasing se encuentran excluidos del impuesto a las ventas, lo cual es aplicable al leasing internacional.

CAPITULO 11. IMPORTANCIA TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO EN PLAN VALLEJO

Tema 1. Aspectos generales del Plan Vallejo.

El sistema de importación – exportación se creó con el fin de beneficiar a todo el aparato productivo del país, y en consecuencia se crearon las modalidades de importación de materias primas y de bienes de capital y repuestos.

La importación temporal para perfeccionamiento activo conocido como Plan Vallejo, es un mecanismo de comercio exterior con características particulares y diferentes a la importación temporal a largo plazo, cuyo propósito es promocionar las exportaciones del país.

Sin embargo cuando la importación temporal en Plan Vallejo se financia a través de leasing internacional, y se trata de una de las modalidades que causa arancel, no se puede pretender que el pago de dicho arancel se pague por cuotas. Ni que cuando se cause el IVA se cancele por cuotas, pues este debe pagarse conforme a la modalidad aduanera del plan Vallejo, es decir la totalidad del arancel al momento de la presentación de la declaración de importación temporal para perfeccionamiento activo – Plan Vallejo.

Tema 2. Modalidades y beneficios del Plan Vallejo.

El Plan Vallejo según sea la modalidad utilizada, goza de exenciones totales o parciales de los derechos de aduana y demás gravámenes que se causan normalmente con dichas operaciones:

- Exención para el Plan Vallejo de materias primas e insumos
Gravámenes arancelarios, IVA y demás impuestos o contribuciones que se causen con motivos de la importación.
- Exenciones para las operaciones de Plan Vallejo contempladas en el art. 173 literal C.
 - a. compromiso de exportación del 70%
 - b. compromiso de exportación inferior al 70%

Tema 3. El IVA de la importación en el Plan Vallejo.

Causación.

De manera general el impuesto a las ventas se causa al momento de la nacionalización del bien, art. 429 literal d del Estatuto Tributario.

El Plan Vallejo, de conformidad con el artículo 236 del decreto 2666 de 1984, el bien queda en libre circulación al momento del cumplimiento de los compromisos de exportación, razón por la cual se entiende que el IVA en el Plan Vallejo se causa en dicha fecha.

Tarifa de IVA.

Según la posición de la Aduana, la tarifa del impuesto aplicable para liquidar el IVA es la vigente al momento del cumplimiento de los compromisos de la exportación, fecha en la cual se causa el IVA.

Tasa de cambio.

De manera general, el art. 7 del decreto 1909 de 1992 establece que la tasa de cambio para liquidar los tributos de importación es la vigente al momento de presentación de la respectiva declaración.

Tema 4. Aplicación del Plan Vallejo en los contratos de Leasing Internacional.

En cuanto a la posibilidad legal de financiar la importación de un equipo destinado parcialmente a producir bienes de exportación a través de un contrato de leasing, la respuesta se encuentra en el literal c del art.6 de la resolución INCOMEX 2386 de 1992.

Dice el artículo mencionado:

Modalidad no Reembolsable. Las operaciones realizadas en el desarrollo de los Sistemas Especiales, podrán tener el carácter de no reembolsables en los siguientes casos:

Cuando los bienes se importen al país en desarrollo de un contrato de ordenamiento.

CAPITULO 12. EL LEASING Y LA REFORMA TRIBUTARIA.

Establece la reforma que todos aquellos arrendatarios cuyo patrimonio bruto sea inferior a cinco mil millones de pesos al 31 de diciembre del año anterior al de la celebración del contrato de leasing, continuarán registrando como un gasto deducible la totalidad del canon de arrendamiento causado sin que deba registrarse nada en su activo o su pasivo por concepto del bien en arriendo. Esto significa, que para los clientes de las compañías de leasing, que continuarán contando con esta excelente ventaja para los contratos celebrados hasta el 31 de diciembre del 2005, siempre y cuando se mantengan en el rango establecido, a partir de esa fecha se unifican las condiciones para los contratos de leasing.

La duración mínima de los contratos, es igualmente condición para poder beneficiarse con un canon totalmente deducible.

Así los contratos de arrendamiento financiero han de tener las siguientes duraciones mínimas:

- Inmueble: 60 meses o más.
- Maquinaria, equipos y enseres: 36 meses o más
- Vehículos de uso productivo y equipos de computación: 24 meses o más.

Para aquellos arrendatarios cuyo patrimonio bruto sea igual o superior al indicado (cinco mil millones) la reforma establece condiciones diferentes.

CAPITULO 13. COMPARACION DE FINANCIACION POR LEASING Y POR CREDITO PARA LA ADQUISICION DE UN AVION 767.

En este capitulo se exponen una serie de tablas con datos y cifras que ejemplifican la adquisición de un avión 767 por leasing y crédito algunos temas que se tratan son:

- Financiación con crédito externo
- Financiación con leasing.
- Flujo de fondos con crédito y con leasing
 - Financiación a crédito
 - Financiación con leasing

CAPITULO 13. ANALISIS DE SENCIBILIDAD.

Para efecto de una mejor de una mejor toma de decisiones de las alternativas de financiación, se decidió realizar un análisis de sensibilidad en la hoja electrónica, donde se cambiaron las variables tales como: tasa de Cambio, Corrección monetaria, tasa de inflación, tasa de devaluación, tasa impositiva y Valor presente neto, con el fin de establecer modelos de comparación de los tres estudios variando las condiciones moderadas, optimistas y pesimistas, para comprobar que la mejor opción es la de financiación por leasing.

Tema 1. Análisis de las alternativas de financiación.

Comparando el flujo de fondos del leasing con el del crédito, se comprueba que el primero es mucho más rentable, ya que el resultado de la proyección es positivo para la mayoría de los años, mientras que en el caso de crédito los totales arrojados son negativos para todo el periodo; lo que constituye un factor decisivo al elegir la financiación que ofrezca más beneficios económicos para la compañía.

Además si se analiza la duración de cada una de las alternativas para la adquisición de la aeronave, teniendo en cuenta la depreciación, se deduce que el endeudamiento con entidades financieras es infructuoso, debido a que la vida útil del avión es de 7 años, mientras que el lapso en que debe efectuarse la amortización a la deuda es mucho mayor.

El valor presente neto de ingresos es menor que el valor presente neto de egresos tanto para el flujo de fondos del crédito como para el del leasing, lo que equivaldría a decir que ninguna de las dos financiaciones es rentable al tomar la tasa de oportunidad internacional del 35%

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- En razón de que el leasing cubre a la empresa desde varios y diferentes aspectos (financiero, jurídico, contable, comercial, económico, etc.) esto le da un alto grado de flexibilidad y de adaptación a las necesidades de cada empresa y le brinda al sistema un mayor dinamismo.
- Al decir el sistema de financiación para la adquisición de un equipo, es conveniente inspeccionar el flujo de caja de la empresa, con el ánimo de determinar con cual de las opciones de termina pagando menos, ya que de éste depende el plazo de pago, los intereses y el tipo de amortización entre otros aspectos, lo cual conducirá a una elección variando el crédito tradicional, para optar por el mejor horizonte financiero.
- El costo de arrendamiento por medio de un contrato en leasing es similar al de un préstamo bancario por cartera regular, la ventaja consiste en que el usuario puede recuperar parte de sus costos financieros al deducir para efectos fiscales de renta, el 100% de los cánones de los arrendamientos, cargándolos directamente a la cuenta pérdidas y ganancias.

No se encuentran recomendaciones.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 63 autores tratando temas como: estudio de factibilidad para crear empresa, leasing, administración, financiero, regímenes legales.

ANEXOS:

Se encuentran los siguientes:

- Anexo A Universidad EAFIT. Proyectos de investigación.
- Anexo B El leasing a nivel mundial.
- Anexo C Cuestionario para obtención de la información realizada en AVIANCA
- Anexo D Planeación de itinerarios de AVIANCA
- Anexo E Archivo electrónico de EL TIEMPO. Trayectoria de flota de AVIANCA
- Anexo F Contrato de leasing de AVIANCA

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA
125

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS

TITULO: DESARROLLO DE LA FIDUCIA EN COLOMBIA

AUTOR: BUITRAGO CAMACHO, Andrea

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicios, Bogotá 1997, P.P.204, tablas 10, pie de paginas 205.

PALABRAS CLAVES: FIDUCIA, LEGISLACION COLOMBIANA, CONTRATOS FIDUCIARIOS DEL ESTADO, FIDEICOMISARIO, BENEFICIARIO.

DESCRIPCIÓN: Este trabajo fue realizado con el fin de comprender la esencia de la figura fiduciaria y su aplicación y adaptación al ordenamiento legal, es importante conocer los orígenes de la Fiducia en el mundo, la respuesta al cambio y como se ha ido desarrollando en una variedad de productos los cuales se han convertido en alternativas de inversión y solución a las necesidades derivadas de la modernización en que ha entrado el país, producto de la apertura económica.

METODOLOGIA: No presenta.

FUENTES: las autoras hacen referencia a 205 pie de paginas en la que se destacan:

Derecho de los Estados Unidos, Pág. 266.	6
Código Civil.	6
Código del Comercio	4
Fiduciaria la Previsora	6
Ley 100	13

CONTENIDO: este trabajo esta conformado de la siguiente manera:

INTRODUCCION:

La internalización de la economía y la globalización de los mercados, han hecho que las actividades económicas tiendan a disminuirse, so pena de morir estancadas por falta de adaptación a las condiciones cambiantes del mercado.

Para comprender la escénica de la figura fiduciaria y su aplicación y adaptación legal, es importante conocer los orígenes de la Fiducia en el mundo, la respuesta que ha representado a los procesos de cambio como en nuestro país se ha desarrollado una variedad de productos que se han convertido en verdaderas alternativas de inversión y solución a necesidades derivadas de la modernización en que ha entrado el país, producto de la apertura económica.

Por tal razón, se pasara a exponer lo que ha sido el desarrollo fiduciario, su crecimiento y las condiciones inherentes en todo el proceso: flexibilidad y adaptabilidad, que le permitirán mantener presencia activa en el desarrollo nacional.

CAPITULO I: NACIMIENTO DE LA FIDUCIA

Se reconoce su nacimiento dentro de la sociedad romana; sin embargo su desarrollo se debe al trust ingles de donde fue adoptado por varios países europeos y en especial por los Estados Unidos, cuya influencia se aprecia en la legislación Colombiana.

Tema 1: La Fiducia en Roma

La ley romana era bastante estricta con el sistema para heredar, ya que los herederos no solamente recibían los bienes sino que también reemplazaba al testador como persona, con todas las obligaciones a favor y en contra. Por esta razón existía un amplio numero de personas que no eran consideradas para heredar de acuerdo con la ley civil tales como: los extranjeros, los solteros, los casados sin hijos, los menores de edad y las mujeres.

Ante esta situación, se fue estudiando la posibilidad de establecer en el derecho romano el Fideicomisum (Fides, de Fe o de confianza y committere, encomendar), en favor de esas personas de esas personas descalificadas por la ley.

El fideicomiso empezó a ser utilizado por los Romanos para evadir las disposiciones legales, tanto fiscales ya que se cobra a las personas que administran los bienes dejados en fideicomiso y adicionalmente se cedían derechos a favor de incapaces mediante los fideicomisarios secretos. Estos fideicomisos fueron validados por el testador mediante la inclusión de la "cláusula Codiciliaria", en la cual se indicaba la existencia de un fideicomiso, salvo en principio de la intención y permitiendo al interesado recibir su legado.

Adicionalmente en Roma se establecieron los Pactum Fiduciae (acuerdo entre personas, se transfieren los bienes), se entrega el bien como respaldo de obligaciones crediticias y al Cum Amico se entregan los bienes para su defensa mientras su propietario se ausentaba durante largo tiempo o iba a la guerra. Estos dos tipos de acuerdos, son los antecedentes de la actual Fiducia en garantía y Fiducia de administración.

Tema 2: Trust en el Derecho Ingles

En Inglaterra existía la práctica de que el propietario de la tierra establecía un “Feoffe to Use” (Feudatario de Uso, cesionario de dominio, sujeto al derecho de uso a favor de un tercer beneficiario). Por esta figura se transferencia el dominio a una persona, con el compromiso de que otorgara los beneficios a un tercero a quien el cesionario quería favorecer. La explicación de esta figura era la gran cantidad de tributos que recaían sobre los dueños de la tierra con la existencia de un feudalismo.

El uso se consideraba como un derecho diverso al dominio de propiedad legal y estaba libre de todas las cargas y obligaciones inherentes a las propiedades establecidas en el Common Law. Los usos determinaban una nueva forma de propiedad para los tenedores de los bienes, que se les permitía utilizar el bien y tener dominio, fuera de los exigentes reglamentos que se tenían para dar transferencia al dominio. La institución de los usos adquirió gran importancia en la época de Enrique V, por esta razón y ante el desconocimiento por parte de la ley sobre los usuarios o “Feoffee to use”, se creó la figura de canciller, quien podía resolver asuntos que no se encontraban cubiertos por la ley tradicional y a la vez podía sancionar materialmente a quien incumplía las condiciones del uso. El canciller también vigilaba que los fiduciarios cumplieran con las obligaciones que se les asignaban en favor del beneficiario, incluyendo la transferencia de la porción de uso a los herederos o la esposa del señor feudal o transmitir la herencia a quien se le indicara.

En Estados Unidos, se asumió en gran parte el legado Británico. A finales del siglo XIX, se utilizó otras compañías que pretendían evitar la comercialización de los bienes raíces o tener la propiedad de los mismos. Se popularizó, pues los hombres de negocios la utilizaron para evitar las leyes hostiles y para lograr las ventajas de contar con una sociedad sin necesidad de constituir la, lo cual implica gastos de iniciación y mayores responsabilidades. De la experiencia norteamericana se asumió en gran parte la figura para el resto de las legislaciones de América Latina.

Tema 3: La Fiducia en América Latina: El Caso Mexicano

México fue el primer país en América Latina en implantar el Fideicomiso anglosajón. El fideicomiso de tipo testamentario, tal como se reconocía en el derecho Romano, fue prohibido en la legislación Mexicana desde 1820. “fue el mismo gobierno Mexicano, quien a comienzos del siglo XX autorizó una operación de fideicomiso a favor de compañías extranjeras para la construcción de ferrocarriles, con el objeto de garantizar la emisión de los bonos correspondientes. La operación realizó justificándola desde el punto de vista legal como un conjunto de contratos típicos de préstamo, hipoteca y mandato. Esta operación se conoció con el nombre de “Trustdeed” y se aplicaba aunque se realizaran las emisiones en el extranjero.

Para la privatización de la banca, se implementó el esquema de la Fiducia, con gran éxito en la operación. De la misma forma se han impulsado fideicomisos para el manejo de concesiones y particularmente de los fondos de pensiones derivado de la reforma que al respecto se introdujeron en 1992.

Tema 4: Otras Legislaciones

En América Latina se desarrolló la Fiducia en diferentes países. Siguiendo el modelo Mexicano, los demás países han introducido la figura de fideicomiso como área de los Bancos. Tal es el caso de Venezuela, Ecuador, Honduras y Costa Rica entre otros, donde el desarrollo no ha sido tan importante y en términos generales se ha aplicado por insinuación de los organismos internacionales de ayuda, que conceden los recursos a cambio de contar con mecanismos fiduciarios de administración.

La legislación Española prohibió las prácticas que tenían a limitar la transmisión de la propiedad, que estaba encargada de acuerdo con las leyes de la partida. El cambio lo produjo la revolución liberal de 1820, pero el código civil Español permitió las sustituciones fideicomisarias hasta segundo grado.

Como consecuencia de la conciliación de la Unión Europea, fue reconsiderado el tema de las sociedades fiduciarias y su papel dentro del desarrollo del sistema financiero, dada la importancia que tiene en la actualidad Inglaterra. Por esta razón, se ha permitido nuevamente las sociedades fiduciarias en el caso de Francia e Italia, con el fin de lograr compensar la influencia que ejercen al respecto las organizaciones inglesas.

CAPITULO II: LA FIDUCIA EN EL CASO COLOMBIANO

En Colombia se ha visto un crecimiento acelerado de la actividad fiduciaria en los últimos años. Esto se explica por los cambios introducidos en el sistema financiero y económico en general, que han obligado a la inducción de instrumentos financieros flexibles, que responden a las condiciones del mercado en la actualidad y a la competencia que significa un mundo globalizado.

Tema 1: Evolución de la Legislación Colombiana

Se estableció la actividad fiduciaria en el Código Civil de 1887 en los artículos 793 y s.s, entendiéndose la actividad fiduciaria como la manera de limitar el dominio sobre los bienes. Se reglamentaba la Fiducia tal como en el derecho Romano, elemento testamentario, que implicaba la entrega de los bienes de una herencia o una cuota de ella a una persona determinada por acto entre vivos o por el testamento. Se limitaba la sustitución fideicomisaria para evitar el estancamiento de los bienes y se establecía como límite máximo de duración de propiedad fiduciaria treinta años.

Estas disposiciones netamente testamentarias de la fiducia se contemplan en 1993 con la llegada de Misión Kemmerer a Colombia, que con la ley 45 del mismo año, en la que se establecieron funciones particulares para las secciones fiduciarias de los bancos, a quienes les asignan la facultad de realizar encargos fiduciarios. Las características de estas secciones fueron:

Las secciones eran parte del establecimiento bancario que hace el negocio de tomar, aceptar y desempeñar encargos de confianza que le sean legalmente encomendados.

Se les permitía tomar estos encargos fiduciarios dentro de la idea de establecer la banca universal en el sistema financiero Colombiano.

Artículos 105 y 107, recogen todas las actividades que pueden realizar las secciones fiduciarias, dentro de un ánimo meramente enunciativo.

Los encargados fiduciarios que pueden establecerse se pueden considerar como mandatos, de tal forma que desde la ley 45 de 1923 se encuentra en la legislación colombiana una figura similar al “constructive trust” anglosajón.

Dentro de las actividades provistas para las secciones fiduciarias se encuentran tres claramente definidas:

Administrar los bienes de las mujeres separadas que en la mayoría de los casos eran inexpertas o consideradas incapaces.

Ser auxiliar de justicia, administrado los bienes que se encontraban en procesos judiciales.

Manejo del patrimonio familiares, específicamente de huérfanos, menores, impúberes o incapaces.

Los banqueros no desarrollaban en gran medida estas actividades. Las secciones fiduciarias se dedicaron a :

Custodia de documentos, principalmente de las garantías sobre créditos del banco e involucrando servicios adicionales como el reclamo de los intereses o el principal.

Mandatos de inversión: utilización de los recursos para el fin estipulado por el fideicomandante.

Cobranzas: apoyando a las secciones comerciales de los bancos, podían realizar cobros de cuentas esporádicas, títulos facturas comerciales, etc.

Cajillas de seguridad: las secciones fiduciarias eran las que administraban este servicio bancario.

Recaudos tributarios de los impuestos convenidos con la administración de impuestos, son el fin único de utilizar y administrar estos recursos por un periodo de 5 a 21 días.

Por otra parte la sección de Fiducia del banco Central Hipotecaria fue creada para administrar las daciones en pago que recibía el banco, fruto de las hipotecas vencida. Cada persona debía constituir a favor de la sección fiduciaria el poder respectivo para que interviniera sobre el bien en caso de incumplimiento en los pagos.

En 1990 se expide una reforma financiera de los bancos de constituirse en sociedades fiduciarias independientes, unificando la reglamentación existente para el manejo de las operaciones fiduciarias. Esto en razón a que las secciones fiduciarias de los establecimientos bancarios, eran vigilados por la división de bancos de la Superintendencia Bancaria, acatando la reglamentación de la ley 45 de 1923, mientras

que las sociedades fiduciarias independientes eran vigiladas por la división de sociedades Fiduciarias de la misma superintendencia, de acuerdo con lo establecido en el código de comercio, con criterios de vigilancia y normas de interpretación diferentes.

En los últimos años se ha incrementado notoriamente el interés por el desarrollo del sector fiduciario, definiendo más explícitamente su campo de acción y tratando la Fiducia que por su agilidad, por su capacidad de ofrecer soluciones novedosa a los problemas y desafíos de los negocios, le dispute el puesto que hasta ahora han tenido la banca comercial.

Tema 2: Características de la Fiducia en Colombia

El negocio fiduciario es translaticio mercantil, originado en otros sistemas legales, que llega al ordenamiento Colombiano por vía transparente adecuándolo a la mejor manera posible a la tradición jurídica y técnica. Se entiende como un acto de gestión el cual alguien recibe la titularidad de un derecho, a pesar de su titularidad solo puede ejercerla en función y en interés de un tercer constituyente o beneficiario.

FIDECOMITENTE	FIDUCIA	BENEFICIARIO
Entrega los bienes para provecho de un tercero o el mismo.	Recibe los bienes en administración.	Recibe los Beneficios.
	Ejecuta las labores encomendadas	
Reciben los beneficios, si es el propio fideicomisario	Entrega los beneficios del fideicomiso.	

Tema 3: Fiducia Mercantil

Se define dentro de nuestra legislación como “un negocio jurídico en virtud de la cual una persona, llamada fiduciante, transfiere uno o más bienes especificados a otra, llamado fiduciario, quien se obliga a administrarlos o enajenarlos para cumplir una finalidad determinada por el constituyente, en provecho de este o de un tercero llamado beneficiario o fideicomisario.

Según el oficio No: 262 de 1974 de la Superintendencia Bancaria existen tres pilares de la figura: el elemento patrimonial, el elemento real y el elemento tecnológico o finalista, en torno de los cuales se desarrolla la actividad y la problemática obligacional de los sujetos intervinientes en la operación: Fideicomitente, fideicomisario y fideicomisario.

Elemento Patrimonial: son los bienes cuyo derecho de dominio el fideicomitente transfiere al fiduciario para cumplir una finalidad.

Elemento Real: se representa un verdadero desplazamiento del derecho de dominio sobre los bienes fideicomitados desde el fiduciante hasta el fiduciario.

Elemento Tecnológico: se procura la obtención de un objeto final donde el fiduciario con sus gestión debe lograr la finalidad determinada por el fideicomitente. Este elemento obligacional es el más característico de los contratos de Fiducia, en la medida en que marga ala orientación general del contrato, la causa del mismo los motivos del fiduciante y los deberes del fiduciario.

Elemento Formal: establece que todo contrato debía ser elevado al carácter de escritura pública. De acuerdo a la naturaleza del bien (bien inmueble o mueble), se aplica la solemnidad.

Elemento Temporal: el contrato no puede durar más de veinte años. Con excepción de los fideicomisos constituidos en favor de incapaces de entidades beneficiarias públicas o de los fondos de garantías de las sociedades comisionistas de bolsa.

Negocios Fiduciarios Prohibidos:

Los negocios fiduciarios secretos, quedando los albaceas como realizadores del negocios secretos regidos por el código civil de comercio se reduce a la Fiducia mercantil.

El establecimiento de beneficiarios sucesivos, que consolida la propiedad en una sola cabeza.

Los celebrados a más de veinte años a excepción de los expresamente contemplados por la ley (incapaces o entidades de beneficencia).

Obligaciones del fiduciario:

Administrar bien y debidamente los bienes transferidos, buscando la mayor diligencia para la realización del objetivo previsto.

Hacer un inventario y prestar acusación, si es solicitado por los interesados ente un juez. Los bienes los reciben con inventario y por eso en todo momento deben estar en capacidad de inventariarlos.

Separar los bienes recibidos del resto de los activos.

Proteger los bienes contra actos de terceros.

Rendir cuentas por lo menos semestralmente.

Transferir los bienes a la terminación del negocio.

Guardar secreto frente a terceros, diferentes de las autoridades de control, sobre la información y bienes suministrados, cuando el objeto lo amerite.

Derecho del Fideicomitente:

En Colombia se ha conservado la facultad de revocar al fiduciario, dar por terminado el contrato, reclamar los bienes y se ha reservado las facultadas esenciales en cuanto a la toma de decisiones.

Revocar el contrato siempre que se hubiese reservado esa facultad.

Exigir la rendición de cuentas.

Ejercer acción de responsabilidad.

Terminación del Contrato:

Por haberse realizado planamente sus fines.

Por la imposibilidad absoluta de realizar o haber transcurrido el plazo máximo señalado por la ley.

Por el cumplimiento de la condición resolutoria a que este sometido.

Por hacerse imposible o no cumplirse dentro del termino señalado.

Por la muerte del beneficiario, cuando tal suceso sea previsto como causal de terminación.

Por la disolución de la entidad fiduciaria.

Por la acción de los acreedores anteriores al negocio fiduciario.

Por la declaración de nulidad del acto constitutivo.

Por mutuo acuerdo del fiduciante y del beneficiario, sin perjuicio de los derechos del fiduciario.

Por revocación del fiduciante, cuando expresamente se haya reservado ese derecho.

Finalmente existe la posibilidad de darlo por terminado si hay incumplimiento por partir del fiduciario en la prestación de informes sobre el desarrollo del fideicomisario.

Tema 4: Encargos Fiduciarios

Fueron las primeras actividades establecidas para las secciones especializadas de los establecimientos de crédito. De acuerdo con la ley 45 de 1923. En la actualidad, los encargados fiduciarios, son las actividades ejercidas por las sociedades fiduciarias en cumplimiento en lo establecido en el Estatuto orgánico del sistema financiero de 1993, confinado en el conocimiento particular que tienen las sociedades fiduciarias de las condiciones y funcionamiento del mercado.

Los encargos le imprimen agilidad a los contratos fiduciarios, ya que no cuentan con las solemnidades previstas en la Fiducia mercantil, puesto que frecuentemente no corresponden al interés de las partes la transferencia de bienes ni la constitución de patrimonios autónomos.

Por lo tanto se habla de encargos fiduciarios cuando se hace referencia a actividades explícitamente asignadas a las sociedades fiduciarias, heredadas de la ley 45 de 1923 y que no incluyen más que un mandato al actuar la sociedad fiduciaria como albacea, curadora, administradora, sin las formalidades que exige la Fiducia mercantil y sin la conformidad del patrimonio autónomo que se deriva de la misma.

Tema 5: Donaciones Fiduciarias y Albaceazgos Fiduciarios

Una donación fiduciaria es cuando el donante transfiere los bienes a un tercero no en provecho de este, sino de alguien más. Se hacen irrevocables cuando existe la aceptación por parte del fiduciario y una vez notificada la aceptación al donante, podrán

los dos en común acuerdo, hacer las alteraciones que quiera el fideicomiso, sin que el fideicomisario pueda oponerse a ella.

Sin embargo, teniendo en cuenta las características propias de la actividad fiduciaria como la transferencia del bien al beneficiario al cumplirse el objeto del negocio, la limitación en el tiempo y la imposibilidad expresa para los fideicomisos mercantiles, se concluye que las propiedades fiduciarias del código civil, no pueden ser administradas por las sociedades fiduciarias regidas por el estatuto orgánico del sistema financiero, las cuales no pueden mantener un bien si no se cumple la condición futura para la transferencia y por lo tanto, esas propiedades siguen reguladas por la órbita del derecho civil.

Tema 6: Reglamentación de la Actividad Fiduciaria

Tal como para las otras operaciones financieras que se desarrollan en el país, corresponde a la Superintendencia Bancaria el control de la actividad Fiduciaria. Las facultades asignadas en materia de sociedades fiduciarias son las siguientes:

En relación con la formación, funcionamiento y extinción de las sociedades fiduciarias:

La Superintendencia otorga permiso de funcionamiento a las sociedades fiduciarias. En cuanto al funcionamiento otorga instrucciones al fiduciario cuando este lo solicite. Elabora una serie de circulares y resoluciones donde se indica que deben tener los balances entregados a ella para su aprobación.

En relación con los administradores:

Autoriza la renuncia del fiduciario y tramita las peticiones que le haga el beneficiario para remover al fiduciario como medida preventiva y por causa justificada. Autoriza la adquisición, escisión de sociedades fiduciarias con el fin de contribuir a la formación de economías de escala.

En relación con la actividad de la Fiducia:

Evalúa los modelos de contrato del fideicomiso, siempre que sean contratos de adhesión o de prestación masiva de servicios. Exige a las sociedades fiduciarias la construcción de los depósitos de garantía para evitar problemas financieros y la aceptación de recursos del público para posterior préstamo, por vía de los fondos comunes ordinarios.

En cuanto al funcionamiento fiduciario:

Tramita las solicitudes de remoción del Fiduciario, cuando a ellos hubiere lugar, de acuerdo a lo dispuesto por el código del comercio.

Puede citar al fiduciante y al beneficiario cuando existan deudas sobre las obligaciones asumidas por la Fiducia.

CAPITULO III: CONTRATOS FIDUCIARIOS CON EL ESTADO

Los diferentes bancos estatales a través de sus secciones fiduciarias administraron Fondos de la Nación, tales como el de la estabilización del Banco de la República y el fondo Hipotecario del Banco Central Hipotecario. Sin embargo la importancia del estado como contratante y la utilidad que ha venido teniendo la Fiducia para remplazar los tradicionales esquemas burocráticos, han paletado en reiteradas ocasiones la necesidad de reglamentar la Fiducia pública. Por esta razón se expidió la ley 80 de 1993, donde se dieron atributos particulares a la figura que se encontraba sujeta a las disposiciones del decreto 222 de 1983.

Tema 1: La Fiducia Pública y el Decreto 222 de 1983

La principal razón en este decreto fue la exclusión de esta actividad de este estatuto de contratación. No formaba parte de la enumeración realizada en el artículo 16 de los contratos administrativos, ni el artículo 16 de los contratos administrativos, ni el artículo 80, razón por la cual se consideraba que debía aplicarse su régimen particular. Por lo tanto los contratos de Fiducia, que serian aquellos en los cuales el contrato de Fiducia mercantil se celebre entre un fiduciante público o privado, en beneficio de la misma entidad constituyente, en beneficio comunitario o en beneficio de un tercero, se podía realizar siempre y cuando no existiera una prohibición particular al respecto.

Tema 2: La Ley 80 de 1993 y el Nuevo Esquema de Contratación Fiduciaria

Buscando el establecimiento de una reglamentación particular para la contratación administrativa y especialmente, con la intención de corregir las fallas que se presentaron con el decreto 222 de 1983” que tenia como inconveniente fundamental un exceso de reglamentación que le restaba agilidad y moralidad, lo cual iba en contraria de las necesidades de la apertura, ya que la realización de una obra demora más en su parte contractual que en sus ejecución misma”, se establece un nuevo estatuto de contratación mediante la expedición de la ley 80 de Octubre 28 de 1993.

Dicha ley establece dos tipos de contratos fiduciarios que pueden ser celebrados por las entidades públicas, estos son:

Fiducia Pública: la cual puede ser celebrada por las entidades estatales cuando así lo autorice la ley, la asamblea o el consejo municipal, según el caso.

Encargos fiduciarios: tipos de negocios fiduciarios que no requieren de las formalidades exigidas para la Fiducia pública; es decir el pronunciamiento de la autoridad competente que autorice su realización.

Para el establecimiento de la Fiducia pública o el encargado fiduciario es necesaria la realización de un proceso de selección objetivo, buscando la transparencia y la economía de la selección. Se limita el establecimiento de este tipo de contratos a la realización de licitaciones públicas o concursos de méritos. Estos procedimientos deben contar con unos plazos expresamente establecidos, con el fin de evitar la dilación de los procedimientos de contratación por parte de las entidades del estado.

Tema 3: Programas Desarrollados a Través de Fiducia Pública

Son varios los programas en los cuales la Fiducia pública le ha colaborado al Gobierno para el desarrollo de planes específicos de desarrollo, en complemento de sus labor social.

Tema 4: El Fondo Nacional de Calamidades y el Nacimiento de las primeras Sociedades Fiduciarias de Carácter Público

Por las diferentes catástrofes ocurridas en el país durante el gobierno de Belisario Betancur, tales como el terremoto de Popayan, el gobierno precede a expedir el derecho extraordinario en virtud del cual se creo el Fondo Nacional de Calamidades y autorizo a su vez, a la previsora Compañía de seguros a constituir una sociedad fiduciaria que se encargara del manejo y administración de los recursos del Fondo y el desarrollo de la actividad fiduciaria.

Tema 5: La Fiducia Pública en el PNR

El Plan Nacional de Rehabilitación fue una estrategia de desarrollo e integración social y económica, definida por el gobierno de Barco Vargas.

Mediante el decreto 3270 de 1986 se crean los consejos municipales de rehabilitación, para solucionar las necesidades más apremiantes a nivel local. Con distintas sociedades fiduciarias, se administraron los recursos destinados a programas de rehabilitación en diferentes zonas del país, incluyendo en el plan un programa multisectorial que agrupa distintas comunidades estatales y diferentes políticas de inversión.

Tema 6: IOBF y la Producción y Distribución de Bienestarina a Nivel Nacional

En 1997 el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar realiza la contratación de una entidad fiduciaria para el manejo de las plantas productoras de bienestarina a nivel nacional.

Se pretendía con este fideicomiso, acabar con los problemas sindicales de desabastecimiento y sobrecosto que le representa al Instituto la administración directa de las plantas y lograr una mayor cobertura en los hogares con madres comunitarias que atienden a casi un 1'500.000 niños.

Tema 7: Los Hogares de Bienestar del ICBF

Mediante la Fiducia suscrito, se contempla el manejo de los recursos destinados por el INURBR, el ICBF y un préstamo del Banco Mundial, para la concesión de créditos en condiciones favorables para las madres comunitarias que administran los hogares de Bienestar.

El objetivo de los créditos asignados a las madres comunitarias es la remodelación de sus casas, para atender en mejores condiciones a los niños de familia de escasos recursos que conforman el programa de los Hogares de Bienestar del ICBF. Mediante este programa se busca que las madres comunitarias cuiden a los niños de su comunidad brindándoles atención básica, nutrición, salud y Protección.

Tema 8: Fiducia Cafetera

Para la capitalización del fondo nacional del café, que ha colaborado en la realización de importantes obras de infraestructura en las zonas cafeteras y apoyando a los productores en momentos de crisis por la caída de los precios internacionales del grano, se ha establecido el mecanismo de compra de cosechas por parte de los Comités Regionales de Cafeteros, mediante la entrega de un porcentaje en efectivo y unos títulos de ahorro cafetero TAC.

Estos títulos son redimidos a un año y representan la retención que se le hace al productor al momento de vender el grano. Para la administración de los recursos derivados de los TAC, así como el control sobre el manejo de los títulos y su oportuno pago a los cafeteros que hayan cumplido el plazo de retención de los recursos, se ha encomendado la labor de una institución fiduciaria.

Tema 9: Reglamentación Fiduciaria de la Seguridad Social

La reforma a la seguridad social, ha sido una de las más agresivas realizadas en el país, con el fin de estimular la creación de ahorro y ampliar la cobertura en material pensional y de salud, a la mayor parte de la población Colombiana.

El nuevo esquema de seguridad social incluye:

Sistema General de Pensiones.

Sistema de Seguridad Social en Salud.

Sistema General de Riesgos Profesionales.

El sistema busca garantizar las obligaciones del estado y la sociedad en general, con el fin de lograr una mejor calidad de vida para todos los colombianos, con la protección de las contingencias que la afectan.

Tema 10: Sistema General de Pensiones

En materia pensional, se busca la cobertura de toda la sociedad Colombiana, especialmente para los sectores más pobres y vulnerables, mediante la coexistencia de dos formas de afiliados: los obligatorios y los voluntarios.

Los de afiliación obligatoria son todos los Colombianos que cuentan con contrato de trabajo, los servicios públicos y los que sean seleccionados para cotizar a través del fondo de Solidaridad Pensional.

Los voluntarios por su parte son los extranjeros residentes en el país no cubiertos por sus regímenes pensionales nacionales o los trabajadores independientes que entren a cotizar voluntariamente al sistema.

Para cumplir con los objetivos trazados por el sistema se requiere de la infraestructura, experiencia, capacidad y organización que poseen las sociedades Fiduciarias. Este será un proceso gradual donde se incorporaran más colombianos al sistema pensional, se aumentara el ahorro y existirá la posibilidad del disfrute de las pensiones a todas aquellas personas que requieran de un subsidio para cumplir con las condiciones mínimas de acceso a una pensión.

Tema 11: Sistema en Seguridad Social en Salud

El sistema de seguridad social en salud cuenta con dos tipos de participantes. Los primeros son los afiliados al sistema que pueden serlo mediante el régimen contributivo, que es para todos los colombianos que cotizan al sistema por encontrarse vinculados mediante contrato de trabajo, los servidores públicos, pensionados, jubilados y trabajadores independientes que cuentan con la capacidad de pago.

Mediante el régimen subsidiado, se encuentran afiliados las personas sin capacidad de pago para cubrir el monto total de la cotización, siendo subsidiada la población más pobre y vulnerable del país en las áreas rural y urbana.

Para el establecimiento de los beneficios, las direcciones seccionales, distritales y locales de salud, utilizan como base el sistema de identificación de beneficiarios SISBEN y mientras este se organiza, la entidad prestadora de servicios de salud en primer grado, calificara a los beneficiarios. En su etapa inicial, el régimen subsidiado comprende la prestación del plan Obligatorio de Salud Subsidiado POS-S y el plan de atención materno infantil PA-MI. Con el objeto de ampliar la cobertura, los afiliados al plan pueden incluir a sus familias al año siguiente de encontrasen afiliados.

Estos planes contemplan la atención básica del primer nivel, especialmente en el campo de la promoción y prevención.

Tema 12: Sistema de Riesgos Profesionales

En el caso del sistema general de riesgos profesionales, que busca prevenir, proteger y atender a los trabajadores de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles como consecuencia del trabajo que desarrollan, se creó también un fondo que debe ser administrado mediante encargo fiduciario.

El objetivo básico de este fondo es la utilización de los recursos para la realización de estudios, campañas y acciones de educación, previsión e investigación de los accidentes de trabajo y de enfermedades profesionales en todo el territorio nacional. En especial, la prevención de enfermedades de alto riesgo como las relacionadas con la exposición a radiaciones ionizantes, virus de inmunodeficiencia humana y sustancias cancerígenas.

La sociedad fiduciaria debe recaudar los recursos que le corresponde administrar, invertirlos, llevar contabilidad independiente, vigilar la correcta destinación de los aportes para los fines previstos y rendir los informes que les solicite el ministerio de trabajo o la Superintendencia Bancaria.

CAPITULO IV: EL MERCADO ACTUAL DE PRODUCTOS FIDUSIARIOS

La actividad fiduciaria a logrado un desarrollo importante en cuanto a variedad de productos ofrecidos al publico, teniendo en cuenta las múltiples oportunidades de desarrollo que ofrece la capacidad real de adaptarse a las condiciones de la economía con negocios altamente atractivos para los inversionistas.

Con la expedición de la ley 45 de 1990, el numero de sociedades fiduciarias aumento considerablemente, de ser doce instituciones, son en la actualidad 46, todas ellas dinamizando e innovando dentro del sector, por generar el mayor valor agregado para el manejo de los recursos.

Tema 1: Fiducia de Inversión

Surgió como respuesta de las entidades financieras a la reglamentaciones establecidas como encajes para las operaciones bancarias en la segunda mitad de los 70's y desde entonces se puede decir que no ha dejado de ser una reacción institucional frente a las medidas monetarias, a pesar de poder servir de apoyo al desarrollo del mercado de capitales... "ya que los fondos de administrados se han convertido en inversionistas institucionales con capacidad de inversión elevada favoreciendo el desarrollo nacional y preparando la economía para las exigencias derivadas de la apertura".

Entre las modalidades de fideicomiso de inversión se encuentran:

El fideicomiso de inversión con destinación específica, en el cual "el constituyente o adherente deberá expresar en el contrato de manera equívoca los bienes o actividades específicas en las cuales deben invertir sus recursos o la personas a quien debe entregarse en todo o en parte los dineros en desarrollo del negocio y el título y las condiciones en que tal entrega debe realizarse, de tal manera que de conformidad con la ley únicamente pueden desarrollar los establecimientos de crédito debidamente autorizados para la captación masiva y habitual de los dineros del publico". Si el cliente no ha dado la destinación específica, entonces se colocan los recursos en un fondo común ordinario.

El Fondo común lo define la circular de la superintendencia Bancaria como “el conjunto de recursos obtenidos con ocasión de la celebración y ejecución de negocios fiduciarios en los cuales se consagra como finalidad principal la inversión de los mismos en los títulos y dentro de los porcentajes expresamente señalados por el legislador, sobre los cuales el fiduciario ejerce una administración colectiva”. Los fondos comunes pueden ser ordinarios o especiales.

Tema 2: Fondos Comunes Ordinarios

Los fondos comunes ordinarios se caracterizan por estar conformados por dineros en los cuales el constituyente no indica en forma expresa la inversión a realizar; las inversiones se encuentran expresamente reglamentadas por el estatuto orgánico financiero, cada uno de los fideicomisos de inversión que participan del fondo común, continua generando una cuenta independiente a la participación de cada uno de los participantes al fondo, aunque la entidad fiduciaria realice una administración colectiva de los mismos.

Tema 3: Fondos Comunes Especiales

Los fondos comunes especiales se encuentran definidos por la circular 006 de 1991 de la Superintendencia Bancaria como “el conjunto de recursos obtenido con ocasión de la celebración y ejecución de negocios fiduciarios, donde la entidad financiera realiza un manejo colectivo de los recursos fideicomitidos, de acuerdo con el respectivo reglamento autorizado para su manejo, en el cual se consagre como finalidad principal la inversión o colocación a cualquier título, de sus mas de dinero con arreglos a las instrucciones impartida por los fideicomitente”.

Cada sociedad fiduciaria puede administrar varios fondos comunes con objetivos distintos, a diferencia de lo que sucede con los fondos comunes, ordinarios donde solo se permite el funcionamiento de uno por sociedad.

Tipo de fondos comunes especiales:

Fondos Comunes Especiales en Moneda Extranjera

En la actualidad la fiduciaria citirut maneja un fondo de este tipo, permitiéndole al inversionista colombiano alcanzar las mejores posibilidades de inversión que se encuentren en el exterior, sin tener que desplazarse a esos mercados, confiando los recursos a administradores profesionales de reconocida experiencia.

Los parámetros de la Superintendencia Bancaria establece principalmente que las inversiones registren bajos niveles de riesgos, y de acuerdo con las calificaciones

internacionales (AAA hasta BBB de Standard & Poo's) y con niveles de liquides adecuados para atender los retiros y necesidades de los inversionistas.

Tema 4: Fondos de Pensiones Voluntarios

Adminstran los recursos aportados por una serie de personas y/o entidades, para que en un futuro, tal como lo define el beneficiario de los recursos, obtenga una pensión periódica sujeta a un saldo acumulado y a unos rendimientos generados en forma ininterrumpida.

Se cuentan con entidades patrocinadoras y participes del proceso.

Son patrocinadoras las empresas, sindicatos, agremiaciones que participes en la creación o desarrollo del plan.

Son participes las personas en cuyo interés se crea el plan.

Las características del fondo son:

En un sistema de ahorro-inversión voluntario.

Esta representado por cuentas de capitalización individual, que reflejan los aporte y los rendimiento.

Los planes de pensiones ofrecen diferentes alternativas de aportes y prestaciones.

Los inversionistas del fondo están vinculados a su dirección a través de una comisión de control designada en una asamblea.

Están vigilados por la Superintendencia Bancaria.

Su portafolio de inversiones se encuentra definido por la ley.

La superintendencia Bancaria puede autorizar varios fondos de pensiones a una sola sociedad, cuando la naturaleza de los planes lo exija y siempre y cuando no se vean en peligro los interese de los participantes en los diferentes planes.

Tema 5: Fondos de Participación Accionaria

Es fondo común especial en el cual la entidad fiduciaria se compromete a realizar la totalidad de las inversiones en títulos de renta fija, si estos ofrecen mayor rentabilidad en el mercado. Este es ele caso de una fiduciaria en el cual se invierte un fondo mínimo de recursos superior al aportado para los fondos comunes ordinarios, por un plazo determinado y se ofrece la posibilidad al inversionista de obtener mayor rentabilidad por sus inversión que la alcanzada a través de los fondos comunes ordinarios.

Tema 6: Fondos Inmobiliarios

Consisten en la inversión de los recursos en finca raíz que por sus características y el dinamismo que le genera al mercado inmobiliario se pueden considerar como Fiducia de este tipo.

Los recursos de los fondos inmobiliarios solo se pueden invertir en bienes inmuebles, proyecto de construcción, valores emitidos en procesos de titulación y otras inversiones que autoriza el gobierno.

El manejo del fondo debe realizarse de acuerdo con las siguientes condiciones:

Las inversiones pueden realizar previa evaluación por parte del agente de manejo.

Los fondos deben contar con las garantías internas o externas necesarias para proteger los activos.

Los excedentes de tesorería del fondo se deben invertir en títulos de alta seguridad y liquidez.

Solo pueden emitir títulos de participación.

Los títulos no tienen redención primaria salvo al vencimiento del fondo.

No existe monto mínimo de inversión.

Tema 7: Fiducia de Administración

Agrupar aquellos negocios cuyo objeto es la administración de bienes muebles e inmuebles para cumplir con una finalidad determinada.

Tema 8: Fiducia en Garantía

Este es el fideicomiso más debatido, más estudiado, más codiciado... y el menos ejecutado..., su necesidad y su viabilidad son verdades incuestionables que nos ofrece la realidad. Este figura fue prohibida por la Superintendencia Bancaria en 1974, debido a las restricciones al crédito, las demoras y las posibilidades existentes de adaptar un mecanismo fiduciario que involucra la confianza en la consecución de nuevos negocios para la modernización de la infraestructura, llevaron a la promulgación por parte de la Superintendencia Bancaria, en la cual se estable las clases de garantía.

Tema 9: Titularización

Se entiende el mecanismo financiero el cual consiste en la movilización de activos ilíquidos o de baja rotación mediante la emisión de títulos. Es un mecanismo que aumenta la liquidez en el mercado nacional y a la vez incrementa las posibilidades de inversión.

Se busca evitar los créditos bancarios, teniendo en cuenta las condiciones de tasa de interés elevada.

Exigencias para la titulación de algunos activos:

Para la utilización de cartera de crédito se debe tener en cuenta:

La ponderación de cartera, considerando la cartera insalvable del originados en los últimos periodos y la cartera irrecuperable. Las características generales de la cartera deben ser similares.

El índice de siniestralidad, con el cual se busca determinar el porcentaje probable de perdidas en el patrimonio autónomo como eventuales desviaciones en el flujo financiero originado en los activos.

Establecer mecanismos de seguridad tanto internos como externos, que permitan cubrir las siniestralidad del patrimonio.

En el caso de que se titularizen obras de infraestructura se permite la emisión de títulos de participación, contenido crediticio o mixtos.

Si se trata especialmente de proyectos viales, los flujo deben proyectasen con tarifas de peajes proyectadas, considerando la demanda estimada de trafico vehicular para la vía en construcción o reparación.

En el caso de Titularización de servicios públicos, solo se permite la emisión de títulos de participación y se exige la constitución de fondos comunes especiales para proyectos autorizados por el gobierno, el establecimiento en garantía y un estudio de factibilidad de la realización del proyecto.

Se permite titularidad en acciones inscritas en el registro nacional de valores, con títulos de participación, sin necesidad de mecanismos de apoyo crediticio o calificación previa conociendo el inversionista el riesgo inherente a sus inversión.

Tema 10: Administración de Emisiones de Bonos

Los bonos son títulos valores de contenido crediticio por cuyo conducto las sociedades captan recursos en calidad de prestamos, reembolsable a mediano o largo plazo, a cambio de una renta reconocida a su titular. Es por lo tanto, un titulo que esta representando la deuda de una empresa.

Asesoría: para cumplir con esta función, la sociedad fiduciaria debe realizar un estudio de factibilidad, que indique la viabilidad de la emisión de los bonos, así como las ventajas frente a las otras alternativas de financiamiento. Una vez evaluada la factibilidad en la emisión y su favorabilidad con relación a las demás alternativas de financiamiento, se procede a la realización del proceso de emisión.

Administración: para proceder a la emisión y una vez realizados todos los estudios correspondiente se debe establecer el contrato de administración. Este contrato se debe establecer una vez autorizada la emisión dentro de la entidad y forma parte integral del contrato: el prospecto de emisión y colocación y el acta de tesorería, que es un acuerdo suscrito entre la entidad emisora y administradora, para establecer los pasos que se seguirían en cada uno de los procedimientos que involucra el contrato.

Representación de los tenedores de Bonos: toda emisión de bonos debe contar con un representante de los tenedores, que sea participe en las reuniones de las asambleas de accionistas y defienda sus intereses. Las principales funciones del representante son:

Verificar los documentos que debe representar la entidad emisora ante la Superintendencia de Valores.

Verificar las medidas de verificación y seguridad para la emisión.

Velar por el cumplimiento de todas las formalidades para la emisión.

Intervenir con voz pero sin voto en las reuniones de los accionistas.

Presidir la asamblea de tenedores de bonos.

Revisar los libros de la sociedad emisora cuando lo considere conveniente.

Informar a los tenedores sobre la situación de la entidad de acuerdo con los términos previstos en la resolución 1242 de 1993

Tema 11: Administración y Gestión

Consiste en la administración de los recursos fideicomitidos con la destinación de los recursos al objeto determinado por el fideicomitente. Este tipo de Fiducia implica, la realización de inversiones, suscripción de contratos y celebración de pagos en los lugares donde establezca el fideicomitente.

La inversión de los recursos se hace siguiendo los parámetros establecidos por la Superintendencia Bancaria en títulos de alta seguridad y liquidez de acuerdo con las necesidades específicas de cada fideicomiso.

Tema 12: Otros Productos Fiduciarios

Dentro de las actividades fiduciarias, gracias a la flexibilidad y seriedad con que trabaja y conocidas las bondades de la Fiducia en el país se encuentran las siguientes:

Participación en la realización de obras de infraestructura Nacional: en el desarrollo de megaproyectos, el Gobierno Nacional no dispone de los recursos suficientes para emprenderlos y hay gran desconfianza por aporte de los organismos multilaterales en el manejo que puedan darle las burocracias a los recursos aportados.

Fiducia testamentaria: mediante esta Fiducia se busca que el trabajador deje sus bienes a una sociedad fiduciaria para un manejo adecuado y transparente de los mismos, evitando la dilapidación en manos del heredero. Durante el tiempo que dure la Fiducia solo podrá el heredero recibir los rendimientos de los recursos, permaneciendo el capital en manos del fiduciario, que es la institución competente para el manejo y el incremento del patrimonio que el testador quiso confiscar.

Fondo mutuo de Inversión: la administración de los fondos mutuos puede opcionalmente destinarse a la administración fiduciaria a diferencia de otras operaciones, que son propias de las sociedades fiduciarias tales como los fondos comunes ordinarios o la Fiducia en garantía, entre otros. Tienen como fin promover la inversión productiva en el país y fomentar el ahorro de los trabajadores.

Fondos país: son los fondos de capital extranjero que pueden operar en el país. Son dineros aportados por personas naturales o jurídicas que tengan calidad de extranjeras cuyo propósito es hacer inversiones en el mercado público de valores Colombianos.

Fiducia para la administración de tesorerías empresariales: se puede realizar la tesorería de una entidad, invirtiendo por cuenta de esta todos los recursos, realizando los pagos a que halla lugar, elaborando los flujos de caja, cobrando los rendimientos y el capital de los títulos y produciendo los informes contables que se requieran todo de acuerdo con las instrucciones del fideicomitente.

Fiducia para la administración del seguro de Vida: el adquiriente de un seguro de vida lo deja a cargo de una entidad fiduciaria con instrucciones específicas sobre el manejo y el beneficiario, para el evento en el cual el beneficiario final sea menor de edad y no cuente con los conocimientos y experiencia suficiente para la administración de los recursos.

CAPITULO V: ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

Tema 1: Diagnostico

Se establecido diferente opciones de mercados en los cuales las fiduciarias pueden incursionar, encontrando una serie de dificultades relacionadas con factores como la saturación del sector por la cantidad de sociedades existentes (46), el hecho de no pertenecer a un grupo financiero grande, el no ser filial de un banco y pertenecer al sector Público.

Tema 2: Fiduciarias Publicas

En este grupo se encuentran las sociedades fiduciarias que por su composición accionaria pertenecen al sector oficial.

Fiduagraria: pertenece a la caja de crédito agrario industrial y minero. Tiene acceso a la red Nacional de oficinas de la caja siendo esta una clara ventaja frente a las demás sociedades teniendo en cuenta que esta red es la mas amplia del país.

Fiducentral: esta central es del Banco Central Hipotecario la cual cuenta con la compañía central de seguros fue creada para el manejo de ciudad salitre. Dedicar sus esfuerzos a la Fiducia inmobiliaria.

Fiducoldex: pertenece al Banco de Comercio Exterior de Colombia y en menor cuanta a diferentes agremiaciones de exportadores. Se centra en la administración e inversión destinado a satisfacer necesidades propias del comercio exterior. Administra a Proexport para el fomento de exportaciones, pagos de nomina y las demás obligaciones administrativas.

Fiducia la Previsora: no pertenece a ningún grupo financiero lo cual ha hecho que se enfrente a la carencia de red propia que garantice cobertura nacional para ciertos

servicios, a inconvenientes en la presentación de propuestas para negocios de concesiones por la falta de una empresa financiada y asesora de banca de inversión, a la imposibilidad de crear fondos de inversión por los altos costos que comprometen y a la dificultad del mercado para la consecución de clientes individuales.

Tema 3: Fiduciaria Privadas

Fiducafé: es la fiduciaria del sector cafetero y otras entidades de este mismo sector como: Banco cafetero, Concasa, Corporación Financiera Occidente, Agrícola de Seguros y Almacafe. Permite desarrollar productos conjuntamente con las demás empresas de manera que atiende las necesidades del cliente.

Fidugan: su casa matriz es el Banco Ganadero y también la corporación financiera Corfigan, Leasing Ganadero y la compañía Ganadera de Seguros. Administra los siguientes negocios de concesiones viales en el país: Carretera Santa Marta-ParaGuachon, carretera el Cortijo- El vino (Sabana de Bogotá), un tramo de la carretera de villavicencio, y tres carreteras dentro del proyecto "Carretera Nacionales del Meta".

Sufibic: es producto de la fusión de las sociedades Fidubic y sufiducia. Pertenece al sindicato Antioqueño y dentro de su grupo financiero se encuentra el Banco Industrial Colombiano, Suramericana de Seguros, Suvalor Comisionista de Bolsa, Corfisura, Sufinaciamiento, Conavi, Suramericana de Capitalización, iniciando con la fusión del BANCO Industrial Colombiano y el Banco de Colombia, hará que este se convierta en el grupo económico más grande del país.

Fiduango: su casa matriz es el Banco Anglo Colombiano (Lloyds), entre las concesiones que administra, se destaca la carretera del espinal Nieva. También maneja Fiducia en garantía de telefonía celular.

Cititrust: su casa matriz es el Citibank de Colombia, cuenta con el respaldo del grupo Citibank – citicorp a nivel mundial. No ha participado en ninguna licitación pública lo cual deja en claro que este mercado no representa ninguna importancia para el desarrollos de sus actividades.

Fiducolombia: pertenece al Banco de Colombia y dentro de su grupo se encuentra la Corporación Financiera Colcorp, Leasing Grancolombiana y Comisionista de Colombia. Posee algunos fideicomisos en el área inmobiliaria que resultan gracias a la participación del banco en la financiación de algunos proyectos y otros negocios de administración con el sector privado con el aunque mantiene una cercana relación debido a la gran cantidad de clientes individuales e institucionales que tiene dicho banco.

CONCLUSIONES: de las 9 conclusiones se destacan las siguientes:

La Fiducia ha demostrado ser un mecanismo aplicable a todas las necesidades de la vida: social, económica, política, imperial o internacional.

Hay participación de las sociedades fiduciarias a través de sus diferentes productos, innovando, respondiendo y sobretodo adaptando la figura a las necesidades del cliente. Es el traje a la medida al servicio del desarrollo nacional.

Flexibilidad, adaptabilidad y confianza en la labor ejercida, esa es la clave de la gestión fiduciaria en todo el mundo, “como un producto y servicio creativo, que solo tiene como limite le inteligencia Humana y el ordenamiento legal”.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta por 55 autores, tratando temas como: los servicios Fiduciarios, la Fiducia en Colombia y las resoluciones y el manual de emisión de bonos públicos.

ANEXOS:

Anexo 1: Gráficas para el estudio de Mercados de las Sociedades Fiduciarias.

RAAS: *Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.*

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 126

TITULO: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL OUTSOURCING EN EL ASEO Y MANTENIMIENTO EN LA CORPORACION NACIONAL DE AHORRO Y VIVIENDA CONAVI

AUTOR: CUETO, Lina María

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1997, pp.83 figuras 2 gráficas 9

PALABRAS CLAVES: OUTSOURCING, CALIDAD, SERVICIO, CLIENTE, DEPARTAMENTO, CONTROL, SUPERVISION.

DESCRIPCION:

Este trabajo esta enfocado a la implementación de un programa de mejoras en los servicios de aseo y mantenimiento en la Corporación Nacional de Ahorro y Vivienda CONAVI, con el único propósito de presentar una imagen y ambiente positivo para los clientes internos y externos, utilizando la técnica administrativa del OUTSOURCING.

FUENTES:

Solo se encuentran 2 pie de página:

REYES, Hebert. Manual para los supervisores. Edición Hrw. 1993	2
Revista Clase Empresarial, No 156 septiembre de 1995	2

CONTENIDO:

CAPITULO 1. HISTORIA DE CONAVI

En octubre de 1972, directivos de empresas antioqueñas gestan la idea de crear una corporación de Ahorro y Vivienda.

Socios fundadores
 Células de captación
 Sucursales en el país
 Descentralización para la aprobación de los créditos
 Sistema notarial
 Información nacional de crédito Hipotecario
 Cartera
 Historia del departamento de mantenimiento y adecuaciones

Organización estructural

Se puede decir que tiene una estructura organizacional funcional, es decir los cargos son dados por una contratación analizando y aplicando los procesos adecuados para su elección.

Funciones laborales del departamento de mantenimiento y adecuaciones:

- Recibir y canalizar las solicitudes por trabajos al departamento.
- Vigilar el cumplimiento de las normas establecidas por la corporación.
- Informar periódicamente a su personal las políticas de la corporación
- Coordinar, supervisar, programar, planear y controlar el normal desarrollo del departamento.

- Conceptuar sobre locales y terrenos para la adecuación de oficinas, enviar diseños para las diferentes obras de la división de Bienes e Inmuebles.

Se desarrollan los manuales de funciones de los cargos de los departamentos.

CAPITULO 2. PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS EN LA PROGRAMACIÓN DE ASEO Y MANTENIMIENTO.

En el departamento de Mantenimiento y Adecuaciones se le da importancia a la organización y seguimiento de todas las normas y reglas relativas a la limpieza, aseo y mantenimiento de los puntos de atención al cliente como de sus dependencias, por lo anterior se practican y aplican los procesos que a continuación se mencionan.

- Guía de mantenimiento programado
- La inspección
- Métodos de mantenimiento
- Puntos para tener en cuenta en el programa de mantenimiento

CAPITULO 3. EL ASEO Y MANTENIMIENTO COMO ESTRATEGIA DE MERCADEO.

El aseo integral de limpieza, influye para que la empresa o Corporación tenga una demanda de clientes activos y potenciales, que sean atraídos no solo por los servicios típicos inherentes a la Corporación, sino también de ambiente, mantenimiento y servicios integrales de limpieza que utilice la entidad financiera Conavi.

Manejo del recurso humano para optimizar el mercadeo
Disciplina y sanciones del personal

Tema 1. Outsourcing

Historia
Generalidades y características
Fortalezas y debilidades
Mecanismos de implantación

Tema 2. El mercado del outsourcing

Actualmente tanto en el plano nacional e internacional, en las áreas de los servicios de aseo y mantenimiento han tenido auge en cuanto a la operación, control y prestación de éste un gran número de organizaciones que tienen como funciones generales ofrecer,

comercializar y vender servicios de aseo y mantenimiento a empresas ubicadas en los diferentes sectores.

Que es, para que nos sirve y en que se podía emplear.

Opiniones

Tema 3. Herramientas de control

Procedimientos de tiempos y movimientos

Formato o guía de aseo

El control directo

Tema 4. Ventajas y desventajas del outsourcing

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

La implementación del sistema outsourcing debe ser en forma gradual, hasta llegar a una aplicación total, buscando siempre aplicar el concepto de Calidad Total.

Se deben llevar reuniones periódicas del Departamento de mantenimiento y adecuaciones para evaluar los resultados del nuevo sistema puesto en práctica.

La supervisión y control deben estar a cargo del departamento de mantenimiento y adecuaciones aplicando todas las herramientas de control citadas en el presente trabajo.

No se encuentran recomendaciones

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 15 autores, destacándose los siguientes:

REYES, Herbert. Manual para supervisores LIME Limpieza Metropolitana. "Como Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar al equipo de trabajo. Curso Supervisión. HRW. 1993

Procedimientos Programados de Mantenimiento y limpieza. Manresa. Barcelona ITEL

Porqué Contratar los Servicios de una Empresa Especializada? Argumento para la venta de sus servicios. ITEL

ANEXOS:

Anexo A	Organigrama
Anexo B	Organigrama Departamento Mantenimiento y adecuaciones
Anexo c	Manual de procesos y procedimientos para el aseo y mantenimiento de las áreas locativas de la Corporación de Ahorro y Vivienda Conavi
Anexo D	Modelo de Cronograma de Actividades
Anexo E	Diagrama de Flujo
Anexo F	Mantenimiento semestre preventivo
Anexo G	Programación Mantenimiento Agencias
Anexo H	Reglamento Interno de Trabajo
Anexo I	Cuadro de ofertas proveedores

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 127

TITULO: MANUAL PARA EL MEJORAMIENTO DE PRENDAS HOSPITALARIAS.

AUTOR: RODRIGUEZ ROMERO, Janeth Cecilia.

PUBLICACIÓN : Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Bogotá, 1997. P.P. 96. Anexos no Tiene, Pie de paginas 30.

PALABRAS

CLAVES: FIBRAS, DETERGENTES, DESINFECCION, DESINFECTANTES.

DESCRIPCIÓN: El trabajo de grado tiene como finalidad, lograr el manejo adecuado de prendas hospitalarias en áreas de cirugía, maternidad, unidades de cuidado intensivo y demás áreas de un hospital, teniendo como base un manual que contenga las normas de higiene así como los procesos y procedimientos en el ámbito administrativo. En donde se relacionan con las prendas hospitalarias, con el objeto de presentar una propuesta en torno al manejo apropiado de las mismas al interior de este tipo de instituciones de servicio.

FUENTES: Las autoras hacen referencia a 30 pie de paginas en las que se destacan:

Diccionario Enciclopédico, tomo 4.
Lucha contra la Infección Hospitalaria.

10
3

Realidad Ecológica Colombiana	3
Curso Profesional De Lavandería.	4

CONTENIDO:

INTRODUCCIÓN

Ropa constituyen uno de los elementos vitales al interior de los centros de servicio asistencial. Se utilizan en estos centros, no solo como recursos indispensables para el abrigo de pacientes, para el uso en camas, muebles y uniformes, sino además, como elemento quirúrgico y de protección de importancia vital para pacientes, personal y otros.

Por otra parte, las prendas y la ropa hospitalaria en razón de su multitud de usos e importancia, son con frecuencia objeto de estudio especial. El presente constituye un esfuerzo en este sentido, el cual concluye con una propuesta de manual para uso adecuado de este recurso, en las diferentes áreas de los mencionados centros de atención a la salud.

CAPITULO I: ELEMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Tema 1: El Problema

La primera parte es la descripción del problema, el cual hace referencia de cómo lograr un manejo apropiado de prendas hospitalarias en áreas de cirugía, maternidad, unidades de cuidado intensivo y demás áreas de un hospital, teniendo como base un manual que contenga normas de higiene así como procesos y procedimientos en el ámbito administrativo. El objetivo es elaborar un manual para el manejo de prendas hospitalarias en relación con la fundamentación que surja del análisis bibliográfico y experiencia en este campo.

Tema 2: Justificación del Problema

Los manuales son una ayuda técnica y generalizada y sus contenido debe facilitar su aplicación a niveles que lo requieran logrando un mejoramiento continuo en las entidades de servicio.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

En la actualidad las entidades hospitalarias han venido insistiendo en el mejoramiento de la calidad de los servicios que presta a pacientes y usuarios que acuden a estos centros asistenciales. Y dentro de este marco, existen organismos que se han especializado en

investigar y estudiar aspectos tales como infección, higiene, tratamiento de prendas, manejo apropiado de lavandería y dotación hospitalaria.

Tema 2: Instituciones Hospitalarias

Se entiende la institución hospitalaria como una organización destinada al tratamiento de enfermos. Razón por la cual comparte en términos generales, los mismos parámetros de las organizaciones y de entidades corrientes.

Tema 3: Secciones de la Institución Hospitalaria

Las instituciones hospitalarias siguen el encuadramiento normal de la mayor parte de las organizaciones. Es decir, secciones operativas todos los elementos de carácter logístico y tecnológico para que realicen adecuadamente su labor administrativa y asistencial.

Hacen parte de las funciones entre otras las siguientes:

Asegurar la permanencia de la institución.

Allegar los recursos económicos indispensables en la institución.

Establecer los sistemas normativos mediante los cuales se rige la institución.

Formular políticas de adiestramiento del personal en áreas críticas de la institución.

Tema 3: Concepto de Suciedad y de Contaminación Patógena

Los conceptos de suciedad y de contaminación patógena se entiende como todo cuerpo extraño anexo al cuerpo o pieza original que conlleva algún efecto negativo y que es por general de carácter indeseable y puede a su vez ser detectado o no por algún órgano de los sentidos.

Tema 4: Contaminantes Patógenos

En las formas de contaminación, los microorganismos siguen, dependiendo de una serie de factores, un ciclo que debe ser roto necesariamente si se quiere prevenir y controlar la infección.

El ciclo es de manera aproximada:

Un agente microbiano que vive y se multiplica. Por otra parte los seres humanos que actúan como fuentes de microorganismos patológicos específicos pueden:

Presentar una enfermedad típica.

Padecer una enfermedad leve atípica o no reconocida.

Ser un caso latente.

Ser portadores sanos.

Se refiere también a los modos de contaminación y transmisión de suciedad de organismos, prendas, enseres, utensilios.

Tema 5: Contaminantes Benignos

Esta contaminación se puede presentar por contacto directo o indirecto con ambientes portadores de partículas en suspensión o aire encerrado, o igualmente debido a la manipulación inadecuada de elementos contaminados y de agentes ensuciadores que provocan el riesgo de líquidos, gases y sólidos.

Tema 6: Fibra

En cuanto a las fibras se presenta una clasificación de tejidos según su origen: Fibras Naturales, Artificiales, Sintéticas. Por prendas se entiende los diversos materiales de origen animal, vegetal, artificial o sintético destinados al abrigo, protección aseo del hombre. En cuanto a las prendas hospitalarias esta se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Batas para aislamiento.
- Compresas.
- Dotación medica.
- Envolvedera para cirugía.

Tema 7: Clasificación de Tejidos Según su Origen

Se clasifican según las fibras que lo componen:

- Fibras naturales.
- Artificiales
- Sintéticas.

Las fibras naturales son la existentes en la naturaleza y utilizadas sin modificación de moléculas, por reacciones químicas. Las son obtenidas por reacciones químicas entre los productos naturales y productos químicos. Las sintéticas se obtienen por la reacción de productos químicos entre ellos el carbón y el petróleo.

Tema 8: Tipo de Prendas Hospitalarias

En las instituciones de servicio tipo hospital por su parte, las prendas desempeñan funciones vitales, tanto como adimentos inherentes al tratamiento, o como auxiliares de los mismos. Algunos de estas funciones se pueden catalogar así:

- De uso personal.
- Prendas de uso general.
- Frecuencia del pedido de acuerdo a la periodicidad con que se realiza el pedido de las mismas.

Tema 9: Tratamiento contra Infecciones y Suciedad

Se presenta con relativa frecuencia controversias en torno a los compuestos y métodos de limpieza a utilizar y a seguir en centros hospitalarios, tanto en suelos, como en prendas, en instrumental y en otros elementos inherentes a estas instituciones de servicio.

No obstante estas discusiones se deben, considerar al respecto para todo efecto de limpieza y desinfección algunos principios básicos rectores, entre los cuales conviene resaltar:

La seguridad
 Efectividad en la eliminación de todo tipo de suciedad
 Costo y eficiencia
 Productos de limpieza
 Detergentes

Los detergentes actúan como agentes humectantes y emulsionantes y reducen la tensión interfacial entre la grasa y el agua, facilitando así la evacuación de aquella.

CAPITULO III: DISEÑO METODOLOGICO

Se encuadra el presente trabajo dentro de los estudios de carácter Documental de corte causal – comparativo, en los cuales se reúne importante información relacionada con el problema central, con el objeto de valorar su estado presente y elaborar una propuesta encaminada a ofrecer solución parcial o definitiva al mismo.

Tema 1: Formulación de la Propuesta

La propuesta fundamento del presente trabajo, surge de la revisión bibliográfica detenida y seria, así como de la experiencia laboral de la autora en relación al manejo de prendas hospitalarias en lavanderías de instituciones de servicio tipo clínico en Santafé de Bogotá.

La propuesta contiene entre otros aspectos inherentes al estudio, planteamientos teóricos y conceptuales, así como una guía concreta en torno al manejo apropiado a ofrecerse a las prendas en hospitales.

CAPITULO IV: PROPUESTA DE MANUAL PARA EL MANEJO DE PRENDAS HOSPITALARIAS

Este capítulo refieren a la propuesta del manual para el manejo de prendas Hospitalarias que contiene definiciones como: Prenda, prenda contaminada, tipos de prenda, lavado de prendas. El cuidado de las prendas limpias. Manipulación de las prendas sucias. Cuidados de ropa y prendas en lavandería. Transporte de ropa sucia y contaminada.

METODOLOGIA: El estudio utiliza una investigación de carácter documental de corte Causal-Comparativo, en los cuales se reúne importante información relacionada con el problema central, con el objeto de valorar su estado presente y elaborar una propuesta encaminada a ofrecer solución parcial o definitiva.

CONCLUSIONES: De las cinco conclusiones se extraen la siguiente:

No existe en términos generales en el país una cultura de higiene hospitalaria que corresponda al grado de desarrollo científico y tecnológico de la medicina.

Un alto numero de centros médicos asistenciales de carácter oficial y privado no cuenta con grupos o comités propios encargados de la elaboración de normas y supervisión de higiene.

Los procesos de lavado en un alto numero de instituciones hospitalarias se realiza sin las debidas exigencias con relación al personal especializado, a locaciones, maquinaria, calidad de químicos y demás recursos y funciones inherentes al proceso.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta por 7 autores, destacándose los siguientes temas: Dirección de Hospitales, Contaminación e Higiene Ambiental, Curso Profesional de Lavandería.

ANEXOS: No tiene.

RAAS: *Este resumen Analítico fue elaborado por Ximena Cely.*

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 128

TITULO : Estrategia de Servicio en Fincomercio para el Cliente Externo.

AUTOR(ES) : Hodges, Cuadros Mónica
Rosero, Jiménez Silvia

PUBLICACION : Trabajo de grado, Facultad de Administración de Instituciones de Servicio, 1997, 102 páginas, 13 textos de bibliografía, 34 pie de páginas, 3 cuadros y 8 figuras.

PALABRAS

CLAVES : Servicio, estrategias, aspectos intangibles, responsabilidad y Fincomercio.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad formular estrategias de calidad de servicio para Fincomercio, basadas en la teoría de la gerencia del servicio, mediante la total satisfacción de las necesidades del cliente externo, de tal modo que la cooperativa logre mantener una posición competitiva en el sector.

FUENTES : El trabajo de grado hace referencia a treinta y cuatro (34) pie de páginas de los cuales se destacan :

- ALBRECHT, Karl y BRADFORD, Lawrence. La Excelencia en el Servicio. 15
- BERRY, Leonard L. Calidad del Servicio. 5
- GERSON, Richard F. Más allá del Servicio al Cliente. 2

CONTENIDO : El trabajo de grado conlleva a implantar una estrategia de calidad en el servicio, para lograr estar a la vanguardia en el desarrollo empresarial aplicada a Fincomercio.
Formular estrategias y plantear propuestas para mejorar el servicio al cliente externo en la organización, determinando que elemento más importante del estudio lo constituyen los clientes del Fincomercio.

I. HISTORIA FINANCIERA.

Tema 1. El Sector Financiero Colombiano

La actividad financiera ya no se limita a los establecimientos tradicionales, ahora con la diversificación del mercado hay nuevos y grandes protagonistas. Además de la banca comercial que mantiene su trascendencia en el sistema, surgen y se consolidan los organismos cooperativos financieros, toda la industria aseguradora y los agentes bursátiles que contribuyen a la modernización y desarrollo de la actividad financiera nacional.

Tema 2. Cooperativas Financieras.

El cooperativismo llegó en los años 30, fructificó y floreció como una alternativa de trabajo solidario y ha demostrado una creciente evolución que le permite ubicarse en un

destacado lugar dentro de la economía nacional. El sector actúa en varios frentes : mercadeo, consumo, trabajo asociado, ahorro y crédito, seguros, vivienda, educación y transporte.

II. FINCOMERCIO.

Tema 1. Historia

Fue creado en 1957 como fondo de los empleados del Banco de Comercio, y como tal funcionó hasta el año de 1992, cuando esta institución financiera fue fusionada con el Banco de Bogotá. El Fincomercio es una Cooperativa de Ahorro y Crédito, cuenta con una amplia red de servicios y opera con las mismas características de la banca personal.

Tema 2. Razón Social

Financiera Cooperativa Fincomercio Ltda., la cual se identificará también con el nombre abreviado FINCOMERCIO.

Tema 3. Definición del Negocio.

Ser el fondo de empleados de las empresas y ser el banco de los fondos de los empleados.

Tema 4. Organigrama de Fincomercio



III. DESCRIPCION DEL MODELO TEORICO

Tema 1. Triángulo del Servicio

Es una ilustración visual de toda la filosofía de la gerencia del servicio, y se compone de cuatro partes que son : el cliente, la estrategia de servicio, la gente y los sistemas.

EL CLIENTE : Es el centro del modelo y se deben identificar tanto en forma geográfica tanto en forma demográfica como psicográfica.

LA ESTRATEGIA DEL SERVICIO : Se construye sobre la información demográfica y psicográfica que se tienen en la averiguación, y poder de esta manera conocer más a los clientes.

LA GENTE : Incluye a todos los ejecutivos, gerentes y empleados de la organización. Representa el aspecto educativo de la gerencia del servicio.

LOS SISTEMAS : La línea que une la gente con los sistemas indica que todos los que conforman la organización, deben trabajar dentro de los sistemas que establecen la forma de dirigir el negocio.

IV. METODO DE MEDICION DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE.

Tema 1. Encuestas

La realización de las encuestas ayudarán a evaluar sus esfuerzos en la prestación del servicio al cliente. Los resultados de estas encuestas indicarán los puntos fuertes y débiles de su servicio a los clientes los cuales servirán para la toma de decisiones.

Tema 2. Tamaño de la Muestra.

La muestra se determino en forma aleatoria después de haberse hecho una prueba al cuestionario preliminar por medio de una encuesta realizada a un grupo foco ya que éste es un método útil para observar el servicio de la organización a través de los ojos del cliente.

V. ESTRATEGIAS.

Son las acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización y de cada unidad de trabajo y así hacer realidad los resultados esperados al definir los proyectos estratégicos. Las estrategias son entonces las que permiten concretar y ejecutar los proyectos.

Tema 1. Estrategia de Servicio

Es una fórmula característica para la prestación de un servicio. Esta estrategia es inherente a una premisa de beneficio bien escogida que tiene valor para el cliente y que establece una posición competitiva real.

Tema 2. Propuesta de estrategias para la excelencia en el servicio en Fincomercio.

Una vez conocida la misión y la visión de Fincomercio y analizada la promesa que hacen a sus clientes, se propone tener en cuenta como punto de partida la siguiente estrategia : “Conocimiento exhaustivo del cliente externo”. La razón es que esta estrategia está incluida tanto en la misión como en la visión, y es prerequisite para poder cumplir con la promesa de servicio que hace Fincomercio. Además, la única forma de ser excelentes en el servicio es dando al cliente lo que realmente necesita y aún más.

Se plantean estrategias que se podrían tener en cuenta para lograr ser excelentes en el servicio al cliente externo :

- Establecer y comunicar las normas de servicio a toda la organización.
- Devolver las llamadas telefónicas cuando se prometan.
- Explicarle al cliente por que surgió el problemas,
- Proveer información para que el cliente sepa que hacer y a quien llamar.
- Avisarle al cliente cuando un problema está resuelto.
- Permitir que el cliente hable con la gerencia o con un nivel de autoridad cuando él lo crea necesario.
- Avisarle al cliente por adelantado cuánto tiempo se demora la solución de un problema.
- Darle alternativas al cliente cuando no se pueda resolver el problema.
- Tratar al cliente como una persona y no como un numero de cuenta.
- Explicarle al cliente como prevenir problemas futuros.
- Darle al cliente reportes de progreso cuando un problema no pueda ser solucionado.
- Crear una cultura centrada en la satisfacción total del cliente.

METODOLOGIA : Experiencia en el lugar de trabajo, revisión bibliográfica y consultoría con expertos en el tema.

CONCLUSIONES : Las conclusiones y recomendaciones de este trabajo de grado se sacaron teniendo en cuenta el marco de referencia del cliente y cada parte que compone el triángulo del servicio, la gente y los sistemas.

BIBLIOGRAFIA : 13 autores que manejan temas relacionados con : servicio, calidad total, guía financiera, marketing gerencial integral y planeación estratégica.

ANEXOS :

- ANEXO 1 : Organigrama de Fincomercio
 ANEXO 2 : Calidad de Servicio
 ANEXO 3 : Instalaciones Físicas de Fincomercio
 ANEXO 4 : Areas de servicio

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 129

- TITULO:** *Manual de Aplicación de la ley 50 para los empleados de las empresas colombianas.*
- AUTORES:** Ayala, Espinel Irma Paola
 Martínez, Camargo Claudia Patricia
 Preciado, Astros Yaneth Patricia
- PUBLICACIÓN:** Trabajo de Grado, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1997, 143 páginas, 10 textos bibliográficos, 6 pie de páginas, 5 conclusiones, 17 figuras.
- PALABRAS CLAVES:** Ley 50, salario, contrato de trabajo, reformas, cesantías, jornada laboral.
- DESCRIPCION:** El trabajo de grado tiene como finalidad elaborar un manual de aplicación de la ley 50 por medio de un análisis de factores internos y externos, que intervienen en el desarrollo de la ley en las

empresas para que puedan servir como herramienta en la ejecución de dicha reforma.

FUENTES: Las autoras hacen referencia a seis pie de páginas de los cuales se destacan :

- GONZALEZ, Guillermo. Derecho Laboral Colombiano, 3
- PLAZAS, German. Nueva Reforma Laboral, 1
- MARTINEZ, Rosa. Tesis El Salario y su Evolución en la Legislación Colombiana, 1

CONTENIDO: Este trabajo de grado toma como base los temas de mayor importancia para los trabajadores como cesantías, jornada de trabajo, contrato de trabajo, protección a la maternidad y salarios. Realizando como primera instancia, una reseña histórica de cada uno de estos temas, proseguido de un estudio en las empresas, para la realización del manual.

I. GENERALIDADES

Tema 1 : Auxilio de Cesantía

La definición que ha disfrutado de mayor acogida, lo que en la legislación colombiana encuentra una mejor conformación y más lógica, es la que la cesantía es un salario diferido, quiere decir, que se trata de una parte del salario cuyo pago se traslada o se pospone hasta la terminación del contrato de trabajo. La ley 50 de 1990, estableció un régimen nuevo para el reconocimiento y pago del auxilio de cesantía que se caracteriza por darle término a la retroactividad de dicho auxilio, tanto en los pagos finales como en los parciales y por haber establecido un mecanismo especial del pago del mismo a través de Fondos de Cesantía.

Tema 2 : Jornada Laboral

El Ministerio de Trabajo en 1934, acogió el término legal de la jornada de trabajo de ocho horas y la hizo extensiva a casi todas las actividades oficiales y particulares. Se estableció también el principio de la jornada legal, y se advierte ya una distinción doctrinaria entre ella y la llamada jornada ordinaria.

Tema 3 : Descanso Dominical Remunerado

El empleador esta obligado a dar descanso dominical remunerado a todos sus trabajadores. Este descanso tiene una duración mínima de veinticuatro horas.

Tema 4 : Protección a la Maternidad

El objeto de las legislaciones con respecto a este tema, es el de velar por la salud de las trabajadoras en estado de gravidez, así por la de los menores desde el punto de vista de su cuidado y alimentación. Las medidas de protección por la ley 50 son :

- Toda trabajadora en estado de embarazo tiene derecho a una licencia de doce semanas en la época del parto.
- Ninguna trabajadora puede ser despedida por motivo de embarazo o lactancia.

Tema 5 : Salarios

Es toda renta, provecho o beneficio cobrado por un hombre a cambio de su trabajo. Salario mínimo es un límite retributivo laboral que no cabe disminuir ; la suma menor con que puede remunerarse determinado trabajo en lugar y tiempo fijado. Las reformas hechas por las ley 50 :

- Constituye salario no solo la remuneración ordinaria, fija o variable, sino todo lo que recibe el trabajador en dinero o en especie como contraprestación directa del servicio, sea cualquiera la forma o denominación que se adopte.

Tema 6 : Contrato de Trabajo

Se define como aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona, natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda y mediante remuneración. Modificación de la ley 50 de 1990 :

Para que haya contrato de trabajo se requiere que ocurran tres elementos esenciales :

- La actividad personal del trabajador, es decir realizada por si mismo.
- la continuada subordinación o dependencia del trabajador respecto del empleador.
- Un salario como retribución del servicio.

En cuanto al objeto puede afirmarse que no es el mismo para el empleador que para el trabajador. Mientras que para el primero es el aprovechamiento de la capacidad de trabajo del empleado en provecho de la empresa y su beneficio personal, para el trabajador es la adquisición de un medio de subsistencia mediante el salario, único elemento que le permite atender sus necesidades personales y familiares.

II. ASPECTOS GENERALES DE LAS EMPRESAS TOMADAS COMO POBLACION DE ESTUDIO.

Posteriormente explica los aspectos generales de las empresas tomadas como población de estudio: aspectos generales, misión, visión y estructura orgánica de las diferentes empresas como: ALMACAFE S.A. Federación Nacional de Cafeteros, Hotel forte Travelodge Capital y Fondo de pensiones y cesantías Colpatria.

Tema 1 : Almacafe S.A.

Es una empresa con autonomía administrativa y patrimonio de su propiedad, especializada en el almacenamiento y conservación del café y que además sirve de mecanismo regulador del mercado de este producto. Almacafe presta otro conjunto de servicios por encargo de la Federación Nacional de Cafeteros, los cuales poseen gran importancia dentro de los procesos de comercialización interna y externa del grano, tales como: revisión del café que exportan los exportadores particulares, exportaciones desde “puerto seco”, almacenamiento y distribución de insumos para la industria cafetera, administración de empaques, venta de café a la industria torrefactora.

Tema 2 : Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Es una institución de tipo gremial y privado, tiene la responsabilidad de adelantar diversas actividades, encaminadas al fortalecimiento productivo de la industria cafetera, y al desarrollo económico y social del productor y de sus zonas de trabajo.

La federación fomenta inversiones y proporciona el desarrollo de empresas que favorecen y complementan el progreso regional y la industria cafetera regional.

Su misión es representar el interés de los caficultores mediante la organización democrática y participativa del gremio en procura de una industria cafetera eficiente y mundialmente competitiva, tendiente al desarrollo y bienestar del caficultor, su familias y las zonas cafeteras.

Su visión, lograr una caficultura organizada y mundialmente competitiva.

Tema 3 : Hotel Forte Travelodge Capital.

Pertenece a la franquicia Forte Points Sheraton Forte Travelodge Hoteles LTDA. ofrece los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, eventos con cinco salones para convenciones y recreación.

Su visión, lograr el reconocimiento del mejor hotel de carácter empresarial para la zona industrial y apoyo logístico del Aeropuerto el Dorado.

Su misión, poner a disposición de los empresarios las mas apropiadas soluciones a sus necesidades a través de una excelente atención y servicios.

Tema 4 : Fondo de Pensiones y Cesantías Colpatria.

El fin de esta organización es la administración de los fondos de cesantías y pensiones, ofreciendo los mejores beneficios de rentabilidad y servicios a sus afiliados.

Su visión, cumplir la obligación de satisfacer las expectativas de los clientes con el apoyo de un excelente equipo humano.

III. DISEÑO METODOLÓGICO.

El objetivo fundamental del estudio es conocer y analizar algunos temas básicos de la reforma, que intervienen directamente con el desarrollo laboral de cada persona y ayudan a determinar la demanda de estudio. Con este estudio se pretende, conocer el nivel de información que tienen los empleados acerca de la ley 50 y las razones por las cuales los empleados se acogieron a la nueva reforma.

Tema 1 : Variables Determinantes del Estudio

Para determinar la demanda del estudio, se debe tener en cuenta el personal hacia el cual va dirigido, considerando al sector empresarial el más importante.

Como primera medida se estimara el número total de personas a encuestar que son las que se encuentran en posibilidad de acceder al manual. Siendo este el universo sobre el cual se define el nivel de estudio.

Tema 2 : Determinación de la Muestra

Para determinar el número de empleados a encuestar se utilizo el muestreo aleatorio simple, para proporciones y porcentajes. Este método se aplica cuando se trabaja con características cualitativas denominado también atributos.

Tema 3 : Encuesta.

Para la elaboración de la encuesta se tuvo en cuenta aspectos básicos como :

- Las preguntas se elaboraron de la manera más concreta posible, teniendo en cuenta que una encuesta muy larga es dispendiosa para su elaboración por parte de la persona encuestada.
- Siguiendo las pautas para la elaboración de encuestas, las preguntas se desarrollaron de tal forma que se pueda realizar un control sobre la seriedad con que fueron respondidas.

Tema 4 : Análisis Estadístico.

Con el estudio se pretende conocer el nivel de información que tienen los empleados acerca de la Ley 50 de 1990, y las razones por las cuales los empleados se acogieron a la nueva reforma.

El análisis estadístico, se basa en información suministrada por los trabajadores a través de la encuesta.

Para la elaboración del manual es necesario relacionar los conocimientos que tienen los trabajadores con respecto a la ley.

Al utilizar la encuesta como medio de recopilación de información se pretende corroborar la idea inicial de crear un manual didáctico que sirva como información a las personas interesadas en el tema.

IV. MANUAL DE APLICACIÓN DE LA LEY 50 PARA LOS TRABAJADORES DE LAS EMPRESAS COLOMBIANAS.

Manual de aplicación de la ley 50 para los empleados de las empresas colombianas, donde se presentan algunas notas al respecto que permitan orientar sobre el particular. Este manual se elaboró con el propósito de entregar una información sobre algunas preguntas que le surgen a los empleadores y trabajadores sobre los cuales deben tener claridad al momento de tener inquietudes sobre esta reforma.

METODOLOGIA : Experiencia en el lugar de trabajo, revisión bibliográfica y consultoría con expertos en el tema.

CONCLUSIONES: De las cinco conclusiones se extraen:

- El manual de aplicación de la ley 50 para los empleados de las empresas colombianas, además de llenar un vacío en el área laboral, proporciona una nueva opción de información didáctica.
- Se conoció que existen diversas razones por las cuales los empleados se acogieron a la nueva ley, entre ellas se encuentran: por negociación, por vinculación a la empresa después de 1991, o por beneficio propio.

RECOMENDACIONES : De las tres recomendaciones se extraen :

- El manual de aplicación de la Ley 50 para los empleados de las empresas colombianas , deberá ser revisado y actualizado por un especialista.
- la presentación del manual en la empresa, tendrá mayor beneficio si se realiza por medio de una capacitación.
- será conveniente proporcionar el manual a todos los trabajadores del área operativa ya que son los que poseen menos conocimientos sobre el tema.

- BIBLIOGRAFIA:** Diez bibliografías de temas relacionados con: Derecho del Trabajo, Reforma Laboral, Derecho laboral Colombiano, Técnicas de Gerencia en Acción.
- ANEXOS:** cuatro anexos que contienen:
- ANEXO A:** Planilla de empleados relación consignación de cesantías del Fondo de Cesantías Colpatria.
- ANEXO B:** Traslado al Fondo de Cesantías.
- ANEXO C:** Solicitud retiro de cesantías Colpatria.
- ANEXO D:** Extracto cuenta individual.

RAAS ELABORADO POR: Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 130

- TITULO:** MONTAJE DE UNA CULTURA DE SERVICIO EN EL ROOM SERVICE DE UN HOTEL DE LUJO PARA ALTOS EJECUTIVOS EN COLOMBIA.
- AUTOR:** JARAMILLO ABONDANO, Sylvia.
- PUBLICACION:** Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio Santafé de Bogotá, 1997, pp.136 figuras 6, tablas 20
- PALABRAS CLAVES:** ROOM SERVICE, ORGANIZACION, ESTRUCTURA, CLIENTE, MANUALES, DEPARTAMENTO, SERVICIOS.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende APORTAR AL Hotel la Fontana herramientas valiosas para la adaptación y posterior aplicación de la filosofía del servicio en sus diferentes áreas, mediante el análisis de uno de sus productos Room Service, define sus diferentes elementos para obtener un servicio de calidad y establecer sus prioridades.

FUENTES:

De los pie de página se destacan los siguientes:

ALBRECHT, Karl. Todo el poder al cliente. El nuevo imperativo de la calidad del servicio. Barcelona. Paidós. 1994	2
BERRY, Leonard. Un buen servicio ya no basta. Cuatro principios del servicio excepcional al cliente. Bogotá. Norma. 1996	3
JARAMILLO ABONDANO, Sylvia. 1997	8

CONTENIDO:

CAPITULO 1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA GERENCIA DEL SERVICIO.

Tema 1. Teoría del servicio

El servicio es un asunto de todos o de nadie. Si uno se siente bien con lo que hace transmite efectos positivos. Toda persona es importante y debe sentir que lo que hace también lo es.

Características básicas del servicio

- Intangibilidad.
- Inseparabilidad o indivisibilidad. Al no ser un objeto físico resulta prácticamente imposible dividirlo o separarlo por partes. Adicionalmente, cuando el servicio es prestado por una persona, hace que igualmente reafirmemos esta característica
- Variabilidad o heterogeneidad. Es relativo a varios factores
- Caducidad o carácter perecedero. Es un momento; se convierte en pasado rápidamente, y en el tiempo no podemos regresar

Dimensiones del servicio

- Ayuda. Es el concepto tradicional del servicio, donde buscamos una solución a una necesidad específica, la cual está fundamentada en las necesidades básicas y en ocasiones en las secundarias.
- Funcional: el cliente requiere que las cosas que está adquiriendo sirva en forma eficaz para el fin específico para el cual les está comprando.
- Quejas y reclamos: después de presentada una queja si se resuelve hay un 95% de posibilidades de que el cliente regrese
- Valor agregado. Puede considerarse como ese componente adicional al producto a servicio por el cual el cliente ya ha pagado, dando como resultado una ventaja competitiva.

Tema 2. Mercadeo de servicio

Para hablar del mercadeo de servicios hace falta hacer un pequeño recorrido por la historia, la cual mostrará poco a poco, la importancia de esta realidad; que fue lo que realmente generó la tendencia a concentrar hoy en día todos los esfuerzos en algo aún más profundo que la calidad de un buen servicio.

Serie de problemas característicos del mercado tales como:

- Una responsabilidad hacia terceros
- Incertidumbre del cliente
- Falta de una experiencia del cliente
- Capacidad limitada de diferenciación
- Mantenimiento de un adecuado control de calidad
- Asignación del profesional a labores de mercado
- Presión para reaccionar en lugar de actuar profesionalmente.
- No hay un conocimiento claro de los efectos de la publicidad
- Una base limitada sobre el conocimiento del mercado.

Finalmente es importante tener en cuenta que los mercados no lo segmenta uno, ellos se segmentan, la realidad es la que es y no la que quieren estructural nuestros esquemas mentales o a priori, es decir, los reglamentos no se hacen, se descubren; un mercado no es un continuo, es simplemente un agregado de segmentos. La razón de este comportamiento es difícil de descubrir. Lo conveniente es:

- Saber como se comportan
- Identificar el grupo
- Descubrir lo que hacen

Tema 3. Ciclo de servicio.

El ciclo de servicio es la secuencia de acontecimientos que las personas experimentan al satisfacer una necesidad.

Empieza con el primer punto de contacto entre el cliente y la empresa y tiene un final totalmente temporal, pues es el cliente quien decide cuando esta completo para reiniciarlo.

Los momentos de verdad deben determinar:

- Si nuestro cliente se convierte verdaderamente en nuestro cliente
- Si continúa siendo nuestro cliente
- Si los comentarios positivos sobre nuestro servicio aportan realmente clientes

Para discutir mejor esos momentos críticos se sugiere hacer lo siguiente

- Hacer un diagrama por cada ciclo particular de servicio
- Dividir cada ciclo en comportamientos o los episodios más pequeños posibles.
- Empezar identificando cada momento atravesando el ciclo completamente.
- Asociar los momentos particulares con etapas específicas de la experiencia del cliente.

La percepción del cliente:

El cliente lleva en su cabeza un registro con la información y las percepciones que constituyen la base de un sistema de calificaciones o evaluaciones, a lo cual esta sujeta la organización de servicios, frecuentemente esta percepción se convierte en un concepto sobre la forma como experimenta el servicio.

Tema 4. Tema Triángulo del servicio.

El triángulo de servicio representa un proceso que permite una concepción clara de la estructura de motivación del cliente e igualmente el desarrollo de un modelo integral y factible para la prestación del servicio.

- Estrategias
- Cliente
- Sistemas
- Gente

Para poner en práctica la teoría del servicio como una empresa con un enfoque externo y dirigida al cliente, tiene todo el sentido empezar con el cómo base de nuestro negocio.

Se sane que la empresa existe para satisfacer al cliente, partiendo del convencimiento que esto se entiende, es para dar pasos seguros hacia delante y ratificar que la organización existe para atender las necesidades de la gente.

El cliente se coloca en el centro de la organización. Para que guíe la atención hacia ese sentido general de armonía que debe existir entre la estrategia, la gente y los sistemas y así ofrecer un servicio valioso.

Tema 5. La cultura de servicio

Hablar de cultura de servicio resulta bastante fácil, pues es recordarle a toda la gente de la organización que vivimos y existimos solo para satisfacer al cliente. Sin embargo, lograr que esto se interiorice y se haga parte del actuar de cada empleado es una tarea a largo plazo.

Administrar la cultura de servicio: los ejecutivos y gerentes tienen a su disposición una gran variedad de estas herramientas humanas con la cual inculcar los valores corporativos, la cultura y la conducta. El cliente interno sabe, que a pesar de toda la palabrería, lo que la gerencia valora es lo que espera e inspecciona por igual.

Mantener la cultura de servicio: para mantener la cultura de servicio podemos compararlo con un avión volando el cual necesita un piloto durante todo el viaje. No podemos simplemente iniciar y después olvidar.

Para que el entusiasmo sea permanente el grupo de apoyo los líderes deben mantener la atención centrada en el cliente, para ello no pueden delegar sus responsabilidades.

CAPITULO 2. LA GERENCIA DEL SERVICIO Y LA HOTELERÍA EN COLOMBIA

Situación del mercado de servicios en Colombia: se encuentra fuertemente influenciado por:

- Una desmasificación del mercado como tal.
- Un cambio en la estructura de los hogares
- Una falta de lealtad a las marcas tradicionales
- Aparición de nuevas formas de comprar y de pagar
- El desarrollo del Marketing
- La corporación extendida
- Computadores amistosos
- Altas aspiraciones de servicios o hábitos de calidad
- Enfoques de la organización
 - Orientadas a la producción
 - Orientación al producto
 - Orientación a las ventas
 - Orientación al mercado

Principales comportamientos de las organizaciones

- Centrada al cliente
- Centrada al producto

CAPITULO 3. MONTAJE DE LA CULTURA DE SERVICIO.

Tema 1. Objetivo

Desarrollar el servicio de Room Service más efectivo y eficiente del país mediante un inventario de momentos de verdad, el diseño y aplicación de estándares de calidad que denoten una alta superioridad de nuestra atención al huésped.

Tema 2. El servicio

Esquema del servicio del Room Service.

Se comienza por analizar el perfil de nuestro cliente tanto interno como externo, posteriormente se describe el esquema interno, la comunicación interdepartamental en el momento de la solicitud, los factores críticos de los momentos de verdad, generadores en ocasiones de molestias, el entrenamiento y sus limitaciones operativas para finalmente descubrir una estrategia de servicio coherente con las expectativas del huésped.

El perfil de nuestro cliente externo

Nuestro cliente es el ejecutivo cuyo fin del viaje no es la estadía propiamente dicha sin viene a desarrollar otro tipo de actividades externas, lo cual hace que sus valores sean diferentes a los de cualquier turista normal. Valores y creencias identificados:

- Confianza y eficiencia
- Orden y eficacia
- Puntualidad
- La verdad
- Pulcritud
- Comodidad
- Respeto

Perfil de nuestro cliente interno

Para conocer el perfil de nuestro cliente interno que presta este servicio, se realizó una encuesta a quienes desempeñan diferentes cargos: cajeros, capitanes y meseros, con relación a los valores y creencias de ellos para determinar la brecha, si la hay y/o las necesidades de capacitación que harán más fácil un excelente servicio.

- Evaluación de la presentación personal
- Evaluación presentación del uniforme

Esquema del servicio y su comunicación con otras áreas

Se describe el proceso de servicio internamente, mediante un esquema donde se ven claramente todas las áreas que se involucran en el desarrollo de una solicitud.

Evaluación de estándares

Hablar de estándares de servicio resulta en ocasiones incoherente o contradictorio, sin embargo cuando hablamos de servicio en alimentos y bebidas, los procesos donde encuentran un equilibrio la educación, el protocolo y la cultura, nos permiten establecer estos límites de comportamiento. Existen entonces unos estándares establecidos para el desarrollo del Room Service, los cuales igualmente nos dan la pauta para un adecuado entrenamiento.

Herramientas para mejorar el proceso.

- Lista de molestias del cliente
- Análisis de las molestias a través del diagrama por qué - por qué
- Entrenamiento
- Análisis de tiempo
- Estándar de producción por mesero
- Análisis de necesidades del factor humano
- El costo del mal servicio

Tema 3. Análisis de la producción.

El ciclo de la demanda: teniendo en cuenta que el servicio se desarrolla durante 24 horas, se llevó a cabo durante 10m días consecutivos, en diferentes periodos, un muestreo real de movimientos.

Análisis del tiempo: teniendo en cuenta que uno de los factores de mayor sensibilidad con relación al valor del cliente es la demora, se hizo un análisis de tiempo real para determinar los puntos que inciden directamente o indirectamente en la prolongación del mismo.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- Se debe identificar constantemente los valores, creencias y normas de nuestros clientes externos, evitando siempre que estén en conflicto con los nuestros. Se debe hacer un seguimiento periódico y rígido con relación al cumplimiento de los diferentes estándares.
- Para obtener un servicio de calidad es importante tener en cuenta los siguientes puntos:

Apariencia	Anticipación
Actitud	Comunicación
Atención	Retroalimentación de los clientes
Tacto	organización y supervisión
Dirección	Habilidad en las ventas
Solución de problemas amablemente	El tiempo
El flujo	Adaptación

De las recomendaciones se destacan las siguientes:

- Mantener un estudio, con relativa periodicidad, que califique el servicio para ir haciendo en forma constante su respectivo mejoramiento.
- Mantener una filosofía de servicio que describa exactamente como se tratará a los huéspedes y los resultados esperados por el hotel.
- Hacer programas de recompensas dirigidos a los clientes tanto externos como internos. A los externos para que compren con mas frecuencias este servicio y los internos para que vendan más productos.

BIBLIOGRAFIA:

La Bibliografía esta compuesta por 29 autores, destacándose temas de calidad del servicio, programas de capacitación, recursos humanos, marketing, entre otros.

ANEXOS:

No se encuentran anexos.

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

TITULO : LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN DURANTE EL PROCESO DE CAMBIO ORGANIZACIONAL.

AUTOR (es) : BECERRA, Puentes, Carol Johana
PACHON, Olga Lucia

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de instituciones de servicio, Santa fé de Bogotá, 1997 páginas 65 .

PALABRAS CLAVES:

Organización, investigación, reingeniería del cambio, comunicación.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo establecer un conjunto de parámetros en relación con la importancia de la comunicación durante los procesos de cambio que, a manera de guía o modelo flexible, sea útil para implementar los diversos procesos de este orden en las organizaciones.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 27 pie de pagina, destacando autores como:

- GROUARD(Benoit), MESTON, (Francis); Reingeniería del cambio , Alfaomega, Grupo editor,S.A. # 6
- SCOTT (Cynthia D), JAFFE (Dennis T), Como dirigir el cambio en las organizaciones, ed .Iberoamericana # 3
- BELTRÁN M. Hector. Elementos Formales de la investigación .Editorial Universidad Santo Tomás # 2
- ROZO C. Pedro, Modelo Organizacional de comunicaciones .Universidad de la Sabana , Monografía # 2
- MORRIS, Daniel ; BRANDON ,Joel Reingeniería . Cómo aplicarla con éxito en los negocios # 1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta constituido por 3 partes así:

CAPITULO I: ELEMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN:

Tema 1: Descripción el problema:

El inicio de la globalización trajo consigo una cultura y visión propia y equívoca en relación con el manejo e importancia de los operarios.

Se presumía que no requerían de gran destreza y no deberían ser considerados en estima y remunerados con el salario correspondiente al de un artesano .

Solo en años recientes se ha venido replanteando este concepto mecanicista de considerar a obreros y a empleados de simples extensiones de máquinas y se les han venido reconociendo cada día con mayor énfasis su papel protagónico en las organizaciones.

Tema 2 : El problema:

El presente estudio busca dar respuesta a la siguiente pregunta

¿ contribuye el manejo adecuado de la información a vencer la resistencia al cambio de las personas en los procesos de reestructuración de las organizaciones?

Tema 3: Justificación:

La globalización de la economía y el surgimiento de nuevas tecnologías que permiten cada día con mayor libertad el mercadeo y el asentamiento en los países de más y eficientes empresas, ha conllevado entre otros aspectos a ofrecer importancia inusitada a los procesos de cambio en las organizaciones.

De lo contrario, el atraso en el aprovechamiento de las nuevas tecnologías, la desactualización en el conocimiento por parte de los directivos y empleados, la baja calidad de los productos y servicios que ofrecen, convierten entre otros factores a las organizaciones en entes discordes con el nuevo orden, incapaces de competir en los mercados y en camino a la desaparición, entendiéndose así que es fácil comprender la importancia que se debe ofrecer al concepto de cambio que en un momento determinado se asuma en las organizaciones.

CAPITULO II: MARCO DE REFERENCIA:

Marco teórico : se tiene en cuenta las organizaciones, la comunicación, el recurso humano, social, organizacional, el marco conceptual, la comunicación y el cambio: social, tecnológico, organizacional, las organizaciones son entidades sociales, relativamente permanentes caracterizadas por el comportamiento, la especialización, y la estructura orientados éstos hacia un mismo objetivo.

tema1: El recurso humano :

el recurso humano como elemento inherente al hombre se basa en la comunicación, que se convierte en medio trascendental para su realización personal, en la medida en que permite expresar su pensamiento, sus deseos, conocimientos y su proyección, en cuanto al recurso social, uno de los mayores éxitos del hombre reside en la socialización de las comunicaciones y en la proyección del conocimiento como bien común.

Estos hechos, estrechamente relacionados, permiten a los seres humanos indistintamente el lugar donde se encuentren acceder a los mismos conocimientos, bajo la única limitación de los recursos. el recurso organizacional se basa en la comunicación que desde la perspectiva de la reingeniería reside en que es el único elemento- proceso que esta presente durante toda la etapa de cambio y continua al interior de las organizaciones.

Tema 2: Comunicación:

La comunicación organizacional ha venido recobrando nueva fuerza ya que este elemento facilita y hace posible la movilización, la participación, la eliminación de resistencias, es decir, es el evento que permite el funcionamiento del resto e las claves, pero manteniéndola como una clave propiamente dicha.

El proceso de cambio debe orientarse hacia métodos, principios, valores, así como en idear mejoras en el campo de la producción, que requiere globalización e internacionalización de la economía para generar eficientes empresas producto de la liberación de los mercados, el cambio se ha convertido en prioridad de las empresas y organizaciones donde cada vez es más imperioso el cambio continuo en todos los frentes.

Tema 3: Recurso organizacional:

Para las organizaciones, como para las personas y el conjunto de la sociedad, la comunicación, constituye también el medio y elemento decisivo de la relación y relación interna y externa. Por esta, entre otras razones, se han erigido diversas corrientes de pensamiento que plantean ideas en torno a las funciones que cumple la comunicación al interior de las organizaciones.

En este orden de ideas es preciso destacar cuatro corrientes de pensamiento sobre comunicaciones: el científico: de relaciones humanas, enfoque sistémico y reingeniería.

Científico: Se consolidó como un movimiento en donde los conceptos de ingeniería mecánica se podrían aplicar a la resolución de los problemas de trabajo.

Concibe la comunicación este enfoque Científico por otra parte, como algo formal, jerárquico y planeado. Aunque reconocen que esta estructura formal puede impedir en gran parte los flujos útiles de comunicación.

Relaciones humanas: Propuestas por el psicólogo Chester I. Barnard y el investigador Elton Mayo, como resultados de los estudios que sobre comportamiento organizacional realizaron con el objeto de encontrar nuevas formas de incrementar la productividad de las empresas.

Enfoque sistémico: Parte de la premisa que una organización de sistema abierto, es decir un conjunto de partes independientes están unidas por la comunicación como elemento sustancial para la integración del todo.

Introduce además, conceptos de importancia que luego adquieren formalización y se hacen corrientes dentro de la terminología explicativa de los fenómenos organizacionales.

La reingeniería: Dedicó aportes grandes sobre comunicación y su teoría general de los negocios, concluye igualmente en resaltar en alto grado este concepto.

La importancia de la comunicación desde la perspectiva de esta teoría reside en que es el único elemento-proceso que esta presente durante toda la etapa de cambio y continua al interior de la organizaciones.

Tema 4: El contenido:

El contenido de la comunicación constituye uno de los factores de mayor trascendencia durante los procesos de cambio. Ha de tenerse en cuenta en consecuencia además de otros aspectos conexos, no solo el contenido, sino de manera especial la forma de exposición de los mensajes.

Tema 5: Comunicación organizacional:

La comunicación es el establecimiento de relaciones persona a persona, mientras que la información establece relaciones entre una persona y un hecho.

La comunicación implica un diálogo, el emisor es a la vez el receptor y viceversa. Por el contrario, la información es unidireccional y los papeles del emisor y el receptor se encuentran separados.

Tema 6: El cambio:

Se entiende por cambio “ la forma más general del ser de todos los entes, fenómenos y objetos” . El cambio encierra de manera inherente movimiento e interacción. Es el paso de un estado a otro. Siendo una consecuencia un fenómeno opuesto al estado de reposo.

- Cambio social : En ocasiones estos cambios parecen apenas perceptibles y difíciles de controlar ,pero en otras son el extremo evidente. El cambio se constituye , por tanto, para la sociedad en uno de los fenómenos de importancia , que junto a otros permiten subdividir la historia en períodos , etapas, y edades durante las cuales se evidencia la gradual evolución del género humano.
- Cambio tecnológico: las innovaciones tecnológicas actuales , no precisan períodos largos de maduración. Fue así como en solo aproximados 200 años, se ha logrado alcanzar dos revoluciones industriales, y asistimos a la tercera :denominada la revolución electrónica y de comunicaciones.

CAPITULO III: METODOLOGÍA:

El presente estudio se enmarca al interior de los estudios de carácter básico-descriptivo, apoyado en la observación naturalista del espacio físico en donde se desarrollan los eventos .

Se apoya igualmente y de manera especial en importantes fuentes bibliográficas . se ha ofrecido particular atención al respecto , a las recientes publicaciones que por la calidad de las mismas han concentrado mayor atención dentro del publico especializado del área en que se desarrolla el presente estudio.

Tema 2: Propuesta sobre el manejo de la comunicación durante los procesos de cambio en las organizaciones:

Sobre manejo de la comunicación durante los procesos de cambio en las organizaciones y el modelo organizacional de las comunicaciones, para elaborar el presente estudio se ha procedido con base en los siguientes parámetros :

- Búsqueda de la información
- Análisis de fuente de la información
- Análisis del contenido.

La propuesta sobre el manejo de la comunicación debe considerar la comunicación como elemento indispensable, la comunicación como un proceso interactivo, la comunicación ética, la comunicación clara, para efecto de transmitir informaciones de carácter positivo o negativo, la comunicación precisa de medios, conviene contar con la presencia de una persona que reúna condiciones especiales de credibilidad, frente a directivos, empleados, clientes o usuarios, la información conlleva al contenido.

METODOLOGÍA

Estudio de carácter básicamente descriptivo, apoyado en la observación naturalista del espacio físico donde se desarrollan los eventos.

CONCLUSIONES:

De las 7 conclusiones se extraen las siguientes :

- el cambio constituye uno de los factores determinantes para el mantenimiento en el mercado por parte de las organizaciones.
- El cambio ha de entenderse como una estrategia viable y obligada en las organizaciones, por lo cual es preciso prepararse, conocer de cerca las experiencias de entidades ajenas y decidir el modelo, de acuerdo con nuestra realidad nacional.
- Los organismos desatienden con facilidad el elemento comunicacional, de manera especial en nuestro medio, los administradores del cambio no consideran que este elemento tanta o más importancia que otros constitutivos del mismo proceso. Por tal razón durante los procesos de cambio de algunas de las nuestras.

BIBLIOGRAFÍA:

Las autoras hacen referencia a 12 citas bibliográficas destacando: en la que destacan temas de reingeniería al cambio, transiciones organizacionales, teorías de organización y administración, modelos organizacionales de la comunicación

ANEXOS :

El trabajo de grado no presenta anexos.

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN.

- TITULO :** Estrategia de servicio en Fincomercio para el cliente interno.
- AUTOR :** Ortega, Roldan Carolina
- PUBLICACION :** Trabajo de grado, Administración de Instituciones de Servicio, 1997, 83 páginas, 16 bibliografías, 6 pie de páginas, 5 anexos.
- PALABRAS CLAVES :** Recurso humano, clima organizacional, desempeño, encuestas.
- DESCRIPCION :** El trabajo de grado tiene como finalidad conocer y determinar el grado de motivación, liderazgo, capacitación, expectativas de desarrollo, comunicación y remuneración como elementos y componentes del servicio al cliente interno en Fincomercio ; y plantear estrategias para la solución de fallas y deficiencias en cada uno de estos.
- FUENTES :** El trabajo de grado hace referencia a seis (6) pie de páginas de los cuales se destacan :
- ADAIR, John. Líderes no jefes. 1
 - ALBRECHT, Karl. Servicio al Cliente Interno. 1
 - SERNA, Gomez, Humberto. Planeación y Gestión Estratégica. 1
- CONTENIDO :** El sector financiero colombiano para mejorar requiere una mayor innovación en la oferta de productos, una mayor inversión en programas de mecanización y sistematización y unos procesos de venta y distribución más efectivos, para que el cliente se encuentre satisfecho con lo que le ofrecen. Esto depende no solo de la entidad como tal sino del compromiso que tengan los empleados para así brindar y cumplir con las expectativas de servicio y tecnología esperados por los clientes. el trabajo de grado resume la importancia que tiene el desarrollo de estrategias de servicio en Fincomercio como son :

I. PROBLEMA DE LA INVESTIGACION.

Tema 1. Planteamiento del problema.

Siendo el servicio al cliente un tema de gran importancia, es necesario hoy en día para las organizaciones buscar satisfacer al usuario mejorando productividad y buscando un valor

agregado para tener y mantener este cliente de manera que este se sienta satisfecho con el trato obtenido por parte de la entidad.

Fincomercio como organización orientada a prestar servicios financieros, debe recurrir a un recurso humano que se encuentre plenamente identificado con la organización, que encuentre en ella una identidad y que esté motivado a realizar su trabajo con vocación de servicio y con todas las herramientas y tecnología que la organización pueda poner a su disposición y que le permitan ser competitivo profesionalmente.

II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.

Tema 1. Objetivo General.

Conocer y determinar el grado de motivación, liderazgo, capacitación, expectativas de desarrollo, comunicación y remuneración como elementos componentes del servicio al cliente interno en Fincomercio y plantear estrategias para la solución de fallas y deficiencias de cada uno de estos.

Tema 2. Objetivos Específicos.

- Elaborar y aplicar un cuestionario que permita evaluar la calidad del servicio al cliente interno en Fincomercio.
- Determinar cual de los elementos componentes del servicio al cliente interno mencionados son debilidades internas para la organización, y cuales son fortalezas.
- Determinar cuales de los elementos componentes del servicio al cliente interno mencionados son oportunidades y cuales son amenazas.

III. JUSTIFICACION.

Existe en Fincomercio la preocupación por llevar a cabo un plan de mejoramiento continuo en cuanto a entrenamiento y capacitación a los empleados para que estos desarrollen un correcto y oportuno manejo de los clientes, sabiendo la importancia de vender una excelente imagen a través de los momentos de verdad en donde no habrá una segunda oportunidad para una buena primera imagen.

IV. ESTRATEGIA METODOLOGICA.

Para el desarrollo de estrategias de servicio en Fincomercio el tipo de investigación será aplicada y el nivel de investigación descriptivo dado que lo que se busca con el tema es formular estrategias y plantear propuestas para mejorar el servicio al cliente interno.

La unidad de análisis en Fincomercio entidad financiera clasificada como un Organismo cooperativo de grado superior de carácter financiero.

IV. MANEJO DEL RECURSO HUMANO.

Los elementos claves en el comportamiento organizacional son: las personas, la estructura, la tecnología y el ambiente exterior en el que funciona. Las personas constituyen el sistema social interno de la organización, son los seres vivos, pensantes y con sentimientos que crearon la organización y esta existe para alcanzar los objetivos. Las organizaciones existen para servir a las personas y no están para servir a las organizaciones. La estructura define las relaciones oficiales de las personas en el interior de las organizaciones; se relaciona principalmente con el poder y los deberes. La tecnología proporciona los recursos con los que trabajan las personas e influye en la tarea que desempeñan. El gran beneficio de la tecnología es que permite que las personas realicen mayor cantidad de trabajo y más calificado; pero también restringe al personal en diferentes formas. Tiene al mismo tiempo costos y beneficios.

Tema 1. Motivación para el cliente interno.

Es el elemento esencial para el funcionamiento de las organizaciones, se debe reconocer el comportamiento del cliente interno cuando actúa de cierta manera. El factor principal de la motivación es que las personas motivadas saben que están haciendo bien las cosas. Otro de los factores de motivación interna es la búsqueda de la estimación por los demás. Cada cliente interno espera que al actuar de cierta manera, los demás reconozcan ese comportamiento, en relación con el grado de esfuerzo que se realizó.

Tema 2. Remuneración e incentivos.

No todos los incentivos deben ser económicos. La naturaleza de las tareas, las asignaciones y los grupos de trabajo que se destinan a una persona y el tiempo que los altos directivos dedican a los miembros de su personal pueden ser más valiosos que cualquier aumento ofrecido por otra compañía. Analizando el nivel de desempeño de una persona se puede lograr una objetiva evaluación y recompensa del trabajo realizado. Las variables que se deben tener en cuenta para un correcto análisis:

- Nivel de Desempeño, los empleados deben saber que se espera de ellos en su trabajo, deben saber como realizar su trabajo, deben sentirse apoyados y tener un ambiente de trabajo libre de inferencias improductivas, deben recibir recompensas apropiadas; todo esto para que puedan desempeñarse de la mejor manera en su sitio de trabajo.
- Causas más comunes de interferencias en el trabajo, instrucciones incorrectas o incompletas, tareas simultáneas, distracciones, cambio de prioridades, servicio, equipo y personal inadecuados.

V. DESCRIPCION DEL MODELO TEORICO.

Tema 1. Triángulo del Servicio.

Este triángulo cuenta con empleados comprometidos con el servicio que toma sus pautas de 3 elementos existentes : la cultura de la organización, la dirección a la que están sujetos y la estructura d ella organización.

Tema 2. Planeación Estratégica

Proceso mediante el cual una organización define su visión y las estrategias para alcanzarla a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

VI. ESTRATEGIAS BASICAS DE FINCOMERCIO.

- Diagnostico formulado por parte de Fincomercio : a manera de referencia se cita el diagnostico realizado por Fincomercio del perfil DOFA orientado al cliente externo y dado que de cierta forma este es el mismo cliente interno.
- DOFA según los resultados de las encuestas.

METODOLOGIA : Para el desarrollo de las diferentes estrategias en Fincomercio el tipo de investigación aplicada fue la investigación descriptiva, dado que lo que se buscaba con el tema de este trabajo e grado era formular estrategias y plantear propuestas para mejorar el servicio al cliente interno.

CONCLUSIONES : De las conclusiones se extraen :

- Cuide a su personal, y ellos cuidaran de sus clientes.
- No existen fórmulas simples y prácticas para trabajar con las personas, ni existe una solución ideal para los problemas de las organizaciones. Todo lo que se puede hacer es incrementar la compensación y las capacidades existentes para elevar el nivel de calidad de las relaciones humanas en el trabajo. Las metas son difíciles de alcanzar, pero poseen un gran valor.

BIBLIOGRAFIA : Dieciséis textos bibliográficos de temas relacionados con : gerencia del servicio, liderazgo, sueldos, satisfacción de clientes e investigación de mercados.

ANEXOS : Cinco anexos que contienen :

ANEXO 1 : Historia financiera
 ANEXO 2 : Fincomercio
 ANEXO 3 : Organigrama
 ANEXO 4 : Formulario definitivo utilizado en la encuesta
 ANEXO 5 : Gráficas.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 133
----------	--------------------------	----------

TITULO : Estudio de mercadeo para la conservación de la carne de pollo por medio de un servicio de congelación.

AUTORES : Osorio, Rodríguez Catalina
 Parra, Rodríguez Jorge

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Administración de Instituciones de Servicio, 1998, 105 páginas, 10 bibliografías, 3 pie de páginas, 9 conclusiones, 4 tablas y 18 figuras.

PALABRAS CLAVES : Sistema Frigorífico, productos congelados, condiciones sanitarias, Alimentos, producción de pollo, almacenamiento.

DESCRIPCIÓN: Este trabajo tiene como finalidad hacer un estudio de mercadeo de los Servicios prestados por COLFRIGOS y hacer notar la factibilidad de entrar a competir en este campo.

FUENTES : la bibliografía y pie de páginas que más resaltaron fueron:

- Ministerio de Salud, Decreto No 2333 del 2 de agosto de 1982. 1
- Tabla de composición de Alimentos colombianos 4 edición. 1
- RAZA S.A. Productora de alimentos para aves. Sección de mercadeo. 1

CONTENIDO : El descontento de los productores y comercializadores de bienes perecederos con la estacionalidad de precios y de mercados ; las pérdidas aceleradas de peso de su producto, las dificultades para mantener niveles de alta calidad y en general la necesidad global de la humanidad por ahorrar material orgánico para su subsistencia y bienestar, condujeron a acelerar el cierre de una cadena tecnológica que enlaza la mesa del consumidor con las propias fuentes agrícolas. El objetivo de este fue el conservar las características y los atributos de calidad de los productos por un periodo de tiempo que permitiera garantizar adicionalmente un buen comportamiento económico de los mismos.

I. MARCO TEORICO.

Tema 1. El sistema Frigorífico.

El sistema de frigorífico de compresión de vapor fue inventado en 1834 por Jacob Perkins, que propuso un sistema frigorífico donde el refrigerante era el éter etílico. El inconveniente de este sistema era el riesgo de explosión debido a las entradas de aire en el lado de baja presión del sistema frigorífico donde el éter etílico estaba a una presión inferior a la atmosférica. Este problema fue resuelto posteriormente por Charles Tellier (1863) en Francia, que utilizó éter metílico cuya presión de vapores es más elevada que la del éter etílico.

Tema 2. Propagación y medida del calor.

El calor es una forma de energía que puede ser transferida pero no destruida. Esta energía fluye espontáneamente de un cuerpo más caliente a un cuerpo más frío.

Hay que pensar en términos de más calor o menos calor, y nunca en más calor o más frío. Es decir en invierno no entra frío por las paredes si no que cedemos calor al exterior, pensando de esta manera tendremos más claros muchos conceptos.

Tema 3. Sistemas de refrigeración por compresión.

La producción de frío por compresión mecánica se basa en tres principios :

- Todos los líquidos al evaporarse absorben calor de cuanto les rodea.
- La temperatura a la que hierve o se evapora un líquido depende de la presión que se ejerce sobre dicho líquido.
- Todo vapor puede volverse a condensarse, convirtiéndose en líquido, si se comprime y se enfría debidamente.

Los dispositivos del sistema de refrigeración por compresión mecánica son :

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| • Válvula de expansión | • Manómetros |
| • Válvula solenoide | • Calentador del Cáster |
| • Filtro | • Válvula de purga |
| • Válvula de parada | |

II. MARCO CONCEPTUAL.

Alimento : Todo producto natural o artificial, elaborado o no, que ingerido aporta al organismo humano los materiales o energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos.

Cadena de frío : conformada por los servicios de pre - enfriamiento, transporte refrigerado, manejo, adecuación, procesamiento, almacenamiento, distribución y venta de los productos perecederos al consumidor final.

Depósito de alimentos : todo lugar destinado exclusivamente para el almacenamiento de alimentos o materias primas para consumo humano.

III. MARCO LEGAL.

Todas las fábricas, depósitos o expendios de alimentos, deberán tener licencia sanitaria de funcionamiento expedida por ministerio de salud o la autoridad delegada, en consecuencia solo podrá funcionar las fábricas, depósitos o expendios que tengan licencia sanitaria de funcionamiento vigente.

Tema 1. Condiciones Sanitarias.

- Estarán ubicadas en lugares aislados de cualquier foco de insalubridad debidamente protegidos del ambiente exterior mediante separación física, sus alrededores se mantendrán limpios libres de acumulación de basuras, de estancamiento de aguas y su funcionamiento no deberá ocasionar molestias a la comunidad.
- Las edificaciones dispondrán de sistemas sanitarios adecuados, los cuales deberán ser aprobados oficialmente para la disposición de aguas servidas y excretas.
- Los cielosrasos serán de material de fácil aseo, estarán pintados de colores claros y se mantendrán limpios y en buen estado de conservación.

Tema 2. Equipos para el proceso de alimentos.

- Permanecer en buen estado de funcionamiento.
- Tener superficies atóxicas inalterables y lisas.
- Mantenerse permanentemente protegidos contra cualquier tipo de contaminación. Para tal efecto se habilitarán los muebles que sean necesarios en cada sesión para guardar las partes del equipo que requieran protección.
- La limpieza, lavado y desinfección de equipos y utensilios que tengan contacto con alimentos se hará en forma tal y con elementos o productos que no generen ni dejen sustancias peligrosas durante su uso.

IV. GENERALIDADES SOBRE LA CARNE DE POLLO.

Tema 1. Composición orgánica y calidad nutricional del pollo.

La carne de ave es también un estimulante del apetito y de la digestión por su alto contenido de sustancias básicas tales como : la creatina, la creatinina y la anserina.

Entre los diversos elementos nitrogenados, biológicamente los mas importantes de esta carne son las proteínas con un valor biológico de un 90%.

Tema 2. Calidad de la carne de ave.

La calidad puede apreciarse tanto en el animal vivo como en la canal. La llamada calidad del animal vivo toma en consideración el estado sanitario, el plumaje, las anomalías morfológicas (deformidades) y la consistencia del esternón, así como la capa adiposa de la piel y por tanto, su transparencia.

Estos caracteres de apreciación se conocen con el término de "aspecto". En esencia la calidad comprende tanto los caracteres "externos" perceptibles como los "internos", determinantes del valor nutritivo. Por tanto, la apreciación de la calidad es un proceso complejo que depende de diversos parámetros. cuentan entre ellos los siguientes :

- Estado de frescura, color y edad.
- Aspecto, olor y sabor.
- Consistencia y jugosidad
- Tamaño y peso
- Rendimiento comercial de la canal.

V. PRODUCCION GLOBAL AVICOLA.

La apertura económica le permitió al sector avícola de la presente década un crecimiento acorde con las necesidades nacionales de proteínas de origen animal con destino al consumo humano las cuales han presentado un faltante significativo a través de los años. No obstante, a pesar de la eficiencia de los empresarios no existe una verdadera competitividad a nivel internacional por las distorsiones de los mercados, en particular de los países desarrollados, que favorecen con subvenciones el comercio hacia los países de menor desarrollo creativo, situación a la cual no ha escapado nuestro país y este sector. La carne de pollo ha logrado superar el problema de precios del productor, a pesar de la limitantes de política microeconómica relacionada con revaluación, créditos y tasa de intereses, así como el aumento de los precios internacionales de los productos agrícolas y la baja de la producción nacional de cereales y oleaginosas y aspectos como dumping y contrabando amenaza permanente para el sub - sector.

Tema 1. Programas de mercadeo del pollo.

- Campañas de publicidad masiva del pollo, el objetivo es lograr el contacto de las clases media y media baja, mencionados las bondades y beneficios del producto, así como las diversas formas de preparación, se hace énfasis en los colegios, supermercados, mediante la entrega didáctica de recetarios.
- Fondo de defensa del contrabando de pollo, el objetivo es reforzar las acciones oficiales de la DIAN, el ICA y otras entidades estatales, en zonas de ingreso ilegal del producto. El área de influencia de las ciudades de Cartagena, Maicao, Bucaramanga, Cucuta y Barranquilla.

VI. ASPECTOS GENERALES EN LA PRODUCCION DE POLLO DE ENGORDE Y CARNE EN CANAL.

Tema 1. Situación actual del mercado de la carne de pollo.

Canales de Distribución existentes : La carne de pollo llega al usuario final por medio de los diversos tipos de canales de comercialización como :

- Venta directa (productor - consumidor)
- Productor - intermediario - consumidor.

Mercados que intervienen en la venta del pollo :

- Mercado al por mayor
- Pequeñas, medianas productoras
- Distribuidoras especializadas
- Cadenas de supermercados, almacenes y cajas de compensación familiar
- Mercados al detal o al por mayor
- Mercados móviles o plazas de mercado

tema 2. Estrategias de Promoción.

La promoción comercial dentro de la industria del pollo ha sido considerada como un estímulo poco necesario debido a la idea que se tiene que la carne de pollo como producto de consumo masivo se acredita por si sola. Parecen dirigirse a una promoción de ventas orientada a incentivar la venta de dichas empresas recorriendo a tácticas de créditos como : plazos de pago y de grandes descuentos con respecto al volumen de pedidos.

Sin embargo, han utilizado efectivamente el sistema de promoción como es la venta personal.

CONCLUSIONES : De las nueve conclusiones se extraen:

- Se nota la falta de una permanente evaluación y control de los canales de distribución utilizados por los productores, a fin de colocar oportuna eficientemente la carne de pollo en el mercado hacia el consumidor final.
- No existen mecanismos concretos de vigilancia para la correcta manipulación del producto y manejo de su imagen de marca, una vez sale la carne en el canal de la empresa productora.

BIBLIOGRAFÍAS : 10 bibliografías de temas relacionados con: el sector avícola, manual
De frigoristas, empaquetado de carne.

ANEXOS : Cuatro anexos que contienen:

ANEXO 1 : encuestas

ANEXO 2 : solicitud de Almacenamiento

ANEXO 3 : especificaciones de almacenamiento de producto

ANEXO 4 : tarifas de almacenamiento y de otros servicios.

RAAS elaborado por: Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 134

TITULO: MODELO DE MANUAL PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS TRADICIÓN E INNOVACIÓN .

AUTOR (es) : CHAPARRO, Rojas Luz Adriana
LLONTOP, Presa Aída.
LOPEZ , Ospina Paola.

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de instituciones de servicio, Santa fé de Bogotá, 1998, páginas 145 ,tablas 14, anexos 5 gráficas 14 .

PALABRAS CLAVES:

Innovación, excelencia en el servicio, revolución del servicio, organización de congresos y convenciones , competitividad.

DESCRIPCION:

El trabajo de grado radica en el aporte que se le brinda a las organizaciones para que automotivados consoliden la calidad, la excelencia del servicio y así crear las condiciones para la permanencia, el crecimiento y la rentabilidad de la empresa.

FUENTES:

Las autoras hacen referencia a 47 pie de página en los que se destacan autores como

- ALBRETCH KARL, La excelencia del servicio, # 12
- ALBRETCH KARL, la gerencia del servicio, # 11
- CHIAVENATO, IDALBERTO Introducción a la teoría general de la administración # 10
- ADAIR, JOHN, el reto gerencial de la innovación, editorial legis, Bogotá, 1992. # 6
- ALBRETCH KARL, la revolución del servicio, editorial legis, Bogotá. # 2
- BUENDÍA JUAN MANUEL, Organización de reuniones, convenciones, congresos y seminarios, editorial trillas, México, 1996. # 1

CONTENIDO

El trabajo consta de 6 capítulos, distribuidos así:

CAPITULO I. RESEÑA HISTÓRICA:

la evolución punto de gran importancia en donde se pasa por una serie progresiva de transformaciones de las ideas, así como un cambio en la conducta, la actitud o el pensamiento, se puede decir que las posibles combinaciones que se obtienen al hacer interactuar aspectos como la ubicación geográfica de la estructura y el poder adquisitivo del huésped, dan como resultado una gama de estructuras variadas y diferentes que tienden a modificarse y a evolucionar con el tiempo, al igual que cambian las situaciones sociales, las costumbres, los niveles de bienestar, las tendencias o las aspiraciones de hombre, donde la necesidad y la motivación son los dos aspectos fundamentales a los que hay que hacer referencia para realizar una estructura receptiva a un cambio, de manera que pueda responder funcional y emocionalmente a las exigencias del cliente en este caso el huésped.

CAPITULO II: GERENCIA DEL SERVICIO :

La gerencia del servicio será utilizada como estrategia destacando el triángulo de servicio, el ciclo de servicio, la cual crea una organización centrada en el cliente que hace de las necesidades y expectativas el foco central del negocio, todo se estructura para facilitar que el cliente entre en contacto con la organización y todo esto se basa en que el cliente está por encima de todo, al igual busca orientar a las personas que deseen realizar un evento de cualquier tipo teniendo en cuenta todos los requerimientos por parte de los asistentes y conferencistas para obtener efectividad en el logro de los objetivos y metas planteadas, por consiguiente la estrategia busca que **LO PRIMERO ES EL CLIENTE**. La planeación, organización, ejecución, evaluación claves para

estructurar e integrar la misión, objetivos, estrategias, programas para su debida sincronización facilitando el trabajo y su resultado

Tema 1: Planeación

El plan estratégico se aplica tomando como referencia el libro mercadeo corporativo interno el cual busca integrar la institución en equipos motivados que busquen y consoliden la calidad y la excelencia del servicio. La calidad hoy día es requisito indispensables de las empresas para sobrevivir en el mercado . El servicio es la diferenciación competitiva .

Se ha diseñado como plan estratégico los equipos de mejoramiento continuo tomado como marco de referencia el libro mercadeo corporativo interno, donde se explica clara y detalladamente el funcionamiento de estos los cuales , busca integrar a todos los miembros de la institución en equipos motivados que busquen y consoliden la calidad del servicio. Se tiene en cuenta :

- a. definición: los equipos de mejoramiento continuo son un programa a través del cual grupos de empleados se organizan para comunicarse.
- b. Composición: el jefe o director del área y sus colaboradores inmediatos.
- c. Facilitadores: son el equipo motor del proyecto, se deben distinguir por su liderazgo y compromiso con los programas de servicio
- d. Número de equipos de funcionamiento: integrarse por áreas afines o dividirse una misma área en varios equipos.
- e. Objetivos: lograr el crecimiento permanente de los miembros del equipo, el mantenimiento de un adecuado clima laboral, la consolidación de una cultura corporativa y el mejoramiento constante y permanente.
- f. Funciones: como medio formal de comunicación:
 - difusión de la misión
 - difusión de políticas
 - divulgación de planes y proyectos
 - mercadeo interno
 - medio de información horizontal y ascendente
 - vehículo de sugerencias

como equipo de análisis y mejoramiento :

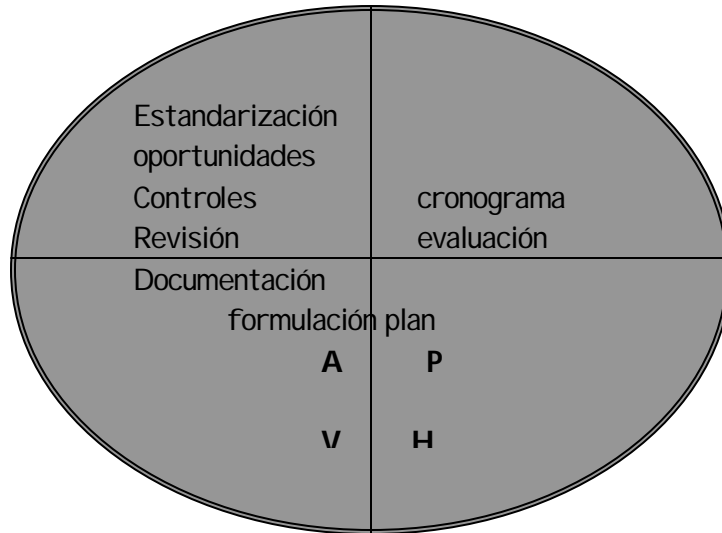
- detecta defectos o problemas
 - analiza su incidencia y causas
 - propone soluciones internas
 - verifica su ejecución directa
 -
- g. administración de equipos de mejoramiento : que cuenta con una dirección, comité de coordinación de equipos, facilitadores, mecánica de reuniones.

Tema 2: mejoras fundamentales: es la permanencia en la búsqueda de la excelencia , el planear, hacer, verificar, actuar que busca la excelencia de calidad total en toda la organización, la permanencia en la búsqueda de la excelencia que busca que la

gerencia este comprometida con el servicio ,buscar y lograr resultados óptimos en la satisfacción del cliente .

Teniendo en cuenta el grafico:

CICLO PHVA



Tema tres : círculos de servicio : la quinta parte radica en los círculos del servicio en la motivación vital para el óptimo bienestar de la empresa, la principal ventaja de los círculos de servicio es que permite la participación del empleado dentro del proceso de mejorar el trabajo y se le responsabiliza de las soluciones, creando un sentido de propiedad y responsabilidad donde surge una mayor dedicación a la empresa y un compromiso por cada tarea asignada.

CAPITULO III: TIPOS DE ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO :destaca la organización de un evento teniendo en cuenta: las modalidades de reunión, los objetivos y temática , los tipos de reunión, los montajes pertinentes, donde el logro económico y profesional de cualquier convención o exposición se logra con el más alto sentido de responsabilidad y profesionalismo.

Tema 1: Búsqueda de la excelencia:

cuando se realiza un modelo de excelencia se busca que este haga parte del trabajo diario de la organización , hay que reconocer que es un proceso largo y requiere de directivos que motiven al personal para que la búsqueda de calidad en el servicio sea algo permanente e involucre a todos los niveles de la organización.

La tarea de una gerencia comprometida con el servicio es buscar y lograr resultados óptimos en la satisfacción del cliente. Cuando la calidad en el servicio se hace

permanente la excelencia se convierte en un principio clave en el desarrollo de cada trabajo

CAPITULO IV: FORMATOS DE PLANEACION

radica en formatos relacionados con la etapa de planeación: el presupuesto , la ejecución presupuestal las responsabilidades de cada una de las personas que conforman el área de eventos , el presupuesto que es una proyección de los datos que deben considerarse para poder hacer una correcta planeación de los ingresos que puede generar un evento, así como los costos de promoción, académicos y de organización que requiere a fin de poder determinar cual será la utilidad que pueda esperarse.

Tema 1: el presupuesto:

El presupuesto es la única manera de planear, proyectar y controlar los gastos que genera un evento, evitando de esta manera adelantar un proyecto inadecuado o generar una innecesaria inversión, no autorizada, las responsabilidades que debe tener deben ser a nivel académico, de organización y promoción necesarias para la correcta organización y éxito de la gestión de un evento .

CAPITULO V: ORGANIZACIÓN : Basada en los formatos relacionadas con la etapa de organización como las publicaciones, programas, telemarketing, los requerimientos del servicio, el formulario para la organización y cuantificación de programas :

- las reservas,
- tarifas,
- contratos,
- cuentas de cobro ,
- devolución ,
- costos de materiales,
- solicitud de otros servicios, publicidad en prensa,
- cupones de inscripción ,
- formatos de control,
- confirmación de prestación de servicio,
- precios de alimentos ,
- servicio de alimentos y bebidas necesarios para la óptima prestación y organización de cualquier tipo de evento que conduzca a niveles financieros rentables y satisfactorios

CAPITULO VI : ORGANIZACIÓN DE EVENTOS: La realización de eventos se hace con base en un programa resaltando aspectos como: organización del evento, atención, instalaciones adecuadas, cumplimiento de horarios, , teniendo en cuenta la calidad educativa: desarrollo sus objetivos, ,la metodología educativa que utilizó fue la adecuada, posibilidad de aplicar los conocimientos adquiridos necesarios para el mejoramiento continuo en cada una de las realizaciones de los eventos que se lleven a cabo.

CONCLUSIONES.

Las autoras no hacen referencia a ninguna conclusión.

BIBLIOGRAFÍA

Las autoras hacen referencia a 24 citas bibliográficas de las que podemos destacar temas de: innovación gerencial, excelencia en el servicio, congresos y convenciones y organización

ANEXOS:

Las autoras hacen referencia la siguiente lista de anexos :

Anexo A: encuestas de satisfacción al cliente ,

Anexo B: estilos de auditorio: tipo escuela, semicircular, con pasillo central , teatro.

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 135

TITULO: ESTABLECIMIENTO DE PARAMETROS PARA LA IMPLEMENTACION DE PROCESOS DE CALIDAD TOTAL Y APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS ESTADISTICAS EN EMPRESAS VITROFARMA S.A.

AUTOR: BECERRA, Marcela del Pilar. PACHECO, Pilar Andrea

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá, 1998, pp.154.

PALABRAS CLAVES: CALIDAD, ESTADISTICA, PROCESOS, EMPRESA, MERCADEO.

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende diseñar un esquema o modelo que cubija los aspectos fundamentales que deban ser considerados en la empresa Vitofarma S.A. para llevar a cabo el estudio de calidad total y justo a tiempo. Se desarrolla todo el proceso de toma de

decisión, en lo referente al servicio como producto, comercialización y aspectos legales que deben ser considerados.

FUENTES: de las fuentes se destacan las siguientes

ILLERA DULCE, Luis Eduardo. Análisis Estratégico del Entorno Empresarial	3
CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. La Apertura en Colombia. Agenda de un proceso. 1996	1
GUTIERREZ, Mario. Administrar para la Calidad. Conceptos administrativos del control total de la calidad, Ed. Limusa, México. 1995.	1

CONTENIDO:

CAPITULO 1. RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA

Tema 1. Historia

Vitrofarma S.A. fue creada en 1978, cuando inicio labores con cuatro empleados produciendo ampollitas vacías para algunos laboratorios. Más adelante, por petición de Schering y Sandoz, empezó a vender el servicio de ampollita llena de agua destilada.

Dada la alta competencia existente en el mercado para la fabricación de ampollitas en 1983 con la compra de algunas máquinas se empezó a producir ampolla llena, inicialmente solo para uso humano.

En 1984 se realizó el traslado a una planta propia, donde además se inició la elaboración de productos liofilizados.

En 1996 la fábrica de ampollitas Vitrofarma Ltda. Cambió su razón social a Vitrofarma S.A. ya que parte de la compañía fue adquirida por la multinacional Latincorp.

Actualidad

Actualmente Vitrofarma S.A. cuenta con 146 empleados y tres plantas físicas diferenciadas por producto. Y las secciones de mantenimiento, control de calidad, financiera y administrativa.

La organización posee su propio laboratorio de Control de Calidad que presta servicio tanto a sus plantas como a clientes externos, con el objeto de lograr un aseguramiento total de calidad de los productos farmacéuticos.

Objetivo Empresarial

El objetivo empresarial de Vitrofarma S.A. es asumir a sus clientes el servicio oportuno y de la mas alta calidad, logrando así el constante crecimiento en sus ventas.

Misión

Generar valor en la industria farmacéutica mediante procesos productivos, competitivos y de calidad que preserven la salud.

Visión

Ser la compañía farmacéutica más reconocida y respetada dentro del grupo andino, por proporcionar bienes y servicios que generan valor, gracias a su calidad y por la vivencia de sus valores entre los colaboradores.

CAPITULO 2. FUNDAMENTACION TEORICA

Tema 1. Enfoque histórico

El movimiento de calidad comenzó a tomar forma en Estados Unidos a fines de los años 70s y se originó por la frustración de algunos líderes industriales cuyas empresas eran incapaces de mantener su participación de mercado comparativamente con la de sus competidores extranjeros. Estos últimos fabricaban productos con una calidad consistentemente más alta y tenían la capacidad de hacerlos llegar al mercado en un tiempo menor que sus contrapartes estadounidenses, y con un costo más bajo.

Como respuesta, algunos directivos de empresas estadounidenses se propusieron descubrir la razón. Con este propósito, y ante la insistencia de sus gerentes, visitaron Japón para integrar descubrir cuál era la diferencia. Lo que observaron muchos de ellos no era nada bueno, pero sí muy diferente.

Principales etapas del desarrollo histórico del movimiento hacia la calidad.

Significado y uso de la palabra calidad

La palabra calidad designa el conjunto de atributos o propiedades de un objeto que nos permiten emitir un juicio de valor acerca de él. En este sentido se habla de la nula, poca, buena o excelente calidad de un objeto. Cuando se dice que algo tiene calidad, esta expresión designa entonces un juicio positivo con respecto a las características del objeto.

Calidad a partir de la época industrial.

Con el advenimiento de la era industrial la situación que se vivió durante la época artesanal cambió, ya que los artesanos elaboraban trabajos individuales para los clientes, cumpliendo con sus requerimientos y gustos personales. El taller cedió su lugar a la fábrica de producción masiva, bien fuera de artículos terminados o bien de piezas que iban a ser ensambladas en una etapa posterior de producción y que por consiguiente eran reemplazables.

- Control de calidad mediante la inspección
- El control estadístico de la calidad

- El aseguramiento de la calidad
- La calidad como estrategia competitiva

Tema 2. La atención al proceso en orden al mejoramiento

Concepto tradicional de control de calidad

El concepto tradicional de control de calidad proviene de la teoría de la administración elaborada por Federick W. Taylor.

Rasgos de la teoría Taylorista:

- Un grupo de especialistas diseña el producto y planea el sistema de producción
- El producto se diseña de acuerdo con especificaciones primordialmente oficiales y, en algunos casos con especificaciones que provienen de las políticas de la empresa.
- Los obreros se limitan a seguir instrucciones.

Cuestionamiento al concepto tradicional de control de calidad

La nueva filosofía de la administración parte del cuestionamiento que hace el concepto de control de calidad del modelo tradicional de la administración.

Este cuestionamiento se resume en los siguientes puntos:

- La inspección final es importante pues no mejora la calidad de un producto; solo descubre que productos son buenos y cuales no.
- La inspección final, además de ser inoperante, es costosa, pues implica:
 - Cubrir gastos de un departamento que en realidad no produce.
 - Asumir los gastos de los productos defectuosos.
- La inspección final disminuye la moral de los trabajadores, pues hace aparecer al producto defectuoso como resultado de la actuación de ellos, y no del sistema.
- El hecho de incorporar la inspección final significa que el sistema administrativo acepta:
 - Trabajar con un proceso mal planeado
 - Contar siempre con un porcentaje más o menos elevado de productos defectuosos.

Principios de solución

Los inconvenientes anteriores mencionados y que son inherentes al concepto tradicional de control de calidad se evitan si, en lugar de que un departamento se responsabilice de dicho control mediante una inspección final, el sistema administrativo pone la atención al proceso con el propósito de mejorarlo, para que la calidad sea resultado de este mejoramiento, y no únicamente objeto de verificación que se hace al final de la línea de producción.

Concepto de proceso

Por proceso se entiende el conjunto de acciones o pasos que se dan, con el fin de que determinados insumos interactúen entre sí, para obtener de esta interacción un determinado resultado. Implica transformación.

El mejoramiento del proceso favorece la productividad

Generalmente se piensa que la calidad y la productividad son valores incompatibles, de manera que el mejoramiento de la calidad necesariamente supone una disminución en la productividad; como también el aumento de la productividad sólo se logra con la mejora de la calidad.

El mejoramiento del proceso requiere de adecuado manejo de datos estadísticos

Si el mejoramiento del proceso consiste en reducir su grado de variación, es necesario:

- Conocer como se comporta el proceso
- Identificar los factores a los que se debe dicha variación
- Empezar medidas para eliminar dichos factores
- Evaluar los resultados de las medidas adoptadas

Que es la calidad

No basta con mejorar el proceso y ofrecer en esta forma productos bien elaborados, si no hay mercadeo para estos productos. Por eso se considera como factor de primera importancia para lograr competitividad que el producto o servicio realmente responda a las expectativas de los clientes. Sólo así podrá hablar de calidad del producto.

Tema 3. El mejoramiento continuo

Que se entiende por mejoramiento continuo.

La política de mejorar constantemente y en forma gradual el producto, estandarizando, los resultados de cada mejoría lograda. Esta política hace posible, partiendo de estándares establecidos, y alcanzar cada vez más niveles más elevados de calidad.

- El mejoramiento continuo como resultado de la interacción de las actividades de investigación, diseño manufactura y ventas.
- Comparación entre la forma tradicional de proceder y la que es propia del concepto moderno de control de calidad.
- Aplicación del círculo Deming en cada etapa del proceso.
- Aplicación del círculo Deming por parte de cada uno de los trabajadores.
- La garantía de calidad como resultado del nuevo concepto de control de calidad

Tema 4. El control de la calidad y la alta gerencia

La calidad como resultado del sistema

Cuando una empresa incorpora y hace realidad el concepto de cliente interno, los diferentes departamentos se van involucrando en el compromiso por la calidad, con lo que la calidad deja de ser tarea de un departamento específico o de un determinado grupo de personas y pasa a ser responsabilidad de todos. Es de esta manera como la calidad del producto viene a ser resultado de la actitud de toda la empresa, esto es, del sistema mismo.

Responsabilidad de la alta gerencia en el control total de la calidad

Es necesario partir de una distinción muy importante:

- La alta gerencia es el organismo responsable del sistema, mientras que los demás trabajan del sistema establecido por la alta gerencia por tanto es responsabilidad exclusiva de la alta gerencia.
- El compromiso de la alta gerencia es fundamental para introducir en una empresa el control total de calidad y para que este tenga éxito.
- La alta gerencia debe comprometerse

La calidad como estrategia corporativa

El sistema administrativo del control total de la calidad, pasa a ser estrategia corporativa. Esto significa en primer lugar, que el management esta convencido de que la calidad es actualmente un elemento fundamental para competir. Considerar la calidad como estrategia corporativa significa además que la calidad no es una función que pueda quedar a cargo de expertos ni de un departamento especial dedicado a inspeccionar los productos o más aun a observar y controlar el proceso de producción, sino que es una función que depende directamente del corporativo.

Consecuencias

Cuando la calidad es estrategia corporativa, trae consigo, entre otras, dos consecuencias relevantes para la empresa, esta debe prestar atención a la investigación del mercado; y debe trabajar con un nuevo enfoque.

- Importancia de la investigación del mercado
- Nuevo enfoque de la empresa

La calidad es primero

El principio fundamental de cultura de una organización que ha optado por el control total de la calidad se puede resumir en una expresión: "La calidad es primero". Solo cuando el

criterio fundamental de actuación es la calidad, se puede hablar verdaderamente de que la calidad ha pasado a ser estrategia de competitividad.

Consecuencias de la introducción de la nueva cultura organizacional.

Cuando el management logra introducir la cultura organizacional que es necesaria para que el control total de la calidad tenga éxito, no solo la empresa se vuelva más productiva y competitiva, sino que además se dan en la actitud de su recurso humano, entre otros los siguientes cambios:

1. La gente se acostumbra a percibir y a juzgar la realidad en forma objetiva
2. Todos perciben la importancia que tiene planear bien la propia actividad antes de desarrollarla.
3. El management
4. Las personas se acostumbran a discernir cuales son los problemas verdaderamente importantes.
5. Se va generando un ambiente que motiva a todos a participar en el mejoramiento continuo.

Tema 5. El control de la calidad

Hasta finales del siglo XIX la empresa era muy distinta a lo que hoy es orientada generalmente a la agrícola, minero o comercial, la explotaban sus propietarios, con la aportación del esfuerzo físico de obreros y esclavos. La calidad ocupaba un segundo plano determinado por el conocimiento del consumidor y la falta de competencia.

Concepto de la calidad

Existen distintas definiciones de este término. Una de ellas nos dice que calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas. Otras definiciones se refieren a la calidad como la idoneidad o aptitud para el uso, lo cual refleja los mismos aspectos antes citados.

En la actualidad están tomando gran relevancia otros términos asociados al concepto clásico de calidad, como son:

- Fiabilidad
- Mantenibilidad
- Disponibilidad

CAPITULO 3. ESTADISTICA Y CALIDAD

Hoy el mercado exige productos de calidad. Para conseguirlos no basta con un control de calidad que seleccione las unidades buenas y rehace las defectuosas, pues esto hace

que la calidad buscada tenga un alto precio, tanto mayor cuentas más unidades defectuosas hayamos fabricado.

Además estadísticamente, se demuestra que efectuar una inspección de la totalidad de los productos fabricados, tiene un elevadísimo costo y no siempre proporciona la confianza deseada.

Factores como el cansancio, la monotonía por la repetitividad de la producción, etc, conlleva la obtención de resultados de hasta un 15% de productos aceptados o rechazados incorrectamente, es decir:

- ◆ Productos defectuosos que han sido aceptados como no defectuosos, o
- ◆ Productos no defectuosos rechazados por considerarlos defectuosos.

Tema 2. Recogida de información

Variaciones

Conjunto de diferencias que resultan del defecto de una serie de factores que influyen en el proceso.

Variables o atributos

Estas diferencias pueden ser cuantificables o no. En lo que se refiere al primer tipo, podemos emplear instrumentos para medir las dferencias existentes entre las piezas, en las distintas características objeto de estudio, otorgando a cada una el valor numérico correspondiente de acuerdo con la escala de medición utilizada. las características que son así cuantificables las denominamos variables

Existen otras características cuya variación no podemos cuantificar, pero que igualmente son objeto de estudio. Nos referimos a los atributos.

Recogida de información

Habiendo establecido las diferencias entre variables y atributos, podemos proceder a recoger datos de la población para dar inicio al estudio.

Inspección total

Habiendo iniciado ya la recogida de datos, se presenta la pregunta:
¿Cuántos datos tenemos que recoger de nuestra población en estudio?

- Inspección al 100%
- Muestreo

Tipos de muestreo

Para que las conclusiones o resultados obtenidos sean válidos, la muestra seleccionada tiene que ser representativa, del conjunto de donde procede. De no ser así, se estarían cometiendo errores.

- Muestreo aleatorio al azar
- Elección del punto inicial
- Ruta a seguir en la tabla
- Cantidad de dígitos a tomar en cada lectura
- Muestreo estratificado aleatorio
- Muestreo sistemático puro
- Muestreo sistemático aleatorio

Datos previos al muestreo

Cuando efectuamos una investigación aplicando técnicas estadísticas de muestreo, deseamos que la muestra seleccionada sea representativa de la población a la cual pertenece. Pero ¿hasta qué punto queremos que sea significativa? Para responder a este interrogante se deben atender los siguientes aspectos:

- Máximo error que deseamos obtener
- Nivel de confianza
- Tamaño de la población
- Tamaño de la muestra

Presentación de datos

El conjunto de datos recogidos en el estudio debe procesarse para que permita visualizar las variaciones de la característica objeto de análisis. Una de las formas más sencillas es la tabulación.

Recorrido o rango

Es una medida de la dispersión de valores. Podemos definirlo como la distancia existente entre el valor máximo y el mínimo de la muestra.

El rango tiene muchas aplicaciones en la empresa, en particular en el control estadístico de procesos.

La moda

Es una medida de tendencia central. Da idea de donde se centra el conjunto de datos. Se define como el valor que mas veces se repite o como el valor en el cual aparece la máxima frecuencia.

Datos agrupados

Si en el conjunto de datos recogidos aparecen valores muy dispersos, es posible que la tabulación de datos presentada antes no sea de gran ayuda, puesto que aparecerán muchos valores distintos que darán lugar a una información poco precisa.

La media aritmética

Cuando se trabaja con conjuntos de valores, resulta muy importante reconocer la tendencia central del conjunto. Antes definimos la moda como una medida de la tendencia central. Ahora nos referimos a la media aritmética como la principal y más efectiva de estas medidas. Podría definirse como el punto de equilibrio entre los valores que están por encima y los que quedan por debajo de ella.

La mediana

Es otra de las medidas de tendencia central. Tiene aplicación cuando se trabaja con pequeñas muestras impares, como en algunos casos del control estadístico de procesos. La definimos como el valor tal que el 50% de los datos están por encima de él, mientras que el 50% están por debajo.

Desviación

Se entiende como tal la distancia existente entre un valor dado perteneciente a un conjunto y la medida aritmética de los valores de ese conjunto.

Desviación típica

Si sumamos las desviaciones al cuadrado y las dividimos entre el número de ellas obtendremos el promedio. Extrayendo la raíz cuadrada de este promedio, compensaremos el haber elevado previamente al cuadrado, obteniendo lo que se conoce como desviación estándar o desviación típica.

Tema 2. Representación gráfica

Gráfico lineal

Es una de las formas más sencillas de representar los datos para que podamos visualizar las variaciones de la característica objeto de análisis.

Diagrama de barras

Cuando empleamos técnicas de representación, en muchas ocasiones se nos presentan combinaciones de datos cuantitativos y cualitativos en la que se hace imprescindible el uso de diagrama de barras. Su elaboración resulta muy simple.

Diagrama de sectores

Resulta muy ilustrativo en estos casos el diagrama de sectores, también llamado diagrama circular o del pastel, dada la forma que tiene. El diagrama circular suele obtenerse en base a porcentajes.

El histograma

Al observar un diagrama lineal, se aprecia con facilidad el comportamiento de los datos, uno a uno. Aunque como se ha visto, resulta de gran utilidad este gráfico, es difícil extraer de él conclusiones referentes al conjunto de datos de forma directa, pero puede servirnos de base para la explicación de otro gráfico que nos permita obtener las conclusiones deseadas.

Polígono de frecuencias

Algunas veces resulta de interés construir lo que se conoce con el nombre de polígono de frecuencias en lugar de histogramas. Podemos hacerlo a partir del propio histograma, o independientemente de este, con los datos que aparecen en la tabla de frecuencias.

Curva de frecuencias

Los polígonos que se desarrollan presentan una serie de vértices más o menos agudos en el punto de unión de cada dos segmentos consecutivos. Si tratamos de suavizar los vértices del polígono por medio de una curva suave y continua que se adapte a él, compensando las áreas perdidas en unos casos con las ganadas en otros obtendremos lo que se conoce como curva de frecuencias.

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- El primer paso para reducir los efectos de producción es encontrar la verdadera causa a partir de la observación cuidadosa del fenómeno del defecto, utilizando los métodos estadísticos presentados, los cuales son herramientas eficaces para mejorar el proceso de producción y reducir sus defectos, dan objetividad y precisión a las observaciones, proporcionan un medio eficaz para desarrollar una tecnología y controlan la calidad en los procesos de manufactura.
- Las empresas con productos de más calidad, capaces de vender a precios competitivos, con equipos humanos activos, dinámicos, preparados, y plena

conciencia de la responsabilidad personal, con vocación comercial aplicada a todas las áreas de la empresa, serán las que subsistan y se repartan el mercado.

- Las empresas orientadas al crecimiento, desarrollan gestiones de calidad en cada uno de los departamentos, porque ésta es la única manera de lograr excelencia en la organización, ahorrar tiempo, abaratar costos y producir productos que tengan garantías.

No se encuentran recomendaciones.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 6 autores tratando temas de calidad total y herramientas estadísticas.

ANEXOS:

No se encuentran anexos.

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 136

TITULO: DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DEL SECTOR DEL SERVICIO AL CLIENTE INTERNO EN AEROREPUBLICA, BAJO EL MODELO ISO 9004-2.

AUTOR: VERGARA O, Magda Rocío. FORRERO R, Mónica del Pilar.

PUBLICACIÓN: Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Bienestar, Bogotá, 1998. P.P. 55. Anexos 17, Pie de pagina 7.

PALABRAS

CLAVES: SERVICIO, ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, CLIENTE INTERNO, ESTRATEGIAS, COMUNICACIÓN.

DESCRIPCIÓN: El trabajo de grado tiene como objetivo realizar un diagnostico a la empresa Aerorepública S.A., mediante la comparación con el modelo ISO 9004-2 y

formular estrategias para mejorar el servicio al cliente interno. También se establecerá niveles y rangos comparativos del cliente interno en las actuales circunstancias políticas y económicas del país.

FUENTES: Las autoras hacen referencia a 7 pie de paginas, de los cuales se destacan los siguientes:

SERNA GOMEZ, Humberto. Mercadeo Comparativo, el Servicio al Cliente Interno.

1

CHIAVENATO, Idalberto. Administración de Recursos Humanos.

1

SOSA PULIDO, Demetrio. Administración por calidad.

1

CONTENIDO:

Este trabajo esta conformado de la siguiente manera:

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

Tema 1: Problema de Investigación:

Con el transcurso de los años y el inicio de la revolución del servicio, las organizaciones tuvieron que reevaluar sus estrategias y redefinir sus objetivos, ya que no solo enfocados a la obtención de utilidades y a todo lo que las reglas y procedimientos establecidos ordena, la calidad también se convirtió en otro elemento importante para ser tenido en cuenta en la búsqueda de un posicionamiento en el mercado que les hiciera obtener mejores beneficios.

Pero surge el interrogante acerca de estos estándares, que nos da la calidad total.

Aerorepública desea fomentar diferentes estrategias para capacitar a los empleados, en cuanto, a dar cada día un mejor servicio y desarrollar la gestión por calidad. Se debe entonces, crear perfiles definidos para cada cargo teniendo personas satisfechas y dispuestas a realizar su labor.

Para ello se realizara un diagnostico a la empresa, mediante la comparación con el modelo ISO 9004-2, en la parte que contempla directamente el recurso Humano como elemento fundamental en el mejoramiento del servicio al cliente.

Además se realizara un estudio estadístico entre el cliente interno, que muestre las diferentes opiniones con respecto a las herramientas que la empresa le suministra para garantizar la calidad en la prestación del servicio.

CAPITULO II: OBJETIVO

El trabajo de grado tiene como objetivo realizar un diagnostico a la empresa Aerorepública S.A., mediante la comparación con el modelo ISO 9004-2 y formular estrategias para mejorar el servicio al cliente interno. También se establecerá niveles y rangos

comparativos del cliente interno en las actuales circunstancias políticas y económicas del país.

CAPITULO III: JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta el talento humano su nivel educativo, experiencia, compromiso y presencia en la organización representa un elemento fundamental en la satisfacción de cada individuo en la organización, su reconocimiento como ser humano, el respeto por su dignidad, la remuneración, oportunidades de desarrollo son los componentes no solo del clima organizacional sino de la cultura empresarial.

En la realización de este estudio se tendrán en cuenta tres fases:

El Hombre: ser, búsqueda del desarrollo integral a partir de sus dimensiones. (Intelectual, Afectivas y Social).

La Organización: espacio que posibilita a su desarrollo, creando un ser abierto de pensamiento sistemático, permitiendo ser analizado para mejorar.

El Enlace Hombre - Organización: se profundiza en el sistema abierto dando la posibilidad permanente, no solo al hombre sino a la organización de ofrecer y recibir lo que los objetivos propones.

Todo lo anterior será realizado bajo la comparación con las normas ISO 9004-2 realizadas por los comités Técnicos ICONTEC, que están integrados por representantes del gobierno Nacional y de los Socios, clasificados en grupos de producción, consumo e intereses generales.

CAPITULO IV: MARCO CONCEPTUAL

El primer cliente de la organización es su cliente interno. El merece información, participación, conocimiento de la empresa y a la vez que le exige pertenencia y compromiso. El equilibrio entre estas dos fuerzas solo se logra con un programa de mercado, que logre como objetivo desarrollar la lealtad del cliente interno.

Tema 1: Desarrollo organizacional

Es un proceso planeado de modificaciones cultura, aplicando a una organización una serie de tecnologías sociales de tal forma que la organización quede habilitada para diagnosticar, planear e implementar esas modificaciones con o sin existencia externa.

Tema 2: Control de Calidad Total

conjunto de acciones y comportamientos de toda la organización para que cada persona tenga los elementos y medios para que en forma autónoma asegure los resultados, satisfaga las necesidades de quien recibe en forma oportuna.

Tema 3: Motivación

Es una combinación de fuerzas que mantienen la actividad humana, fuerzas internas de la persona actuando como determinantes de su productividad y desarrollo.

Tema 4: Momentos de Verdad

Es un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y se lleva una impresión sobre la calidad de su servicio.

Tema 5: Triángulo del Servicio

Es la forma de diagramar la integración de tres elementos definitivos (Visión o estrategia, el personal de contacto con el público y los sistemas amables para el cliente).

Tema 6: Liderazgo

Proceso de influir en las personas para que se esfuercen con buena disposición entusiasta a la consecución de metas.

Tema 7: Jerarquización

Es la disposición de las funciones de una organización.

Tema 8: Departamentalización:

Es la visión y el agrupamiento de las funciones y actividades específicas.

Tema 9: Dirección

Es un organismo social encargado y responsable de realizar los objetivos y normas generales fijadas por órganos superiores.

Tema 10: Comunicación

Es un proceso a través del cual se transmite y se recibe información a un grupo social.

CAPITULO V: ESTRATEGIA METODOLOGICA

Tema 1: Reseña Histórica

Aerorepública surge en 1993 con la filosofía de ofrecer productos novedosos a precios muy razonables y con un excelente servicio. Los promotores de la idea fueron Amos Ginor y el Dr. Alfonso Avila, quien empezó en la industria aeronáutica hace 20 años; en 1978 ocupó la posición como Contralor de Avianca, en 1986 fue promovido a Vicepresidente Financiero y en 1989 fue Presidente de la Aerolínea Sam en Medellín y en la actualidad ocupa la Presidencia de Aerorepública.

Se conformó con un capital 50% Americano y 50% Colombiano. Hoy en día posee varios accionistas, entre ellos se destacan:

Hembridge Securities ————— Empresa del Grupo Británico I.A.F.
 Promotora de Inversiones Superior Corporación Financiera.
 Manufacturas Siliceas ————— Industria de Maquinaria Manufacturera.
 Aeronaviation ————— CIA Americana de Leasing aeronáutico.
 Algunos pilotos de la aerolínea.

Comenzó su operación con tres aviones 727-100 en las rutas Bogotá, Cali, San Andrés, Santa Marta y Cartagena. En 1996 fue un año excepcional para Aerorepública en el cual su participación en el tráfico doméstico ascendió a un 16%. Este crecimiento hizo que la compañía aumentara su flota de 9 a 11 aviones. Durante este año uno de sus aviones 727-100 fue retirado y 3 DC9-32 fueron adicionados a la flota. Durante 1997 los restantes 727-100 fueron reemplazados por equipos DC9.

En la actualidad la aerolínea cuenta con un 727-100 y 10 Super DC9-32 (Mc Donnell Douglas). Este equipo lo operan importantes compañías aéreas del mundo como Air Canadá, TWA, Alitalia, Aviasco, Continental Airlines, Iberia, North West y US Air, entre otras.

En el pasado, Aerorepública tenía concentrados sus recursos en el transporte de pasajeros en rutas nacionales, sin embargo, en 1997 se tuvo la oportunidad de incrementar el tráfico internacional. Las rutas bajo estudio predominan en ciudades del pacto andino y el Caribe.

Aerorepública ha registrado un crecimiento tan notable que ha sido tomado como ejemplo por expertos en turismo para impulsar proyectos similares en América Latina. Durante 1995 registró un aumento de 90%, en el número de pasajeros transportados al año anterior. Así, la aerolínea incrementa su participación en el mercado al pasar de un 6% en 1994 a un 12% en 1995 y a un 17% en 1996.

La compañía tiene su sede principal en Santafé de Bogotá donde se encuentran localizadas la presidencia y demás mandos ejecutivos. La vicepresidencia Comercial está ubicada en el Centro Internacional Tequendama. Allí se encuentra el departamento de reservas, la coordinación administrativa y una oficina de pasajes.

En el aeropuerto El Dorado, además de los módulos de atención al público, está la jefatura de Aeropuerto, Control Vuelos y la Oficina de Equipajes. En el área que corresponde al terminal aéreo Simón Bolívar se encuentran, la Presidencia, Vicepresidencia de Operaciones, secretaria General, los departamentos de Contabilidad, Control de ingresos, Recursos Humanos y los Talleres de Mantenimiento.

Tema 2: Marco Geográfico

La compañía tiene su principal sede en la ciudad de Santa Fe de Bogotá donde se encuentran localizadas la presidencia y demás mandos ejecutivos.

Tema 3: Clasificación

La empresa Aerorepública es una sociedad anónima con ánimo de lucro, donde responde a todas las normas legales establecidas por el Gobierno Nacional, monitoreadas por la Superintendencia de Sociedades, además del departamento Administrativo de Aeronáutica Civil y de la OACI. Un grupo sólido de empresas y entidades colombianas constituyen la lista de sus principales accionistas.

Pertenece al tercer sector de la economía, en donde se catalogan las empresas de servicio, que como en el caso de Aerorepública, se dedica al transporte de personas y carga por vía aérea, en rutas nacionales.

Tema 4: Visión

Para finales de 2005 a través de la calidez ser la aerolínea más querida por los colombianos.

Tema 5: Implicaciones

Cautivarlo con un servicio personalizado, ágil, oportuno u cálido.

Garantizarle seguridad aérea.

Brindarle tarifas competitivas.

Cumplirle con los itinerarios.

Solucionar adecuada y oportunamente sus necesidades, expectativas y problemas.

Generar credibilidad.

Contar con tecnología adecuada para la atención del pasajero.

Suministrarle el producto preciso mediante el conocimiento de sus necesidades y expectativas.

Ofrecerle equipos suficientes y adecuados de transporte.

CAPITULO VI: TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es teórico-práctica ya que parte de las escuelas de administración como son: Recursos Humanos, la Administración por objetivos, la admón clásica etc., se adaptaron a nuestra cultura, para determinar un curso de acción que ayude a la organización a lograr los objetivos.

Tema 1: Población de Investigación

Se tomaron todos los empleados de las diferentes ciudades en las que se operan la aerolínea, es decir un total de 621 empleados.

Tema 2: Fuentes de Información

Se recurrió a fuentes de información válidas y confiables como son la observación en dos de sus modalidades: directa como parte del grupo, e indirecta hechos documentos y medios empleados para recolectar y recoger la información para el estudio de la investigación.

La información obtenida será tabulada mediante una técnica matemática de tipo estadístico.

CAPITULO VII: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Tema 1: Contratación y Selección

El proceso de selección se hace por medio de recolección externa en cualquier oficina e internamente por convocatoria, teniendo en cuenta el perfil requerido para el cargo. Una vez seleccionada la persona se envía al área que tiene la necesidad de ocupar la vacante, en donde se realizan entrevistas con el jefe de área, el jefe de recursos humanos y la psicóloga. Las condiciones de contratación son requeridas por la ley y se realiza un contrato a termino indefinido con el objeto de dar estabilidad laboral a la persona.

Tema 2: Inducción y Capacitación

La inducción es un programa de capacitación en donde se enseña al empleado, la compañía, sus características, las instalaciones, el manejo del aeropuerto. Simplemente esta inducción se limita a lo correspondiente al cargo a ocupar.

La capacitación se hace a los departamentos de reserva, tripulación, trafico y mantenimiento; con una actualización de los conocimientos.

Tema 3: Motivación

No existe ninguna motivación de tipo económica, solo hay establecido dar tiquetes a cualquiera de las bases en las que opera la compañía en la baja de temporada y el nuevo plan que se hizo a Valor Familiar.

Tema 4: Comunicación

Se utilizan las carteleras en donde se publican avisos de interés para todo el personal y para información a las otras bases de Bogotá se utilizan volantes informativos.

CAPITULO VIII. DIAGNOSTICO COMPARATIVO DEL SERVICIO (ISO 9004-2)

Tomando en cuenta la NTC-ISO 9004-2 que recomienda que la gerencia suministre recursos suficientes y apropiados para implementar el sistema de calidad y lograr los objetivos, se establecen deficiencias en el proceso de selección de personal.

No se entienden las tareas que se van a desempeñar y los objetivos que se pretenden lograr incluyendo la forma en que afecta. El empleado carece de inducción suficiente.

No se esta elaborando el perfil que debe poseer cada persona para ocupar el cargo especifico. Esto se debe a la falta de un manual de funciones y perfiles definidos, para cada cargo.

Las instalaciones no están acordes con las funciones a realizar. Las instalaciones requieren de un mejor mantenimiento e higiene.

Las necesidades del cliente están definidas con relación a los objetivos.

Hay acciones preventivas y controles para evitar que el usuario quede insatisfecho con la prestación del servicio.

No existe compromiso colectivo con respecto a la calidad de la prestación del servicio. Ya que los niveles de motivación del personal los llevan a no comprometerse con su labor, basada en los estándares de calidad.

No se evalúan periódicamente los factores que motivan al personal para proporcionar calidad en el servicio. Este se debe a que no existen programas específicos de motivación.

CAPITULO IX: MODELO DE ENCUESTA

Para la elaboración y aplicación de la encuesta se tuvieron en cuenta aquellos factores que cubrieran la totalidad del tema del cual se quiso hacer un análisis, como el conocimiento de las motivaciones, actitudes y opiniones de los individuos a su entorno.

Tema 1: Resultados de las Entrevistas

Se realizaron entrevistas a diferentes jefes de área como fueron: jefes de reservas, contabilidad, control de ingresos, mantenimiento, recursos humanos y jefe de aeropuertos; cada uno en las preguntas realizadas mostró plena satisfacción.

A diferencia de las personas entrevistadas el nivel de motivación en las personas encuestadas el nivel de motivación es alto, existe poca satisfacción en cuanto a entrenamiento, capacitación e información recibida para desempeñar sus labores.

CAPITULO X: DISEÑO DE ESTRATEGIAS Y RECOMENDACIONES

Las estrategias de mercado interno son múltiples y diversas dependiendo de la empresa y de los productos de servicio que elabora y vende, la etapa de ciclo de vida en que se encuentre y su división organizacional, ya que es un proceso sistemático, formal y permanente para informar a todos los empleados de la organización sobre la misión de la empresa, los valores corporativos, los objetivos que la mueven y los planes y proyectos que desarrolla.

A continuación se sugieren los distintos factores que se deben tener en cuenta para su óptimo funcionamiento:

Objetivos y políticas del departamento.

Posición y funciones, las personas no deben limitarse solamente a lo establecido, sino llegar a influir en niveles más elevados de planeación estratégica.

Establecer la necesidad de cambio.

Considerar el valor que tienen las personas para adoptar ideas y sugerencias para mejorar su trabajo.

La cultura corporativa es la clave del éxito. La puesta en marcha de las estrategias deberá considerar los elementos culturales que la facilitan u obstaculizan.

De otro lado mercadear internamente para que el primer satisfecho con el servicio que recibe y el que presta sea el cliente interno.

Tema 1: Inducción: es el primer contacto oficial con la empresa, oportunidad que hay que aprovechar para que el nuevo empleado conozca a cabalidad la historia, la filosofía, misión y valores de la compañía.

Tema 2: Comunicación e Información

Este proceso se debe desarrollar para realizar un cambio e influir la acción hacia su bienestar. La comunicación es esencial para el funcionamiento interno ya que integra las funciones administrativas en todos los niveles de la organización.

Tema 3: Motivación

Este es el eje de cualquier organización ya que un empleado desmotivado no rendirá el 100% y será más bien un obstáculo en el buen funcionamiento de las labores.

Tema 4: Participación

Es necesario despertar el interés del personal para crear e innovar acciones y actividades con el fin de hacer mejor su trabajo. Para ello se requiere un liderazgo gerencial integral que logre la vinculación de todos los miembros en los programas de creatividad y mejoramiento continuo de la compañía.

Tema 5: La Capacitación

Tiene como objetivo concreto mejorar las tareas que desarrolla la empresa y por lo tanto, sus objetivos y alcances se definen alrededor de los oficios actuales, de cómo se realizan y cual es el futuro.

Tema 6: La Evaluación del Desempeño:

Su objetivo es poder determinar si el empleado está cumpliendo a cabalidad el trabajo y realizando satisfactoriamente las funciones que su cargo le exige. Permite además detectar cuales son las fallas para indagar sobre las causas y darles solución.

Tema 7: Metodología

El tipo de investigación es teórico – practico. El nivel de la investigación es más descriptivo que practico ya que cumple con las características correspondientes y existe una posible relación Causa – Efecto.

CONCLUSIONES: De las 7 conclusiones se extraen las siguientes:

Es de resaltar el deseo y el compromiso de la alta gerencia de Aerorepública, en desarrollar una inversión a largo plazo que incrementara la rentabilidad y estabilidad de la organización y de cada uno de los miembros. Todos los esfuerzos realizados tienen un valor intrínseco que los empleados deben comprender y aceptar, sabiendo que el beneficio se obtendrá en un periodo relativamente largo, pero que finalmente le favorecerá en su parte laboral y económica.

En las empresas de servicio a medida que mejora la calidad se mejora el servicio al cliente y por consiguiente, el precio de este. Por esto el talento, los conocimientos, el comportamiento de los recursos humanos deben estar conectados con las necesidades y expectativas del pasajero.

Es importante resaltar que no es competitiva internamente no logra su competitividad ante el cliente externo. Dándole iniciativa y creatividad a las estrategias se podrá mejorar los métodos de trabajo en la calidad, modificar procesos y un gran deseo por mejorar el ambiente de trabajo y el progreso dentro de la empresa.

BIBLIOGRAFIA: la bibliografía esta compuesta por 12 autores, tratando temas como: servicio, calidad, administración de personal, la productividad del recurso humano.

ANEXOS: cuenta con 17 anexos:

- Anexo A: Estructura de rutas de Aerorepública.
- Anexo B: organigrama General de Aerorepública.
- Anexo C: Modelo de la Encuesta.
- Anexo D: Modelo de la Entrevista.
- Anexo E: Programa de Inducción.
- Anexo F: Modelo para el control de Grupos Primarios.
- Anexo G: Estadística sobre nivel de satisfacción.
- Anexo H: Estadística sobre información para el desempeño.
- Anexo J: Estadística sobre la capacitación recibida.
- Anexo K: Estadística sobre el nivel de satisfacción.
- Anexo L: estadística sobre el entorno laboral.
- Anexo M: Estadística sobre relaciones con los compañeros.
- Anexo N: Estadística sobre relaciones con el jefe.
- Anexo P: Estadística sobre oportunidades de ascenso.
- Anexo Q: Estadística sobre conocimiento de los productos
- Anexo R: Estadística sobre canales de comunicación.

RAAS: *Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.*

-
- TITULO :** Diseño Organizacional para la empresa AUROS S.A.
- AUTOR :** Urrego, Posada Maria del Pilar.
- PUBLICACIÓN:** Trabajo de grado, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Administración de Instituciones de Servicio,
1998, 184 páginas, 11 bibliografías, 3 pie de página y 11 cuadros.
- PALABRAS CLAVES :** Análisis de puestos, selección, escala salarial, nómina, estructura Organizacional.
- DESCRIPCIÓN:** El trabajo de grado tiene como finalidad diseñar una estructura organizacional para la empresa AUROS S.A. implantando manual de funciones que permita determinar las actividades que realiza cada empleado, el objetivo principal de cada función.
- FUENTES :** La bibliografía y pie de páginas que más resaltaron fueron:
- ARMSTRONG, Michael. Manual de técnicas gerenciales, 1
 - ELORDUY, Mota Juan Ignacio, Estrategia de empresa y Recursos Humanos, 1
 - REYES, Ponce Agustín, Administración Moderna, 1
- CONTENIDO :** Este trabajo de grado propone una estructura formalizada e intencional que logre la máxima eficiencia del recurso humano y que garantice que las actividades requeridas dentro de la empresa se hagan y encajen unas entre sí. La organización como función gerencial es considerada como el proceso de combinar las tareas de los individuos o grupos deben efectuar, así como las herramientas necesarias para su ejecución, de tal manera que las labores que se ejecuten sean los mejores medios para la aplicación eficiente, sistemática, positiva y coordinada del recurso humano disponible.

I. MARCO DE REFERENCIA.

Tema 1. Marco teórico.

- Organización : la organización, recoge, complementa y lleva hasta sus últimos detalles todo lo que la previsión y la planeación han señalado con respecto a como debe ser la empresa, es tan grande la importancia de la organización que muchos actores, pierden de vista, que solo es una parte de la administración : la organización es el punto de enlace entre los aspectos teóricos y prácticos.
- Organigrama : Es un gráfico formado básicamente por cuadros y líneas que representan la distribución de funciones entre diferentes unidades orgánicas o puestos de trabajo así como su dependencia formal.
- Análisis de puestos : Los puestos constituyen el elemento básico de la productividad de toda la organización. Si se ha diseñado de manera adecuada la organización progresa hacia sus objetivo de otro modo, la productividad se verá afectada y la organización no podrá corresponder a los múltiples desafíos de la sociedad moderna.
- Manuales : En los manuales se encuentran una serie de elementos administrativos encaminados hacia un fin, orientar y uniformar la conducta que se presenta en el grupo humano que conforma la empresa. Para que lograr una estructura organizacional eficiente y eficaz el departamento de recursos humanos utilizando herramientas de organización y métodos debe realizar un análisis de puestos que le permitirá desarrollar posteriormente un manual de funciones.

Tema 2. Marco Conceptual.

La palabra organización viene del griego organon que significa instrumento. En castellano es similar al uso que se le da al significado de "organismo" concepto que implica necesariamente :

- Partes y funciones diversas. Ningún organismo tiene partes idénticas e igual funcionamiento.
- Unidad funcional. Estas partes diversas tienen con todo, un fin común e idéntico.
- Coordinación y auto construcción. Precisamente para lograr este fin, cada una de las partes ponen una acción distinta, pero completamente de las demás ; obran en vista del fin común y ayudan a las demás a construirse y a ordenarse conforme a una teología específica.

Identificación de puestos : Para la identificación de puestos de una organización es necesario recurrir al organigrama vigente, la nómina o la investigación directa por medio del conocimiento de gerentes y supervisores.

Descripción del Cargo : Permite integrar los procesos de selección, inducción, capacitación, salarios y evaluación de procesos, ya que proporciona la información básica que permite el análisis y la comprensión del aporte de cada cargo en los procesos y resultados organizacionales.

Perfil de un Cargo: La descripción del perfil de un cargo permite analizar los requerimientos de habilidad, complejidad del cargo, responsabilidad, recursos de responsabilidad, factores administrativos, capacidad intelectual y otros factores importantes que debe reunir a personas que va a vincularse con la empresa para desempeñar con eficiencia un cargo determinado.

II. GENERALIDADES.

Tema 1. Presentación de la Empresa.

Auros S.A. es una empresa familiar de gran reconocimiento y una trayectoria de casi 54 años. Su principal actividad es la fabricación, transformación, procesamiento y comercialización de productos de cartón y papes, especialmente papeles para heliografías, dibujo, fotocopias y plotter, así como la comercialización de máquinas heliográficas, encuadernadoras, retroproyectores y el servicio de mantenimiento y repuestos originales para las mismas.

Tema 2. Reseña Histórica.

Auros S.A. se fundó en noviembre de 1944 cuando el señor Jaime Ramirez Romero su fundador era aún estudiante de ingeniería civil, que gracias a su visión y persistencia logro reunir un dinero para comprar una máquina de copias heliográficas, iniciando así un pequeño taller de copias de planos en los que empleaba papel importado que adquiría a través de distribuidores de Bogotá, ya que los molinos nacionales no son aptos para la producción de este tipo de papel.

Tema 3. Misión.

Auros S.A. busca día a día proporcionar las herramientas necesarias que hacen posible presentar de manera gráfica los proyectos diseñados por la ingeniería, de esta manera desde su fundación hasta la fecha, Auros s.a. ha incorporado al país la mejor tecnología en máquinas y papeles especializados desarrollados en Europa y Norteamérica, para ponerlos a disposición de la ingeniería colombiana. Contribuyendo no solo a la generación de empleo sino al desarrollo tecnológico colombiano.

Tema 4. Visión.

Auros S.A. es líder ayer, hoy y siempre en tecnología, ya que su mayor preocupación es el avance tecnológico que viven en otros países y que a largo plazo llega a nuestro país convirtiendo en obsoleta la tecnología actual. Por eso Auros trabaja día a día por transplantar y poner al alcance del mercado colombiano la última tecnología especializada en su campo desarrollada en países mas avanzados, de manera que brinde a sus clientes lo mejor en tecnología mundial.

Tema 5. Objetivos.

- Aprovechar los beneficios del pacto Andino con el fin de extenderse a todos los países del grupo.
- Evaluar los factores que llevaron al cierre de la sucursal de Venezuela, esperar el cambio de gobierno en el vecino país para que los acuerdos pactados entre países se hagan realidad, traspasando lo consignado en el papel. De manera que pueda abrirse nuevamente esta sucursal y otras en los demás países fronterizos.

Tema 5. Productos y Servicios.

Auros S.A : se desenvuelve en las siguientes líneas de productos :

- Heliografías.
- Fotocopias, dibujo y plotter
- Papel para Fax.
- Encuadernación.
- Envases de cartón

Tema 6. Diagnostico General.

- Organización : la autoridad es centralizada, las decisiones se toman en la junta directiva y la comunicación fluye verticalmente en los niveles altos a los mas bajos, sin retroalimentación y no existe una comunicación adecuada entre departamentos, de manera que muchos trabajan como islas dentro de la empresa.
- Productos y servicios : En cuanto a sus productos Auros S.A. ha logrado desarrollar estrategias de diferenciación. Ofreciendo productos que los clientes perciben como únicos, de alta calidad, innovativos, con una marca de excelente reputación, que le han permitido a la empresa asignar precios por encima del promedio.
- Motivación : Por ser una empresa pequeña y de carácter familiar fomenta grupos no formales que interactúan creando lazos de amistad y compañerismo llegando a niveles operativos, supervisores y ejecutivos.
- Selección de Personal : Existe un departamento de recursos humanos sin embargo, no hay políticas del manejo de personal, no existen procesos de selección, inducción, capacitación, y evaluación del desempeño, etc, la decisión de contratar se toma de la gerencia el nombramiento no se hace formalmente, no existen manuales de funciones, lo que ocasiona una deficiente delegación de funciones.

III. MANUAL DE FUNCIONES.

El manual de funciones elaborado en este trabajo servirá como guía de consulta permanente para que en determinado momento cualquier funcionario pueda conocer un puesto de trabajo sin la presencia del titular.

Esta presentado de tal manera que su manejo es fácil y se pueden realizar los cambios o ajustes que se produzcan en el desarrollo de las diferentes actividades y en la normatividad con el fin de mantenerlos actualizados. Así mismo se tienen en cuenta los grados de responsabilidad y cumplimiento del control interno que se efectúa en cada una de las actividades para el logro de los objetivos en forma eficaz y eficiente.

En el manual de funciones se expone claramente la organización estructural y funcional de la división del trabajo, explicando jerarquía, autoridad y responsabilidad. Adicionalmente se explican las funciones de las secciones que la conforman y en forma individual las de cada cargo y funcionario señalando la relación entre sí.

Es indispensable mantener actualizado el manual de funciones para los cual se debe efectuar una revisión periódica de las actividades básicas con el fin de determinar su efectividad y producir los ajustes del caso, de acuerdo con los resultados esperados teniendo en cuenta las diferentes normas legales tendientes al mejoramiento de procesos.

Así mismo cada empleado debe recibir copia de la descripción de su cargo, ya que este le ayudará a conocer que debe hacer y como lo debe hacer, le indica al ocupante del cargo cuales son sus responsabilidades y las actividades que debe hacer para cumplir con esas responsabilidades. El coordinador del personal debe responsabilizarse de mantener actualizado el manual de funciones vinculado al esquema administrativo.

CONCLUSIONES : No presenta.

BIBLIOGRAFIA : Once textos bibliográficos de temas relacionados con: técnicas gerenciales, salarios, recursos humanos, administración moderna, productividad, calidad de vida en el trabajo.

ANEXOS : Tres anexos que contienen :

ANEXO 1 : cuestionario AUROS S.A.

ANEXO 2 : Organigrama encontrado

ANEXO 3 : Organigrama propuesto.

RAAS elaborado por: Silvia Castañeda B.

AUTOR: CHAVEZ C, Martha; LONDOÑO CARREÑO, Rosa.

PUBLICACIÓN : Trabajo de Grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio, Bogotá, 1998. P.P. 110. Anexos 7, Gráficos tratamiento de la leche 5, No tiene pie de paginas.

PALABRAS

CLAVES: QUESO, LACTEOS, CULTIVOS LACTICOS, BACTERIAS, ENZIMA.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad, lograr el mejoramiento de la producción de queso y a la vez mejorar su competitividad por medio de productos de excelente calidad, ya que no se han preocupado por estandarizar sus procesos y procedimientos lo cual es muy importante a la hora de ofrecer un buen producto. Por medio de esta investigación se pretende determinar si funciona o no los procesos de calidad teniendo en cuenta que las empresas de productos alimenticios como los productos lácteos obtienen la lealtad del cliente y a la vez buscan una competencia por medio de mejores productos a un buen precio.

FUENTES: Las autoras no hacen referencia a citas bibliográficas.

CONTENIDO:

INTRODUCCIÓN:

La leche y sus derivados juegan un papel muy fundamental en la alimentación humana; siendo fuente de varias vitaminas y minerales.

Esta proviene de todos los mamíferos femeninos produciéndola después del nacimiento de sus crías. Con el término leche de vaca, si se trata de leche de otros animales se especifica, como la leche de cabra.

La industrialización de la leche se enfoca a la producción de la leche de consumo limpia y sana así como su transformación en diferentes productos de larga duración, los cuales deben ser elaborados con excelentes condiciones de higiene y calidad.

CAPITULO I: JUSTIFICACIÓN

La calidad se ha convertido en el aspecto más importante de toda la empresa en los últimos años. A través de la implementación de la misma, las empresas quieren mejorar su competitividad y adquirir a su vez mayor cantidad de clientes conservándolos a través del tiempo.

En Colombia da ha visto que son muy pocas las empresas que pueden competir con productos excelentes, por que no se han preocupado por estandarizar sus procesos y procedimientos, lo cual es muy importante a la hora de ofrecer un buen producto.

CAPITULO II: MARCO DE REFERENCIA

Tema 1: Marco Conceptual

El trabajo al establecer un documento claro y conciso que sirva como guía para Lácteos la Vaquerita de la elaboración del queso Cheddar, a través del cual se expliquen los diferentes requerimientos de calidad exigidos para tal fin por las instituciones competentes.

Hemos observado la necesidad de calidad y los requerimientos de las personas que puedan estar interesadas en este mercado y desean tener un documento fácil de entender, no legal sino procedimental para poco a poco ir creando microempresa y por lo tanto empleo.

Tema 2: Conceptos Preliminares

Calidad: la calidad se relaciona con la percepción del cliente. Los clientes compran el desempeño real del producto o la experiencia del servicio total.

PMC: Proceso de Mejoramiento de Calidad: es un método para desarrollar productos y servicios a clientes después de la venta con base en una comprensión total de las necesidades del cliente y sus expectativas razonables.

Producción: el concepto garantiza la transformación de materias primas en productos.

Tema 3: Marco teórico

El problema, en donde se pretende establecer la calidad que se ha convertido en el aspecto más importante de toda empresa, a través de la implementación de la misma, las empresas quieren mejorar su competitividad y adquirir a su vez mayor cantidad de clientes conservándolos a través del tiempo. La investigación fue realizada en Lácteos la Vaquerita para determinar si funciona o no los procesos de calidad teniendo en cuenta que las empresas de productos alimenticios son las más representativas ya que es esta es aun más importante la excelencia de los productos y fundamentales los controles que se realizan en la planta de producción. En los productos Lácteos es muy importante el control de calidad y la evaluación de los clientes hacia el producto que consumen. La tercera parte hace un enfoque sobre los productos lácteos y su control de calidad teniendo en cuenta los siguientes pasos:

*Obtención de estándares.

*Comparación de dichos estándares.

*Acciones Correctivas en caso necesario.

*Planes de mejoramiento.

Presenta una descripción de productos tales como la leche definiéndola como un producto de secreción normal de las glándulas mamarias de un animal bovino sano, obtenida por uno o varios ordeños.

En la composición de la leche influyen factores como: Raza y edad de la vaca, Etapa de lactancia, Método de ordeño, Estado de salud, Alimentación y clima. Las bacterias más importantes de la leche y de los productos lácteos son: las bacterias lácticas, coli, bacteria propionicas, bacterias butíricas, bacterias Protolíticas y las bacterias patógenas.

En cuanto a la determinación de la calidad la leche se somete a pruebas para determinar si es adecuada para la elaboración del queso.

Estas pruebas incluyen:

*Determinación de la densidad.

*Punto de Congelación.

*Determinación de la acidez.

*Precipitación del Alcohol.

*Ebullición.

CAPITULO IV: METODOLOGIA

Tema 1: Tipo de Investigación

El proyecto de investigación pretende explorar de manera sistemática y descriptiva la importancia que tienen la higiene y calidad en los procesos de elaboración del queso Cheddar.

Tema 2: Población y Muestra

La población es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las necesidades de ésta, poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación; esta determinado por sus características definitorias, por tanto el conjunto de elementos que posee esta características se denomina población universo.

Tema 3: Instrumentos

Como instrumento se empleo la encuesta. Este sistema pretende establecer datos cuantitativos y cualitativos. La recolección de datos se llevó a cabo aplicando una encuesta de 6 preguntas para saber si el operario conocía en detalle los procesos de elaboración de los productos lácteos con todos los requerimientos de higiene y calidad.

CAPITULO V: RESULTADOS

Aplicada y tabulada la encuesta para obtener resultados y porcentajes necesarios en la investigación, se efectuó el análisis cuantitativo y cualitativo.

Se establecieron los siguientes aspectos:

El 40% de los operarios conocen todos los requerimientos que debe cumplir la leche para que sea de buena calidad. Nos damos cuenta que la gran mayoría 60% no sabe distinguir una leche de optima calidad a una leche de deficiente calidad.

Encontramos que un porcentaje muy bajo 20% conoce perfectamente los procedimientos de higiene de los equipos. La gran mayoría 48% los conoce suficiente, hay un porcentaje medio que no los conoce, lo cual implica que hay fallas en la elaboración higiénica de los productos y en la capacitación de los operarios.

Cada equipo esta diseñado con un programa de higiene y mantenimiento, el cual debe seguirse para cada una de las maquinas se conservan en buen estado y así mismo obtener productos excelentes.

Los supervisores del proceso y los operarios deben tener un total conocimiento del proceso de elaboración del queso Cheddar y al no tenerlo se generan problemas de productividad y calidad del producto, esto disminuirá las ventas y desprestigiará a la empresa ya que los clientes no desean un producto mal elaborado.

METODOLOGIA: El estudio utiliza una investigación descriptiva, la cual comprende la descripción, análisis e interpretación de la naturaleza actual y composición o proceso en la elaboración del queso.

CONCLUSIONES: De las diez conclusiones se extraen la siguiente:

La empresa debe mejorar la calidad de sus productos a través del mejoramiento de los procesos, el cual se dará como un perfecto conocimiento de los mismos complementándose con talleres de capacitación evaluativos los cuales determinarán el nivel de conocimiento adquiridos.

La mayoría del personal de la planta de producción no tiene en cuenta las normas de higiene individuales que cada uno debe cumplir para la correcta manipulación de alimentos.

Teniendo en cuenta las normas de higiene y protección individuales, el operario no corre riesgo en su integridad personal, además se garantiza la optima calidad de los productos.

RECOMENDACIONES: de las dos recomendaciones se extractan las siguientes:

Llevar a cabo un plan completo de capacitación de los operarios en áreas como: mantenimiento, higiene y desinfección de equipos.

Higiene personal, calidad e higiene de los productos lácteos; procesos de elaboración; manipulación de alimentos; seguridad industrial.

Es conveniente la realización de talleres de evaluación de los conocimientos adquiridos.

BIBLIOGRAFIA: La bibliografía esta compuesta por 4 autores, destacándose los siguientes temas: Como Gerenciar la Transformación Hacia la Calidad Total, Tecnología y Control de Calidad. Ministerio de Agricultura y la producción del queso.

ANEXOS: lista de anexos:

Anexo 1: Composición de la Leche.

Anexo 2: Proceso de la Leche.

Anexo 3: Contenido Graso del Queso

Anexo 4: Cultivos de Quesería.

Anexo 5: Estándar del Saldo en Quesos.

RAAS: *Este resumen Analítico fue elaborado por Ximena Cely.*

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 139

TITULO : Estudio de Reestructuración para el Area de Alimentos y Bebidas del Cliente Interno de Carulla & CIA S.A.

AUTOR : Peñaloza, Ramirez Marcela.

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1998, 82 páginas, 10 textos bibliográficos, 5 conclusiones, 7 anexos.

PALABRAS

CLAVES : Manipulación de alimentos, Cafetería, Hipermercado, Carnes, Satisfacción del cliente.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad realizar un estudio para el mejoramiento de la calidad del servicio en las cafeterías que ofrecen atención al cliente interno de Carulla & Cia Ltda., teniendo en cuenta higiene en la manipulación de alimentos, nutrición balanceada, atención personalizada y distribución de la planta física.

FUENTES : Las autoras hacen referencia a nueve pie de páginas de los cuales se destacan :

- RAMOS, Martínez Fernando. Administración de Alimentos y Bebidas, 2
- TEJADA, Blanca Dolly. El Sistema de Servicio de Alimentación : Un Medio para Brindar Atención Nutricional, 2
- SERNA, Gómez Humberto. Mercado Corporativo, 1

CONTENIDO : Con este trabajo de grado se pretende involucrar todos los conocimientos adquiridos durante la carrera y se espera que por medio del estudio se pueda conseguir óptimos resultados a nivel operativo, con lo cual se mejorará el servicio de alimentos y proporcionará a los empleados la atención adecuada a sus necesidades alimenticias, incrementado así el rendimiento laboral, lo cual generará mayor utilidad para la empresa.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Debido a la inconformidad por parte de algunos empleados que hacen uso del servicio de cafetería se pretende detectar las causas que generan esta situación para así mejorar la calidad del servicio que se les brinda. Esta inconformidad es generada principalmente por el excesivo ruido que se origina en la sección de manipulación de alimentos, presentación gastronómica deficiente, bajo nivel de higiene y la falta de un servicio de atención personalizado.

De seguir así, esta situación con respecto al servicio de alimentos que se ofrece en esta área, puede generar bajo rendimiento a nivel laboral, alimentación desbalanceada, posibles intoxicaciones, desmotivación de los empleados con respecto a la empresa, lo cual originaría una mala imagen a nivel interno a corto plazo y quizás a mediano y largo plazo a nivel externo de la empresa.

II. MARCO REFERENCIAL

Tema 1 : Marco Teórico.

En toda empresa la eficiencia es característica esencial del buen manejo y productividad de los servicios, este factor es de gran importancia en aquellas que poseen una naturaleza de carácter turístico y aún mas en las que operan áreas de alimentos y bebidas, por los elementos y conocimientos que implican su manejo, lo delicado de su materia prima y lo frágil de su clientela, lo cual obliga a quienes esté a cargo de estas empresas o áreas, a realizar una administración que reúna calidad, servicio y rentabilidad.

Los subsistemas del servicio de alimentación están constituidos por tres tipos de subsistemas.

1. Subsistema de dirección, que comprende : administración, dirección, gestión, mercadeo, control y finanzas.
 2. Subsistema operativo, compra de suministros, producción y servicio.
 3. Subsistema físico o de material, comprende tanto la planta física y el equipo, como el trabajo que se realiza en ellos y determina todas las actividades que tienen lugar en el servicio de alimentos.
- Distribución de la planta física : La alta calidad y el buen servicio, están vinculados estrechamente con la distribución de la planta física, debido a que es un hecho que un espacio muy pequeño ocasione congestiones, entre cruzamientos y devoluciones, generando que el personal trabaje a disgusto y produzca problemas en el flujo de trabajo ; de otro lado un espacio grande obliga al personal y a los alimentos a recorrer grandes distancias y hacen que los costos aumenten, ya que necesitan más empleados y equipos.
 - Equipo : Es el factor que complementa la planta física y que determina la cantidad de espacio necesario, el numero de empleados y la calidad de las preparaciones.
 - Servicio : Es lo que el cliente desea y espera recibir. Se concibe como darle al cliente una atención personalizada. Es esforzarse por brindarle lo que necesita y cuando lo necesita. En síntesis, es crear un ambiente estimulante a las quejas y a los reclamos, aceptando y resarcirlos.
 - Calidad : En la empresa de servicios la calidad es una parte fundamental por estar directamente, conectada con el objeto de la empresa. La calidad la hace el producto y sus cualidades físicas, más el servicio intangible que se le dé. La presentación de un producto puede cubrir la buena o mala calidad del producto, pero en el mercado del servicio una calidad de excelencia y una buena presentación siempre estarán a la vanguardia de las necesidades del servicio. La materia prima que contiene la buena calidad resalta y se ve mucho mejor si esta acompañada de los ingredientes que lleva el valor agregado : presentación, precio, servicio y garantía.
 - Nutrición y dietética : Se denomina nutrición al proceso fisiológico, mediante el cual los seres vivos transforman las sustancias del ambiente en sustancias propias y devuelven a él los productos desechos.
 - Reorganización : Es la revisión fundamental y el rediseño de los procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento, tales como costos, calidad, servicio y rapidez.

Tema 2 : Marco Conceptual.

- **Nutrición:** Conjunto de procesos mediante los cuales nuestro organismo utiliza, transforma e incorpora a sus propios tejidos un cierto número de sustancias que han de cumplir el fin de aportar la energía necesaria para que se mantenga la integridad y el perfecto funcionamiento corporal, físico y psicológico.
- **Dieta:** Es elegir los alimentos que han de ingerirse para que los nutrientes contenidos en los mismos cubran las necesidades.
- **Manual de Higiene:** Es la forma efectiva y limpia en que se lleve a cabo la manipulación de los alimentos. En el manual se determinan los pasos en que se debe llevar a cabo el trabajo o manipulación de los alimentos.
- **Motivación:** Aparentemente una persona sólo actúa ante una necesidad, pero existen motivos que normalmente pueden tener una participación en sus decisiones.
- **Inventarios:** Es una relación detallada de los bienes físicos como insumos o materia prima que posee el departamento de alimentos, se llama también stock de alimentos.
- **Materia Prima:** Son los alimentos básicos que se necesitan para elaborar un producto alimenticio dotándolo de sus características principales.
- **Insumos:** Son los complementos que ayudan a la preparación de los alimentos, es decir a la elaboración de la materia prima para lograr un producto terminado
- **Subsistema del servicio de alimentos:** Se encarga de la buena distribución, planeación, ejecución y control de la gestión administrativa del área de alimentos. Su función es integrar los departamentos para lograr que la interrelación entre ellos y su trabajo, sean los más adecuados posibles para dar un buen uso y servicio del área de alimentos.

Proceso: Conjunto de actividades que recibe uno o más insumos y crea un producto de valor para el cliente.

Tema 3: Marco Histórico.

El Primer Supermercado de Colombia: La idea de abrir un supermercado de tipo americano no convencía a José Carulla, quien naturalmente prefería las técnicas antiguas. Dejando actuar a su hijo, quien el entusiasmo lo llevó a vender su casa para ampliar un poco el capital destinado a la apertura del novedoso almacén. Dentro de ese clima nació en julio 29 de 1953, el primer supermercado en Colombia en la calle 57 # 21 - 35 en Bogotá.

Fallece José Carulla Vidal: el 4 julio de 1954 falleció en Bogotá, poco después de cumplir 80 años.

Carulla inicia su carrera: La aceptación por parte del público al moderno sistema de alimentos experimentado en el supermercado de la calle 57, dejó ver a la compañía el

camino a seguir. El 23 de febrero de 1956, se abre un supermercado en el antiguo Country Club. Allí no solo eran más modernas las instalaciones, sino que comenzaban a ponerse en funcionamiento modernas técnicas nunca antes aprovechadas en Colombia: refrigeradores abiertos para productos lácteos, cortadores de carne, prácticos empaques y muchas otras novedades fueron incorporadas.

1960: Sociedad Anónima: Este año representa un nuevo mojón en el camino del progreso de la casa. La compañía quedó autorizada legalmente para operar como sociedad anónima, ciñéndose a los estatutos emanados de la escritura de transformación.

Carulla ante el reto del cambio: Con la apertura de nuevas unidades en Bogotá y la expansión de los servicios a las ciudades de Ibagué y Barranquilla, Carulla había adquirido las características de una gran cadena de supermercados, tanto por el número de almacenes y las áreas de población cubiertas, como por sus concretas posibilidades de expansión.

Las Rapid - Tiendas: Un Cambio de Conceptos: El afán de especialización y diversificación de las operaciones, condujo a Carulla a desarrollar una novedosa idea, difundida ya en algunos países, dirigida a la solución de esas pequeñas necesidades domésticas que no justificaban el desplazamiento hasta el gran supermercado. Se trataba de las rapid - tiendas, pequeños almacenes bien surtidos destinados a atender a su vecindario.

Tema 5: Marco Geográfico.

- Carulla & CIA S.A., tiene su sede principal en Santafé de Bogotá en al Cra 68 D # 21 - 35, en donde funciona la sede administrativa principal, talleres y zonas de procesos y almacenamiento de alimentos y abarrotes.
- Tiene sucursales distribuidas en diferentes ciudades de país como Cali, Popayan, Barranquilla, Cartagena, bajo los nombres de Carulla, Rapid - Tiendas 2x3 y Merquefacil. En Bogotá existen 28 sucursales Carulla, 19 Merquefacil y 9 Rapid - Tiendas.

III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.

Tema 1: Tipo y Nivel del Estudio.

El estudio a realizar es a nivel descriptivo, ya que por medio de este se busca señalar las características que identifican los elementos y componentes que integra la investigación. Esta investigación es de carácter aplicado, ya que busca reestructurar el área de alimentos en Carulla, con el fin de ayudar a mejorar el nivel de vida de los empleados que laboran en esta empresa. Para realizar esta investigación, ha sido necesario tener un conocimiento acerca de la ciencia básica, en nuestro caso el diseño de espacios, la nutrición, la elaboración de alimentos y otros.

Tema 2 : Unidad de Análisis.

El objeto central de este estudio serán los empleados que hacen uso del área de alimentos para trabajadores de Carulla. Los empleados que hacen uso del servicio oscila entre 18 y 60 años de edad aproximadamente. La unidad de análisis se divide en dos grupos :

- Ejecutivos : está conformado por las personas que tienen estudios universitarios.
- Operarios : está conformado por las personas que tienen como estudio mínimo la secundaria.

Población : 5.000 empleados

Muestra : Empleados que hacen uso del servicio de alimentos en dicha área. 2.027 empleados.

Técnicas e Instrumentos : Encuestas y entrevistas.

IV. INSPECCIONES DE LAS DIFERENTES AREAS DE MANIPULACION DE ALIMENTOS.

Se utilizó como herramienta de evaluación un cuestionario que abarca los siguientes temas :

- | | |
|--|---|
| • seguridad personal | • Zona de corte de carnes |
| • Manejo de alimentos | • Hornos |
| • Lugar de ingreso de alimentos crudos | • Preparación y conservación de alimentos |
| • Bodega de productos secos | • Bodega para basura |
| • Refrigeradores | • Bodega de suministros |
| • Congeladores | |
| • Zona de preparación de verduras | |

La evaluación que se realizó, tiene por finalidad encontrar las posibles causas que están generando insatisfacción del personal que hace uso del servicio de cafeterías.

Se evaluó :

- Planta central de delicias
- Cafetería central
- Cafetería carnicas
- Cafetería hipermercado
- Restaurante ejecutivo.

Tema 1 : Planta Central Delicias.

Esta planta anteriormente estaba dividida en cuatro sedes, que se encarga de la preparación de los alimentos ofrecidos a los clientes externos de Carulla. Con el fin de unificar la producción, estandarizar las recetas, llevar un mejor control de inventarios y bajar costos, se vio la necesidad de dejar una sola planta. Para ello se tuvo en cuenta : estructura de la planta física, comodidad y ubicación.

La planta está encargada de producir y empacar los diferentes alimentos (sopas, harinas, carnes, pescados, frutas y verduras) que se le brindan al cliente en los diferentes almacenes.

Resultados Planta Central Delicias :

1. El piso de la planta permanece húmedo, lo cual favorece a la contaminación por crecimiento de microorganismos.
2. Aunque existen varios sifones de desagüe muy bien distribuidos dentro del área, no son suficientes para eliminar la cantidad de agua que cae permanentemente en el piso.
3. Las personas que laboran en esta área, limpian los desperdicios que caen al piso después de cada proceso de preparación que se realiza, con ayuda de agua y escoba.
4. los utensilios y elementos de cocina, no poseen un almacenamiento adecuado.
5. El depósito de alimentos secos, se encuentra fuera del área de elaboración de alimentos preparados.

Tema 2 : Cafeterías para el Cliente Interno de Carulla.

Carulla cuenta con cuatro cafeterías internas, las cuales brindan entre 1500 y 1700 almuerzos diarios :

1. Cafetería Central: Se encuentra localizada al lado derecho de las oficinas administrativas, esta destinada al personal de las oficinas administrativas, por lo tanto es la que mayor demanda tiene.
2. Cafetería Central de Carnes : Se encuentra localizada en el segundo piso de la central de carnes. Esta cafetería brinda sus servicios al personal que labora exclusivamente en esta área.
3. Cafetería de Hipermercado: Se encuentra ubicada en el segundo piso del hipermercado. Esta cafetería brinda sus servicios al personal de las áreas de abarrotes, personal que labora en el hipermercado y oficinas cercanas.

Actualmente las cafeterías cuentan con 60 personas a su cargo.

Tema 3 : Cafetería Central.

Esta cafetería brinda 800 almuerzos diarios aproximadamente en un horario de 11 :00 a.m. a 2 :00 p.m.

Atiende a los empleados de Carulla que laboran en las oficinas administrativas, personal del negocio de fruver y panadería.

Tiene a su cargo la elaboración de los alimentos que se consumen en las diferentes cafeterías. Los menús que se ofrecen son planeados por el administrador de las cafeterías. La cafetería central tiene capacidad de 108 sillas, las cuales están distribuidas en 6 filas de mesas colocadas a lo largo del área de consumo.

Resultados :

1. En cuanto a la manipulación de alimentos se observó que el personal que labora en esta área no hace uso adecuado de los elementos básicos de protección e higiene como la bata, tapabocas, gorro o mallas para recoger el cabello.
2. Se observó uso de maquillaje en las personas y a su vez uñas largas y con esmalte transparente.
3. Las personas que manipulan los alimentos, no cumplen a cabalidad con las normas de higiene exigidas.
4. Se detecto olor a aceite quemado y se observó que en este, se sofríen varios alimentos.
5. Los fregaderos que se utilizan para lavar alimentos, también se utilizan par el lavado de las manos de los empleados, traperos sucios y algunos utensilios de cocina. Los empleados de esta área no tienen un lavamanos exclusivamente para el aseo personal.
6. No existen estanterías para almacenar y mantener en condiciones adecuadas los utensilios y equipos de cocina.
7. Inadecuado sistema de ventilación.

Tema 4 : Cafetería Hipermercado.

Tiene capacidad de 105 puestos, los cuales están distribuidos en tres filas de mesas colocadas a lo largo del área de consumo. En esta cafetería se despachan 300 almuerzos diarios y cuenta con 7 personas que la atienden. Esta ubicada en el segundo piso el hipermercado y brinda sus servicios al personal que labora en el hipermercado y central de abarrotes.

Resultados :

1. Se determino deficiente manipulación de alimentos en cuanto al uso de elementos personales, uso de maquillaje y joyas como también malos hábitos de higiene.
2. falta de capacitación y actualización sobre manipulación e higiene en los alimentos.

3. En el momento de manipular el menaje del servicio, las personas no se percatan de tocar la superficie donde se colocan los alimentos.
4. El recorrido que realizan los alimentos, es rudimentario y no se encuentran herméticamente cerrados ; este recorrido se realiza en tres carros de mercado.

Tema 5 : Cafetería Central de Carnes.

Cuenta con 32 mesas que están distribuidas en seis filas con una capacidad de 68 sillas. Esta cafetería atiende 300 almuerzos diarios. Es atendida por seis personas que despachan desayunos, medias nueves y almuerzos.

Resultados :

1. Las personas que laboran en esta área, transportan los alimentos a través de una escalera empinada y angosta lo cual origina riesgos ergonómicos tanto del manejo de carga como de sobrecarga.
2. Deficiente manipulación de alimentos en cuanto al uso de elementos personales.
3. Falta de capacitación y actualización.
4. Los equipos no se encuentran en óptimas condiciones de funcionamiento.

Tema 6 : Restaurante Ejecutivo.

Se despachan 50 almuerzos diarios aproximadamente, tiene una capacidad de 8 mesas para seis personas y dos mesas para ocho personas cada una. Los alimentos son ofrecidos tipo buffet y se elaboran de manera especial para los clientes que hacen uso de esta cafetería. Todos los alimentos son elaborados en la cafetería central y transportados hasta su destino.

Resultados :

1. Las mesas y sillas son demasiado grandes y ocupan mucho espacio, generando incomodidad a las personas que frecuentan este servicio.
2. La ventilación existente no es suficiente para contrarrestar el calor sofocante que se genera en esta zona, en especial en los días calurosos.
3. Las salsas que se colocan en la barra de ensaladas, son colocadas desde las 10 :30 a.m. encontrándose en varias ocasiones expuesta y sin protección, lo cual constituye un alto riesgo de contaminación y descomposición por su naturaleza proteica.

V. SERVICIO AL CLIENTE.

Tema 1 : Resultados Obtenidos en las Diferentes Cafeterías.

Cafetería Central : El ruido que se genera en esa cafetería es bastante intenso el cual es producido por :

- Manejo brusco de los platos y cubiertos.
- Línea metálica de desplazamiento de bandejas.
- Inexistencia de una cartelera que de a conocer el menú del día.
- Falta de atención personalizada.
- Falta de trato cordial con el cliente
- Falta de cuidado al servir los alimentos.
- Los menús se realizan sin tener en cuenta un balance nutricional.
- Planta física insuficiente de acuerdo a la demanda.

Cafetería Central de carnes e Hipermercado :

- No existe una cartelera que de a conocer el menú del día.
- No se utilizan herramientas de ayuda como lo es el buzón de sugerencias.
- Falta de educación de trato cordial con el cliente.
- Falta de cuidado al servir los alimentos.

Restaurante Ejecutivo :

1. El servicio y la atención es satisfactorio.
2. hace falta una cartelera que de a conocer el menú del día.

VI. ESTUDIO PARA CONOCER LA SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO, RESPECT AL SERVICIO QUE LE OFRECE EL AREA DE CAFETERIAS.

Tema 1 : Finalidad del estudio.

Determinar por medio de un estudio estadístico las causas que generan insatisfacción en los empleados que hacen uso del servicio de cafeterías y establecer posibles soluciones que contribuyan a mejorar el servicio por ende la satisfacción de los clientes.

Tema 2 : Planteamiento del Estudio.

Como herramienta de trabajo se empleó la encuesta, esta encuesta fue diseñada, teniendo en cuenta los siguientes parámetros : higiene general, comodidad, características organolépticas de los alimentos.

Para realizar esta investigación fue necesario conocer la población con que cuenta Carulla Montevideo. En la actualidad posee 2.027 empleados que laboran en las diferentes áreas.

Se trabajó con una muestra representativa del 30% de la población. Aproximadamente 600 encuestados.

VI. ESTUDIO DE LA ESTRUCTURA FISICA ACTUAL DE LAS DIFERENTES CAFETERIAS.

La finalidad del estudio sobre planos es visualizar de una manera objetiva los problemas relacionados con la distribución, diseño y espacio de la estructura física de las diferentes cafeterías que brindan sus servicios al cliente interno, con el fin de diseñar sobre planos las correcciones pertinentes a las fallas encontradas.

Tema 1 : Resultados de Estudios Sobre Planos.

Paredes y Pisos :

Cafetería Central	Se encuentran percutidos, desportillados y agrietados.
Cafetería Carnes	Paredes percutidas.
Cafetería Hipermercado	Paredes percutidas.
Restaurante Ejecutivo	Se encuentran en perfectas condiciones.

Ventilación :

Cafetería Central	Falta de ventilación en el área de proceso.
Cafetería Carnes	Buena
Cafetería Hipermercado	Buena
Restaurante Ejecutivo	Falta ventilación.

Zonificación: El área de procesamiento de alimentos no posee una zonificación claramente definida.

Distribución de Muebles y Enseres : La mala distribución de algunos muebles, genera la excesiva circulación que realizan las personas que hacen uso del servicio que ofrece esta área.

METODOLOGIA : El estudio a realizar es a nivel descriptivo, ya que por medio de este se busca señalar las características que identifican los elementos y componentes que integra la investigación. Esta investigación es de carácter aplicado, ya que busca reestructurar el área de alimentos en Carulla, con el fin de ayudar a mejorar el nivel de vida de los

empleados que laboran en esta empresa. Para realizar esta investigación, ha sido necesario tener un conocimiento acerca de la ciencia básica, en nuestro caso el diseño de espacios, la nutrición, la elaboración de alimentos y otros.

CONCLUSIONES : De las cinco conclusiones se extraen :

- Falta variedad y balance nutricional de los alimentos que se ofrecen al medio día en las diferentes cafeterías, produciendo de esta manera malos hábitos alimenticios y desmotivación a la hora de hacer uso del servicio de las cafeterías.
- Insuficiente espacio en al área de consumo de la cafetería central y en el restaurante ejecutivo, generando incomodidad y entre cruzamientos.

SUGERENCIAS : De las ocho sugerencias se extraen :

- Realizar programas de capacitación teniendo en cuenta : motivación, compromiso con la empresa, higiene, manipulación de alimentos.
- Mejorar el sabor y la variación de los alimentos teniendo en cuenta la planeación de minutas.

BIBLIOGRAFIA : Diez bibliografías de temas relacionados con : recursos humanos, administración de alimentos y bebidas, servicios de alimentación, mercados.

ANEXOS : Siete anexos que contienen :

- ANEXO A: Inspección de las áreas de manipulación de alimentos.
 ANEXO B: inspección servicio al cliente
 ANEXO C: Grado de satisfacción de las diferentes cafeterías.
 ANEXO D: Estudio sobre planos
 ANEXO E: Capacitación para los trabajadores del área de cafeterías.
 ANEXO F: Diseño de minutas para el área de cafeterías internas de Carulla.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 140
----------	--------------------------	----------

TITULO: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA EXPORTACION DE CINTURONES DE CUERO A VENEZUELA.

AUTOR: PERTUZ OLIER; María Isabel.
ROJAS ALVAREZ; Paola Cristina.
VILLAMARIN ARDILA; Jessica Mariana.

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de la Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa de Administración de instituciones de servicio, Bogota, 1998.p.p.275. anexos 5, figuras 37, 1 pie de pagina.

PALABRAS
CLAVES

ECONOMIA, COMERCIO EXTERIOR, CUERO, VENEZUELA,
DEMANDA, SEGMENTACION.

DESCRIPCION: La empresa Guantti Comercializadora de artículos de cuero, busca aumentar sus ventas a través de un proceso de internacionalización. por tal razón, se estudiara la posibilidad de incursionar en el mercado de Venezuela, dada la explosión del intercambio comercial con el vecino país ocurrida durante los últimos años, a través de un estudio del entorno y de la oferta y demanda del producto, con el fin de planear objetivos y estrategias que permitan a la compañía alcanzar su meta de ser una empresa de clase mundial.

FUENTES: las autoras hacen referencia a pie de pagina, de las cuales se destacan:

KOTLER, PHILIP, Dirección de Mercadotecnia.

5

):

sta conformado de la siguiente manera:

ION:

La empresa Guantti Comercializadora de artículos de cuero, busca aumentar sus ventas a través de un proceso de internacionalización.

Venezuela es el segundo socio mas importante para Colombia en la región de las exportaciones no tradicionales, relación que continua creciendo y desarrollándose con

nuevos bienes y servicios. Quantti se dará a conocer por medio de uno de sus principales productos: cinturones quantti, fabricados con cuero de primera calidad y hebillas de cobre macizo, hechos a mano en cantidades limitadas por artistas altamente experimentados en las técnicas mundiales de la marroquinería.

CAPITULO I: MARCO TEORICO

Tema 1: Mercadeo

La base del mercadeo es la existencia de deseos y necesidades humanas. Las necesidades son el estado en el que se siente la carencia de algunos satisfactores básicos específicos para estas necesidades profundas.

Por lo tanto la mercadotecnia “es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación, ofrecimiento e intercambio de productos y de valores con otros”

La importancia de la mercadotecnia radica en que ayuda a las empresas a alcanzar sus metas. En el caso de las empresas privadas, les permite generar más utilidades al llegar a un mayor número de clientes, tanto en el campo nacional como internacional, y sobretodo, permite mantener su lealtad. En el caso de las organizaciones públicas y no lucrativas, les permite sobrevivir y atraer los fondos suficientes para desempeñar bien sus funciones.

Tema 2: Planeación estratégica

Es el proceso de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos y recursos de la organización y las cambiantes oportunidades del mercado.

Tema 3: Posibilidades de internacionalizar una compañía

Negocios internacionales: Consisten en los estudios de las transacciones que tienen lugar en el extranjero para satisfacer las necesidades de los individuos y de las organizaciones.

Comercio internacional: Consiste en la introducción de productos extranjeros a un país y la salida de éstos a otros países. Es necesario en una economía para regular el mercado, estabilizar los precios, compensar las importaciones y equilibrar la balanza comercial.

La internacionalización de una empresa: A la empresa internacionalizarse le permite obtener unos beneficios adicionales como incrementar sus ventas y tener menores costos de producción, debido a las economías de escala, a un mayor volumen en la adquisición de materias primas y el uso más racional en la capacidad instalada, los recursos técnicos humanos y materiales.

La internacionalización se debe caracterizar por ser planeada, continua y rentable; parte de tres presupuestos:

Que el producto sea aceptado en mercados internacionales

Que la empresa tenga capacidad internacional

Que el mercado este bien elegido

Análisis de mercados internacionales: La investigación es una herramienta primordial de las organizaciones y, en el caso de un estudio de mercados, consiste en coleccionar, registrar y analizar sistemáticamente las informaciones relacionadas al respecto, con el objeto de decidir si un producto es vendible, en que cantidad, entre que consumidores y por cuáles medios.

Tema 4: Análisis del ambiente

Microambiente o ambiente interno: Están conformado por los actores del ambiente inmediato de la empresa que afectan su habilidad para servir los mercados, estos actores son:

La empresa: en ella influyen la alta dirección, los departamentos y los recursos financieros y tecnológicos con que cuenta.

Proveedores: son las empresas o individuos que proporcionan los recursos requeridos por una compañía y sus competidores para producir bienes y servicios.

Intermediarios: son firmas que auxilian en la promoción, venta y distribución de sus mercancías a los compradores finales. Se clasifican en:

Intermediarios

Distribución física

Servicios de mercadotecnia

Intermediarios financieros

Clientes, pueden ser:

mercados de consumidores

Mercados industriales

Mercados de revendedores

Mercados gubernamentales y no lucrativos

Mercados internacionales

Competencia: La gama de los competidores esta conformada por:

Productos iguales

Productos sustitutos, que satisfacen el mismo deseo.

Productos que satisfacen otros deseos similares.

Público: Es todo grupo que tiene interés real o potencial o repercusión en la habilidad de una empresa para alcanzar sus objetivos. Se clasifican en:

financieros

medios de difusión

Gubernamental

Acción ciudadana

General

Interno

2. macroambiente o ambiente externo: Son las fuerzas sociales importantes que afectan a todos los actores del Microambiente de la empresa.

Ambiente demográfico: Debido a que el mercado está integrado por personas, es importante considerar el número de individuos existentes, su distribución geográfica, densidad dentro de un territorio, tendencias de movilidad, distribución por edades, índices de nacimientos, matrimonios y decesos, al igual que la estructura racial, étnica y religiosa.

Ambiente económico: Integrado por los factores que afectan el poder de compra del consumidor y sus patrones de gasto. El poder de compra total está integrado por los ingresos, los precios y los descuentos.

Ambiente natural: Está relacionado con la disponibilidad de recursos materiales y su costo.

Ambiente tecnológico: Es necesario comprender los cambios tecnológicos y la forma en que estos pueden servir a las necesidades humanas.

Ambiente político: Este ambiente está compuesto por las leyes, oficinas gubernamentales y grupos de presión, los cuales influyen y limitan a los individuos y a las organizaciones.

Ambiente cultural: La cultura es el conjunto de las creencias, valores y normas con las que se desenvuelve la gente dentro de una sociedad. El mercado debe tener en cuenta:

Las valores culturales esenciales de gran persistencia

Las subculturas o grupos dentro de una sociedad

Los valores secundarios que cambian con el tiempo

Tema 5: Análisis del mercado

Análisis de los clientes y de la demanda

Factores que influyen en la conducta del cliente:

factores culturales:

Cultura

Subcultura

Clase social o forma de estratificación de la sociedad

Factores sociales:

Grupos de referencia

Papel y status

Factores personales

Edad y etapa del ciclo de vida en la que se encuentra tanto la persona como su familia.

Ocupación

Circunstancias económicas

Estilo de vida
Personalidad

psicológicos:

Motivación
Aprendizaje
Creencias

Proceso de decisión de compra

Actores que influyen en el proceso:

iniciador
influyente
El que decide
Comprador
Usuario

Análisis, medición y pronóstico de la demanda

Mercado: Es el conjunto de todos los compradores reales

Demanda: Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Factores que afectan la demanda.

Necesidad real de productos o servicios
Precio
Nivel de ingreso de la población
Otros

Clasificación de la demanda.

Según la oportunidad:

Insatisfecha
Satisfecha saturada
Satisfecha no saturada

Según la necesidad.

Bienes necesarios
Bienes no necesarios o suntuarios
Según temporalidad.

Continua
Cíclica o estacional

Según destino.

Bienes finales
Bienes intermedios o industriales

Recopilación de información para medir y pronosticar la demanda:

Fuentes secundarias: Son aquellas que reúnen la información escrita sobre el tema y pueden ser ajenas o provenientes de la empresa. Estos datos pueden proyectarse hacia el futuro, teniendo en cuenta las siguientes tendencias:

Tendencia secular
 Variación estacional
 Fluctuaciones cíclicas
 Movimientos irregulares

De acuerdo con las tendencias se pueden emplear los siguientes métodos de proyección:

método de las medias móviles
 método de los mínimos cuadrados
 Ecuaciones no lineales

Fuentes primarias: Están constituidas por el propio usuario⁹ o consumidor del producto, por lo cual se debe entrar en contacto directo con él, empleando alguna de las siguientes formas:

Observación directa de la conducta del usuario
 Métodos de investigación, donde se investigan los cambios de conducta y las relaciones causa- efecto, controlando determinadas variables.
 Acercamiento y conservación directa con el usuario, por teléfono, correo o personalmente.

Análisis de la competencia

Identificación de los competidores de la empresa. Normalmente, la identificación de los competidores parecería ser una tarea simple para la empresa, pero no es fácil conocer el rango de sus competidores reales y potenciales, ya que es posible que estos últimos sean más críticos y menos tenidos en cuenta.

Niveles de los competidores

Empresas que fabrican productos y servicios parecidos, para los mismos clientes y a precios similares
 Empresas que fabrican el mismo producto o tipos de producto
 Empresas que producen bienes diferentes que proporcionan el mismo servicio.
 Todas las empresas que compiten por el mismo valor de consumo.

Mercado de competencia. Esta integrado por las compañías que fabrican el mismo producto y por aquellas que pueden satisfacer la misma necesidad del cliente o un mismo grupo de clientes pero con productos diferentes.

Identificación de la estrategia de los competidores. Para establecer cuáles son los más cercanos competidores de la empresa, es necesario preguntarnos:

Que es lo que busca cada competidor en el mercado?
 Que acciona la conducta de cada competidor?

Valoración de la fuerza y vulnerabilidad de la competencia.

Consiste en reunir información clave reciente acerca de los negocios de cada competidor, sobre todo en:

Ventas

Participación del mercado

Margen de utilidad

Rendimiento sobre la inversión

Flujo de caja

Nuevas inversiones

Utilización de capacidad

Perfiles de reacciones comunes de los competidores:

El competidor rezagado

El competidor selectivo

El competidor tigre

El competidor casual

Equilibrio competitivo:

Si los competidores son casi idénticos y hacen sus negocios de la misma forma, su equilibrio competitivo es inestable.

Si un solo factor importante es el factor crítico, el equilibrio competitivo es inestable

Si múltiples factores pueden ser factores críticos, es posible que cada competidor tenga alguna ventaja y diferentes atractivos para algunos clientes. Cuantos más sean los factores múltiples que pueden proporcionar ventaja, mayor será el número de competidores que pueden coexistir. Todos los competidores tienen definido su segmento competitivo con la preferencia hacia el factor intercambio que ofrecen.

Cuanto menos variables competitivas son críticas, menor es el número de competidores.

Una relación de dos a uno en la participación del mercado de dos competidores cualquiera, para ser el punto de equilibrio en el cual no existe conveniencia y ventaja para que ninguno de los competidores incremente o disminuya su participación.

Análisis, mediación y pronóstico de la oferta.

Oferta:

Es la cantidad de bienes y servicios que un determinado número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Clasificación de la oferta:

Competitiva o de mercado libre

Oligopolica

Monopolica

Aspectos que tienen en cuenta dentro del análisis de la oferta.

Número de productores
 Localización
 Capacidad instalada y utilizada
 Calidad y precio de los productos
 Planes de expansión
 Inversión
 Número de trabajadores

Fuentes de información. Al igual que con la demanda, la información de la oferta también se puede conseguir en fuentes primarias y secundarias, que se proyectan estadísticamente hacia el futuro, de acuerdo con el tipo de tendencia a la que pertenezcan.

Tema 6: Objetivo y Metas de Mercadeo

Las diferentes metas que se plantean en el negocio deben ser jerárquicas, cuantitativas, realistas y consistentes, estas metas pueden enfocarse hacia:

El proceso de internacionalización
 Establecer un mercado meta

Proceso de internacionalización. Desarrollar un proyecto de internacionalización permite a las empresas lograr objetivos de expansión, e irse convirtiendo en:

Empresa exportadora
 Empresa multinacional
 Empresa global
 Empresa transnacional

Mercado meta. Existen tres tipos de estrategias relacionadas con el mercado que se dirige al producto:

Marketing masivo
 Marketing variedad de producto
 Marketing de la meta

Pasos para segmentar y posicionar productos en el mercado.

Identificar variables de segmentación y segmentar el mercado
 Desarrollar perfiles de los segmentos
 Evaluar atractivos de los segmentos
 Seleccionar segmento meta
 Identificar conceptos posibles de posicionamiento para cada segmento meta
 Selección y desarrollo del concepto de posicionamiento.

Bases para segmentar y desarrollar el perfil de segmento:

Geografía
 Demografía:
 Etapa y edad del ciclo de vida

Sexo

Ingreso

3. Psicografía:

Clase social

Estilo de vida

Personalidad

4. Conductual

Ocasiones en que se desarrolla la necesidad, se adquiere y se usa el producto

Tipos de beneficios buscados en el producto

Estado. Usuarios potenciales, nuevos, regulares, no usuarios y exusuarios.

Actitud: entusiasta, positiva, indiferente, negativa, hostil, etc.

Aspectos que debe tener en cuenta dentro de la evaluación de los segmentos:

Tamaño y crecimiento

Estructura del segmento en aspectos como:

Existencia de competidores numerosos, fuertes o agresivos

Tendencia a la entrada de nuevos competidores con alta capacidad y recursos

Presencia de productos competidores o sustitutos que limitan precio y utilidades

Crecimiento del poder de negociación del comprador y /o del proveedor.

Objetivos y recursos de la empresa

Selección del segmento:

Puede seleccionarse alguna de las siguientes estrategias.

Concentrarse en un solo segmento

Seleccionar varios segmentos

Especializarse en productos. Un producto para diferentes segmentos

Especializarse en mercados. Servir a muchas necesidades de un grupo específico de clientes.

Cobertura de todo el mercado: servir a todos los grupos de clientes con todos los productos que pudieran necesitar.

Tema 7: Estrategias de mercado

Las metas indican a donde se quiere llegar con un producto y las estrategias como llegar hasta ahí. Los tipos de estrategias dentro del mercado, se refieren a aspectos como:

Posicionamiento

Líderes, retadores y seguidores del mercado

Desarrollo de productos y servicios nuevos

Internacionalización

Estrategia de posicionamiento de un producto. Para lograr un posicionamiento, la empresa debe diferenciar su servicio o producto del de la competencia por medio del establecimiento de ventajas competitivas en cuanto a:

Producto:

Características

Funcionalidad

Cumplimiento de las especificaciones

Durabilidad

Seguridad de uso

Reparabilidad

Sello distintivo

Servicio

Entrega

Instalación

Asesoría

Reparaciones

Varios

Diferencias del personal

Símbolos

Medios audiovisuales

Ambiente

Actividades en que participa o patrocina la empresa

Las estrategias de diferenciación deben cumplir los siguientes parámetros:

Importancia

Distinción

Superioridad

Comunicabilidad

Prioridad

Costeabilidad

Estrategias de internacionalización

A que mercados entrar:

Los objetivos y políticas deben indicar:

que proporción de las ventas serán extranjeras

Se llegará a un país, a pocos países o a muchos países

A que tipo de países se llegara según los factores del macroambiente

Tipos de instalaciones en el exterior.

Corresponsalía: Consiste en tener, a nivel de empresario o empresa, relaciones con otro empresario u otra empresa de un determinado país, de tal forma que a través de esta relación se logre una orientación el mercado desconocido

Conexión: El exportador nacional se conecta con una central de compras extranjeras o con una sociedad nacional de comercio, para vender a través de estos.

Concesión: Conceder la representación de los productos nacionales a un agente representante o agencia en el exterior, vendiendo por medio de ellos pagándoles una comisión pactada, sin que la empresa nacional esta obligada a aceptar todos los pedidos que haga el agente.

Contratación: la empresa exportadora contrata, es decir, acepta obligaciones y concede derechos a otra persona física o jurídica, para que realice ofertas del producto en un mercado señalado y formule pedidos.

Franquicia: Una empresa se sitúa técnicamente en los mercados exteriores mediante la concesión de su técnica productiva o sistemas comerciales a empresas nacionales en el mercado exterior.

Extensión: La empresa exportadora instalará una oficina o una planta productora en el mercado exterior.

Participación: la empresa exportadora participa en una empresa nacional del mercado de exportación, adquiriendo parte de la misma o absorbiendola completamente.

Asociación: se crea en el extranjero una nueva empresa, con participación de la empresa exportadora y una empresa local, para fabricar o comercializarse productos de la empresa exportadora, distribuyéndolos en el mercado anfitrión.

Tema 8: Marketing Mix

producto: un producto es cualquier cosa que puede ofrecerse atendiendo las necesidades de un mercado a satisfacer de acuerdo a una necesidad, expectativa o deseo.

Los productos incluyen objetos, lugares, organizaciones, actividades e ideas; haciendo que la concepción que se tenga sobre estos no se limite solamente a objetos físicos sino también a los servicios, los cuales son capaces de satisfacer una necesidad.

Nivel del producto:

Producto esencial: Es el núcleo, responde a una necesidad básica del consumidor, cuando este compra el producto adquiere con el unos beneficios inherentes al mismo

Producto real: se crea con base en el entorno del núcleo del producto, el cual puede presentar cinco características: estilo, nombre de marca, nivel de calidad, peculiaridades y empaque.

Producto aumentado: Son los servicios adicionales al cliente y los beneficios que se suman al núcleo y al producto real.

Clasificación de los productos según sus características.

Durabilidad o tangibilidad: Se divide en:

Bienes no duraderos

Bienes duraderos

Bienes de consumo

Según hábitos de consumo se dividen en.

Uso común. Que se subdividen en:

Bienes básicos

Bienes de adquisición impulsiva

Bienes de emergencia

Bienes de comparación. Que se subdivide en:

uniformes

No uniformes

bienes de especialidad

bienes no buscados:

Bienes industriales. Estos se clasifican según el proceso y según el costo en:

Materias y partes. Son de dos clases:

Materia prima: incluyen:

Productos cultivados

Productos naturales

materiales y partes manufacturados

bienes de capital. Se dividen en.

Instalaciones

Equipo accesorio

Suministros y servicios

Suministros

Servicio a la industria

Decisiones sobre el atributo del producto. Implica la definición de los beneficios que está va a ofrecer.

Calidad del producto:

Representa la capacidad para cumplir sus funciones, incluye su durabilidad, fiabilidad, precisión, facilidad de operación, reparación y otros atributos de valor. La calidad es la medida, desde el punto de vista del comprador; el fabricante debe elegir el nivel de calidad que corresponda a las necesidades del mercado meta y con los niveles de calidad de los productos que compiten en él.

Características del producto:

Constituyen una herramienta de competencia para diferenciar los productos de una empresa frente a sus competidores

Diseño del producto.

Describe la apariencia del producto; para esto requiere de un estilo que cause diferenciación y llame la atención del consumidor. El diseño llega a la base del producto contribuyéndolo a su utilidad y aspecto, su mentalidad debe ser la de crear productos fáciles, seguros y baratos de usar y de reparar, así como sencillos y económicos de producir y distribuir. Un buen diseño puede captar la atención, mejorar el funcionamiento del producto, disminuir costos de producción y otorgarle una ventaja competitiva dentro del mercado meta.

Marca: Es el nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación clave de todo que debe identificar los bienes y servicios de una empresa para diferenciarse de sus competidores.

Nombre de marca

Signo de marca

Marca registrada

Derecho de autor

Derecho de autor: es el derecho legal exclusivo de reproducir, publicar y vender el contenido y la forma de un trabajo literario, marketing o artístico.

Patrocinio de marca: Cuando el productor decide poner una marca este tiene tres opciones de respaldo.

marca de productor

Marca privada

Marca mixta

Decisión sobre una familia de marca:

Nombre marca individual

Nombre general para todos los productos

Nombre diferente para todos los productos

Nombre oficial de compañía combinado con nombres del producto

Extensión de marca: Es cualquier esfuerzo para utilizar el nombre de una marca famosa para lanzar un producto nuevo o modificado

Multimarca: Se desarrolla dos o mas marcas dentro de la misma categoría del producto

Selección nombre de marca: El buen nombre contribuye al éxito del producto, se debe iniciar con un cuidadoso análisis del producto y sus beneficios y debe poseer las siguientes cualidades:

Dar indicaciones sobre los beneficios y las cualidades del producto

Que sea fácil de pronunciar, reconocer y recordar.

Que sea distintivo

Fácil de traducir en otras lenguas

Debe poderse registrar y proteger legalmente

Empaque:

Incluye el diseño y la producción del envase o la envoltura del producto. De acuerdo al producto, el empaque se diseña teniendo en cuenta: costo, factores, posicionamiento, diferenciación, competitividad, comodidad, apariencia, funcionalidad, prestigio, publicidad, precio y distribución.

Concepto de empaque: lo que debe hacer el empaque por el producto su principal función:

Proteger el producto

Indicar cualidades con relación al producto y a las compañías

Introducir nuevo método para servirlo

Diferenciación

Elementos específicos.

Tamaño

Forma

Material

Color

Texto

Signo de marca

Etiquetado

Identifica al producto

Clasifica el producto

Describe aspectos del producto

Promueve el producto

Línea de productos

Grupo de productos relacionados por su función, grupo de consumidores, puntos de venta o rasgos de precio.

Ampliación líneas de producto: Se busca incrementar la líneas de productos ampliada mas allá de su rango actual; esta se amplia con el tiempo y depende del objetivo de la compañía. Se hace por que la empresa desea ser reconocida, obtener una alta participación en el mercado, y ofrecer una línea mas amplia de productos. Se puede extender:

Hacia arriba

Hacia abajo

En ambos sentidos

Llenar líneas de productos: existen varias razones para hacerlo; buscar ganancias adicionales, tratar de satisfacer al distribuidor, sacar provecho de un exceso de capital, tratar de manejar una compañía de línea frente a la competencia y llenar los huecos para alejar a los competidores.

Presentación de la línea de los productos: Se selecciona uno o mas artículos para presentar una línea de productos.

Mezcla de productos

Conjunto de todas las líneas y todos los productos que pueden ofrecer un vendedor específico. Este puede describirse de la siguiente manera:

Amplitud:

Longitud

Profundidad

Consistencia

Generación de ideas: Para la búsqueda sistemática de las ideas nuevas para producir. Se deben utilizar diversas fuentes:

Internas: investigadores de la compañía

Clientes

Competencia: Analizar los artículos de la competencia

Distribución y proveedores

Otras fuentes

Tamizar ideas: Para nuevos productos con el fin de detectar buenas y desechar las que no lo son.

Desarrollo y verificación de conceptos:

Idea del producto

Concepto del producto

Imagen del producto

Verificación del concepto: Pone a prueba los conceptos sobre nuevos productos ante un grupo de consumidores un producto real o potencial

Verificación de concepto: pone a prueba los conceptos sobre nuevos productos ante un grupo de consumidores meta para considerar si estos lo consideran atractivos.

Desarrollo estrategias de mercado: Diseño de una estrategia inicial de mercadotecnia para un nuevo producto, basada en el concepto producto

Formulación estratégica de mercado: es la formulación de la estrategia planeada para un nuevo producto que delimite el futuro mercado meta, el posicionamiento planeado y los objetivos de ventas, participación del mercado y utilidades para los primeros años.

Análisis comercial: se hace una revisión de las proyecciones en ventas, costos, unidades de nuevos productos para determinar si estos factores satisfacen los objetivos de la compañía

Desarrollo de productos: transforma el concepto de producto en uno físico para asegurarse de que la idea puede convertirse en un producto factible.

Pruebas de mercado: etapa de desarrollo del nuevo producto durante la cual el producto y el programa de mercadotecnia son puestos a prueba en ambientes de mercados mas reales.

Comercialización: introducción de nuevos productos al mercado, se debe preguntar:
 cuando?
 Como?
 Dónde?
 A quien?

Ciclo de vida del producto

Trayectoria de las ventas y utilidad del producto durante su vida útil, implica cinco etapas

Desarrollo producto
 Introducción
 Crecimiento
 Madurez
 Declinación

2.Precio

Cantidad de dinero que se cobre por un producto o servicio o sumatoria de valores que el consumidor intercambia por el beneficio de tener o usar el producto o servicio.

Factores a tener en cuenta al fijar el precio:

Factores internos:
 Objetivos de mercadotecnia empresarial
 Estrategia de mezcla de mercado
 Costos
 Ingreso de la organización

Factores externos

El mercado y la demanda

Competencia pura mercado en el que muchos compradores y vendedores comercian con un producto uniforme.

Competencia Monopólica: mercado en el que muchos compradores y vendedores comercian con una gama de precios y no con un solo precio del mercado.

Competencia oligopólica: Mercado en el que hay unos cuantos vendedores muy sensibles a los precios y estrategias del mercado de los otros.

Monopolio puro: Mercado en el que hay un solo vendedor.

Monopolio gubernamental: Precios inferiores a los costos por que el producto es importante para los compradores, quienes no pueden permitirse el pago del costo total, o quizá el precio cubra todos los costos y de lugar a buenos ingresos o muy altos para reducir el consumo

Monopolio privado regulado: El gobierno permite que las empresas fijen tarifas que den beneficios justos, es decir, que la compañía se mantenga y amplíe sus operaciones.

Monopolio privado no regulado:

percepción del precio- valor por parte del consumidor

Análisis de la relación precio – demanda.

Demanda normal: bienes comunes en los que a mayor precios menores cantidades compradas,

Bienes de prestigio: A mayores precios mayores cantidades de compra relativa.

Elasticidad precio – demanda

Demanda inelástica: La demanda varia ante pequeños cambios de precio

Demanda elástica: La varia demanda con grandes cambios de precio

precio y oferta de los competidores

otros factores externos

Condiciones económicas

Gobierno

Fijación de precios mas el costo

Fijación de precios según análisis del punto de equilibrio y utilidad meta

Fijación de precio en función de la competencia

Estrategias de fijación de precios de nuevos productos.

Fijación de precios de producto innovador: pueden elegir:

Un volumen para tamizar el mercado: En el cual se establece un precio elevado para un nuevo producto, con el fin de sacar el mayor ingreso posible de los segmentos a pagar el precio alto, luego este ira disminuyendo cuando bajen las compras para ir atrayendo a la otra capa de clientes preocupados por su costo.

Fijación de precio penetración de mercado: Se establece un precio bajo para un nuevo producto, con el fin de atraer un gran número de compradores.

Fijación del precio de un nuevo producto imitativo: La compañía que planea desarrollar un nuevo producto de imitación enfrenta un problemas de posicionamiento que debe decirlo donde posicionarlo en cuanto a calidad y precio para ellos se determinan estrategias sobre precio y calidad:

Estrategia de fijación de precios de una mezcla de productos.

Fijación de precios de línea de productos: se establecen intervalos de precios entre los diversos productos de una misma línea, con base en las diferencias de costos, la evaluación que hacen los clientes de sus diferentes características y los precios de los competidores.

Fijación de un producto optativo: es vender productos optativos o accesorios y su principal, su precio ya viene incluido en este.

Fijación de precio de un producto cautivo: el precio de un producto que tiene que utilizarse con producto principal. En el caso de servicio, esta estrategia se llama fijación de precios en dos partes; es en la que el precio se divide en una cuota fija y una tasa de uso variable.

Fijación de precios de productos accesorios: (o secundarios) es la forma de asignar los precios de los productos secundarios para que el precio del producto principal resulte mas competitivo.

Fijación de precios por paquete de productos: es la combinación de diversos productos para ofrecerlos como paquete o un producto reducido.

Estrategia de ajuste de precios.

fijación de precios de descuento y bonificaciones:

Descuento por pronto pago.

Descuento por cantidad.

Descuentos funcionales.

Descuento de temporada.

Descuento por bonificación.

Fijación de precios diferenciada: es el vender un mismo producto o servicio a dos o mas precios diferentes, aunque esta diferencia no se base en los costos. Esta asignación de precio discriminativa adopta diversas formas:

Fijación de precio por segmento de consumidores.

Fijación de precio por forma del producto.

Fijación de precio por lugar.

Fijación de precio según su precio.

Fijación de precios psicológica: es una forma de asignar precios que consiste en tomar cuenta la psicología de los precios y no solo los aspectos económicos, el precio se utiliza para expresar algo sobre el producto.

Otra forma de fijar precios psicológicamente es el precio de referencia en el cual los precios que los compradores llevan en mente y usan como referencia cuando examinan un producto determinado.

Fijación de precio promocional: es cuando temporalmente se reducen los precios de los productos por debajo de su precio de lista, y en ocasiones, incluso por debajo del costo, para incrementar las ventas a corto plazo.

Fijación de precio geográfica: una compañía debe decidir que precio tienen sus productos para los consumidores situados en las diferentes partes del país. Para ello existen 5 estrategias:

Precio FOB en planta.

Precio uniforme de entrega.

Precio por zona.

Precio punto base.

Precio de absorción del flete.

Cambio de precio.

Preparación para los cambios de precio

Preparaciones de reducciones de precio : se puede dar por diversas situaciones como:

Por exceso de capacidad, caso en el cual la compañía debe vender más.

Por participación de la disminución del mercado, ante una fuerte competencia de precios.

Cuando la compañía disminuye el precio en un esfuerzo por dominar el mercado por medio de costos más bajos.

Reducir el precio para captar una parte del mercado que disminuya costos debido a un volumen más alto.

Preparación de los incrementos de precios : la compañía aumenta los precios debido a ciertos factores:

Inflación de los costos

Sobredemanda, que es cuando la compañía no es capaz de satisfacer todas las necesidades de la gente.

Reacciones de los compradores ante los cambios de precio: si es una reducción el cliente podría pensar en que la calidad del producto disminuye, que tiene defectos o que la compañía tiene problemas económicos; pero si el precio aumenta puede pensarse que el artículo tiene una gran demanda y debe comprarse inmediatamente o que la compañía es codiciosa, etc.

Reacciones de los competidores ante los cambios de precio: esta se hace presente cuando son pocas las empresas dentro de una línea, cuando el producto es uniforme o cuando los clientes están bien informados. En cambio si existen varios competidores la compañía tiene que adivinar la reacción probable de cada uno de ellos.

Reacciones ante los cambios en los precios:

La empresa debe tomar en cuenta varios aspectos entre ellos.

¿Por qué cambio el precio del competidor?
 ¿Planea ser un cambio temporal o permanente?

Además de ello la compañía debe hacer un análisis mas amplio en donde se integre la etapa del sub- producto dentro del ciclo de vida, su importancia dentro del mix, intenciones y recursos del competidor y las reacciones posibles de los consumidores

Canal de distribución

El canal de distribución es el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o a su usuario final.

Se utilizan intermediarios debido a la mayor eficiencia que éstos tienen para poner los bienes a disposición de los mercados meta, por medio de sus contactos, experiencia, especialización y escala de operaciones; ofreciéndole mas a la empresa de lo que puede lograr por si misma.

Funciones del canal de distribución:

- Investigación
- Promoción
- Contacto
- Correspondencia
- Negociación
- Distribución física
- Financiamiento
- Riesgos

Las primeras cinco funciones ayudan a completar las transacciones, las tres últimas a ejecutar las transacciones completas.

Número de niveles de canal:

Nivel canal: Es una capa de intermediarios que participan en una parte de la labor de acercar el producto al comprador final.

Canal de comercialización: es aquel que no tiene intermediarios.

Todas las instituciones del canal están vinculadas por diverso tipos de flujos:

- Flujo físico de productos
- Flujo de propiedad
- Flujo de pago
- Flujo de información
- Flujo de promoción

Comportamiento y organización del canal:

Comportamiento del canal: Una canal de distribución está formado por una serie de empresas disímiles que se han unido para buscar un bien común, cada uno de sus miembros es dependiente de los demás. Cada miembro del canal desempeña un papel dentro de él y se especializa en una o varias funciones, pero con frecuencia se expresan desacuerdos sobre el papel que debe desempeñar cada uno sobre quien debe hacer qué y a cambio de qué remuneración, generándose un conflicto.

Tipos de conflicto

horizontal: Es el que se da entre empresas del mismo nivel de canal

Vertical: Se refiere a los desacuerdos entre los diferentes niveles de un mismo canal.

Crecimiento de los sistemas de mercadotecnia vertical:

Canal de distribución convencional

Sistema de mercadotecnia vertical

Principales tipos de mercadotecnia vertical:

Sistema de mercadotecnia vertical corporativo

Sistema de mercadotecnia vertical contractual

Existen tres tipos de sistema:

cadenas voluntarias patrocinadas por mayoristas

Cadenas cooperativas mayoristas

Organización de franquicias. Existen tres formas

Sistemas de franquicia detallista respaldada por un fabricante

Sistema de franquicia de mayorista respaldada por un fabricante

Sistema de franquicia de detallista respaldada por una empresa de servicio.

Sistema de mercadotecnia vertical de administración

Crecimiento del sistema de mercadotecnia horizontal.

Crecimiento de sistema de mercadotecnia de múltiple canal.

Formulación de programas:

Una vez que el negocio ha desarrollado sus estrategias principales, que le permitirán lograr sus objetivos, debe desarrollar programas de apoyo para llevar a cabo estas estrategias. Estos planes incluyen:

Crecimiento del sistema de mercadotecnia horizontal: Un canal organizado de tal manera que dos o más compañías del mismo nivel se unen para seguir una nueva oportunidad de mercadotecnia.

Crecimiento del sistema de mercadotecnia de múltiple canal: Una distribución de canales múltiples, como cuando una sola empresa establece dos o más canales de comercialización, para llegar a uno o más segmentos de clientes.

Decisiones sobre diseño de canal:

Comienza con una evaluación de necesidades de servicio que tienen los clientes junto a los objetivos y limitaciones del canal.

Identificación de las principales alternativas: tipos, número de intermediarios y responsabilidades de cada uno de los miembros del canal.

Tipos de intermediarios:

personal de venta de la compañía
 agencia del fabricante
 Distribuidores industriales

Número de intermediarios:

Distribución intensiva
 Distribución exclusiva
 Distribución selectiva

Responsabilidad de los miembros del canal: puntos de venta e intermediarios tienen que estar de acuerdo sobre los términos y responsabilidades de cada uno de los miembros del canal, acordando políticas, derechos territoriales y servicios específicos que debe realizar cada participante.

Evaluación de las principales alternativas del canal: debe evaluarse con los criterios de economía, control y capacidad de adaptación.

Decisiones sobre la administración del canal.

selección de los miembros del canal

Motivación de los miembros del canal

Evaluación de los miembros del canal

Decisiones sobre la distribución física: es una tarea que consiste en planear, instrumentar y controlar el flujo físico de los materiales y bienes terminados en un punto de origen hasta su punto de uso, con la finalidad de satisfacer necesidades de los clientes, obteniendo una ganancia.

Objetivos de la distribución física: diseñar sistemas de distribución física que minimicen el costo total que representa proporcionar el nivel deseado del servicio al cliente

Puntos principales de distribución física:

procesamiento de pedidos:

Pedido del cliente

El departamento pedido prepara las notas y las envía a los demás departamentos.

Los artículos agotados se dejan para mas adelante

Aquellos artículos que se envían van acompañados por documentos de cobro y envío, con copias a los diversos departamentos.

Almacenamiento: La compañía almacena sus artículos antes de venderlos.

Inventarios: Para tomar decisiones sobre el inventario es necesario saber cuando hacer los pedidos y cuanto han de ser.

Transporte: la elección de los medios influye sobre el precio del producto, la eficiencia en la entrega y la condición de los bienes de su llegada. Medios de transporte

Tren

Camión

Barco

Ductos

Avión

Comercio al detalle: todas aquellas actividades que intervienen en la venta de bienes o servicios directamente de los consumidores finales para su propio uso sin fines lucrativos.

Servicio:

Detallista de autoservicios: comerciantes al detalle que proporcionan muy pocos servicios, los clientes se ocupan ellos mismos del proceso de localización, comparación y selección.

Detallista del servicio limitado: comerciante al detalle que proporciona al comprador una cantidad limitada de asistencia y servicio extra como crédito y devoluciones.

Detallista del servicio completo: Comerciantes al detalle que ayudan al cliente en cada una de las fases del proceso de compra y que proporcionan una amplia variedad de servicios adicionales.

Líneas de punto de venta:

Tiendas de especialidad

Tiendas por departamento

Supermercado

Tiendas de bienes de uso común

Supertienda

Tienda de combinación

Hipermercado

Negocio de servicio

Precios relativos

Tiendas de descuento: institución de venta al detalle que vende mercancía estándar a precios más bajos, aceptando márgenes de ganancia menores y vendiendo grandes volúmenes. Se dividen en:

1. Detallistas de rebaja

2. Puntos de venta de rebaja

3. Detallistas de rebaja independiente

Clubes de bodega o clubes de mayoreo

Salas de exhibición por catálogo

Control de establecimiento al menudeo:

Cadena corporativa: tiendas de cadena con 20 o más puntos de venta que son propiedad y de control común, que tienen un sistema central de compras y de comercialización.

Cadenas voluntarias y corporativas de detallistas: se clasifican en:

Grupos de detallistas independientes, respaldado por mayoristas que compra en grupo y comercializan en común.

Grupo de detallistas independientes que se unen para organizar una operación de mayoreo centralizada de propiedad común y llevar a cabo esfuerzos conjuntos de comercialización y producción.

Organizaciones de franquicia: asociación contractual entre un fabricante, mayorista u organización de servicio y empresarios independientes que compren el derecho de poseer y operar 1 o más unidades dentro del sistema de franquicia.

Conglomerados mercantiles: Corporaciones que combinan diversas formas del detalle bajo una propiedad central y comparten ciertas funciones de distribución y administración.

Tipos de conjuntos de tiendas:

Distrito comercial central
Centros comerciales
Centro comercial comunitario
Centro comercial de barrio

Menudeo fuera de tiendas: Existen tres tipos:

mercadotecnia directa: comercialización directa por medio de envíos postales individuales, que incluyen cartas, anuncios, muestras, folletos y otros que se envían a los prospectos de clientes. Pueden ser:

mercadeo por correo y catálogo
telemercadeo
mercadotecnia por televisión
venta electrónica

Ventas directas: comercio al detalle puerta a puerta, que consiste en vender casa a casa, de oficina en oficina o reunirse en casas de particulares

Ventas automáticas: Venta por medio de máquinas expendedoras.

Comercio al mayoreo

Mayoristas del cliente:

Mayorista comercial: una operación de comercio al mayoreo de propiedad independiente que toma posesión de la mercancía que maneja. Se divide en:

Mayorista de servicio completo
Mayorista de servicio limitado

Corredores y agentes

Corredores: mayoristas que no toman posesión de los bienes y cuya función consiste en reunir a los compradores y a los vendedores y asistir a la reunión.

Agentes: mayorista que representa a compradores o vendedores de manera mas o menos permanente, realiza algunas funciones y no toma posesión de las mercancías.

División y oficinas de venta de fabricantes:

Sucursales y oficinas de venta de los fabricantes: es el comercio de mayoreo por los propios vendedores o compradores, sin utilizar a mayoristas independientes.

Promoción.

Mezcla proporcional:

Es una mezcla específica de publicidad, ventas personales, promoción de ventas y relaciones públicas, que utiliza una compañía para tratar de alcanzar sus objetivos de publicidad y mercadotecnia.

Herramientas promocionales principales:

Publicidad
 Promoción de ventas
 Relaciones públicas
 Ventas personales

Elementos del proceso de comunicación:

Emisor
 Codificación
 Mensaje
 Medio
 Decodificación
 Receptor
 Respuesta
 Retroalimentación
 Ruido

Decisiones del comunicador del mercadotecnia:

Identificar el público meta

Definir la respuesta deseada

Elección del mensaje
 Contenido
 Estructura
 Formato

Elegir el medio por el cual se va a enviar el mensaje:

Comunicación personal
 Canales de comunicación no personal
 Medios de comunicación masivos y selectivos
 Influencia por comunicación verbal

5. Seleccionar la fuente del mensaje

Obtención de retroalimentación

Presupuesto de promoción total:

Métodos para establecerlo:

Método de lo permisible
 Método de porcentaje de ventas
 Método de paridad competitiva
 Método de objetivo y tarea

Factores que intervienen en la definición de la mezcla promocional:

Tipo de producto y mercado
 Estrategia de empuje
 Estrategia de atracción
 Estado de disposición anímica del comprador
 Etapa de ciclo de vida del producto

Publicidad: Cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de ideas, productos o servicios por un patrocinador identificado.

Principales decisiones sobre publicidad:

Fijación de objetivos: El objetivo publicitario es la tarea específico de comunicación dirigida a un auditorio meta específico durante un tiempo determinado.

Publicidad informativa: utilizada para informar a los consumidores sobre un nuevo producto o característica y construir una demanda primaria

Publicidad para convencer: Utilizada para construir una demanda selectiva para determinada marca, que convence a los consumidores de que dicha marca ofrece mas por su precio.

Publicidad para recordar: utilizada para mantener en la mente de los consumidores algún producto.

Decisiones sobre el presupuesto.
 Factores a tenerse en cuenta.
 Etapa de ciclo de vida del producto.
 Participación en el mercado
 Competencia
 Frecuencia de los anuncios
 Diferenciación de los productos.

Decisiones sobre el mensaje:

Para dar creatividad a la estrategia, los anunciantes deben pasar tres etapas:

Generación del mensaje
 Evaluación y selección del mensaje
 Ejecución del mensaje

Decisiones sobre los medios de comunicación
 Las etapas principales sobre dicha comunicación son:

Decidir sobre:

Alcance
Frecuencia
Impacto del medio

Elegir entre los principales tipos de medios
Seleccionar los vehículos específicos de los medios
Decidir sobre el momento oportuno para cada uno de ellos

Tema 9: Organización de la mercadotecnia

Los departamentos de mercadotecnia modernos pueden organizarse de las siguientes formas:

Organización funcional
Organización geográfica
Organización de la gerencia de producto y de marca: Se justifica cuando los productos son muy diversos o si el número total de productos excede la capacidad de una organización funcional de mercadotecnia para manejarlos.

Ventajas.

Desarrolla una mezcla de mercadotecnia costo- eficiencia para el producto.
El gerente puede reaccionar con mayor rapidez a problemas en el mercado.
Las marcas pequeñas se descuidan menos.

Desventajas:

Exceso de papeleo
El gerente se convierte en experto en su producto pero no en otras funciones
Mayor costo

implantación de la mercadotecnia.

Es el proceso que convierte los planes de mercadotecnia en acciones asignadas, y asegura que tales asignaciones en forma tal que cumplan con los objetivos específicos en el plan.

Las habilidades requeridas para implementar un plan de mercadotecnia son:

Habilidades de diagnóstico
Habilidades para evaluar en que nivel de la empresa se presenta el problema.
Habilidades de distribución para presupuestar recursos, para funciones, programas y políticas.
Habilidades de monitoreo con el fin de evaluar los resultados de las acciones de mercadotecnia.

Habilidades de organización para lograr efectividad en el trabajo
 Habilidades de interacción a nivel interno y externo de la compañía.

Seguimiento de la satisfacción del cliente:

Esta herramienta incluye:

Sistemas de quejas y sugerencias
 Paneles de clientes
 Encuestas a clientes

Herramientas de control de eficiencia
 Consiste en establecer indicadores claves a nivel de:

Fuerza de ventas
 Publicidad
 Promoción de ventas
 Distribución

3. Auditoria de la mercadotecnia

Es un examen comprensivo, sistemático, independiente, y periódico del ambiente de marketing, objetivos, estrategias y actividades de una empresa con miras a determinar cuales son las áreas problemáticas y las oportunidades, así como recomendar un plan de acción para mejorar el desempeño de la mercadotecnia de la empresa.

CAPITULO II. QUANTIN LTDA.

Tema 1. Objeto Social

Quantti Ltda. Es una empresa colombiana comercializadora de artículos de cuero en el mercado nacional e internacional.

Tema 2. Misión

Ser cada día una organización mas rentable y eficiente en la comercialización de productos de cuero de alta calidad para el mercado nacional e internacional, de tal manera que se retribuya adecuadamente a los trabajadores, socios y a la comunidad en general

Tema 3. Visión

Quantti Ltda., busca ser líder en la distribución y venta de productos en cuero de alta calidad y diseño.

Tema 4. Valores corporativos

RENTABILIDAD: Solo empresas rentables pueden crecer, asegurar su permanencia en el mercado y retribuir adecuadamente a sus socios, colaboradores y comunidad en general.

CALIDAD: es una norma de conducta y comportamiento que abarca los procesos, procedimientos finales, gestión administrativa y relaciones humanas.

COMPETITIVIDAD: Se logra con mayores estándares de calidad y el conocimiento y satisfacción oportuna de las necesidades y expectativas del cliente, lo que implica un compromiso de excelencia en precio, calidad y servicio

RESPONSABILIDAD SOCIAL: Quantti se debe comportar como ciudadano corporativo y por tanto contribuir en la medida en el desarrollo de l país y de la sociedad en general.

Tema 5. Productos de Quantti

Cinturones
Billeteras
Llaveros
Portachequeras
Cigarreteras

Tema 6. Manual de funciones de empleados de Quantti

Director General:

Planear para decidir a donde debe ir Quantti

Organizar las actividades, la definición de responsabilidades y el establecimiento de medios de comunicación y control.

Dirigir. Para hacer que todos trabajen con sus máximas capacidades

Controlar, medir y supervisar los resultados, compararlos y tomar medidas correctivas cuando sea necesario

Controlar las actividades de líneas y controlara las actividades de personal y servicios.

Registrar los ingresos y gastos en que ha incurrido la empresa

Calcular el rendimiento total durante un periodo de tiempo

Clasificar, registrar e interpretar las transacciones y eventos de carácter financiero.

Jefe de operaciones

Coordinar y diseñar el proceso de manufactura

Planear el proceso de cómo se debe fabricar el producto

Analizar los productos de venta

Especificar las máquinas, herramientas manuales, accesorios, medidas y mano de obra que se debe emplear.

Determinar los recursos industriales y los programas de producción necesarios.

Controlar y supervisar la producción

Evaluar y analizar las técnicas de planeación de la productividad.

Controlar la calidad de los productos de las instalaciones y equipos

Planear el mantenimiento de las instalaciones y equipos

Controlas los stock de inventario para su almacenamiento, distribución y entrega.

Controlar el personal a su cargo

Jefe de ventas

- Conocer e identificar el segmento del mercado
- Analizar las oportunidades de mercado
- Seleccionar los mercados objetivos
- Planear y desarrollar el producto
- Planear los objetivos de venta
- Planear los medios que se van a utilizar
- Evaluar el potencial de ventas y tendencias del mercado
- Analizar el ciclo de vida del producto
- Segmentar el mercado
- Desarrollar la combinación o mezcla de mercadeo
- Definir las operaciones de mercado y ventas
- Supervisar y controlar las operaciones de mercado y venta

Secretaria:

- Elaborar memos e informes
- Llevar registros y controles
- Elaborar Bases de datos y actualizarlas
- Archivar y recopilar la información de la empresa
- Informar y atender los clientes
- Coordinar y organizar los eventos y reuniones que se llevan a cabo dentro de la empresa
- Organizar y estructurar los datos de las actividades comerciales de la empresa.
- Apoyar y desarrollar todas las actividades en las que se requiera.

Vendedores:

- Visitar y contactar al cliente
- Implementar las estrategias de venta proporcionadas por la empresa
- Analizar y contactar los futuros mercados meta
- Colaborar con la coordinación que le asigne su jefe inmediato

Operarios.

- Armar los artículos
- Empacar los artículos
- Realizar todas las actividades que le sean asignadas por su jefe inmediato

Mensajero:

- Colaborar con las actividades que le asigne la empresa
- Llevar y traer documentos
- Entregar facturas
- Realizar todas las actividades que le sean asignadas por su jefe inmediato

CAPITULO III: PAIS DE ORIGEN: COLOMBIA

Tema 1. Economía.

La situación económica de Colombia, a lo largo de los años, se ha presentado como balanceada y fuerte en comparación con los demás países del área debido a la implementación de una política económica ortodoxa, progresiva y prudente.

A partir de 1950 Colombia disfruta anualmente de un crecimiento económico real positivo.

En los años 80 Colombia presento un crecimiento promedio de 3.3% anual, mientras que para el resto de Latinoamérica fue "la década perdida".

En el periodo 90 – 94, el PIB, aumento en promedio un 4.2% anual.

Comparativamente con otros países de Latinoamérica, Colombia presenta un índice de inflación estable. Desde 1990 la tasa de inflación a descendido 1/3.

Colombia es el único país de Latinoamérica que no ha renegociado su deuda externa.

Colombia ocupa el lugar 30 en el "World competitiveness report" de 1994 que realiza el foro económico mundial, por encima de Italia, Brasil y Venezuela.

El proceso de apertura

Colombia inicio un proceso de apertura en 1991 que tiene como objetivo internacionalizar la economía y cimentar las bases de un desarrollo sostenido y sólido. Este proceso dinamizo el comercio exterior originando un alto crecimiento en las importaciones. En 1993 estas aumentaron un 50%, originando un déficit corriente que fue financiado por un superávit en la cuenta de capital de 2 mil millones de dólares. Desde entonces, las importaciones han venido creciendo a una tasa menor, hasta llegar al 16% en 1995.

El dinamismo del comercio exterior.

En la década anterior Colombia logro la diversificación de su sector exportador. Durante años la economía colombiana había dependido de las exportaciones de café. Hoy en día otros productos hacen parte de las exportaciones del país, aunque las exportaciones de café continua siendo muy significativas.

Colombia es:

- Primer exportador mundial de café suave
- Primer exportador mundial de esmeraldas
- Segundo exportador mundial de flores
- Segundo exportador latinoamericano de banano
- Tercer exportador latinoamericano de petróleo (1997)
- Cuarto exportador mundial de carbón
- Sector exportador mundial de oro.

Tratados de integración firmados por Colombia

Comunidad andina: conformada por Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú y Bolivia, que aplicara un arancel externo común a partir de enero de 1999 y conformara un mercado común andino desde el año 2000.

Mercosur: Esta integrado por Brasil, Uruguay, Paraguay y Argentina aunque puede llegar a realizarse un proceso de integración hemisférica al unir mercosur con la comunidad andina de naciones

Colombia – Chile: es un acuerdo de unión libre de comercio suscrito en 1997 que contempla beneficios arancelarios para los productos de ambas naciones.

Grupo de los tres G-3: es un sólido instrumento de integración comercial y de complementación económica fundamental para Colombia, Venezuela y México y de significativa proyección para el proceso de integración de América latina

Caricom: es un acuerdo regional de países del caribe, con los cuales Colombia mantiene una balanza comercial positiva.

Unión europea: Los productos colombianos reciben un tratamiento preferencial en la unión europea, bajo el sistema generalizado de preferencias andino

Estados unidos: en compensación con la lucha del trafico de drogas Colombia al igual que Perú Y Bolivia, se beneficia de la ley de preferencias Andinas.

3.Aspectos legales

Régimen aduanero de exportación:

Exportación: operación que supone la salida legal de mercancías de un territorio aduanero hacia una zona franca industrial o a otro país.

Exportación definitiva: Es el régimen aduanero aplicable a las mercancías nacionales o de libre disposición que salen legalmente del territorio aduanero colombiano a una zona franca industrial o a otro país, para su uso o consumo definitivo.

Exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo: es el régimen aduanero que permite exportar temporalmente mercancía de libre circulación en el territorio aduanero colombiano con el propósito de que sean sometidas a transformación, elaboración, reparación, para importarlas dentro del plazo que se autorice

Exportación temporal para reimportación en el mismo Estado: régimen que permite la salida transitoria del país de mercancías nacionales con fines diferentes a transformación, elaboración o reparación.

Reembarque: Es el régimen que permite el embarque de mercancías importadas antes de la presentación de la declaración o antes de la expiración del término legal de abandono siempre y cuando se reúnan los requisitos exigidos para el régimen aduanero a que iba destinada la mercancía.

Acuerdos sobre el tratado firmado entre Colombia Venezuela Y México:

Decreto 12 de mayo de 1997

Circular externa 073 julio 97

Decreto 110 de enero del 96

Infraestructura: En Colombia cubre los siguientes aspectos:

Sector petrolero
 Telecomunicaciones
 Sector de energía
 Agua potable
 Saneamiento básico
 Aeropuerto
 Ferrocarriles
 Puertos y carreteras

Análisis sectorial del cuero en Colombia

Descripción del sector: El sector cuero se divide en los siguientes sub- sectores:

D1820 adobo y teñido de pieles, fabricación de artículos de piel
 D1911 curtido y adobo de cueros
 D1912 fabricación de maletas, bolsos y similares y artículos de talabartería y guarnición

La cadena de la industria del cuero incluye la curtiembre, manufacturas del cuero y la producción de zapatos

Este sector presenta una cadena bien definida, inician con la actividad ganadera y mataderos, luego, pasa a la curtiembre que se trata del tratamiento del cuero crudo, del que se adquiere la materia prima para los demás y por ultimo las manufacturas del cuero dedicados a trabajarlo.

En la actualidad la situación de la industria del cuero presenta dificultad debido a la inconsistencia en la cadena productiva, problemas que se detectan desde la producción del ganado hasta el artículo de cuero. Para la industria de la curtiembre la principal materia es la piel cruda, la cual presenta el 50% y 60% del costo del producto final de los industriales del sector.

Los fabricantes de los artículos del cuero exigen hoy día que las pieles posean el sello verde, el cual les garantiza la protección al medio ambiente y que los productos sean marcados en la salud de los seres humanos.

El negocio de la curtiembre requiere de grandes inversiones para cumplir con las reglamentaciones ambientales, existe presión por parte de los países exportadores por que las manufacturas posean un sello verde.

La producción de cuero curtido se origina en empresas formales con un 48% aproximadamente y el 42% en pequeñas empresas, llamadas artesanales.

Las comercializadoras cumplen con las funciones de recolección de las pieles en los mataderos, salado de las pieles para evitar su descomposición, el transporte de pieles a los centros de curtición y finalmente a la financiación de mataderos y curtiembres.

Por otra parte, este sector esta conformado por diversidad de empresas formales e informales. Las primeras, son de propiedad de pocas familias oligopolio y las segundas están concentrados en zonas de atraso socioeconómico.

Las industrias del sector cuero se encuentran agrupadas en la asociación colombiana de industriales del cuero Asocueros, entidad gremial que fue fundada en 1977. La asociación presta servicios de asesoría llevando la vocería y la representación entre los diferentes estamentos públicos y privados de Colombia y el mundo.

Competitividad.

En el desarrollo de este enfoque, dentro de la apertura esta industria ha tenido en cuenta básicamente los conceptos de: producto, precio y servicio, y para la comercialización: el mercado y el cliente.

En cuanto al producto, se trabaja específicamente la innovación, donde el diseño y la calidad son fundamentales.

respecto al precio, se evalúa la inversión, por unidad y la rentabilidad por unidad.

Resulta de interés observar, como el sector del cuero promueve esta industria a través de seminarios, talleres, conferencias, exposiciones ferias nacionales e internacionales, actividades con los cuales los empresarios muestran el uso de nuevas tecnologías, diseños de procesos implementación de las normas ISO. Estas acciones permiten vislumbrar que esta industria también trabaja por el desarrollo sostenible del ecosistema. Es de resaltar igualmente, que los logros antes mencionados se deben en gran parte a un mayor nivel de capacitación técnica del personal, auspiciadas por entidades del sector como Asocueros y el sena entre otros.

En algunas empresas del sector cuero están utilizando las herramientas que proporciona el método kaizen, por lo cual tiene que tener muy claro lo que son los objetivos estratégicos del proceso de manufactura de clase mundial

Participación del sector en la industria

De lo anterior se puede deducir, que la participación entre 1991 y 1996 del sub sector en el agregado nacional, se redujo en un 50%., debido principalmente a que la apertura económica sorprendió a los industriales en una etapa de producción con procesos incipientes, pérdida de participación en los mercados mas importantes, obsolescencia tecnológica, falta de solidez técnica y poca disponibilidad de créditos por ser calificado de alto riesgo.

Todos los inconvenientes del sector cuero, anteriormente expuestos, han hecho que una gran cantidad de empresas pequeñas, cierren sus puertas al no poder cumplir con tantas exigencias.

En 1995 la caída en el nivel empleo del sector fue del 24.2%, la mas alta de toda la industria para 1996 registro un decrecimiento del 10.9%, reducción que fue inferior a la de la producción y por lo tanto la productividad se deterioro en 7%. Estos hechos, sumados al elevado crecimiento del costo real de la hora de trabajo, dispara el costo laboral unitario en un 23.6%, generando perdida en competitividad en la industria del cuero.

Empleo

Uno de los aspectos por los que Colombia no es competitiva en los mercados internacionales del cuero, es por que el costo laboral unitario es mas alto que el registrado en Italia o en Estados Unidos, a la vez, que la productividad nacional es muy baja, en

comparación con estos países. Si la confrontamos con América Latina, Colombia aparece como el país de salarios mas altos con US\$487 obrero/mes en 1994.

Exportaciones

Las exportaciones de cuero en el periodo de 1991 – 1996, muestran un comportamiento muy irregular si se tiene en cuenta que para 1991 Colombia exportó la suma de US\$143.8 millones, en 1992 se registro un decrecimiento del 15.1% y para el año de 1993, las exportaciones crecieron al 23.0%, año a partir del cual se inicio un descenso del orden de 2,09%, 1.39% y 36.2 respectivamente.

Este retroceso es debido a la perdida de competitividad en los mercados internacionales, ocasionada por factores como la revaluación del peso que ha golpeado durante la actividad productiva, los altos costos de producción, los precios elevados y la competencia de los países asiáticos, entre otros.

En 1996 las exportaciones de este sector presentaron un decrecimiento vertiginoso al pasar de 1,3% a 36.2%; evidenciando así, que los incrementos en el costo laboral unitario y la revaluación del peso frente al dólar han sido sus peores aliados.

Importaciones

Al observar el comportamiento de las importaciones en el periodo comprendido en 1991-1996, el mayor crecimiento que se registro fue el año de 1992 con el 226.45%, al pasar de us\$8.6 en 1991 a us\$28.2 millones.

En los años de 1994, 1995 y 1996 el comportamiento ha sido irregular, al pasar de – 34.54% a 28.5 y –5,40% respectivamente.

La mayor penetración de importaciones ha estado asociada a la caída en el precio internacional del cuero y a la revaluación del peso.

Aspectos que han hecho que los empresarios tengan que importar cueros y pieles de bovino y equino, la materia prima nacional se ha reducido como consecuencia de la disminución de sacrificio de ganado como también la mala calidad producto del abandono de los hatos por parte de los ganaderos debido principalmente, a la inseguridad rural causada por la guerrilla en regiones del país ganaderas.

Los países que importan pieles y cueros a ala industria nacional son Estados Unidos y Brasil, los cuales contribuyen con el 25.7% y 22.8% respectivamente, con una participación aproximada del 9% por país, contribuyendo Chile, Argentina e Italia.

Balanza Comercial

Dado los anteriores comportamientos, se consolido una balanza comercial que a pesar de ser positiva, a partir de 1994 ha venido disminuyendo dramáticamente de tal suerte que en 1996 registró una caída del 50.1%, frente a los resultados del año inmediatamente anterior us\$112.1 millones.

Incremento del CERT aliviara a los industriales del sector, teniendo en cuenta que en los anteriores años han perdido rentabilidad causada por la revaluación.

CAPITULO 5. VENEZUELA EL PAIS ANFITRION

TEMA 1. Historia

La historia reciente de Venezuela refleja crisis en los campos políticos, económicos y social como:

1994

Auto de detención contra el expresidente Carlos Andrés Pérez, por presunta malversación de fondos.

Junio 13, firma del tratado de libre comercio con Colombia y México.

Junio 27, el gobierno suspende las garantías constitucionales y establece el control de cambios y precios.

Traza las dificultades que vivió el gobierno venezolano por la recesión, la incertidumbre política y el manejo de la tasa de devaluación, el intercambio comercial con Colombia se mantuvo al llegar con us\$1669 millones

1995

Febrero 1, la junta de emergencia financiera JEF, pone bajo el control del estado tres bancos medianos, entrega otro a un grupo de inversionistas y fija un plazo a un quinto para ser refinanciado

Se restituyen las garantías constitucionales suspendidas hace un año exceptuando los cuatro estados fronterizos con Colombia

La balanza comercial con Colombia reacciona hasta llegar a los us\$2273 millones.

1996

Se presenta protestas populares por el alto costo de vida, la corrupción administrativa y la incapacidad del gobierno para dar solución a la crisis socioeconómica que vive el país en 1994.

La balanza comercial con Colombia tuvo un leve retroceso al pasar por us\$2043 millones, ya que el año estuvo marcado por dificultades económicas en los dos países.

1997

Reducción del déficit fiscal y logro de un leve superávit fiscal

La situación volvió a ser muy positiva al totalizar la balanza comercial con Colombia con una cifra cercana a los us\$2500 millones.

1998

La caída de los precios internacionales del petróleo han obligado al gobierno a buscar medidas urgentes para solucionar el deterioro de las finanzas públicas y para disminuir la dependencia de los ingresos petroleros, aunque básicamente siguió siendo un país monoexportador .

Incertidumbre por las próximas elecciones presidenciales del 6 de diciembre se han sentido las bolsas de valores, las inversiones y el movimiento comercial.

Tema 2. Geografía

Limites

Al norte limita con el mar caribe y el océano Atlántico, al este con Guyana francesa y Brasil, por el sur con Brasil y Colombia y por el oeste con Colombia.

Ubicación

Situado en América del sur, ocupando la ubicación septentrional, tiene un territorio de 912.050 kilómetros.

División política y sistema de gobierno

Las ciudades más importantes son Maracaibo, Valencia, Maracay, Barquisimeto, Barcelona, San Cristóbal, Maturín, Ciudad Bolívar, Cumana, Turmero, Mérida, y su capital Caracas.

Su territorio está conformado por 22 estados, un distrito federal y 72 islas (72 dependencias federales), al tener forma de estado federal se designa una parte del territorio para que cumpla dos funciones tales como la capital de la República y asiento del poder público.

Clima

Venezuela es un país ubicado en una zona intertropical, con bajas temperaturas en enero y en febrero, y meses calurosos en marzo y septiembre, las variaciones climáticas están marcadas por los diferentes pisos térmicos del país.

Topografía

El relieve venezolano está caracterizado por una variedad de contrastes topográficos. Estas formas de relieve se han diferenciado en zonas geomórficas, es decir, delimitadas por las formas de relieve que contiene, así, existen en Venezuela 6 regiones.

Hidrografía

Los ríos venezolanos se estructuran en dos vertientes: la caribe y la atlántica y en una cuenca endorréica que es el lago de Valencia; los ríos más importantes son el Catatumbo, Chaima, Matatán, Orinoco, Arauca, Meta y Apure.

Idiosincrasia del empresario venezolano

El pequeño y mediano empresario promedio en una persona entre los 30 y 50 años, de nivel ejecutivo formal medio alto (principalmente profesionales en diferentes disciplinas) y tecnologías y técnicos con experiencia como trabajadores medios en las grandes empresas nacionales o multinacionales.

Personas que han realizado actividades de producción o comerciales anteriores a la fundación de su empresa por un periodo de 10 años.

Su ingreso al mundo de los negocios se debe a la oportunidad, necesidad y espíritu de independencia laboral, mejorando sus ingresos familiares y sus condiciones de vida.

Régimen de inversión extranjera en Venezuela

La inversión extranjera en Venezuela esta regulada por el decreto No. 2095 del 13 de febrero de 1992 para invertir en territorio venezolano no se requiere de autorización previa, solo de un registro en el organismo competente, a excepción de la televisión, radiodifusión y los periódicos en idioma castellano.

Los organismos de competencia en materia de inversión extranjera en Venezuela son:

Superintendencia de inversiones extranjeras

Registra las inversiones directas y subregionales

Registra las empresas multinacionales andinas

Registro de los contratos sobre importación de tecnología y sobre el uso y explotación de patentes y marcas.

Otorga constancia de calificaciones a las empresas.

Otorga la credencial de inversionista nacional

Superintendencia de bancos

Ministerio de energía y minas

Dirección general sectorial de tecnología y promoción de inversiones

Superintendencia de seguros

Procedimiento administrativo para la obtención del certificado de origen

Diligenciar el formulario de registro de producciones nacionales, oferta exportable y determinación de origen, el cual contiene los siguientes datos:

Identificación de la empresa

Producto a exportar

Proceso de producción

Principales características y aplicaciones del producto

Materia prima extranjera

Materia prima nacional

Observaciones

Nombre y firma del representante legal y fecha

Verificación de la información y determinación de los criterios y origen por parte de INCOMEX

Comunicación al exportador

Radicación y expedición del certificado de origen

Cuando hay exactitudes en el certificado de origen el INCOMEX impone una sanción de 6 meses al exportador

Información adicional

Tema 3. Análisis competitivo del mercado venezolano

Cálculos de la demanda

El análisis de la demanda busca determinar y medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como a determinar la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda.

En el caso del mercado de cinturones de cuero en Venezuela se observa la existencia de las siguientes variables:

Consumo de cinturones de cuero: Es la cantidad de bolívares que cada habitante del país esta dispuesto en promedio, a gastar en la compra de cinturones de cuero, durante un año. El consumo de este producto, corresponde a un 3% de lo que el venezolano destina para su vestuario y calzado en precios constantes de 1984 y 1997.

Producto interno per capita: Es el ingreso promedio de cada uno de los habitantes del país, según el cual estarán dispuestos a gastar en la compra de bienes y servicios expresando en precios constantes de 1984 y 1997 bolívares.

Población: Número de habitantes del país, cuya variación influye en los cambios del PIB y en la propensión a gastar, expresado en miles de habitantes.

Una vez proyectado el crecimiento anual, es necesario estudiar las variaciones cíclicas que se presentan mensualmente, lo que permite conocer la estacionalidad de la demanda.

la competencia

prácticas comerciales empleadas por las empresas de cuero

Se trabaja dos calidades

Realizan pedidos de ensayo

El medio de transporte empleado es generalmente el aéreo por gastar menor tiempo y disminuir la exposición de los artículos al medio ambiente

Los términos de precios usados en las cotizaciones son: CIF y FOB

No existe reglamentación internacional para el embalaje

Las etiquetas del producto deben indicar el país de origen

Los meses de mayor actividad comercial son febrero, marzo, septiembre, y octubre dado que es la época ideal para el lanzamiento de nuevas colecciones de moda

Los márgenes comerciales empleados son: Mayoristas 30% y detallistas 100%

Los métodos de pagos usuales son las cartas de crédito a la vista o a plazos de 30,60 y 90 días.

Documentos necesarios dentro del proceso de exportación

Factura comercial
 Nota de embarque terrestre, aéreo o marítimo
 Lista de embalaje
 Certificado de origen
 Certificado de seguro
 Factura proforma
 Factura consular de aduana
 Certificado de la compañía expedidora
 Licencia de importación

Características del embalaje

Sólido y resistente a las condiciones del transporte
 Cada artículo debe ir en una bolsa plástica protectora
 Los artículos deben colocarse en cajas pequeñas, separados por laminas de plástico o cartón
 Las cajas pequeñas deben ir en cajas mas grandes, marcadas con el destino, la dirección del expedidor y cantidades de productos que contenga

Promoción y publicidad

Se realiza generalmente por televisión y medios escritos

Canales de distribución para manufacturas de cuero

Exportador – comercializadora
 Exportador- representante
 Exportador distribuidor
 Exportador- tiendas por departamentos o supermercados
 Mayoristas
 Exportador- almacén o boutique

Tema 4. Plan de mercadeo

objetivo de la fijación del precio

Máximas utilidades: tratar de fijar un precio que maximice las utilidades, considerando que la demanda y los costos están relacionados con las alternativas de precios.

Máximo crecimiento de las ventas: un mayor volumen de ventas conduciría a un menor costo unitario y mayores utilidades a largo plazo

Máximos ingresos. Fijar un precio que maximice el ingreso sobre ventas. La maximización de los ingresos, conducirían a la maximización de la utilidad y al crecimiento de la participación el mercado.

Estrategias

Estrategia de marketing global. Crear un nuevo plan

Forma de entrar al mercado: Exportación directa activa la empresa adquiere en compromiso para ampliar su exportación

Estrategia de programa de mercadotecnia:

Producto:

Extensión directa

Estrategia de marca

precio: utilizaremos una estrategia de alto valor ya que nuestro producto tiene la misma alta calidad de otros, pero con un precio menor

Canal de distribución:

Distribución selectiva

Tiendas especializadas

Tiendas de departamentos

Distribución: Modelo de costos y márgenes

Promoción

Publicidad

Estrategia de servicio (para los canales de distribución):

Cartas personales: Donde informe a los clientes sobre lo que sucede con su negociación y enviarle toda la información que se requiere que tengan, como nuevos catálogos, etc.

CAPITULO 6. MARKETING MIX

Tema 1. Producto

Cuero

Estos pueden ser de ternera, vacuno, búfalo, oveja, cabra y reptiles, los cuales son utilizados con mayor frecuencia ó de cerdo, caballo, burro, camello, cirvo y alce.

El cuero obtenido de la piel de ternera es el empleado para fabricar productos de mayor calidad

Tipos de acabado

Nubuck

Piel de Suecia

Metalizado

Graneado o estampado

Cuero a la anilina

Cuero dividido

Aspecto que debe poseer el cuero para capellar

Uniforme y de quiebre según lo acordado entre el cliente y el proveedor
 No debe presentarse florescencias de grasas o de sales
 El color debe ser el establecido por convenio previo entre el cliente y el proveedor
 No debe presentarse manchas por el lado flor y la aceptación de manchas y apariencias debe darse por el lado carne.

4. Grosor de los cinturones de cuero

30 mm.
 ¼ pulgada
~~1/2~~ pulgada

5. principales problemas que sufre la piel

En la industria de cuero y manufacturas en Colombia no hay total conciencia de la importancia que se le debe dar a las pieles de nuestra ganadería. Los principales problemas que sufre la piel pueden dividirse en cuatro grandes grupos:

Defecto de crianza y cría
 En la comercialización del ganado
 En los mataderos
 En la comercialización de la piel cruda

6. Costura

Hilos para manufacturas de cuero

Producto que resulta de retorcer o trenzar mas cabos o filamentos de un material en condiciones que le permitan comportarse eficientemente según las operaciones de costura.

Cabo: Hilaza sencilla

Tipos:

hilo suave
 Hilo glaseado
 Hilo bordeado
 Hilo encadenado

Clases según torsión:

Hilo de cabo sencillo
 Hilo retorcido
 Hilos cardados o cableados
 Hilo trenzado

Procesos de producción de las manufacturas

Montaje o moldeaje: Es la etapa de diseño o proyección de un nuevo producto para el mercado.

Corte: Se cuenta con maquinaria moderna como la troqueladora, en la mayoría de las empresas, pero la mayor parte de estos se realizan de forma manual.

Desbaste: Se realiza mediante la utilización de máquinas devastadoras o rebajadoras de la piel.

Prearme: Son muchas y variadas las operaciones que realizan en esta etapa del proceso del artículo que estén elaborando, en general las operaciones que comprende esta etapa son las siguientes: untar pegante, entintar bordes, realizar embones, marcar huecos, pegar forros y otras piezas preliminares.

Costura: para tal fin se utilizan maquinas de costura de tres tipos:

maquina de costura plana

maquina de codo

maquina ribeteadora

Arme: es la operación complementaria del pegar y en ella se lleva a cabo la unión y cierre de las piezas generales del producto así como la colocación de sus herrajes, cremalleras, marquillas, etc.

Terminación: En ella se realizan todas aquellas actividades de acabo final del producto, como eliminación de hilos sobrantes, entintando desbordes y costuras finales, además de una limpieza general del producto de todos los elementos que haya adquirido en el recorrido del proceso.

Empaque: el embalaje de los productos marroquineros se realiza inicialmente en bolsas de polietileno para luego llevarlos a empaques adecuados para cada producto que por lo general consiste en cajas de cartón.

Hebillas

Proceso de producción

Piel:

Etapa de rivera: técnica moderna de remojo y pelambre.

Etapa de curtido: Es la estabilización irreversible de la perecedera sustancia de la piel

Etapa de acabado húmedo: Confiere al cuero su presentación y aspectos definitivos

Etapa de acabado seco: permite mejorar el brillo, toque y ciertas características físico-mecánicas.

partes del cinturón

Capellada: Aparado o corte, son las partes que constituyen el cinturón excepto la hebilla.

Forro: elemento que cubre el interior del corte en forma parcial o total.

Ojete: pieza que viene en diferentes materiales y formas geométricas y se utiliza para ajustar la hebilla

Hebilla: es el elemento que se encarga de ajustar el cinturón, los materiales y diseños que lo conforman pueden ser diversos.

Tallajes del cinturón

Calidad

Las normas ISO 9000, es un concepto integral que cubre todas las ramas de operación mediante su aplicación podemos conseguir los niveles de las compañías que hoy en día están compitiendo y obtenido resultados a nivel internacional.

Las normas ISO- 9000 están compuestas por cuatro normas esenciales, diferenciadas entre si por el grado de penetración del proceso que queremos asegurar, estas se dividen así:

Normas de carácter mandatorio

Norma ISO 9001

Norma ISO- 9002

Norma ISO- 9003

Normas de carácter recomendatorio

Norma ISO- 9004

Embalaje, envase y rotulado

Objeto que esta destinado a contener temporalmente un producto o conjunto de productos durante su manipulación, transporte, almacenamiento o presentación a la venta a fin de protegerlos y de identificarlos y facilitar dichas operaciones.

Envalaje en papel cartón: Constituido esencialmente por uno o varios elementos de papel o cartón, independiente del proceso de fabricación.

Contenedor: Elemento de equipo de transporte que tiene un volumen interno de un metro cúbico o mas pero sin incluir los vehículos o embalajes convencionales.

Etiqueta o rótulo: Elemento que sirve Para la identificación, información o decoración de embalajes.

Fleje: cinta metálica

Producto: embalaje de papel y cartón

Solapa

Aleta de cierre

Perforaciones o ranuras: para
aireación

ranuras para manipulación
recibir la patilla para el montaje

13.Términos de venta

FOB: free on board- libre abordó: el exportador adquiere el compromiso de colocar la mercancía en el puerto de embarque convenido, a bordo del medio de transporte.

SIF: COST, INSURANCE AND FREIGHT – COSTO SEGURO Y FLETE: los compromisos adquiridos conforme al término anterior, se adquieren con la contratación y el pago del flete y el seguro hasta puerto de destino por parte del vendedor.

CONFIRMACION DE LA CARTA DE CREDITO: el banco comercial colombiano recibe copia de la carta de crédito del banco corresponsal garante u otro documento que convenga como garantía del pago y comunica al exportador para que este inicie los tramites para el despacho de la mercancía.

FACTURA COMERCIAL: Es una cuenta por los productos que se envían al comprador en el extranjero y frecuentemente es utilizado por las autoridades aduaneras del país importador como el documento básico para determinar el valor en aduana de las mercancías sobre el cual se aplicará los derechos de importación.

Gastos de manipulación y aduana

promoción y publicidad

Promoción

Mensaje: el poder hecho cuero. Impreso en mayúscula con un tipo de letra moderna.

Color: plata

Significado: lo que busca es definir la importancia del cuero como un producto que debe reflejar fuerza, poderío, clase y estilos propios para aquel que posea un cinturón
Quantti

Fondo: Es en azul y violeta

Sobrefondo: se encuentra el mapa de Colombia color negro azabache y contorno azul.

Quantti Ltda. No es un distribuidor final de la compañía pero en unión a las cadenas de almacenes ofrecerá las siguientes promociones:

Bonos de descuento

La persona que compre una correa podrá elegir la hebilla que desee según el tipo de cuero

Publicidad

Para traer la atención hacia un producto es necesario crear una buena estrategia de publicidad.

CONCLUSIONES: las autoras no hacen en el trabajo de grado conclusiones, realizan un resumen ejecutivo del tema desarrollado.

BIBLIOGRAFIA: la bibliografía esta compuesta por 10 autores, de los cuales se destacan temas como: comercio internacional,

mercadotecnia, régimen Venezolano de importaciones, legislaciones económicas y de cambio.

ANEXOS:

- Anexo A: Modelo de auditoria.
- Anexo B: Índice de precios al producto IPP.
- Anexo C: Tipos de Cuero
- Anexo D: Cajas y Contenedores.
- Anexo E: Instituciones de Usos.

RAAS: Este resumen fue elaborado por Ximena Cely.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 141

TITULO : Análisis de Costos por Sustitución de Personal en Carulla & CIA S.A. Durante el año 1997.

AUTOR : Melo, Rodríguez Nubia.

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1998, 74 páginas, 5 textos bibliográficos, 2 pie de páginas, 5 conclusiones, 19 anexos.

PALABRAS

CLAVES : Proceso de selección, personal, diagrama de flujo, mano de obra, gastos de operación.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad analizar los costos por sustitución de personal de la empresa Carulla durante el año 1997, correspondientes a las tres unidades de venta que son : Carulla, Merquefácil y Rapid Tiendas 2x3 de la ciudad de Bogotá.

FUENTES : Las autoras hacen referencia a dos pie de páginas :

- REICHHELD, Frederick. El Efecto de la Lealtad,

2

CONTENIDO : La sustitución de personal genera inestabilidad implicando un análisis detallado de los procesos de selección, contratación y capacitación de personal de la empresa.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION.

Tema 1 : Situación Actual.

La empresa Carulla presenta un alto porcentaje de sustitución de personal, lo cual indica que existen fallas en los procesos de selección, contratación y capacitación. Se observa también que la alta gerencia está interesada en descubrir esos cuellos de botella, ya que no existe un sistema establecido para calcular el costo de la mano de obra directa, indirecta y los gastos de operación correspondientes a los costos por la inestabilidad de personal.

Las circunstancias anteriores pueden llevar a la empresa a no aprovechar al máximo sus recursos para racionalizar costos, es por ello que por medio del análisis de costos por sustitución de personal, se observará numéricamente lo que representa para Carulla seleccionar, contratar y capacitar al personal teniendo en cuenta la dependencia y el cargo.

Tema 2 : Objetivos.

- Realizar el diagrama de flujo correspondiente a los procesos de selección, contratación, capacitación y retiros de personal.
- Estandarizar la duración de las actividades que realizan las personas que intervienen directamente en los procesos de selección, contratación y capacitación de personal.
- Calcular la mano de obra directa, la indirecta y gastos de operación de los procesos de selección, contratación y capacitación del personal.
- Investigar los centros de costos que pertenecen a los departamentos de Relaciones Industriales y Desarrollo de Personal.
- Determinar el número de personas y los cargos que tuvieron capacitación durante el año 1997.

- Analizar los resultados del estudio y determinar las fallas que se presentan en los procesos de selección, contratación y capacitación de personal.

Tema 3 : Justificación de la Investigación.

Debido a que Carulla presenta unos niveles altos correspondientes a la sustitución de personal, es necesario hacer un análisis de costos, que le permita saber cual es el valor real de la deserción de los empleados y las causas que lo propician, analizando de esta manera, los errores que se están presentando en algunos procesos.

La investigación propuesta busca por medio de un análisis de costos, cuantificar las actividades destinadas a los procesos de selección, contratación y capacitación de personal que se realizan en la empresa Carulla de la ciudad de Bogotá, calculando la mano de obra directa, la indirecta y los gastos de operación de cada proceso, encontrando los cuellos botella, que perjudican a la organización y que afectan tanto al cliente interno como al cliente externo.

II. MARCO DE REFERENCIA.

Tema 1 : Marco Teórico.

Los costos representan un papel muy importante en el proceso de la toma de decisiones, ofrecen una base para determinar la utilidad, para hacer la planeación de las utilidades y su control posterior.

El análisis de costos que permita visualizar claramente la sustitución de personal sirve para tres propósitos :

- Es una base que proporcionará información a la administración para fundamentar la planeación y la toma de decisiones.
- Ofrece información para el control administrativo de las operaciones y actividades de la empresa.
- Proporciona informes relativos a costos para medir la utilidad y evaluar el inventario.

Los departamentos de recursos humanos han tratado de cuantificar el costo de la sustitución de personal por la inestabilidad del mismo, ya que es un grave problema que se presenta en las empresas, se han estudiado los costos de la contratación y capacitación e incluso de la productividad que se pierde cuando trabajadores nuevos e inexpertos reemplazan a los veteranos. Análisis más creativos han tratado de incluir también el costo de la inferior calidad de servicio que resulta de la sustitución de personal. Pero esas cifras no han convencido a los gerentes porque no están vinculadas a cifras contables o flujos de fondos. Las consecuencias verdaderas de la sustitución de personal para el flujo de fondos exceden con mucho la estimación intuitiva que hacen los administradores. La clave para cuantificar las consecuencias de la conservación de empleados para el flujo de fondos es reconocer que la retención de empleados no solamente es crítica para la eficiencia de costos, sino que también es un factor importante

para el crecimiento de ingresos, por su vinculación directa con la adquisición y conservación de clientes.

Tema 2 : Marco Conceptual.

- Contabilidad de Costos : Arte o técnica empleada para recoger, registrar y reportar la información relacionada con los costos y con base en dicha información, tomar decisiones adecuadas relacionadas con la planeación y con el control de los mismos.
- Costos : Son toda erogación o desembolso de dinero para obtener algún bien o servicio.
- Costo Directo : Es el que se identifica plenamente con una actividad, departamento o producto.
- Costo Indirecto : Es el que no se puede identificar con una actividad determinada.
- Costos Generales de Fabricación : Se conforman por los costos de los servicios públicos, arrendamientos de plantas y equipos, seguros de plantas, etc. junto con los materiales indirectos y la mano de obra indirecta.
- Diseño : Descripción de métodos, técnicas y herramientas de ayuda para la definición de los requerimientos de un proyecto.
- Mano de Obra Directa : Es la remuneración de los trabajadores directos por el tiempo empleado en labores productivas.
- Mano de Obra Indirecta : Forma parte de los costos generales de fabricación, es la remuneración total pagada a todos los trabajadores de producción por conceptos distintos a los que constituyen la mano de obra directa.
- Rotación de Personal : Deserción de los empleados a todo nivel, que se presenta en las empresa por diversas causas, afectando las utilidades de la misma.
- Sistemas de Costos : Serie de normas o procedimientos contables, conjunto de objetos en un cierto orden que constituyen un todo y se encuentran enlazados entre sí.

III. METODOLOGIA.

Tema 1 : Tipo de Investigación.

Para realizar el proyecto de costos por sustitución de personal en Carulla, se implementará el tipo de investigación básica, debido a que los resultados del estudio, servirán de guía para dar soluciones al problema que representan los altos costos y las fallas que existen en los procesos.

Tema 2 : Nivel de la Investigación.

El tipo de nivel de la investigación es exploratoria, ya que se busca construir un marco de referencia sobre el tema de costos por sustitución de personal en Carulla, como no existe suficiente información, es necesario aclarar conceptos y obtener mayor información no escrita que poseen personas que por su relato pueden ayudar a reunir y sintetizar sus experiencias, para explotar así profundamente el tema.

Tema 3 : Unidad de Análisis.

La unidad de análisis está constituida por la empresa Carulla & CIA S.A. de la ciudad de Santafé de Bogotá, la cual es una organización colombiana de capital privado, especializada en el mercadeo y producción de alimentos y en la comercialización de artículos complementarios de uso respectivo en el hogar.

IV. ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA.

Tema 1 : Razón Social.

Carulla & CIA S.A. es una organización colombiana de capital privado, especializada en el mercadeo y producción de alimentos y en la comercialización de artículos complementarios de uso respectivo en el hogar.

Tema 2 : Marco Geográfico.

Carulla tiene su sede principal en Santafé de Bogotá en la carrera 68 D # 21 - 35, en donde funciona su sede administrativa principal, talleres y zonas de procesos y almacenamiento de alimentos y abarrotes.

Tiene sucursales distribuidas en diferentes ciudades del país como Cali, Popayán, Barranquilla, Cartagena, bajo los nombres de Carulla, Rapid - Tiendas 2x3 y Merquefácil.

Tema 3 : Objetivos de Carulla & CIA S.A.,.

Objetivo General : Brindar productos de excelente calidad, prestar el servicio de distribución masivo de mercancías a la familia colombiana, con productos de la canasta familiar y productos suntuarios para satisfacer sus necesidades mediante la excelencia en calidad de productos, instalaciones y servicios ofrecidos.

Objetivos Específicos :

- Maximizar el beneficio para el cliente externo a través de : un surtido confiable, alimentos sanos, nutritivos, frescos, de buen gusto y de artículos complementarios de uso respectivo en el hogar. Un servicio especializado, confiable, oportuno, constante, respetuoso, amable, personalizado, informado, honesto, eficiente, rápido interesado en la satisfacción pre - venta y post - venta del cliente. Una exhibición atractiva, agradable a los sentidos, ordenada, innovativa, higiénica y armónica en sus componentes : productos, exhibidores y publicidad.
- Maximizar el beneficio para el trabajador a través de : un trato humano, digno, justo, objetivo y respetuoso de las condiciones y derechos de las personas. Una remuneración justa y equitativa, de acuerdo con : las condiciones, capacidades y esfuerzo del colaborador.

- Un sistema ordenado y equitativo de planeación y programación del trabajo según los requerimientos de la compañía. Una adecuada, oportuna, permanente capacitación tanto en los aspectos de su desempeño en el cargo, como en los de su relación laboral y desarrollo profesional y humano.

Tema 4 : Misión : Está orientada al bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de las personas, por medio del desarrollo de sistemas modernos, innovadores, competitivos y rentables de :

- | | |
|------------------|----------------|
| • Calidad | • Distribución |
| • Servicio | • Información |
| • Proceso Manejo | • Precios |

Que permita maximizar el valor agregado en beneficio de :

- | | | |
|-----------------|-----------------|----------------|
| • El Cliente | • El Trabajador | • El Proveedor |
| • El Accionista | • La Compañía | • El Productor |
| • El Estado | • La Comunidad | • El País |

Con profundo sentido del valor de la persona y de su trabajo, de su salud y seguridad ; con dedicación plena y constante por la calidad y la sanidad ; con esfuerzo constante.

Tema 5 : Visión : Carulla se ha desarrollado y se proyecta al mercado nacional como :

- Organización pionera en la industria del supermercado y autoservicio en formatos innovadores, ajustados a las tendencias de los mercados, la comunicación y la tecnología.
- Compañía de confianza en calidad integral, surtido, servicio e innovación.
- Empresa posesionada en liderazgo, comercialización y producción de alimentos para diversos estratos y segmentos.

Tema 6 : Principios y Valores.

La compañía seguirá estos principios con el fin de integrar y dinamizar su filosofía, misión, objetivos y actividades :

- Respeto y valoración de la persona y su trabajo.
- Compromiso profundo con la calidad y el servicio
- Defensa de los valores éticos e institucionales de la ley y el estado de derecho.
- Esfuerzo por la productividad y la rentabilidad.
- Estimulo a la innovación y a la investigación.
- Defensa de la naturaleza y del medio ambiente.

Tema 7 : Estructura Organizacional.

En el organigrama de Carulla, existen niveles de comunicación. Cada área depende directamente de cada uno de los jefes respectivos del departamento y estos a su vez en línea directa con el gerente general.

Está organizado por departamentos de tipo lineo - funcional, ya que las actividades se agrupan según su función primordial para lograr la especialización y con ello una mayor eficiencia del personal.

La gerencial general tiene a su cargo la gerencia administrativa y esta a su vez los departamento de relaciones industriales desarrollo organizacional, servicios generales. La gerencia financiera comprende auditoria, contabilidad, análisis económico, procesamiento de datos y tesorería. La gerencia técnica tiene a su cargo proyectos nuevos almacenes la compra de equipos y mantenimiento. La gerencia de mercadeo comprende abarrotes, panadería, frutas y verduras, carnes, delikatessen y la pescadería finalmente la gerencia de operaciones es responsable de la distribución de abarrotes y del funcionamiento de las bodegas, los almacenes y el transporte.

V. DIAGRAMA DE FLUJO DE LOS PROCESOS DE SELECCIÓN Y CONTRATACION DEL PERSONAL.

Por medio de los diagramas de flujo se identifican cada una de las actividades realizadas en los procesos de selección y contratación del personal, también se determina el departamento responsable de llevarlas a cabo.

Tema 1 : Duración De Las Actividades Realizadas En Los Procesos De Selección Y Contratación Del Personal

1. Para calcular la mano de obra directa, es necesario determinar la duración de cada una de las actividades que se especifican en el diagrama de flujo de los procesos de selección y contratación del personal.
2. para obtener un promedio de duración, se utilizo la hoja para toma de tiempos, en ella se especifica la fecha de registro, el cargo del empleado que realiza la actividad la descripción de la actividad y el departamento al que pertenece.
3. para cada una de las actividades realizadas por el personal de psicología y de administración del personal, se tomaron cinco muestra para actividad, algunas de esta muestras se realizaron sin que los empleados se dieran cuenta, para comprobar si las actividades se realizaron responsablemente en el tiempo indicado.

Tema 2 : Valor de la mano de obra directa de las persona que intervienen en los procesos.

Para calcular la mano de obra de los procesos de selección y contratación se tuvieron en cuenta los valores salariales de cada una de las personas que intervienen directamente en estos procesos.

Las datos que se tuvieron en cuenta de cada persona son los siguientes :

- Código
- Nombre
- Fecha de ingreso
- Antigüedad
- Sueldo básico
- Promedio horas reales trabajadas mensualmente
- Prestaciones sociales

Con los datos anteriores se calculo el valor de la mano de obra directa por hora y por minuto de los departamentos de psicología y administración del personal

Tema 3 : Calculo de la mano de obra directa por actividad procesos de selección y contratación.

1. para calcular los costos totales de la mano de obra directa, se tomo el valor del minuto de cada empleado y se multiplico por el tiempo promedio de cada actividad especificando el departamento y los códigos de las personas responsable de realizar.
2. En el departamento de psicología, algunas actividades son las mismas para los psicólogos, por ello se calculo un promedio de los cuatro valores de M.O.D por ora y por minuto
3. El costo que obtiene en esta etapa del proceso es por una sola persona seleccionada y contratada, sin importar el cargo, debido a que el proceso es el mismo para todas las personas que desean vincularse laboralmente a la compañía.

VI. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO CAPACITACION DEL PERSONAL

Por medio del diagrama de flujo se observa en forma general el proceso de capacitación, el cual se aplica al personal que selecciono el Departamento de psicología y que contrato Administración del Personal para trabajar en las unidades de Ventas Carulla, Merquefacil y Rapid Tiendas 2x3 de la ciudad de santafé de Bogotá

Tema 1 : Valor de la mano de obra directa de las personas que intervienen en el proceso de capacitación personal

Para calcular la mano de obra directa del proceso de capacitación, se tuvieron en cuenta los valores salariales de cada una de las personas que intervienen directamente en este proceso y el tiempo dedicado por las mismas en las actividades de capacitación

Los datos que tuvieron en cuenta de cada persona que interviene directamente en el proceso son los siguientes.

- Código
- Nombre
- Fecha de ingreso
- Antigüedad
- Sueldo Básico
- Promedio Horas reales trabajadas mensualmente
- Prestaciones Sociales

Con los datos anteriores se calculo el valor de la Mano de Obra Directa por Horas y por minuto del Departamento de Desarrollo del personal.

Tema 2 : Calculo de mano de obra directa por cargo del proceso de capacitación de personal.

Para calcular el valor de la mano de obra directa del proceso de capacitación, se tienen en cuenta los siguientes aspectos :

- Cargo
- Horas de Capacitación
- Responsable
- Valor hora
- Valor Total
- El resultado de este calculo, es por una persona capacitada, el cual varía según el cargo.

Tema 3 : Personal en Capacitación durante el año 1997.

Se investigaron los cargos provistos con personal nuevo durante el año 1997 en las diferentes unidades de venta, especificando el cargo, el mes en el cual se realizó la capacitación, el numero de personas capacitadas, el tipo de contrato con el cual se vinculó laboralmente a la compañía.

Posteriormente se totalizaron las personas capacitadas y el numero de grupos capacitados durante el año.

Tema 4 : Total costos mano de obra directa de selección, contratación y capacitación de personal.

Teniendo en cuenta el numero de personas seleccionadas, capacitadas y contratadas durante el año 1997, para trabajar en las unidades de venta de la ciudad de Bogotá, se totalizaron los costos de estos procesos ; multiplicando el valor de la mano de obra directa obtenida anteriormente, por el numero de personas capacitadas y contratadas según el cargo.

Cada uno de estos valores es diferente, ya que dependen del cargo y de la cantidad de personas que recibieron capacitación y que fueron contratadas durante el año observando que existen cargos con gran numero de personas capacitadas como es el caso de los empacadores de Carulla, las cajeras, vigilantes y surtidores de Merquefacil.

VII. MANO DE OBRA INDIRECTA DE LOS PROCESOS DE SELECCIÓN, CAPACITACION Y CONTRATACION DE PERSONAL.

La mano de obra indirecta, se calculo teniendo en cuenta a las personas que aún cuando no participan directamente en los procesos, si tienen ingerencia en dichos procesos, dedicando un porcentaje de su tiempo, el cual se estableció con base en la opinión de los mismos funcionarios.

Cada uno de ellos determinó un porcentaje de participación en las actividades de selección, contratación y capacitación. Teniendo en cuenta este porcentaje, el salario del empleado y valor de sus prestaciones sociales se calculó el valor de la mano de obra indirecta.

VIII. GASTOS DE OPERACIÓN.

Para determinar los gastos de operación, se investigaron los centros de costos que intervienen directamente en los procesos de selección, contratación y capacitación de personal.

Para determinar los gastos de operación de estos procesos, se tomo como referencia el informe anual de gastos de operación que realiza el departamento de contabilidad.

METODOLOGIA : Para realizar el proyecto de costos por sustitución de personal en Carulla, se implementará el tipo de investigación básica, debido a que los resultados del estudio, servirán de guía para dar soluciones al problema que representan los altos costos y las fallas que existen en los procesos. El tipo de nivel de la investigación es exploratoria, ya que se busca construir un marco de referencia sobre el tema de costos por sustitución de personal en Carulla.

CONCLUSIONES : De las cinco conclusiones se destacan :

- Al determinar los costos por sustitución de personal, se observa que Carulla presenta un alto índice de rotación en algunos cargos de las diferentes unidades de venta, lo cual trae como consecuencia, que los costos para cumplir los procesos de selección y contratación se eleven significativamente.
- en forma global los costos por sustitución de personal, incluyendo los procesos de selección, contratación y capacitación equivalen para el año 1997 a la suma de \$831.356.731, para un promedio por cargo provisto de \$1.670.691.

BIBLIOGRAFIA : Cinco textos bibliográficos de temas relacionados con : lealtad, contabilidad de costos y metodología de trabajos escritos.

ANEXOS : De los 19 anexos se destacan :

ANEXO A, B, C, D, E, F, G, Hoja para la toma de tiempos de los procesos.

ANEXO H, I, J, K, L, M, N, O, P,Q, R, S, Gastos de operación acumulados por centro de costos.

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	RAAS 142
----------	--------------------------	----------

TITULO : Las Asociaciones Gremiales como Entidades de Servicio

AUTOR : Benetti, Angel Carla María

PUBLICACION : Trabajo de grado, facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 1998, 292 páginas, 9 pie de páginas, 17 textos bibliográficos, 8 conclusiones, 2 anexos.

PALABRAS CLAVES : gremios, estrategias, política tributaria, ACOPI, economía, Fenalco, mercados.

DESCRIPCION : El trabajo de grado tiene como finalidad analizar y estudiar las necesidades de tipo asociativo que tienen los empresarios, la forma gremial que los agrupa y la respuesta de ésta a sus necesidades.

FUENTES : El trabajo de grado hace referencia a nueve pie de página de los cuales se destacan :

- Sociedad de Agricultores de Colombia, 2
- ACOPI, Asociación Colombianas de Medianas y Pequeñas Industrias 1
- Federación Nacional de Comerciante, FENALCO 1

CONTENIDO : En la presente monografía se analiza y estudia las necesidades de tipo gremial que tienen los empresarios, realizándose comparaciones con algunas entidades gremiales como son la SAC,

ACOPI y FENALCO, para determinar en que forma está respondiendo a las expectativas de sus afiliados.

I. OBJETIVOS.

Tema 1 : Objetivos General y Específicos.

General : Analizar y estudiar las necesidades de tipo asociativo que tienen los empresarios, la forma gremial que los agrupa y la respuesta de ésta a sus necesidades.

Específicos :

- Investigar, estudiar y analizar cuales han sido las estrategias y políticas de los gremios, como son la SAC, ACOPI, y FENALCO, en a prestación de los actuales servicios a los empresarios.
- Describir los servicios que los gremios ofrecen a sus afiliados.
- Señalar las necesidades del nuevo tipo de agremiaciones.

Tema 2 : Justificación.

Para cumplir con los objetivos anteriormente escritos, se justifica esta investigación pues ella permite contribuir a la solución de los problemas que aquejan a las entidades gremiales, como son la SAC, ACOPI, y FENALCO, con lo cual se obtiene la satisfacción de las expectativas y necesidades de sus afiliados, lo que le permite a estos el mejor desarrollo de sus empresas.

Sin dejar de lado estas consideraciones, esta investigación también encuentra una justificación en que contribuye de alguna manera a identificar las características propias de las entidades de servicio que hacen ver a las agremiaciones como organizaciones de alto contacto, y a plantear políticas que permitan el mejor desarrollo del país desde el punto de vista económico y social con la prospectiva del empresario y de la empresa como factores que contribuyan a consolidar el progreso, la paz social y la mejora de la calidad de vida de los colombianos.

II. MARCO DE REFERENCIA.

Tema 1 : Marco Teórico.

Desde el comienzo de la humanidad, el hombre ha visto la necesidad de asociarse para en esta forma suplir sus necesidades y carencias, tal vez se podría hablar de la asociación o comunidad mas antigua que es la familia, la unión del hombre y la mujer que se complementan entre sí. De esta forma en todo el mundo y en todas las épocas han realizado uniones o alianzas, sea entre empresarios del mismo sector o de diferentes

sectores para complementarse o colaborar mutuamente. Las uniones organizadas de estos empresarios constituyen las entidades gremiales prestadoras de servicios.

De los orígenes de los gremios podemos hablar que en Francia pre - revolucionaria existían gremios de tipo feudal, sin perder de vista lo que sucedía en América Latina, como las sociedades artesanales a mediados del siglo XVIII, desempeñando un importante papel en el apoyo, en la orientación y la dirección del Estado, durante varias décadas, sin dejar de lado la importancia de los productos agrícolas que se desarrollaban en la época y que aún hoy se desarrollan en América.

Existen dos razones por las cuales proliferaron los gremios :

1. Por la necesidad de especialización de gremios, ya que los empresarios buscan satisfacer necesidades específicas y concretas que una entidad de tipo general no podría suplir en toda su dimensión.
2. Otro aspecto, es el conflicto de intereses, elemento natural de la actividad humana.

Los gremios como creaciones humanas deben estar en permanente evolución, por que los seres vivos se transforman continuamente en constantes ciclos de construcción y destrucción.

Marco Conceptual.

- Asociaciones : Entidad que con una estructura propia reúne a un grupo de personas para llevar a cabo una determinada actividad y lograr un mismo objetivo.
- Gremios : Asociación de empresas de un mismo sector o diferentes sectores que tienen comunidad de intereses y buscan objetivos comunes.
- Servicio ; Es la actividad desarrollada para suministrar o prestar bienes tangibles o intangibles a los usuarios.

III. ESTRATEGIA - METODOLOGIA.

Tema 1 : Tipo y Nivel de Investigación.

Se empleará la aplicada, por cuanto este método se da solución al problema planteado, que consiste en satisfacer las necesidades de tipo asociativo que tienen los empresarios.

El método de estudio es de caso, donde se analizan los antecedentes, el estado actual de sus evoluciones y las interrelaciones de estas con sus afiliados y su desarrollo futuro, por lo cual se han escogido tres entidades gremiales que representan a los distintos sectores

del ciclo económico, efectuando la investigación no solo con la entidad gremial sino mediante entrevistas con sus directivos que llevarán a interpretar la opinión de estos.

Unidad de análisis : Se han escogido tres entidades gremiales con sede en la ciudad de Bogotá con el fin de cubrir en lo posible la totalidad del ciclo económico es decir la producción de la materia prima, la transformación de ésta en productos. Elaborados que son vendidos a nivel nacional, es decir la distribución y venta de mercancías.

Población : Esta constituida por tres agremiaciones como son : la Sociedad de Agricultores de Colombia, Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias y la Federación Nacional de Comerciantes.

Técnicas e Instrumentos :

- Documental
- Entrevistas Personales
- Las vivencias de la autora.

Organización y tratamiento de La Información.

Se realizarán entrevistas personales con los directivos o ejecutivos de cada entidad gremial, aplicando un cuestionario idéntico para las tres entidades, por medio de cuadros y gráficas, a fin de que sus respuestas sean comparativas para estudiar y analizar las diferencias y semejanzas de cada entidad, las necesidades de tipo asociativo que tienen los empresarios, la forma gremial que los agrupa, determinando así los nuevos servicios que demandan los empresarios, conociendo sus expectativas respecto a los servicios que prestan los gremios.

IV. ASPECTOS GENERALES DE LA SOCIEDAD DE AGRICULTORES DE COLOMBIA (SAC).

Tema 1 : Reseña Histórica.

El nacimiento de la SAC, ocurre en medio de uno de los momentos mas interesantes y decisivos de la vida del país : justamente cuando se hacia el tránsito de los Estados Unidos de Colombia (el federalismo) a la República de Colombia (el centralismo), a finales del siglo XIX.

Una época que aunque convulsionada por las luchas partidistas, vio la irrupción del ferrocarril entre otros y de grandes avances en la educación, se abrieron escuelas, colegios y universidades, florecieron el comercio y la industria y comenzó a verse la necesidad de modernizar la agricultura mediante la introducción de nuevas tecnologías, entre ellas el arado y las semillas clasificadas ; Colombia estaba en plena construcción.

Así, el 15 de diciembre de 1871 un grupo de prestantes hombres de empresa convinieron crear la Sociedad de Agricultores Colombianos, con el objetivo centra de promover el adelanto y defender por medio de la discusión pública los intereses de la agricultura.

Misión de la SAC : Liderar la preinversión y emprender la estructuración y promoción de los proyectos viables, incentivando la participación del sector privado, con el fin de impulsar el desarrollo socio - económico de las regiones colombianas, en especial de aquellas con proyectos prioritarios para el Plan Nacional de Desarrollo.

Visión de la SAC : Ser una entidad reconocida por la excelencia en el servicio integral al cliente, por la calidad de su gestión, por el positivo efecto socio - económico de los proyectos que promueva y por su activa participación en el logro de sus políticas del Plan Nacional de Desarrollo.

Política : La SAC tiene como política base el fortalecer la ciencia, la tecnología y el financiamiento de las zonas rurales.

Numero de Empresas Afiliadas : La SAC está integrada por alrededor de 45 agremiaciones, asociaciones regionales, cooperativas, entidades y empresas afiliadas a la SAC.

Sectores que Cubre : La SAC es la principal organización gremial del sector agropecuario de Colombia, siendo el único gremio cúpula del país, su función es la de reforzar y complementar todas aquellas tareas que son realizadas por sus asociaciones afiliadas, los cuales están representando intereses específicos, mientras la SAC, se dedica a la atención de los intereses generales del conjunto de productores del agro.

La SAC está integrada por 45 gremios aproximadamente que agrupan la producción de vegetales, pecuaria, silvicultura y acuícola, sumándose a ellos las sociedades regionales de productores regionales.

Funciones de la SAC :

- Propender por el desarrollo económico, la equidad social y la estabilidad política del país.
- Promover el desarrollo agropecuario nacional y el bienestar del campesinado y de los empresarios rurales colombianos.
- Evaluar el impacto de la política macroeconómica sobre las actividades agrarias y formular recomendaciones sobre el particular.
- Cooperar con el gobierno, en la formulación de la política agropecuaria y en su ejecución.
- Propiciar el desarrollo sostenible de los recursos naturales y la protección del medio ambiente.

Estado Actual del Gremio : Es un gremio cúpula, al cual están afiliadas asociaciones sectoriales en donde las grandes decisiones se generan por medio de la SAC, manejando de manera general los intereses del sector agropecuario. En el momento actual existe

pleno consenso en cuanto a la importancia estratégica del sector desde el punto de vista económico, social y político para garantizar un mayor desarrollo y bienestar, la convivencia pacífica y la estabilidad institucional.

Tema 2 : Programas Estratégicos de Mediano y Largo Plazo.

- Elaboración de un documento de macro - política agraria para el nuevo presidente de la república.
- Fortalecer y regionalizar la SAC.
- Realizar modificaciones en los estatutos de la SAC.

Lo que Piensa el Gremio del Comercio Exterior : Según entrevistas con directivos de comercio exterior de la SAC el criterio de la entidad es el siguiente : las transformaciones que se están generando en la producción y consumo mundial de granos tienen como efectos cambios significativos en las tendencias de los mercados internacionales.

Una tendencia clara de los mercados internacionales hacia la comercialización de productos mas elaborados o con mayor valor agregado.

Para lograr la participación de los productos agrícolas colombianos, es necesario lograr un mecanismo de estabilización, vinculado al sostenimiento de ciertos niveles de producción interna.

V. ASPECTOS GENERALES DE LA ASOCIACION COLOMBIANA DE MEDIANAS Y PEQUEÑAS INDUSTRIAS (ACOPI).

Tema 1 : Reseña Histórica.

ACOPI es una entidad gremial de carácter permanente y sin ánimo de lucro ; para cubrir la necesidad de representación y respaldo, a los pequeños y medianos industriales.

En febrero de 1950, en Medellín, un grupo de industriales crearon la organización de pequeños industriales colombianos OPICOL. El 10 de octubre de 1951, OPICOL amplió su cobertura, fundado en Neiva la organización de pequeños industriales del Huila. En Cali surgió en 1951 la Asociación de Pequeños Industriales de Occidente APIO.

El 27 de agosto de 1951, tres organizaciones : ADIBA, OPICO y APIO ; deciden unirse y darle vida a lo que hoy se conoce como la Asociación Colombiana de Pequeños Industriales, ACOPI.

Misión de Acopi : La asociación colombiano de Pequeñas y Medianas Industrias, es una federación, entidad gremial de carácter permanente, sin ánimo e lucro, constituida conforme a la legislación civil, encargada de fomentar el desarrollo del sector de la mediana y pequeña industria, así como de defender y promover tanto sus intereses comunes como los de la microempresa de acumulación, como un eslabonamiento de la cadena productiva dentro de un criterio de bienestar y progreso para el país.

visión de Acopi : Acopi se ve ofreciendo e implementando nuevos servicios acordes con las necesidades del afiliado, con la finalidad de convertirse en una entidad líder hacia el siglo XXI y al mismo tiempo contribuyendo al desarrollo de los afiliados y del país.

Estrategias :

- De financiación
- De tecnología
- Del medio ambiente
- De calidad
- De productividad

Empresas Afiliadas : Acopi actualmente cuenta con 1500 empresas afiliadas a nivel nacional.

Servicios que Presta :

- Capacitación
- Asesorías
- Programas de desarrollo sectorial
- Servicios de información tecnológica
- Participación en ferias
- Convenios
- Estudios de mercados
- Publicaciones.

Tema 2 : Lo que Piensa el Gremio de la Economía Nacional.

Acopi desde un comienzo ha insistido en la necesidad de un ajuste fiscal severo de las finanzas públicas.

Para ACOPI gravar el iva al 16% a los locales comerciales afecta dramáticamente las posibilidades de hacer empresa en el país. aproximadamente el 80% del comercio, de la industria y los servicios Pyme no poseen locales ni bodegas propios.

VI. ASPECTOS GENERALES DE FEDERACION NACIONAL DE COMERCIANTES (FENALCO).

Tema 1 : Reseña Histórica.

Fenalco es una entidad gremial del carácter permanente sin ánimo de lucro, encargada de fomentar el desarrollo del comercio y de orientar, representar y proteger a los empresarios dedicados a esta actividad, y sus intereses, dentro de un criterio de bienestar y progreso del país.

en los primeros meses de 1945 el gobierno del presidente Alfonso López ejerció un severo control sobre la distribución y precios, como consecuencia de las perturbaciones económicas producidas por la II guerra mundial.

El gobierno nacional por medio de la resolución No 368 de 27 de agosto de 1945 emanada del Ministerio de Gobierno, aprobó los estatutos puestos a su consideración y reconoció personería jurídica a la Federación Nacional de Comerciantes.

Necesidad para Constituir Fenalco : Fenalco fue creada con la misión de fomentar el desarrollo del comercio organizado y orientar, representar y proteger ante las entidades oficiales y privadas los intereses del sector privado y luchar porque en la adopción de

políticas del Estado no se lesione, ni se entorpezca el ejercicio de la libertad de la empresa y de la competencia dentro de un criterio de bienestar y progreso del país.

Misión de Fenalco : Es un gremio que orienta, representa y protege los intereses del comercio ; para ello propugna el progreso del país, el bienestar del consumidor y el mejoramiento de las condiciones de vida de los colombianos.

Fenalco ve la necesidad de mejorar continuamente la eficiencia empresarial y la modernización de la gestión comercial para bien de la comunidad.

Es un gremio profesional, moderno y de avanzada, que sabe adaptarse en épocas de crisis y evoluciona permanentemente.

Fenalco considera que el recurso humano - afiliados, directivos y funcionarios constituyen el pilar fundamental para el cumplimiento de sus objetivos. Por ello promueve el desarrollo intelectual, económico y social de ellas personas vinculadas al gremio.

Visión de Fenalco : La federación deberá consolidarse como la máxima autoridad gremial ante los ciudadanos, instituciones, gobierno y demás entes, lo que permitirá tanto a la presidencia como a los organismos federados tener notable influencia en las diferentes esferas, deberá contar con un equipo humano altamente calificado, con expertos en diversas disciplinas, especialmente en comercio y con gran sensibilidad social.

Empresas Afiliadas : Fenalco actualmente cuenta con 16.000 establecimientos afiliados a nivel nacional, lo que representa cerca de 40.000 establecimientos.

Organización de Fenalco : la Federación está compuesta por la organización nacional, las seccionales, los capítulos y dependencias establecidas.

Sectores que Cubre : Fenalco agrupa a todos los comerciantes del país entre los que encontramos a los siguientes sectores :

- Automotores
- Calzado y artículos de cuero
- Distribuidores de llantas
- Ferreterías, materiales eléctricos y para construcción
- Informática y equipos de oficina
- joyería, platería y relojería.

Servicios que Presta :

- Fenalcheque
- Información comercial
- Capacitación
- Asesoría jurídica
- Centro de Arbitraje y conciliación
- Servicio de empleo
- Revista Fenalco Bogotá
- Guía comercial anual
- Actividad sectorial
- Estudios sectoriales.

Tema 3 : Lo que Piensa el Gremio de la Economía Nacional.

Las encuestas sobre la coyuntura del comercio arroja resultados negativos. El informe del DANE hasta el mes de agosto muestra una caída impresionante de las ventas. La encuesta mensual que efectúa la presidencia de Fenalco arroja resultados deprimentes ; donde la situación del comercio es dramática.

Las cifras del Dane que muestra mensualmente del comercio de las ventas reales durante el mes de agosto disminuyó en 8,4%.

VII. CUADRO COMPARATIVO DE LOS TRES GREMIOS.

Este cuadro se hace con el fin de que se aprecien las características de las entidades gremiales analizadas.

Es una recopilación de lo que se ha dicho anteriormente, presentado en una gráfica comparativa.

VIII. INDICE DE PARTICIPACIONEN EL MERCADO

Tema 1 : SAC.

SAC = 81.8%

ACOPI= 1,87%

FENALCO= 1.6%

IX. INDICE DE SATISFACCION DE LOS EMPRESARIOS.

Tema 1 : Indice de Satisfacción de los Gremios de la SAC.

SATISFACCION

 =71,4% la SAC cubre las satisfacciones de los gremios afiliados

EXPECTATIVAS

ACOPI = 85,7%

FENALCO = 90%

METODOLOGIA : Se empleará la aplicada, por cuanto este método se da solución al problema plantado, que consiste en satisfacer las necesidades de tipo asociativo que tienen los empresarios.

El método de estudio es de caso, donde se analizan los antecedentes, el estado actual de sus evolución y las interrelaciones de estas con sus afiliados y su desarrollo futuro, por lo cual se han escogidos tres entidades gremiales que representan a los distintos sectores del ciclo económico, efectuando la investigación no solo con la entidad gremial sino mediante entrevistas con sus directivos que llevarán a interpretar la opinión de estos.

CONCLUSIONES : De las 8 conclusiones se destacan :

- Las entidades analizadas son instituciones de servicios, en cuanto son sus programas ayudan a sus afiliados a resolver sus dificultades de tipo empresarial.
- Los gremios son entidades prestadoras de servicios a los afiliados y a veces a los no afiliados en la medida que los primeros los demandan a causa de que su entorno externo va cambiando y reclaman nuevos y mejores servicios de parte del gremio, a fin de obtener ayuda para acomodarse a un mercado tan competitivo.

BIBLIOGRAFIA : El trabajo hace referencia a 17 textos bibliográficos de temas relacionados con :asociaciones gremiales, encuestas, metodología.

ANEXOS : Contiene dos anexos :

ANEXO 1 : Registro de Afiliación ACOPI

ANEXO 2 : Flujograma, vinculación de los empresarios a ACOPI

RAAS ELABORADO POR : Silvia Castañeda B.

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 143

TITULO: DIAGNOSTICO EN LA ELABORACION DE PLIEGOS DE CONDICIONES PARA LA CONTRATACION DE SERVICIOS DE ALIEMNTOS EN LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS UBICADAS EN LOS CERROS DE SANTAFE DE BOGOTA, JAVERIANA, POLITECNICO, GRAN COLOMBIANO, ANDES EXTERNADO, SANTO TOMAS, LOS LIBERTADORES, E.A.N Y UNA PROPUESTA.

AUTOR: MORA BARRETO, Nelson Alberto

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de

Administración de Instituciones de Servicio, Santafé de Bogotá,
1998, pp.70 gráficas 17

PALABRAS CLAVES: PLIEGOS DE CONDICIONES, CALIDAD, SERVICIO,
LICITACION, CLIENTE.

DESCRIPCION:

Este trabajo realizar un diagnóstico en las universidades ubicadas sobre los cerros de Santafé de Bogotá, en cuanto a la adjudicación de contratos de servicios de Alimentos, con el fin de elaborar una propuesta standard sobre pliegos de condiciones.

Pretende ampliar el campo de desempeño del administrador de Instituciones de Servicio y ofrecer bajo una institución diferente a la hotelera, hospitalaria, asesorías administrativas y técnicas a toda institución que tenga un servicio de alimentos para sus clientes.

FUENTES:

No se encuentra ninguna fuente.

CONTENIDO:

CAPITULO 1. CONTENIDO DEL PLIEGO DE CONDICINES PARA LA
CONTRATACION DE SERVICIOS DE ALIMENTOS.

Tema 1. El pliego de condiciones

Son los documentos que establecen las obligaciones generales de las partes.

El pliego de condiciones es el conjunto de cláusulas, redactadas por la administración, especificando el suministro, obra o servicio que se licita, fijando las condiciones del contrato a celebrar y determinando el trámite a seguir en el procedimiento de licitación.

Al pliego de condiciones se le ha llamado ley del contrato, las cláusulas del pliego son la fuente principal de los derechos y las obligaciones de la administración y de los contratantes, y debiendo sus reglas cumplirse estrictamente. De allí deriva y no puede modificarse el pliego con posterioridad a la presentación de las propuestas.

- Condiciones generales
- Objeto del contrato
- Naturaleza del contrato
- Generalidades

Instrucciones para los proponentes

Definiciones de:

- Interventoría
- Documentos de la intervención
- Contrato
- Anexos
- Propuesta

Requisitos para participar en la invitación

- Acreditación de la invitación
- Acreditación de la visita realizada a las instalaciones de la institución donde se va a prestar el servicio de alimentos.
- Calidad para proponer

Autorización para proponer y contratar personas jurídicas

Quien presente la propuesta a nombre de una persona jurídica debe estar autorizado para comprometer a la empresa licitante por el valor de su oferta y suscribir su contrato correspondiente sin limitación alguna. En caso contrario debe adjuntar la autorización de la junta o asamblea de socios.

Consortios o uniones temporales

Los proponentes deben indicar si su participación es a título de consorcio o unión temporal. En este caso, deben señalar los términos y extensión de su participación en la propuesta y en la ejecución del contrato. Tal participación no podrá ser modificada sin el consentimiento previo y escrito de la entidad.

Responsabilidades de los proponentes

Los proponentes deben examinar minuciosamente el pliego de condiciones entregado por la entidad contratante e informarse cabalmente de las circunstancias que pueden afectar de alguna manera la ejecución del contrato.

La omisión de detalles en las especificaciones del pliego, no eximirá el contratista de la obligación de realizarlo.

Los documentos del pliego de condiciones

La presentación de la propuesta evidencia que el proponente ha examinado

Tema 2. Preparación y presentación de la propuesta

- Oportunidades para la presentación de la propuesta
- Forma de presentación
- Vigencia de la oferta
- Oferta completa
- Información para comparación objetiva
- Preparación de la propuesta

Obligaciones de presentar el NIT.

1. En el momento de la presentación de las declaraciones tributarias y sus correcciones.
2. En el momento de efectuar el pago de los impuestos, intereses o sanciones administrados por la DIAN.
3. Para los efectos señalados en el artículo 621 del estatuto tributario de 1989

4. En las demás gestiones que se realicen ante la DIAN diferentes a las anteriores que requieren la identificación del declarante, contribuyente o agente de retención.

RUT (Registro Unico Tributario)

1. Ejercer control en la expedición del NIT.
2. Centralizar la expedición de la tarjeta NIT en la división de evaluación y procedimientos de la subdirección de informática
3. Instruir sobre el diligenciamiento de las formas MH 1711 (RUT)
4. Establecer los procedimientos que deben seguir para la inscripción en el RUT
5. Fijar requisitos para la expedición del NIT de las personas naturales, jurídicas y/o sociedades de hecho.

Análisis y evaluación de las propuestas

Una vez recibidas las propuestas, el comité designado para su estudio, efectuará el análisis y evaluación de las mismas, según resulte más favorable a los intereses de la entidad teniendo en cuenta además los precios de las ofertas, sus condiciones generales, el programa de servicio, la organización, la capacidad operativa, la experiencia del proponente, los equipos la organización ofrecida para la información complementaria suministrada en las propuestas.

Las propuesta serán evaluadas en los aspectos: jurídico, técnico, de servicio y económico.

Rechazo de la propuesta

Cualquier propuesta que no haya sido diseñada de conformidad con los documentos de la invitación, o que este incompleta, ambigua en sus condiciones, que contenga adiciones no solicitadas, enmiendas, alteraciones o irregularidades y que no este debidamente dirigida, podrá ser rechazada.

La entidad de reservará el derecho de rechazar o estudiar las propuestas que no cumplan estrictamente con los requisitos de la invitación.

La entidad no será responsable por los costos que incurra cualquier proponente en la preparación de su propuesta. Los valores no serán reembolsables por ningún motivo.

Proceso confidencial

Después del proceso de apertura de las propuesta toda información, aclaración, evaluación, y comparación de las mismas, no podrán ser dadas a conocer a los proponentes u otras personas que estén oficialmente involucradas en al proceso de selección, hasta que haya sido anunciada la adjudicación del contrato al proponente favorable.

Proceso de selección y adjudicación del contrato.

- Número de participantes
- Plazo de aceptación y adjudicación de la propuesta
- Criterios para la selección del contratista
- Comunicación y plazo para la firma del contrato

- Duración del contrato

CAPITULO 2 LICITACION

La licitación es un procedimiento preliminar del contrato tendiente a determinar la persona con la cual se celebra. Es relativa a la forma de celebración de ciertos contratos, que tienen por objeto determinar la oferta más ventajosa, de la cual surja el vínculo contractual al finalizar el procedimiento con la resolución de adjudicación notificada al interesado, en algunos supuestos la adjudicación ha de ser aprobada, cuando esta es requerida, tanto, adjudicación y licitación integran el procedimiento de licitación. La licitación consiste en una invitación a los interesados para que, sujetándose a las bases preparadas, fórmulas, propuestas, de las cuales la administración seleccione y acepte la más ventajosa, con la cual el contrato queda perfeccionado; y todo el procedimiento se funde, para alcanzar la finalidad buscada, en los principios de igualdad de los licitantes y cumplimiento estricto de los pliegos de condiciones.

Etapas de la licitación pública

1. Llamada a licitación con base en un pliego de condiciones, preparado por la administración
2. Presentación de la propuesta
3. Apertura de la propuesta
4. La adjudicación
5. Celebración del contrato

Licitación pública

Se debe invitar a licitar

Se debe publicar en el diario oficial o un periodo de alta circulación en el ámbito nacional.

Debe darse un trato de igualdad a todos los proponentes

Se escoge la propuesta mas ventajosa

Debe ser una convocatoria abierta

Licitación privada

Este tipo de licitación debe cumplir los mismos requisitos aplicados a la licitación pública.

La invitación se hace a personas naturales o jurídicas inscritas en Kardex de proveedores.

Contratación directa

No existe ningún tipo de invitación ni tampoco concurso para la adjudicación del contratista (se escoge directamente).

Proceso de licitación en servicios de alimentos

Como se va a realizar la licitación

Elaboración del pliego de condiciones

- Notificación

La notificación es el acto jurídico mediante el cual se comunica de manera autentica a una persona determinada o a un grupo de personas determinada la resolución judicial o administrativa de una autoridad, con todas las formalidades preceptuadas por la ley.

- Las propuestas
 - Situación jurídica del oferente
 - Las ofertas propuestas
- Licitación en un servicio de alimentos
 1. Propuesta administrativa
 2. Propuesta económica
 3. Propuesta técnica
 4. Propuesta área operativa

El pliego de condiciones y la adjudicación del contrato

La adjudicación es el acto administrativo mediante el cual el jefe del organismo licitante define cual es la persona escogida o seleccionada con la cual se va a contratar.

Documentos exigidos por la compañía licitante:

Clases de servicio
Tipos de servicios
Horario de servicios
Menú
Instalación y menajes
Manejo de alimentos

Póliza de cumplimiento
Forma de pago

CAPITULO 3. LINEAMIENTOS EXIGIDOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO POR PARTE DEL CONTRATISTA

- Listado de personal

El contratista deberá presentar mensualmente al interventor del contrato una relación actualizada del personal que labora en su servicio con su respectivo número de cédula y el cargo que desempeña.

- Ingreso a la entidad

El personal entrara a la entidad de lunes a viernes, por las diferentes porterías, en caso que se labore el sábado, esto lo acordaría la entidad

- Circulación por sitios diferentes de trabajo contratado

El personal a cargo del contratista deberá abstenerse de deambular por sitios diferentes a los autorizados. El hacerlo sin causa plenamente justificada, será motivo del retiro de las personas de las instalaciones de la entidad.

- Requisitos para la prestación del servicio

Al contratista esta obligado a presentar contrato junto la lista de relación del personal que esta laborando en la entidad, copia de las afiliaciones a cualquier aseguradora de riesgos profesionales (ARP) para la atención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales y copia de la afiliación a una (EPS).

Otros requisitos:

- Jornada laboral
- Seguridad de las instalaciones
- Equipo de trabajo y herramientas
- Servicios sanitarios
- Prohibiciones generales
- Supervisión por parte de los contratistas

CAPITULO 4. EJECUCION OPERATIVA DE UN SERVICIO DE ALIMENTOS

Dentro de las dimensiones tecnológicas productivas en un servicio de alimentación, debemos enfrentarnos constantemente a los cambios y evoluciones.

Las nuevas formas de mercado, clase y forma de alimentos, influyen en los métodos de preparación. Los equipos, habilidades del personal, alza de costos de los alimentos y mano de obra, nos lleva a enfocar la atención eficiente a los usuarios, puesto que los tiene todo el derecho de recibir un alimento de alta calidad, nutritivo con un método de preparación adecuado y de excelente presentación, bajo óptimas condiciones higiénicas.

Estos aspectos y otras funciones enfatizan la necesidad de que el servicio de alimentación debe contratarse con una organización técnica, con normas, procedimientos y reglamentos internos bien definidos; así como un sistema administrativo que permitan organizar, planear, dirigir, controlar y evaluar el servicio que presta y los recursos con que cuenta.

Mecanización del servicio

Depende del tipo de instalaciones que se vayan a atender al igual que las personas que van a formar el servicio: cafetería, casino, auto servicio etc.

Personal cargos actividades

- Supervisora
- Parrilleros
- Tubérculos

- Platero y frutas
- Ensaladas
- Auxiliar de cafetería
- Atención oficinas

Etapas del funcionamiento o autoservicio

- Programación del menú
- Menú patrón
- Minutas

Controles en el ejercicio operativo

- Personal
- Alimentos

CAPITULO 5. EL CONTRATO

Contrato de suministros

1. El contrato de suministros se refiere al suministro de alimentos exclusivamente, este suministro debe ser continuo con una fecha de inicio y fecha de culminación.
2. El contrato de prestación laborar de servicios hace referencia de una figura que es donde se conoce como INSITU personal (por ser la persona quien es) es de tipo específico, para que prepare una comida en una fecha y hora determinada, aquí se contrata el servicio de la persona, como profesional.

Naturaleza del contrato de suministro

Este contrato es realizado para que se le satisfaga las necesidades del contratante (suministrar la alimentación de sus empleados) este requisito no se debe agotar en un solo acto, debe ser continuo y periódico a cambio de un precio.

- Características del contrato de suministro
- Elementos del contrato de suministros
- Objetivos del contrato de suministros
- El precio de contratos de suministros
- Cláusulas penales
- Importancia económica del suministro
- Terminación del contrato
- Interventoría como soporte a un contrato de servicio de alimentación

METODOLOGIA:

El tipo de investigación se realiza a través de una investigación inductiva basada en una investigación general, para ser aplicada a la realidad; asesoría; observación directa.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

- El diagnóstico se llevo a cabo sin ningún contratiempo en todas las universidades encuestados, puesto que ellas ven fallas en la adjudicación de los contratos de servicios de alimentos y demás mostraron interés en adquirir conocimiento sobre la propuesta estándar que se elaboraría en los aspectos técnico administrativo, jurídico. Para mejorar la calidad del servicio de alimentos que tienen actualmente en su institución y así darle un mejor bienestar a sus usuarios.
- La investigación realizada en la parte legal sobre pliegos de condiciones se tuvo que ajustar a su servicio de alimentos porque en la actualidad no existe mucha información al respecto, también se sostuvo varias charlas con juristas expertos en la materia para que ningún detalle quedara por fuera del pliego de condiciones.
- En el evento que esta propuesta debe ser evaluada por personal experto en la materia, le dará una mayor credibilidad al modelo elaborado en este trabajo, para poder trabajar como crear un pliego de condiciones en contratación de servicios de alimentos a cualquier institución que lo quiera.

De las recomendaciones se destacan las siguientes

- Es imprescindible la presencia de un profesional en Administración de Instituciones de Servicio que este a cargo del servicio de alimentos en cualquier institución, si esta decide incluirlo en su paquete de servicios. Su visión científica y humana, además de su formación profesional en este campo lo califica como excelente apoyo para el departamento de alimentos
- Se recomienda que para futuras investigaciones en este campo, se realice un estudio de hábitos alimentarios de los estudiantes que permiten enriquecer la prestación del servicio de alimentación en las universidades.
- Se recomienda alas universidades la creación de manuales de funcionamiento para los servicios relacionados con el área de alimentación.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 6 autores tratando temas de derecho administrativo general, administración de servicios de alimentos, calidad, entre otros.

ANEXOS:

Anexo 1. Encuesta

Anexo 2. Tabulación de datos

Anexo 3. Contrato

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez

TITULO: ACCESO A LA LITERATURA SOBRE SERVICIO AL CLIENTE EN COLOMBIA: ESTADO DEL ARTE Y PERSPECTIVAS.

AUTOR (es) : QUINTANA, Salazar Natalia.

PUBLICACIÓN Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa Administración de Instituciones de Servicio , Santa fe de Bogotá, 1999, páginas 82, tablas 16,anexos 4.

PALABRAS CLAVES:

Servicio : excelencia, servicio, gerencia, mercadeo, calidad, dirección, técnicas, satisfacción, auditoria.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como objetivo clasificar y analizar la temática existente en Colombia , de los libros de servicio al cliente en idioma español , con el fin de aportar un estudio que brinde tanto a estudiantes como a profesionales un balance del estado del arte, sobre las publicaciones vendidas en nuestro país a lo largo de las dos últimas décadas.

FUENTES : La autora hace referencia a 23 pie de página en las que se destacan autores:

- J. Carlzon moments of true ,USA, Longsteet Press 1984 #4
- Karl Albrecht, Como triunfar en la revolución del cliente ,Colombia, seminario Internacional HSM,1996. #4
- H.Mariño Navarrete , Planeación estratégica de calidad Total , Colombia. #3
- H.J. Harrington, Mejoramiento de los procesos de la empresa,Colombia, Mc. Graw Hill 1993 #2
- F.Nepveu ,El servicio y la post-Venta, España, Oikos Ed. #1

CONTENIDO :

El trabajo consta de 3 capítulos , distribuidos así:

CAPITULO I: MARCO DE REFERENCIA:

Describe la justificación , objetivos, marco de referencia teórico y conceptual destacando : producto, servicio, calidad del servicio, factores claves en la calidad del servicio, momentos de verdad, paradigma cambiante de la gestión, en donde las empresas conciben el trabajo que ejecutan como un servicio , en donde el trabajo que hace una persona beneficia a otra basada en ciertos valores y creencias acerca de la gente, la vida y el trabajo , que lleva a una persona a servir a los demás en forma espontánea y a sentirse orgullosa de su trabajo. Al igual es importante destacar que la calidad del servicio como producto es el grado en que el cliente percibe lo que adquiere y la manera como lo adquiere supera sus expectativas. Los factores claves en la calidad del servicio permiten enmarcar la teoría sobre servicio al cliente de una

manera general, cabe destacar: escuchar al cliente para definir servicio y calidad de servicio, educación de los empleados, medir el impacto en la lealtad del cliente, establecer canales permanentes de comunicación con el cliente, evaluación de los procesos y productos internos, apoderamiento de la gente, integración con el plan estratégico de mejoramiento, actitud de servicio que ayudan a transformar los paradigmas gerenciales a la luz de la revolución del servicio.

Tema 1: Marco conceptual:

Cuando se usa la palabra servicio para designar un producto, la misma palabra, en la expresión "productos y servicio" puede contener dos significados totalmente diferentes. Uno es el servicio de soporte y ayuda que las empresas brindan al cliente, en especial después de la venta del producto, como servicio de garantía o la asistencia técnica.

El otro es el comportamiento de la persona que provee el servicio, conocido como "actitud de servicio", que incluye elementos como la gentileza, la paciencia, la higiene.

El cliente por lo general, piensa en servicio como una combinación de los dos significados anteriores, pero, existen otras dimensiones implícitas en su definición: el servicio en sí que se recibe y las instalaciones físicas donde se presta el servicio.

Tema 2: Calidad del servicio (producto):

La calidad del producto entendido como la suma de tangibles e intangibles, es percibida por el cliente de acuerdo con sus necesidades, deseos y expectativas.

La percepción del cliente sobre la calidad del servicio, resulta de la comparación que haga entre lo que reciba realmente y sus expectativas.

En consecuencia, si la percepción del cliente es inferior a sus expectativas, con seguridad su grado de satisfacción será bajo. Por el contrario, si su percepción es superior a sus expectativas, con seguridad tendrá un grado alto de satisfacción.

Se puede decir entonces que la calidad del servicio como producto es el grado en que el cliente percibe lo que adquiere y supera sus expectativas.

Tema 3: Doce factores claves en la calidad del servicio:

1. Escuchar al cliente para definir servicio y calidad del servicio
2. Educación de los empleados
3. Medir el impacto en la lealtad del cliente.
4. Establecer canales permanentes de comunicación con el cliente.
5. Evaluación de los procesos y productos internos.
6. Compararse con los mejores.
7. Apoderamiento de la gente
8. Departamento de servicio al cliente.
9. Integración con el plan estratégico de funcionamiento
10. Reconocimiento a las personas
11. Actitud de servicio.
12. Medir periódicamente el esfuerzo y los resultados obtenidos.

Tema 4: El momento de verdad:

Cualquier episodio en el cual el cliente entre en contacto, con algún aspecto de la organización y se forma una impresión de la calidad de su servicio.

Se debe tener en cuenta:

- Mision del negocio
- Principio de las utilidades
- Clientes
- Empleados
- Trabajo
- Mediciones
- Recompensas
- Supervisión
- Organización.

CAPITULO II: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS:

Radica en la investigación y análisis ,recopilación efectuada , a través de una exhaustiva investigación bibliográfica en bibliotecas como la Luis Ángel Arango, Jorge Tadeo Lozano, Universidad del Rosario, Sabana, Andes, Sergio Arboleda, Externado entre otras , a partir de los datos obtenidos los resultados generales de la investigación fueron:

- libros recopilados sobre servicio al cliente : 103
- número de autores diferentes : 83
- número de editoriales: 28
- número de país de origen de edición: 5
- números de años diferentes de publicación: 14
- número de temas diferentes encontrados dentro de la clasificación: 9.

Tema 1: Análisis de los autores:

De un total de 103 libros recopilados e investigados , se encontraron 83 autores diferentes. Hay autores prolíficos como es el caso de Karl Albretch, conocido como el pionero de la revolución del servicio, el cual dentro de la investigación , aparece con siete libros publicados, teniendo fechas de edición desde 1988 (gerencia del servicio) , hasta 1998, (la excelencia del servicio) , en donde dos de ellos cuentan con la misma tabla de contenido , con título diferente y diferente editorial.

Por otro lado , existen solo dos autores con más de dos libros publicados . Es el caso de L.L. Berry, que aparece como autor principal de tres libros publicados y como coautor en uno , con fechas de publicación que van desde 1989 y 1995.

Tema 2: Análisis de las editoriales:

Las editoriales que se encuentran involucradas en esta recopilación , ascienden en un número de 28 , en las cuales existe una tendencia clásica de paretto: el 28% de las editoriales han publicados el 72% de los títulos sobre servicio al cliente (74 libros), lo que significa una concentración de 8 editoriales que han desarrollado, dentro de su portafolio de publicaciones el 71.84% de los libros de servicio al cliente de esta investigación.

Tema 3: Análisis de los países origen de las editoriales: Se encontraron cinco países de origen los cuales se presentan a continuación:

PAÍSES DE ORIGEN DE EDICIÓN	LIBROS PUBLICADOS	%
Colombia	33	32.04%
España	33	32.04%
México	31	30.10%
Argentina	5	4.85%
Chile	1	0.97%
Total	103	100.00%

CAPITULO III: PERSPECTIVAS Y DESAFIOS:

La tercera parte perspectivas y desafíos resalta que hubo una explosión de publicaciones de libros sobre el servicio al cliente en la primera mitad de los 90 y que desde entonces ,las publicaciones sobre este tema han venido siendo menos frecuentes , al mismo tiempo en lo que se refiere a los subtemas , los autores han estudiado y desarrollado teorías sobre calidad , marketing, satisfacción de clientes, sin embargo en lo que respecta al mundo actual existe un tema sin tratar , el cual está revolucionando la forma de ver las cosas: Internet , en la actualidad las nuevas tecnologías están fomentando un gran impacto en las compañías y en la vida cotidiana de las personas , permitiendo que las empresas interactúen con sus clientes y respondan a sus necesidades y deseos en tiempo real, en donde la interactividad a través de fronteras, libre de trabas, facilitan la aparición de servicios de valor agregado porque interpretan mejor las necesidades y los deseos del mercado y pueden reaccionar inmediatamente. La interactividad es esencial para crear una base sólida en lo que se ha dominado MARKETING DE RELACIONES , que no es otra cosa que el uso de Internet y su consiguiente uso del comercio electrónico. En donde es importante considerar que la tecnología contribuirá a mejorar el desarrollo de las empresas en muchos aspectos tanto en organización, comunicación, costos, y servicios.

METODOLOGÍA

Información directa del sitio de trabajo, investigación bibliográfica, investigación a través de Internet , consultas a exponentes.

CONCLUSIONES

Se realizó un análisis y clasificación del acceso a la literatura sobre el servicio al cliente en Colombia , con el ánimo de aportar un estudio que permita visualizar al mayor detalle posible ,los diferentes sub-temas alrededor de los cuales los autores de las publicaciones han enfocado sus esfuerzos , se lograron recopilar 103 libros que desarrollan el tema de servicio al cliente , al igual artículos de revistas y videos enfocados en el tema , al igual se puede apreciar que existe una gran variedad de temas diferentes alrededor de servicio al cliente , y que de alguna forma las editoriales tanto colombianas como extranjeras han aportado durante las últimas décadas un sinnúmero de publicaciones que le han servido tanto a estudiantes como a profesionales interesados en el tema. Al igual se podría afirmar que el acceso a la literatura sobre servicio al cliente que se tiene en Colombia es bastante grande. Que existen temas variados según el enfoque que sus autores le hayan querido dar , y

que de alguna manera , se podría esperar que una nueva ola de publicaciones comience a aparecer en los comienzos de la próxima década.

BIBLIOGRAFÍA

La autora hace referencia a 113 citas bibliográficas destacando autores y temas como: : de servicio, clientes , gestión ,mejoramiento continuo , calidad

ANEXOS : lista de anexos:

Anexo A : variables del porcentaje de la participación vs. Editoriales, pie de participación de publicaciones en los países de Colombia, España, Chile, Argentina, España,

Anexo B: gráficas que muestran el número de publicaciones, versus el año de edición, número de publicaciones vs. Temas como: calidad en el servicio, marketing de servicio al cliente , satisfacción al cliente, gerencia y dirección de servicio al cliente entre otras.

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN

<i>COLOMBIA</i>	<i>UNIVERSIDAD DE LA SABANA</i>	<i>RAAS 145</i>
-----------------	---------------------------------	-----------------

TITULO : MOTIVACIÓN ORGANIZACIONAL

AUTOR (es) : CABIATI, Mondino Gino
SILVA, Manrique Martha Ximena

PUBLICACIÓN: Trabajo de grado, Universidad de la sabana, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas, programa de administración de instituciones de servicio, Santa fé de Bogotá, 2000, páginas 214, tablas 14, figuras 10, graficas 11, anexos 4.

PALABRAS CLAVES:

Motivación , calidad, servicio, incentivos, administración
inteligencia emocional, dirección, organización, funciones,
bienestar.

DESCRIPCIÓN:

El trabajo de grado tiene como finalidad crear un escrito de motivación, por medio de una investigación deductiva - participativa que sirva de marco de referencia para directivos y empresarios del sector servicio, con el animo de orientarlos en el desarrollo de la motivación en sus empresas, y lograr un equilibrio en las relaciones interpersonales.

FUENTES:

Los autores hacen referencia 4 a pie de página ,destacando autores como:

- ADAIR, John. Cómo Motivar ¿Qué nos mueve a lograr la excelencia?, Editorial Legis: Santafé de Bogotá, 1992.
#2
- KOONTZ, Harold. Administración una perspectiva global, Editorial Mc Graw Hill Ciudad de México, 1994.
#1
- COVEY, Stephen. Los siete hábitos de la gente altamente efectiva. Editorial Franklin

1

CONTENIDO:

El trabajo de grado esta distribuido en cinco partes asi:

CAPITULO I.: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Tema 1: Problema De Investigación

No solo es necesario mantener una forma de trabajo efectiva, un pago justo e instalaciones de trabajo adecuadas, el talento humano de la empresa necesita motivación, es por esto que la motivación es uno de los factores más importantes, para la empresa y para el buen desempeño de la persona en la misma, debido a que en estos tiempos las presiones laborales incrementan dejando como secuela altísimos grados de tensión, estrés y falta de motivación en el trabajo; esto conlleva a la baja productividad y ausentismo.

La motivación colabora a que el desempeño del trabajo y de las relaciones interpersonales sean eficientes y agradables para la persona y para el buen desarrollo del clima organizacional de la empresa.

Existen miles de publicaciones que hablan sobre motivación pero ninguno que señale que se debe hacer para mantener motivado al talento humano presente en las organizaciones, esta investigación pretende dar ayuda tanto para directivos como para el talento humano de la empresa, una guía en forma de documento practico que sirva como una herramienta de motivación organizacional.

Tema 2: Caso Tecmedic : Análisis del Cliente Interno

El personal goza de un adecuada infraestructura que le permite realizar sus labores a plenitud. Sin embargo, el ambiente laboral se ha visto deteriorado por las constantes presiones del entorno como son la actual situación económica nacional y diferentes enfrentamientos internos.

Esto se ha visto incrementado por la gran cantidad de personal femenino que existe en la organización lo que ha llevado a una serie de altercados o malos entendidos que repercuten en la motivación general de la empresa y por tanto en su productividad.

La situación económica ha sido un factor fundamental en la motivación general de la empresa ya que la persistente crisis no permite muchas veces cumplir a tiempo con las obligaciones financieras que la organización adquiere con sus colaboradores, esto se ha visto acrecentado con pleno conocimiento de los empleados que sus directivos o

socios mayoritarios constantemente hacen uso de estos dineros previamente destinados a otros objetivos, lo que produce a la vez un clima de decepción y resentimiento.

Por esta razón y para lograr un mayor grado de motivación y compromiso por parte de los colaboradores, es que nos hemos dado a la tarea de organizar una serie de actividades de integración. Al igual que remuneraciones en forma de acciones de la empresa para aquellos empleados que a gusto de sus compañeros sean merecedores de este incentivo. Esto ha logrado su objetivo ya que se ha detectado un clima grato de trabajo y motivación.

Con lo que respecta a la intervención paternalista por parte de los socios, se requiere de una evaluación exhaustiva de ingresos y su posterior distribución para evitar malos entendidos y posteriores problemas.

Preguntas:

- Qué causó el Problema?
- Está el personal capacitado para solucionarlo?
- Qué condiciones del entorno se pueden aprovechar?
- Qué estrategias adicionales se pueden adoptar?

Respuestas:

- Situación económica del país, al igual que el ambiente laboral que se genera por la gran cantidad de personal femenino en la organización. De la misma manera la constante intervención paternalista en las finanzas de la empresa ha provocado un ambiente de resentimiento e incertidumbre económica dentro de la organización.
- La gerencia está en plena capacidad de solucionar los problemas que a la motivación conciernen, siempre y cuando de prioridad a solucionar las intervenciones que se producen por parte de los dueños de la compañía, para esto se requiere de la misma manera la colaboración y compromiso de todos y cada uno de los integrantes de la empresa para generar así mismo un ambiente laboral adecuado y guiado hacia la producción.
- Las nuevas teorías y ejemplos de compañías bien organizadas han sido un estandarte o camino a seguir para las empresas nacionales, estos ejemplos sirven y servirán como una opción externa para el desarrollo empresarial.
- En los momentos de crisis económica en el país es importante hacer sentir a los colaboradores una cierta seguridad económica la cual la compañía puede brindar logrando así un mayor compromiso para con la empresa, una manera muy eficaz de hacer esto, es hacer a los empleados partícipes de la compañía compartiendo con ellos acciones de la misma. Esto logra en ellos un altísimo compromiso y los motiva a trabajar por el progreso de la organización, lo cual se traduce en crecimiento para sí mismos.

A raíz de la implementación de la Ley 100, a finales de 1994, nuestra institución comenzó a abrir sus puertas y prestar sus servicios a diferentes empresas promotoras de salud y entidades de medicina prepagada, consolidándose en el tiempo y comenzando a ser reconocida como una entidad seria, innovadora, basada en principios de ética médica y profesional.

- EXTERNA: En la que los médicos son acreditados por TECMEDIC para utilizarlos servicios de la institución a sus pacientes particulares.
- INSTITUCIONAL: En la que los médicos son acreditados para la utilización de los servicios institucionales y además son designados para la atención de los pacientes provenientes de los diferentes convenios de atención vigentes de TECMEDIC con Empresas Promotoras de Salud y Entidades de Medicina Prepagada.

La organización está dividida en cinco áreas específicas:

- ADMINISTRATIVA: De la que dependen la toma de decisiones, organización de funciones, manejo de personal, control presupuestal, etc.

- CIENTIFICA: De la que dependen las diferentes áreas de prestación de servicios (imágenes diagnósticas, laboratorio, cirugía, consulta externa, etc.).
- COMITÉ MEDICO: De este comité dependen los demás, se encarga de determinar pautas de acción sobre las diferentes legislaciones y normas impartidas por las entidades reguladoras del sector salud, solucionar problemas de las áreas de atención, acreditar médicos e instituciones, participar en la toma de decisiones de carácter científico, etc.
- COMITÉ DE HISTORIAS CLINICAS: Es el encargado de regular y verificar los registros de Historias Clínicas, soportes, epicrisis, etc.
- COMITÉ EPIDEMIOLOGICO: Es el encargado de la elaboración de estadísticas y registros epidemiológicos de las áreas de servicios, análisis de los mismos, etc.

CAPITULO II: OBJETIVOS:

Objetivo General

Crear un escrito de motivación, por medio de una investigación deductiva – participativa

que sirva de marco de referencia para directivos y empresarios del sector servicio, con el animo de orientarlos en el desarrollo de la motivación en sus empresas, y lograr un equilibrio en las relaciones interpersonales.

Objetivos Específicos:

- Dar a conocer por medio del documento de motivación, la importancia de la motivación organizacional para un buen desempeño laboral.
- Informar con respecto a la motivación para la satisfacción del cliente interno y el equilibrio en las relaciones interpersonales.
- Especificar cuales son los beneficios de la influencia de la motivación en el ambiente empresarial colectivo.
- Diagnosticar como afecta a las empresas la motivación laboral.

CAPITULO III: MARCO TEORICO:

El comportamiento de una persona, o razón por la que una persona lleva a cabo una actividad determinada. En los seres humanos, la motivación engloba tanto los impulsos conscientes como los inconscientes. Las teorías de la motivación, en psicología, establecen un nivel de motivación primario, que se refiere a la satisfacción de las necesidades elementales, como respirar, comer o beber, y un nivel secundario referido a las necesidades sociales, como el logro o el afecto. Se supone que el primer nivel debe estar satisfecho antes de plantearse los secundarios.

Problemas:

- Económicos
- Malos Tratos
- Poco Reconocimiento a las Labores
- Mal Ambiente de Trabajo
- Macro Entorno
- Falta de Liderazgo

Estrategias

- Realizar los ajustes necesarios para lograr un buen y oportuno pago a los colaboradores, de la misma manera hacerlos partícipes de las utilidades de la empresa cuando esta realizando logros importantes.
- Concientizar a los integrantes de la compañía de la importancia del recurso humano para así poder lograr entendimiento y sobretodo resultados.
- Las personas necesitan de incentivos como el reconocimiento de las labores , esto es de vital importancia para que la persona sienta ánimo de seguir en sus tareas.

- Es labor de los líderes de la organización mantener un clima laboral óptimo ya que es bastante común que en las empresas se den casos de envidias y deslealtades. Por tal razón es importante que se concientice a todos de lo importante que es el trabajo en equipo

Tema 1: Técnicas de Motivación

A continuación se explicarán algunas de las principales técnicas Motivacionales:

- **Dinero:** El dinero como motivador no se puede pasar por alto, bien sea bajo la forma de salarios, trabajo a destajo (recibir un pago por las unidades producidas con un cierto nivel de calidad) o cualquier otra remuneración por incentivos, primas opciones de acciones, seguros pagados por la compañía o cualquiera de las otras que representen valor monetario para las personas por su desempeño, el dinero es importante y como lo han señalado algunos autores con frecuencia el dinero significa más que un valor monetario, también puede significar posición o poder. En cuanto al dinero como técnica motivadora se debe tener en cuenta lo siguiente:

1. El dinero como dinero es probable que sea más importante para personas que mantienen a una familia que para las que no la tienen, ya que difieren en sus necesidades monetarias importantes. El dinero es un medio para alcanzar rápidamente un nivel de vida, aunque este nivel se hace cada vez más alto conforme aumenta la riqueza de la persona. Por ejemplo una persona que antes se sentía satisfecha con una casa pequeña y un automóvil de bajo precio, ahora podría obtener la misma satisfacción solo con una casa grande y cómoda y un automóvil lujoso. Para algunas personas el dinero siempre será de la mayor importancia, mientras que para algunos nunca tendrá esa importancia.

2. Probablemente es cierto que la mayor parte de los negocios y de otras empresas, el dinero se usa como un medio para mantener una organización con el personal adecuado y no principalmente como un motivador. Varias empresas buscan que sus salarios sean competitivos dentro de su rubro y su área geográfica para obtener y conservar al personal.

- **Participación:** Es raro que las personas no se sienten motivadas cuando se les consulta sobre las acciones que les afectan, al "participar en el acto". Además la mayoría de las personas en el centro de una operación tienen conocimientos tanto de los problemas como de las soluciones de los mismos.

Por consiguiente la forma correcta de participación produce tanto motivación como conocimientos valiosos para el éxito de la empresa. La participación también es una forma de reconocimiento. Resulta atractivo para la satisfacción de la necesidad de afiliación y aceptación, lo que le da a las personas una sensación de autorrealización.

Tema 2: Enfoque Conceptual

- **Motivación:** - Acción y efecto de Motivar.
- **Motivar:** - Dar motivo o causa para algo.
 - Explicar el motivo de una causa.
- **Motivo :** - Que tiene eficacia o virtud para mover.
 - Causa o razón para una cosa.
- **Eficacia:** - Virtud, fuerza y poder para obrar hecho de resultar eficaz a una cosa.
- **Eficaz:** - Activo, poderoso para obrar.
 - Que logra hacer efectivo un intento o un propósito.

Tema 3: Motivación por Incentivos

- **Diferentes Sistemas de Incentivos**

Existen sistemas de incentivos para casi todo tipo de labor, sea este escrito o de tipo profesional. Los incentivos pueden constituir el total de la compensación o un

suplemento para un enfoque más tradicional de sueldos y salarios. Los incentivos de tipo más común se presentan a continuación:

- **Incentivos Sobre Unidades de Producción**

Los incentivos concedidos con base en el número de unidades producidas suelen compensar al trabajador por el volumen de su rendimiento. Puede evaluarse también la variante en que trabajador reciba una compensación proporcional al exceso de producción que consiga por ejemplo, en las tareas agrícolas, constituiría cierto pago adicional para los productos en que recolecte más de 10 toneladas diarias, y un bono especial si llega a recolectar 15. Este sistema permite la medición de muchos ángulos, por ejemplo un mecánico puede recibir una compensación especial por cambiar la transmisión de un automóvil en cuatro horas y no en cinco, el mecánico podrá recibir una compensación igual a que si hubiera trabajado cinco horas.

Una desventaja de este incentivo es, finalmente, la medición de la productividad.

- **Los bonos sobre producción**

Son incentivos pagados a los empleados por haber excedido determinado nivel de producción. Generalmente se emplean junto con un ingreso básico fijo. Además de la compensación que estipula su contrato y que generalmente determina la ley, el trabajador recibe una suma adicional por cada unidad de trabajo que efectúe después de alcanzar determinado estándar.

- **Comisiones**

Es percibir un porcentaje del precio de venta fijado por los artículos bienes o servicios que venda la persona indicada.

- **Curvas de Madurez**

En los casos en que un empleado con calificación profesional y/o científica alcanza un nivel máximo de desarrollo y de pago, suele encontrar que solo un ascenso o una posición directiva es el cambio para continuar progresando. Dado que por su especialización el empleado no puede razonablemente esperar una promoción a un puesto más alto, en la práctica encuentra bloqueado el camino para su propio progreso.

- **Aumentos Por Meritos**

Los incrementos por méritos constituyen aumentos en el nivel de compensación, concedidos a cada persona de acuerdo con una evaluación del desempeño. Por lo común, estos aumentos se deciden por parte del supervisor inmediato del empleado, junto con los otros supervisores.

- **Compensación Por Conocimientos Especializados**

Los sistemas de compensación por conocimientos especializadas constituyen un estímulo al empleado para reconocer el esfuerzo que ha llevado a cabo para adquirir destrezas o conocimientos relacionados con el puesto que desempeña o el ramo de la empresa.

- **Incentivos no Financieros**

Por lo general, los incentivos equivalen a un pago metálico. Estos, sin embargo, pueden concederse en otras especies, es decir recibir placas conmemorativas, objetos deportivos o decorativos, suscripción a alguna revista que le sirva para su formación profesional, suscripción a un club, certificados e incluso días especiales de vacaciones con goce de sueldo. Entre otros incentivos no financieros se cuentan también el incremento del nivel de responsabilidad, la autonomía y varias mejoras más en la calidad de vida laboral del empleado, subsidios para estudios, vivienda, carros, servicios de salud.

- **Incentivos a Ejecutivos**

Los programas de compensación han suministrado incentivos especiales a los ejecutivos y gerentes que desempeñen una labor vital en la institución, y consiste en vincular estos incentivos a las utilidades anuales que obtenga la organización.

Tema 4: la creatividad:

La Creatividad Intelectual :La razón primera y más importante es la naturaleza de la contribución profesional al éxito de la empresa. El trabajo del especialista consiste esencialmente en una actividad intelectual creativa para ayudar a la gerencia en la adopción de normas, en la solución de problemas, en la planificación, en la toma de decisiones y en el trabajo administrativo.

La gerencia debe comprometerse con esta labor y debe formular objetivos de llevar a cabo un plan para fomentar la creatividad en la empresa involucrando el esfuerzo y el compromiso profesional. Tanto directivos como profesionales deben comprometerse en las siguientes actividades:

- Capacitarse para determinar las etapas que requiere el logro de los objetivos deseados.
- Realizar reuniones de lluvia de ideas para solucionar problemas. Cuando nos sentimos motivados surgen nuevas ideas de cómo poder realizar el trabajo; a estas nuevas ideas las llamamos innovación, una manera diferente de realizar el trabajo. Es por esta razón que creatividad y motivación van de la mano.

Tema 5: ¿Como Mejorar el Clima Organizacional?

Para mejorar su clima organizacional debe tener en cuenta lo siguiente:

- Debe comprender que el clima psicológico suele ser un motivador humano mucho más importante que el clima físico.
- Las actitudes que los líderes tiendan respecto a sus organizaciones y al estilo de liderazgo que asuma hacia la gente en ellas participante, son elementos críticos en el logro de un grupo motivado.
- Es motivador primario en toda persona la necesidad de crecimiento personal dentro de su ambiente.
- Es clave de un ambiente motivante una organización y una estructura de poder flexibles, sutil y realista, capaces de permitir una amplia gama de estilos de liderazgo, de permitir al individuo alguna participación en la elección del estilo.

Tema 5: Trabajo en equipo:

Formación de Grupos de Trabajo:

Todas las personas tenemos muchas necesidades, la mayoría de las cuales se satisfacen al interactuar con otros y que los grupos se forman debido a que mantienen y satisfacen estas necesidades; en realidad, no existe una razón única por la que las personas se reúnan en grupos.

Desarrollo de los Grupos de Trabajo

Todo grupo de trabajo pasa por diferentes etapas de desarrollo, inicialmente un grupo tiene fluctuaciones descubriendo su identidad y dirección, más tarde, comienza a dirigir su atención en la ayuda y apoyos mutuos para lograr las metas del grupo; finalmente el grupo debe utilizar las habilidades y destreza de sus integrantes a toda su capacidad. Estos cambios ocurren gradualmente y en general son difíciles de percibir.

Los grupos desarrollan principalmente dos dimensiones:

Las relaciones entre los integrantes y las tareas y actividades dirigidas a la solución de problemas. El desarrollo de grupos de trabajo se relaciona directamente con el aprendizaje de cómo trabajar juntos, aceptarse y tener confianza mutua, estas fases se conocen como maduración de grupo.

Tema 6: Liderazgo:

En psicología social, rol de la personalidad en el análisis de grupos pequeños. En sociología, influencia que se puede ejercer sobre una colectividad.

La corriente seguidora del alemán Max Weber, considerado el fundador de la sociología moderna, distingue tres tipos de liderazgo que se refieren a otras tantas formas de autoridad; el líder carismático, al que sus seguidores le atribuyen condiciones y poderes superiores a los de otros dirigentes; el líder tradicional, que hereda el poder, ya sea por la costumbre de que ocupe un cargo destacado porque pertenece a un grupo familiar que ha ostentado el poder desde hace mucho tiempo, y el líder legal, que asciende al poder por los métodos oficiales, ya sean las elecciones o votaciones, o porque demuestra su calidad de experto sobre los demás. Esta figura se reconoce comúnmente en el campo de la política y de la empresa privada.

La visión en la sociología contemporánea subraya la importancia del papel que desempeña el poder que se le otorga y que ejerce el líder, o jefe, sobre los subordinados. También se plantea interrogantes sobre cuál es la estructura que favorece a una persona situarse en posiciones superiores a los demás, cuál es la naturaleza de la legitimidad que obtiene el líder y de dónde proviene. En este supuesto conviene reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación en los albores del siglo XXI. El Liderazgo Como Cualidad Personal .

En los albores de la historia el concepto de autoridad estaba rodeado por una aura mágico - religiosa. El líder era concebido como un ser superior al resto de los miembros del grupo, con atributos especiales. Un individuo al demostrar su superioridad ante la comunidad se convertía en el líder.

Se consideraba que estos poderes o atributos especiales se transmitían biológicamente de padre a hijo o era un don de los dioses, es decir, nacían con ellos. Sin embargo, aún entonces, se buscó a través de la transmisión de conocimientos y habilidades crear líderes.

Tema 7 : Estilos de Liderazgo

Autocrático

- El líder fija las directrices y la forma de hacer el trabajo, y la participación de las personas.
- El líder determina una a una las acciones para ejecutar las tareas.
- El líder determina cuál es la tarea que cada uno debe ejecutar y quién debe ser su compañero de trabajo.
- El líder es dominante crítica o elogia el trabajo de cada miembro de manera personal.

Democrático

- Este tipo de líder deja que el grupo participe y cada cual escoja con quien quiere trabajar.
- Critica muy poco.
- El líder busca ser un miembro más del grupo, es objetivo y se limita a los hechos cuando critica.

Liberal

- Este tipo de líder deja que hagan lo que quieran, y hace énfasis en los empleados. El líder no hace ningún intento de evaluar o regular el curso de los acontecimientos.

Tema 8 : Motivación:

En los seres humanos, la motivación engloba tanto los impulsos conscientes como los inconscientes. Las teorías de la motivación, en psicología, establecen un nivel de motivación primario, que se refiere a la satisfacción de las necesidades elementales, como respirar, comer o beber, y un nivel secundario referido a las necesidades sociales, como el logro o el afecto. Se supone que el primer nivel debe estar satisfecho antes de plantearse los secundarios.

El psicólogo estadounidense Abraham Maslow diseñó una jerarquía motivacional en seis niveles que, según él explicaban la determinación del comportamiento humano. Este orden de necesidades sería el siguiente: Fisiológicas, de seguridad, amor y

sentimientos de pertenencia, prestigio, competencia y estima sociales, autorrealización, curiosidad y necesidad de comprender el mundo circundante.

¿Cómo se Mide la Motivación?

La motivación no se puede medir, como muchas áreas a las que si se les puede poner cifras y tabularlas para enterarse de cómo se comportan, las ventas, utilidades, permanencia de los clientes, costos, inventarios, etc.

Como se mencionó anteriormente la motivación no se puede medir, pero si se puede saber cuando en una empresa hace falta. Si en el ambiente laboral nota alguno de estos síntomas ponga atención, puede ser que falte algo esencial, la motivación. A continuación se mencionan algunos de ellos:

- Chismes, rumores
- Baja productividad
- Mal humor
- Frustración
- Estrés
- Mala comunicación
- Falta de creatividad
- Ausentismo
- Mala atención a sus clientes externos
- Aburrimiento en las labores diarias
- Rutina (la rutina causa monotonía, y esta desmotivación para hacer las labores diarias)

Si existen todos o algunos de estos síntomas en su empresa, es hora de llevar a cabo un plan para motivar al talento humano presente en la organización. Para averiguarlo realice encuestas a los colaboradores de la empresa.

Tema 9: Inteligencia Emocional

Un concepto fundamental es que el médico del trabajo, tiene entre sus principales responsabilidades las de promover y mantener en su más alto nivel, la salud psicofísica del personal de planta, en todos sus niveles.

Quién incorpora una nueva maquinaria, compra una computadora o, incluso, una simple agenda electrónica, como paso previo a su utilización, lee atenta y cuidadosamente su respectivo manual. Pues bien, el médico del trabajo y quien gerencia en la moderna empresa no puede soslayar la lectura de este tipo de investigaciones, que han de acercarlo a la realidad cotidiana del factor más importante para desarrollar: El HOMBRE Una organización puede ser objeto de un diseño o proyecto ergonómico. Y es que no solamente se debe pensar en el diseño organizacional jerárquico del organigrama, sino en el conjunto de relaciones horizontales y las interacciones entre la tecnología y la organización.

CAPITULO IV: . METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN DEDUCTIVA – PARTICIPATIVA: Esta metodología de investigación en su mayoría vivencial tiene por objeto arrojar información que pueda servir como solución a los problemas descritos en la unidad de análisis (TECMEDIC S.A) y a organizaciones similares que lo requieran.

Esta experiencia se baso netamente en la practica empresarial realizada por uno de nosotros en donde, se hizo evidente la baja motivación del personal, lo que nos llevo a la idea inicial de este documento. Por esta razón nos dimos la tarea de investigar y encontrar los caminos y obstáculos a la motivación, teniendo en cuenta el caso empresarial, los que en un futuro esperamos sean tenidos en cuenta por esta empresa y otras con problemas similares para el apalancamiento del personal en las organizaciones.

Tema 1: Unidad De Análisis

El INSTITUTO COLOMBIANO DE TECNOLOGIA MEDICA "TECMEDIC S.A." La motivación es fuente de prosperidad económica, productividad, trabajo agradable y satisfacción personal para las personas que trabajan en la empresa. Las personas que están motivadas encaminan sus esfuerzos, hacia el cumplimiento de sus metas, estas metas pueden ser personales laborales y profesionales. Como vemos en el caso TECMEDIC, el talento humano de la empresa no tiene problemas de infraestructura que le impida realizar el trabajo adecuadamente. El problema radica esencialmente en las actuales presiones del entorno político, social y económico del país, así como enfrentamientos internos laborales y personales que surgen día a día, como riñas entre departamentos, chismes, estrés laboral, y ciertos rumores internos sobre el buen o mal desempeño de las personas que allí laboran. Rumores mal infundados y con doble sentido como por ejemplo "si sabes que están diciendo que a Sarita la de recepción la van a echar del puesto", cuando en realidad, ella en las últimas semanas había estado llegando tarde y simplemente se averiguaría cual fue la causa o el motivo por el cual ella estaba llegando tarde y si volvía a incurrir se le mandaría un memorando. Esta clase de rumores causan tensión laboral y desmotivan a las personas, generando barreras y desconfianza entre los compañeros de trabajo, esta desconfianza genera en la persona frustración, y a su vez esta frustración inhibe la tarea que emprende una persona hacia el logro de sus metas. La frustración puede generar consecuencias negativas y devastadoras para la empresa, causando como resultado enfrentamientos entre las personas. Puede dar origen nuevamente a un rumor, chisme y desconfianza entre quienes laboran en la empresa. Por otro lado las mujeres tienen la tendencia a ser más persuasivas, se preocupan más por los pequeños detalles que conforman los problemas y le dan mayor importancia. Así mismo la mujer ha demostrado ser más luchadora se fija una meta y trabaja hasta cumplirla, pero como se dijo anteriormente se interesa más por los pequeños detalles cayendo en chismes y rumores que causan tensión en una empresa.

CAPITULO V: PLANEACIÓN DEL PROGRAMA DE MOTIVACIÓN

Para llevar a cabo un programa de motivación en una empresa antes de poner en práctica los pasos del programa, se hace necesario la aplicación del PHVA que consiste en las siguientes fases:

- Una primera donde se planifica,
- Una segunda donde se hace,
- Una tercera donde se verifica
- Una cuarta donde se aplican correcciones.

Tema 1: Modelo de la Planeación del Programa de Motivación

A continuación se presenta un modelo de un programa de Motivación el cual servirá como guía para la empresa que desee llevarlo a cabo.

En primer lugar se hace necesario manifestar las razones por las cuales se desea llevar a cabo un programa de Motivación en la empresa. Debe existir un motivo, razón o necesidad por la cual se hace necesario la implementación de este programa. Una vez manifestada la razón de la instalación del programa se define lo siguiente:

1. Es de suma importancia aclarar que sin el apoyo directo de la gerencia no se puede pensar en desarrollar un programa de motivación, pues es tarea fundamental de la gerencia la motivación y bienestar del talento humano de su empresa.

El comité de motivación de la empresa debe estar conformado por un equipo de personas que tenga interés de aplicar y llevar a cabo el plan de motivación para la empresa y su número será variable según el tamaño de la empresa, ya que no es lo mismo un grupo grande en una empresa pequeña y viceversa.

Para todo tipo de empresas los comités estarán conformados por personas de todos los niveles de la organización: Para la empresa Pequeña:

- Gerente
- Psicólogo (a) de la empresa, si es que se cuenta con uno
- Jefe de departamento.
- Colaborador de la empresa, que muestre interés en participar.

Para empresas medianas:

- Gerente
- Jefe de recursos Humanos
- Psicólogo (a) de la empresa
- Jefe de departamento (2)
- Colaborador (2)

Para empresas grandes:

- Gerente
- Jefe de recursos Humanos
- Psicólogo (a) de la empresa
- Jefe de departamento (2)
- Capacitador (a) (2)
- Colaborador (3)

METODOLOGÍA

Investigación deductiva – participativa: Esta metodología de investigación en su mayoría vivencial tiene por objeto arrojar información que pueda servir como solución a los problemas descritos en la unidad de análisis (TECMEDIC S.A) y a organizaciones similares que lo requieran.

CONCLUSIONES

Presenta las siguientes conclusiones dentro de las que se destacan:

- Este documento servirá con una guía de referencia para directivos y los colaboradores de la empresa y así lograr y mantener un clima empresarial con altos grados de motivación.
- La correcta aplicación del programa propuesto PHVA le permitirán descubrir a tiempo los problemas causantes de la desmotivación en los colaboradores de la organización.
- El tener siempre en cuenta los caminos a la motivación servirá, tanto a directivos como a colaboradores para ser mejores profesionales.
- Como administradores de instituciones de servicio se tiene mayor sensibilidad y conocimientos respecto a las necesidades de los colaboradores, por lo que se considera que este es un documento fiel a la filosofía de la carrera, que ayudará a los clientes internos a estar motivados.

BIBLIOGRAFÍA

Se destacan 16 notas bibliográficas destacando temas como: motivación, administración, organización, capacitación, toma de decisiones , servicio, calidad, mejoramiento continuo, planeación, investigación.

ANEXOS:

El presente trabajo de grado presenta 4 anexos

Anexo A. GRAFICOS

Anexo B. TABLAS

Anexo C. FORMATO ENCUESTA
 Anexo D. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

RESUMEN ANALÍTICO ELABORADO POR NAHYR M. BELTRÁN PAEZ

COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

RAAS 146

TITULO: FORMULACION Y EVALUACIÓN DE UN PROYECTO QUE DETERMINA LA VIABILIDAD ECONOMICA Y FUNCIONAL DE SAINT PAUL DE VENCE “ (CAFÉ FONDUE)

AUTOR: Forero Angélica, Linares Ximena

PUBLICACION: Trabajo de grado, Universidad de La Sabana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa Académico de Administración de Instituciones de Servicio , Santafé de Bogotá, 2000, pp. 221

PALABRAS CLAVES:

DESCRIPCION:

Este trabajo pretende Evaluar la factibilidad y puesta en marcha de un Café-Fondue en una de las zonas de mayor reconocimiento y popularidad por la sociedad capitalina que ofrezca un producto - servicio de acuerdo a sus necesidades y motivaciones psicológicas con el fin de lograr un reconocimiento y posicionamiento “Top of Mind” dentro del sector gastronómico y cada uno de los usuarios, a través de un estudio de mercados, técnico y financiero.

FUENTES: De las fuentes se destacan las siguientes:

- KLEVER. Eva y KLEVER., Virich. El Gran Libro De Las Fondues. España: Everest. S.A. 6
- Julián Bojacá, Módulo Las bebidas y su clasificación 5
- BOJACA, Julián. Hotelería-Bares y Restaurantes. SENA, Módulo 1 El Restaurante. página7 4
- BACA. Gabriel. Evaluación de proyectos. México: Mcgraw Hill, 1995. P. 53 2

CONTENIDO:

CAPITULO 1. MARCO TEÓRICO

Tema 1. FONDUE

El Fondue es una especialidad suiza, siempre que por tal se entienda un plato en el que se ha dejado deshacer queso. El nombre se deriva del francés "fondre", que significa precisamente deshacer, derretir.

Hace aproximadamente 15 años que la fondue de queso ha traspasado las fronteras suizas. Fue entonces cuando en el mundo occidental estalló la fiebre de la fondue; se descubrieron cada vez más y más nuevas combinaciones de quesos.

Sin embargo existen otros tipos de fondues: los gastrónomos suizos exportaron después de la Segunda Guerra Mundial una moda culinaria que consistía en sumergir trozos de carne en aceite caliente y comerlos alrededor de la mesa, al estilo de las fondues de queso. A este tipo de fondues se le llamó "a la bourguignonne", pues los suizos de habla francesa son legítimos descendientes de los burgundios.

Con el tiempo la palabra fondue ha adquirido un valor genérico para designar todo aquello que se come directamente de la olla situada en el centro de la mesa, y cuyos ingredientes se untan en distintas salsas ya preparadas.

Según la leyenda suiza el origen del fondue yace, entre la necesidad de un campesino perdido y el golpe de gracia de una muchacha suiza, constituyéndose en un delicioso plato que hoy a las puertas del siglo XXI se impone como una de las cenas contemporáneas por excelencia, a causa de su sencillez y rapidez.

Otras versiones aseguran que nació en los Alpes suizos, cuando un día de invierno un campesino perdido en la montaña decidió derretir el queso en el vino y untarlo con el pan. Desde entonces el popular fondue hace parte de la tradición suiza y se ha expandido por el mundo conquistando incluso los paladares más exigentes.

Quienes prefieren adobar el comienzo de este plato con un poco de romanticismo, aseguran que el fondue comenzó por accidente cuando a una humilde joven que trabajaba con una familia suiza se le cayó un pedazo de queso en la chimenea. Para recuperarlo se ayudó de un trozo de pan al cual el queso se adhirió deliciosamente.

Cuenta la leyenda que al hijo de los señores le pareció tan deliciosa esta improvisada delicia que se casó con la joven.

Con el tiempo la receta del fondue se fue perfeccionando y comenzaron a utilizarse diferentes variedades de quesos, se añadieron hierbas y especias y se le incorporó el toque del Kirsch, aguardiente suizo a base de cereza.

El secreto del fondue se encuentra en su fina selección de quesos Emmental y Gruyère, aunque actualmente en el mercado se pueden encontrar las bases listas para derretir, las hierbas y especias que se deseen añadir deben estar finamente trituradas o molidas para que de esta manera no se pierda el sabor del queso. De igual manera juega un papel importante en la preparación del fondue la olla o caquelón en la que se prepara la mezcla, esta debe ser preferiblemente de cerámica aunque también pueden utilizarse las de teflón.

Fondue Queso. La receta básica del fondue de queso tiene como ingredientes queso Gruyère, queso Emmental, vino blanco, zumo de limón, fécula de maíz, Kirsch (aguardiente de cerezas) y pimienta.

Sin embargo existe gran variedad de combinaciones para fondues de este tipo, lo indicado en todos los casos es servirlo junto con una copa de vino y algunos trozos de carne ahumada, luego de un tiempo prudencial al terminar el fondue, se puede beber café, té o vino.

En cuanto a los panes indicados para el fondue lo principal es su cáscara o corteza, ya que debe ser gruesa para que se haga fácil el trincharlo y pasarlo por el fondue sin que se quede el trozo de pan dentro del caquelón.

La Unión suiza de Quesos recomienda en un prospecto recientemente publicado: lo ideal es el pan blanco o semiblanco, como la famosa Baguette francesa, porque tiene mucha corteza. También los hay que prefieren el pan de harina de centeno. Se debe cortar en trozos que quepan con facilidad en la boca, o se pueden servir bollos de pan blanco que el mismo invitado servirá.

El pan para fondue debe tener por lo menos un día. Si es muy fresco, se digiere mal y, además no se deja pinchar bien en el tenedor. Además del pan blanco, se puede tomar pan Graham, de sabor fuerte: aunque tiene el inconveniente de que se cae fácilmente en la masa de queso, porque no se pincha muy bien.

Para quienes prefieran pan de centeno, se sugiere los esponjosos St. Galler y Baseler, o las Bauernstuten (hogazas campesinas), que tienen mucha corteza. Los panecillos de centeno, de cebolla y de sal acompañan bien a los fondues de queso fuertes.

Fondue Bourguignonne. Adicional a los fondues de queso existen los de carne, en los cuales el caquelón contiene aceite a cambio de queso.

Lo único que siguen teniendo en común ambas fondues, la de queso y la de carne, es que se comen en comunidad de un mismo recipiente. La fondue Bourguignonne no tiene nada de fondue (fondré), ni siquiera la inventaron los burgundios: se trata simplemente de que la sartén ha saltado a la mesa, donde cada invitado se fríe él mismo su carne.

La fondue Bourguignonne data de los primeros años 50 de nuestro siglo y tuvo su origen en Suiza, y seguramente sea invención de un gastrónomo también suiza, que reunió a sus invitados en torno al aceite en vez de al queso”

Para su preparación la carne debe ser de primera calidad, tierna y sin nervios. Lo mejor es cortarla en trozos con un día de anticipación y sumergirlos en aceite de oliva, luego disponer cebolla en una fuente en la base y poner los trozos sobre esta y sazonar con pimienta, mejorana y sal, y cubrir con otra capa de rodajas de cebolla.

Luego se debe llevar a la nevera por un lapso de tiempo de 12 a 14 horas.

No se recomienda la carne de cerdo ni la de ternera, así como tampoco mezclar carnes distintas pues sus variados contenidos de agua hará saltar el aceite. La marmita para preparar este tipo de fondue debe ser de cobre para que mantenga y resista el calor necesario al cual se debe mantener el aceite.

Los ingredientes base para una receta de fondue Bourguignonne, son aceite insípido o inodoro, carne tierna y adicional a esto en la mesa se disponen platos con algo picante, algo agridulce, algo fresco, algo suave y algo crujiente. “Pero lo más importante de una fondue de carne son las salsas y mojes caseros; en cierta medida son los responsables del éxito o el fracaso de una invitación”

QUESOS

Dado que el queso es el ingrediente principal de los fondues se estudiarán los principales y se expondrán sus características fundamentales, para así poder identificar su importancia en cada receta.

El queso es uno de los pocos alimentos que sigue siendo un producto típico de cada región. Ello no quiere decir que no existan quesos ampliamente distribuidos y conocidos por todo el mundo, pero aun estos siguen conservando sus nombres

regionales y unas características que, en la mayor parte de los casos, son muy difíciles o incluso imposibles de imitar en otro lugar del mundo.
En el siguiente cuadro se nombran los principales quesos del mundo, con una breve descripción de sus características por nacionalidad.

Jugos enlatados
Fermentadas
Vinos
Cervezas
Sidras
Guarapos

DIVISION GENERAL DE LAS BEBIDAS

Bebidas
Alcohólicas
Destiladas
Coñac
Whisky
Brandy
Vodka
Ginebra
Ron
Tequila
Pisco
Aguardientes
Licores: Grand Marnier,
Cointreau, Benedictine,
Chartreuse, Apricot
Brandy, etc.
artificiales
Cremas
Ratafias
Resolis
Mistelas...
Mezcladas Long Drink
Coctelería

Bebidas para fondue de quesos
Bebidas para fondue de carne.

RESTAURANTE

En un concepto amplio, un restaurante “es una unidad conformada por varios servicios, los cuales están orientados a satisfacer una necesidad esencial que es el servicio de alimentos y otros complementarios como bebidas”

Secciones del Restaurante. Dentro de las secciones que conforman un restaurante encontramos: cocina o área de producción, comedor o área de ventas y áreas complementarias tales como bar, cava, office, vestier, servicios sanitarios, cuarto de aseo, comedor de empleados y vestier y baños para empleados.

a. Cocina o área de producción: Es la sección que se encarga de procesar y preparar los alimentos que van a ser servidos en el comedor; deberá estar localizada al mismo

nivel del comedor y acorde al número de puestos o disponibilidad de este, así como a las exigencias de la carta programada. Sus áreas deben ser amplias y con suficiente luz, además de tener comunicación con la alacena y el cuarto frío.

- c. Comedor o área de ventas: Es la parte principal de un restaurante pues allí se centra la atención del cliente, es el sitio donde se sirven los alimentos procesados o preparados en la cocina, además de las bebidas provenientes del bar, es el punto de convergencia de alimentos y bebidas. Deberá estar dispuesto y ambientado para tal fin. Su principal objetivo es brindar un servicio eficiente, de calidad y comodidad al cliente. Su ubicación ideal es a continuación de la cocina.

TEMA 2. ESTUDIO DE MERCADOS

Tema 1. Definición del producto

“SAINT PAUL DE VENCE” (Café - Fondue), es un restaurante de comida tipo fondue, ubicado en la zona de Usaquén en Santafé de Bogotá, el cual abrirá inicialmente todos los días lunes, martes y miércoles a partir de las 11:30 a.m. a las 3:00 p.m. y de 6:30 p.m. a 11:00 p.m.; jueves y viernes a partir de las 11:30 a.m. a las 3:00 p.m. y de 6:30 p.m. a 1:00 a.m.; sábados desde las 11:30 a.m. en jornada continua hasta la 1:00 a.m. y domingos de 11:30 a.m. en jornada continua hasta las 11:00 p.m. Este horario estará sujeto de modificación ya que depende directamente de la acogida por parte de los clientes.

“Saint Paul de Vence” (Café – Fondue) busca posicionarse como uno de los mejores restaurantes de Santafé de Bogotá y para tal fin hará del servicio que se preste la ventaja competitiva del negocio reflejándose este en la calidad de sus platos y en el esmero con que se atiende a sus clientes.

Estructura organizacional. Utilizando la metodología de Gabriel Vaca Urbina en cuanto a la estructuración del estudio de mercados en la evaluación de un proyecto, para una mayor definición del producto se describirá la estructura organizacional diseñada para “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue), con el fin de conceptualizarlo como empresa y así definir de manera general sus direccionamientos, principios y valores entre otros, que orientarán al Café – fondue en la calidad del servicio que preste.

Misión. En “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue), trabajamos con integridad, calidad y entusiasmo para originar el máximo beneficio a la organización y a quienes la conforman. Servimos con criterio competitivo en el sector gastronómico y satisfacemos en forma eficiente la demanda de comida tipo fondue en Santafé de Bogotá D.C.. Siendo la excelencia nuestro mayor reto.

Visión. Queremos ser catalogados por nuestros clientes como el mejor Café - Fondue de Santafé de Bogotá, y a un plazo de cinco años posicionarnos como el principal establecimiento gastronómico tipo fondue a nivel nacional.

Metas

- Posicionar a “Saint Paul De Vence” como el mejor restaurante a nivel nacional, especializado en comida tipo fondue.
- Alcanzar la satisfacción de nuestros clientes, por medio de excelencia en el servicio y alta calidad de nuestras comidas.
- Ser partícipes del crecimiento personal y laboral de nuestros clientes internos.
- Fomentar el gusto por la comida tipo fondue a nivel nacional y por ende nuestra participación en el mercado.

- Obtener la mayor rentabilidad monetaria del objeto social de “Saint Paul De Vence” (Café - Fondue).

Objetivos.

Objetivo general. “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue) persigue cautivar un grupo de personas amantes del buen comer a través de un producto innovador y poco reconocido en el ámbito gastronómico colombiano pero adaptable al medio con el fin de crear una atmósfera en la cual aparte de disfrutar de una deliciosa comida se constituya en un sitio ideal y predilecto por muchos a la hora de querer compartir al calor de la chimenea o a la luz de las velas.

Objetivos específicos.

- Producto - Servicio.

-Desarrollar un producto que cumpla con todos los estándares de calidad tanto en la selección de los mejores ingredientes, como en su preparación y posterior servicio.

-Cumplir con las exigencias higiénicas y ambientales que exige todo establecimiento gastronómico.

- Desarrollo humano.

-Promover el desarrollo del clima organizacional a través de la capacitación y motivación del talento humano para mejorar la calidad de vida y su nivel de productividad laboral.

-Implementar una Cultura de Servicio que se refleje en el desempeño de todas las tareas a realizar.

- Rentabilidad.

-Diseñar estrategias que contribuyan a la optimización laboral y a su vez permitan alcanzar niveles de rentabilidad que cubran y respondan a las expectativas reales de los inversionistas.

- Crecimiento.

- “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue) debe crecer en los próximos cinco años de acuerdo con el siguiente objetivo: Consolidarse en el mercado mediante la actualización gastronómica y organizacional y la diferenciación de su servicio con *estrictos estándares de calidad, que permitan crear nuevas líneas de producto y servicio orientadas al mercado meta mediante el establecimiento progresivo de nuevas sucursales.

- Orientación hacia el cliente.

-Emplear mecanismos que permitan identificar y anticiparse a las necesidades y expectativas de los clientes tanto internos como externos lo cual redundará en su comportamiento y satisfacción.

- Control total de la calidad.

-Desarrollar e implementar herramientas de mejoramiento continuo y control total de la calidad en los diferentes procesos que intervienen en la actividad propia del restaurante, para establecer un compromiso con el cliente y generar una relación sólida con este.

-Diseñar y aplicar de manera continua Índices de Gestión que revelen de manera objetiva el nivel de calidad con el se cuenta.

Valores.

Actuaremos con tolerancia respetando y valorando el pensamiento y las ideas de los demás.

Brindaremos a nuestros clientes servicios de excelencia.

Compartiremos los conocimientos, basándonos en una mutua cooperación, para tomar decisiones en equipo.

Buscaremos diariamente con nuestros actos la confiabilidad y lealtad de las personas que nos rodean y conforman "Saint Paul de Vence" (Café - Fondue).

Nuestro trabajo es la base fundamental para nuestra realización personal, medio por el cual buscaremos la permanente superación.

Procederemos con honestidad frente a "Saint Paul de Vence" (Café - Fondue) y nuestros compañeros.

Defenderemos y cuidaremos con lealtad el patrimonio de "Saint Paul de Vence" (Café - Fondue).

Principios.

- El talento humano es lo más importante y valioso.
- La calidad de nuestros servicios y la forma en que los prestamos, harán que nuestros clientes externos e internos nos prefieran hoy y la próxima vez.
- Nuestra disposición hacia la seguridad y el respeto por nuestros clientes deben ser parte inseparable de nuestras acciones.
- La ética y la transparencia deben estar presentes en todas nuestras actividades.
- La planeación es parte integral de nuestro trabajo y soporte para enfrentar el desafío del cambio.
- La creatividad, la investigación y la modernización constante en todas las áreas de "Saint Paul de Vence" (Café - Fondue) son factores esenciales para alcanzar la excelencia.
- Damos especial atención a la conservación del medio ambiente y de los recursos naturales.

Tema 2. ANALISIS OFERTA Y DEMANDA

La finalidad de este análisis es medir a través del método estadístico de la encuesta la aceptación, o no, de un Café – Fondue en la ciudad de Santafé de Bogotá D.C..

Se asume que la población objeto de este estudio es la correspondiente a los estratos 4, 5 y 6. Teniendo en cuenta que es imposible encuestar el total de la población, se seleccionó una muestra de 200 personas distribuidas entre los siguientes sectores:

- Sector industrial y ejecutivo
- Sector estudiantil
- Sector familia

Antes de proseguir y abordar el tema se hará una pequeña descripción. Un mercado es el encuentro entre la oferta y la demanda. La cantidad ofrecida de un bien es directamente proporcional al precio. Por el contrario la función de la demanda es inversamente proporcional al precio. El punto de cruce entre las dos variables es el punto de equilibrio.

La Oferta.

Para “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue), la oferta total bogotana de comida tipo fondue la constituyen todos los restaurantes que ofrecen este tipo de comida, los cuales son teóricamente la competencia del Café – Fondue. La oferta será la cantidad de platos que se estima venderá el restaurante durante un periodo determinado de un mes. En otras palabras la oferta del Café – Fondue será la cantidad estimada de platos que en promedio venderá “Saint Paul de Vence” Aunque la oferta puede variar, el criterio escogido hace que la oferta sea totalmente inelástica.

La oferta.

Se asume inelástica, ya que para calcular los costos e ingresos la cantidad ofrecida de platos que se estima vender es una constante para un periodo de un mes.

Algunos de los restaurantes que ofrecen comida similar a la de “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue) fueron visitados en forma exhaustiva donde se acudió como clientes incógnitos, de donde se pudo concluir que en Santafé de Bogotá, actualmente existen tan solo cuatro restaurantes de esta naturaleza incluyendo sus respectivas sucursales: Fondue Bristot, La Raclette, La Cuisine Suisse y Refugio Alpino.

CAPITULO 4. ESTUDIO TECNICO

En el desarrollo del Estudio Técnico se analiza y determina el tamaño óptimo del proyecto, su localización, las instalaciones, los equipos que se requieran en la operación y por último la organización operativa y administrativa indispensable.

Tema 1. LOCALIZACIÓN OPTIMA DEL PROYECTO

El restaurante “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue) se ubicará en Santafé de Bogotá y más específicamente en la zona de Usaquén, decisión respaldada por la investigación de mercados.

Desde hace unos años tanto sus habitantes como la alcaldía se han preocupado porque Usaquén se convierta en un centro cultural y de reunión, lo cual a su vez a generado un “Clouster” gastronómico. Los medios de “Saint Paul de Vence” (Café-Fondue) para prestar el servicio de restaurante y lugar de reunión serán similares a los de los restaurantes de la zona, adaptando una casa o restaurante antiguo a las condiciones propias con la decoración y ambientes típicos de la región de “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue), puesto que construir o crear la estructura necesaria sería bastante costoso y acarrearía infinidad de trámites legales.

El lugar donde se prestará el servicio de restaurante de “Saint Paul de Vence” (Café-Fondue) como ya se nombró anteriormente “Usaquén”, cumple con satisfactoriamente con los factores más importantes de localización, los cuales se ven expuestos de mejor manera en la siguiente gráfica:

EMPRESA Energía Mano de Obra
 Mercado Fuentes de Aprovisionamiento
 Agua Clima
 Comunicación
 Estudia Sobre el Medio Ambiente

La localización de Usaquén dentro de la ciudad le otorga a su vez una ubicación óptima a “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue), ya que esta no debe obedecer tan solo a aspectos económicos, sino que también a criterios estratégicos, institucionales y en algunos casos de preferencias emocionales.

Usaquén cuenta con todos los medios de aprovisionamiento pertinentes para un servicio de alimentos y bebidas, tiene buenas vías de acceso, su clima es típicamente capitalino y es uno de los lugares de reunión tanto de Bogotanos como de sus visitantes por excelencia.

Tema 2. TAMAÑO DE LA PLANTA Y DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO

El tamaño de la planta está altamente influenciado por la estimación de la rentabilidad que generará su implementación y el nivel de la inversión. Para “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue) en su condición de restaurante está delimitado por el número de sillas que se pretenden ubicar y esto a su vez determina el tamaño de la cocina que deberá contar con las adecuaciones y equipos necesarios para la preparación de la comida tipo fondue y el servicio en general.

Area de servicio al cliente. “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue) contará con una oferta de 60 sillas divididas en 15 mesas, distribuidas en un área aproximada de 20 x 25 metros aproximadamente en la zona de servicio. Además de esta área en donde se encontrarán ubicadas las mesas y el área de producción (la cocina) se tendrá en cuenta que el restaurante deberá contar con secciones como área de ventas y otras complementarias tales como bar, office, servicios sanitarios, cuarto de aseo y vestier y baños para empleados, las cuales pueden ser modificadas y adecuadas a la casa o restaurante antiguo que se obtenga al momento de poner en marcha el restaurante. Sin embargo “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue) debe cumplir con ciertos parámetros y condiciones propias con la decoración y ambientes típicos de la región de la cual se tomó su nombre, cualquiera que sea su planta física. Las mesas estipuladas para el restaurante son quince, el espacio que debe existir entre una y otra será de 1,50 metros distribuidos así: 50cm de la mesa al espaldar de la silla, 50 del espaldar la misma silla al espaldar de la silla de la mesa continua y otros 50cm del espaldar de esta a su mesa. Todo esto para que se permita el paso del menaje de servicio para el consumo de "fondues", sin que se incurra en ningún momento en riesgos ni para el personal de servicio ni para los clientes.

La decoración y ambientación de “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue) está directamente relacionada con la región francesa que lleva este nombre, Saint Paul de Vence. Con esta decoración se busca lograr un ambiente típico de la época que remonte a la belicosa plaza fuerte medieval; un refugio tranquilo y acogedor.

Tema 3. EQUIPOS, MENAJES Y MAQUINARIA

Los equipos y menajes necesarios en “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue) están clasificados en dos grandes divisiones que son cocina y menaje de servicio.

Con una dotación completa en cada una de estas divisiones se garantizará en gran parte la eficiencia del servicio que se brindará a los clientes.

Cocina. En las siguientes tablas se relaciona los equipos, menajes y maquinaria necesarios en la cocina.

Cantidad Equipo

12 Fondue Cobre

12 Fondue Queso

12 Fondue Chocolate

1 Maquina Capuchino

1 Exprimidor de frutas eléctrico

1 Nevera

2 Estufa 6 hornillas
 1 Gratinador
 2 Freidor de 30libras/hora
 1 Horno a gas
 1 Horno microondas
 1 Batidora semindustrial
 1 Licuadora semindustrial
 1 Baño María de 8 azafates
 1 Cuarto frío 2.5mX3m
 1 Halacena
 1 Campana extractora central
 3 Mesones de trabajo con lavaplatos
 3 Repisas de anclar a la pared

Tema 4. DISEÑO TÉCNICO DE MENÚS

Carta. Los platos incluidos en el menú de “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue) persiguen cumplir con las expectativas que tienen los clientes de deleitar sus paladares con la exquisitez de la comida suiza.

Cada una de las recetas incluidas ha sido cuidadosamente diseñadas de acuerdo con los ingredientes que por ningún motivo pueden ser omitidos en la preparación de las tres clases de fondues que se ofrecen.

En el diseño de la carta además de tener en cuenta parámetros gastronómicos se consideraron los datos del estudio de mercados, puesto que el restaurante tendrá gran acogida en variedad de edades, lo cual exige que en la carta se cubran especialidades para todos los gustos dentro de su línea de comida fondue.

Recetas Estándar. Las recetas estándar utilizadas en “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue) son el formato de control de producción más importante ya que allí se especifican todas las condiciones de transformación de los artículos para la venta, son herramientas básicas para llevar a cabo controles precisos de los costos.

Es la manera de determinar con exactitud las cantidades a emplear, su costo total, el precio de venta y los procedimientos ideales para obtener un producto final esperado. Además de ser un formato de control es una guía de información al personal sobre todos los pasos de preparación de los platos y a su vez permite un mejor control de las requisiciones y del proceso productivo en la cocina.

Por tal motivo se ha elaborado para “Saint Paul de Vence” (Café - Fondue) una receta estándar para cada uno de los platos contemplados en la carta, ya sea entrada, fondue, postre o bebida. Receta estándar Crème brûlée.

Tema 5. ORGANIZACIÓN TALENTO HUMANO

Actualmente, ofrecer un servicio excelente implica hacer todo lo posible para satisfacer al cliente y es, desde luego, una diferencia vital en el éxito de las empresas.

El buen servicio es al tiempo una herramienta de mercadeo y de administración. En el ámbito de mercadeo es posible apreciar como un cliente satisfecho hace buena propaganda de una empresa fortaleciendo su imagen. En cuanto a la administración, el enfoque del servicio permite unificar los objetivos de todos los miembros de la organización hacia el punto focal verdadero: el cliente. El servicio, cuya base es la innovación y el anticiparse a las necesidades, exige del profesional un alto nivel de creatividad.

ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1
AUXILIAR CONTABLE	1

COCINERO	1
STEWARD	1
ASEADORA	1
CHEFF	1
MESEROS	4
CAPITAN MESEROS	1
HOSTESS	2
GERENTE GENERAL	1

Manual de Funciones y Perfiles. Con el objetivo de plasmar de una manera más clara y sencilla la demanda de personal que tiene el restaurante se diseñó un formato donde se manifiestan tanto cualidades como habilidades que debe tener el aspirante que desee hacer parte del equipo de trabajo de "Saint Paul de Vence" (Café – Fondue) como también se establecieron claramente las funciones que amerita cada cargo, con el fin de optimizar los procesos y procedimientos propios del restaurante y de esta manera prestar un servicio con calidad y calidez.

Gerente general.

Cuadro 20. Perfil gerente general

Nº Personas 1

Depende De Socios Fundadores

Cualidades ·

- Recursivo
- Responsable
- Alto nivel de análisis
- Emprendedor
- Comunicativo
- Informado
- Competente
- Comprometido
- Sociable
- Alta calidad humana
- Líder
- Creativo
- Con iniciativa
- Etico
- Buen ciudadano
- Actualizado
- Investigador
- Receptivo
- Alto nivel de educación
- Accesible

Experiencia Laboral 2 años mínimo

Objetivo del Cargo Coordinar que todas las áreas de la organización realicen de manera oportuna sus labores y controlar cada una de ellas.

Manual de funciones gerente general

I CARACTERISTICAS

Nombre del Cargo:

Depende de:

Tiene bajo su dependencia:

Relaciones de Coordinación:

Gerente General

Socios Fundadores

Todo el personal

Todo el personal

II OBJETIVOS

Planear, organizar, dirigir y controlar la operación total de Alimentos y Bebidas y eventos del restaurante, dentro de estándares y parámetros de calidad previamente definidos.

III FUNCIONES GENERALES

1. Selecciona al personal requerido.
2. Se ocupa de la capacitación y entrenamiento del personal.
3. Elabora los horarios de trabajo de su departamento.
4. Programa las vacaciones del personal del restaurante.
5. Revisa a diario la "Mise en Place" en los diferentes sitios de atención de alimentos y bebidas a clientes y en cocinas.
6. Coordina el trabajo de todo el personal bajo su dirección.
7. Realiza inventarios mensuales a las neveras de congelación y conservación conjuntamente con el Asistente Administrativo y el Auxiliar de costos.
8. Mantiene un control estricto y permanente sobre los uniformes de los empleados.
9. Solicita al Asistente Administrativo las reparaciones necesarias en las diferentes áreas.
10. Realiza la selección de los proveedores y de los diferentes productos requeridos en el restaurante de acuerdo a estándares previamente establecidos sobre la calidad, el precio, el servicio y el crédito que otorguen.
11. Elabora el presupuesto anual de gastos del restaurante.
12. Supervisa la calidad de los productos alimenticios que llegan a la cocina.
13. Elabora en el software específico de A & B las recetas estándar de los diferentes platos que se ofrecen en el menú.
14. Elabora informes diarios y mensuales del costo de alimentos y bebidas.
15. Elabora los menús para los diferentes eventos que se realicen en el restaurante con la orientación del Cheff.
16. Mantiene permanente contacto con el Socios Fundadores para discutir los informes del costo de alimentos.
17. Supervisa la aplicación de las normas sanitarias y medidas de seguridad dentro de la cocina del restaurante.
18. Atiende personalmente la venta de eventos a los clientes en las instalaciones del restaurante.
19. Supervisa personalmente el desarrollo de los eventos en las instalaciones del restaurante.
20. Las demás que le sean asignadas por su superior inmediato y que corresponden a su cargo.

IV RESPONSABILIDADES

- a) Por equipos, enseres y materiales. Es responsable por el buen funcionamiento de todos los equipos, enseres y materiales que se emplean en su labor.
- b) Por cumplimiento de funciones. Es responsable por el cumplimiento de labores que son propias de su cargo.
- c) Por información y documentos. Recibe información y maneja documentos valiosos en el desempeño de sus funciones.
- d) Por valores. No maneja valores.

- e) Por supervisión de empleados y procesos. Supervisa personal y responde por los procesos empleados en el desempeño de sus funciones.
- f) Por representación de la empresa. Representa a la empresa en el desempeño de sus funciones como Jefe de A & B

V REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL CARGO. VI CONDICIONES DE TRABAJO.

Grado de educación formal.

Pregrado en Administración Hotelera Administración de Instituciones de Servicios o Administración de Empresas con Postgrado o Especialización en Hotelería.

Cursos en manejo Higiénico de alimentos; Cursos de Protocolo y Eventos; Cursos en Mercadeo y Ventas; Cursos en Costos de A & B;

a) Ambientales.

Normales.

b) Forma de trabajo.

Independiente y variada.

c) Riesgo de trabajo.

Ninguno

todos los equipos, enseres y materiales que se emplean en su labor.

Por cumplimiento de funciones.

Es responsable por el cumplimiento de las labores que le son propias a su cargo de Ayudante de Cocina.

Por información y documentos.

No recibe información y no maneja documentos valiosos en el desempeño de sus funciones.

Por supervisión de empleados y procesos.

No supervisa personal y responde por los procesos empleados en el desempeño de sus funciones.

Por representación de la empresa.

No representa a la empresa en el desempeño de sus funciones como Ayudante de Cocina

Tema 6. MARCO LEGAL

Sobre “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue) repercuten diferentes legislaciones tanto en el ámbito nacional (Colombia) como regional (Usaquén), lo cual lo delimita dentro de un marco jurídico determinado, que deberá seguirse rigurosamente. Los factores más importantes que enmarcan los aspectos legales son los relativos a: mercado, localización, estudio técnico, administración y organización y aspecto financiero y contable.

Departamento de Planeación Distrital

Verificar si “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue), puede funcionar en la dirección asignada.

Alcaldía de Usaquén Verificar si “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue), puede funcionar en la dirección asignada.

“Saint Paul de Vence” - Notaría Información acerca del nombre de la sociedad y establecimiento comercial.

Realización de la minuta.

Constituir la sociedad ante la notaría pública: se presenta la minuta a la notaría para que allí se eleve a escritura pública.

Firmar escritura en la fecha prevista por el notario.

Cancelar los derechos notariales.

Solicitud de la escritura.

Cámara de Comercio Registro mercantil ante la Cámara de Comercio: Matrícula de registro mercantil, Formato de matrícula, Copia de la escritura, Cédula del representante legal.
 Inscripción de la Sociedad: Certificado de constitución y gerencia, Registro de libros de la sociedad (libros de contabilidad y actas).
 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)
 Inscripción en el registro único tributario.
 Solicitud de formulario de Registro Único Tributario (RUT)
 Solicitud del número de identificación tributaria (NIT)
 Presentar: copia de la escritura pública, certificado de existencia y representación legal.
 Inscribir el restaurante en el Registro Único Tributario, como responsable del Impuesto al Valor Agregado (IVA).
 Cuerpo de Bomberos Adquisición del Certificado de Seguridad CADE Licencia de Sanidad
 Departamento Administrativo de Información sobre la dirección, actividad y Planeación Distrital horarios que se tendrán.

CAPITULO 4. ANALISIS FINANCIERO

Como todo análisis financiero este capítulo estudia los Costos Fijos y Variables, la Inversión, y la Rentabilidad de “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue). El objetivo de este análisis es obtener cifras monetarias para tomar una decisión basada en criterios económicos.

COSTOS

Costos fijos.

Nómina y prestaciones sociales. Para efectos de su liquidación se tuvieron en cuenta los siguientes datos: Sueldo Básico (corresponde al vigente para el año en curso), Subsidio de Transporte (corresponde al vigente para el año en curso), Prima de Servicios (corresponde al 8.33% del Total Devengado), Cesantías (corresponde al 8.33% del Total Devengado), Intereses sobre Cesantías (corresponde al 12% del Total Devengado), Vacaciones (corresponde al 4.16% del Total Devengado), Aportes del empleado en Pensión y Salud (corresponde al 8.375% del Total Devengado siempre y cuando sea mayor a 4 salarios mínimos si no entonces se calcula el 7.375%), Aportes del patrono en Pensión y Salud (corresponde al 18.125% del Total Devengado), Fondo de Solidaridad (corresponde al 1% del Total Devengado de cargos administrativos con la finalidad de aportar una cantidad para efectos de ayuda a los empleados cuando estos lo requieran), Aportes Parafiscales (corresponde al 9% del total devengado distribuido de esta manera: 2% SENA, 3% ICBF, y 4% Caja de Compensación Familiar. Arriendo y gastos operacionales (agua, luz y teléfono). Para determinar esta clase de valores se tuvo en cuenta la información otorgada por los locales del sector de Usaquén donde se pretende llevar a cabo el funcionamiento del restaurante.

Además para hacerse una idea más global del costo de arrendamiento y costos operacionales de los establecimientos que se dedican a la operación de Alimentos y Bebidas se averiguó el costo de arrendamiento de estos en zonas predilectas y preferidas por los clientes tales como los ubicados en las zonas de: Parque de la 93, Zona Rosa, Candelaria y los que se encuentran entre las calles 76 y 78 con carrera 4ª y 6ªVer Cuadro42. Costos fijos.

Costos variables. Para efecto de este estudio son Costos Variables los Insumos. Cabe señalar que los insumos aunque son variables se consideran fijos para un periodo de 1 año.

Costos de los insumos. De acuerdo al objetivo que persigue “Saint Paul de Vence” (Café –ondue) en cuanto a desarrollar un producto que cumpla con todos los estándares de Calidad, incluye dentro de su proceso productivo la selección de los mejores ingredientes.

Para obtener un Costo de Insumos lo más cercano a la realidad, se acudió a los puestos de venta tales como: plazas de mercado, supermercados, hipermercados y en casos especiales Delikatessen. Consolidados los costos de insumos y proyectados a 5 años se comportan de la siguiente manera:

Costos totales. Al costo de actividad que desempeña el restaurante se le asignan todos los factores de costo que directa o indirectamente afecten el desarrollo de la actividad; independientemente si esos costos se originan o no en la misma, es decir, si son fijos o variables.

Los Costos Totales muestran de una manera clara, sencilla y con la mayor exactitud posible el costo real de la unidad de actividad con miras a poder determinar la utilidad o pérdida del negocio.

Tema 2. Inversión

La inversión comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

Tema 3. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

La “depreciación” sólo se aplica al activo fijo debido a que con el uso, estos bienes valen menos, mientras que la “amortización” sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, con el correr del tiempo, no baja de precio o se deprecia sino se constituye en un cargo anual que se hace para recuperar esa inversión.

Tema 4. CAPITAL DE TRABAJO

Este Capital de Trabajo, hace referencia al capital adicional necesario para poder poner en marcha la empresa, ya que para que esta reciba ingresos es indispensable financiar de alguna manera la primera producción. (Remitirse a la misma tabla inversión diferida). En el caso concreto de “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue) el Capital de trabajo está constituido por el monto de dinero que cada uno de los tres socios aporta para la puesta en marcha y funcionamiento del restaurante.

Tema 5. INGRESOS

En la mayoría de los servicios de Alimentos y Bebidas y según entrevista directa con algunos de los propietarios de distintos establecimientos visitados, del 100% del precio, el 65% representa la Utilidad y el 35% el Costo de los Insumos.

En el caso concreto de este proyecto se utilizó el siguiente criterio: Se estableció un precio promedio entre el precio teórico (35% Costo, 65% Utilidad) y el precio establecido por los restaurantes que venden actualmente comida tipo fondue. (Incluir tabla Presupuesto Insumos Receta Estándar).

Tema 6. PROYECCIÓN DE VENTAS SEMANALES

Para calcular las ventas semanales de "Saint Paul de Vence" (Café – Fondue) Partiendo de que el restaurante objeto de estudio atenderá máximo 60 sillas y por información obtenida de algunos establecimientos que conforman la competencia se pudo calcular la ocupación diaria tanto para la hora del almuerzo como para la de la cena y el servicio de café; "Saint Paul de Vence" (Café – Fondue) atenderá un total de 705 PAX (personas).

Tema 7. PUNTO DE EQUILIBRIO

"El Punto de Equilibrio es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables. Hay que mencionar que ésta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, sino que sólo es una herramienta de evaluación económica."

Se entiende por Punto de Equilibrio el momento en el que los Ingresos Totales igualan a los Costos Totales.

Punto de equilibrio (volumen de costos fijos costos variables volumen total).

CAPITULO 5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Aunque una vez ya visto transcurridos los cinco años de operación (periodo al cual se ha aplicado la proyección) el negocio arroja una serie de cifras satisfactorias reflejadas en las utilidades, aún no se ha demostrado que la propuesta de inversión sea económicamente rentable.

Para determinar la rentabilidad del negocio con la trayectoria del tiempo se utiliza una serie de métodos que determinan la factibilidad del proyecto. Los métodos que toman el valor del dinero a través del tiempo son esencialmente: la TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento), el VPN (valor presente neto) y la TIR (tasa interna de rendimiento).

Cuadro 57. Métodos de evaluación económica.

TIR 169,94%

TIRM 81,62%

COSTO DE FINANCIAMIENTO 18,00%

VPN \$382.122.227,31 TMAR 45,00%

T OPORTUNIDAD INVERSIONISTA 35,00%

Tema 1. Determinación de la TMAR.

Tal vez el punto más importante a determinar en el análisis económico es la TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento. La TMAR está formada por la tasa de inflación más la prima de riesgo; donde la prima de riesgo es el valor en que los inversionistas de "Saint paul de Vence" desean que crezca su inversión por encima de la inflación, es decir, la prima de riesgo indica el crecimiento real del patrimonio de la empresa.

La TMAR calculada para el negocio es del 45%; donde se tuvo en cuenta una inflación un poco más elevada de lo proyectada con el objetivo de que afecte en forma positiva el aumento de patrimonio de la empresa y no sólo genere ganancias que sirvan para mantener el valor adquisitivo real que el restaurante tenía en el año cero siempre y cuando se reinvirtieran las ganancias.

Tema 2. Determinación del VPN.

El Valor Presente Neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontado a la inversión inicial. Consiste en descontar o trasladar al presente todos los flujos futuros del proyecto, a una tasa de descuento igual a la TMAR, sumar todas las ganancias y restarlas a la inversión inicial en tiempo cero.

El valor calculado del Valor Presente Neto es de \$382.122.227,31, lo cual indica que al ser mayor que cero supera la TMAR más el valor positivo del resultado, en términos del valor del dinero en tiempo cero.

El valor calculado del VPN supera en gran proporción la tasa de descuento aplicada, (la TMAR); es decir, no sólo se está ganando lo mínimo fijado como rendimiento con lo que se cumple el mínimo criterio: $VPN = 0$, sino que es capaz de cubrir la tasa de descuento y tener un excedente significativo para el negocio.

Tema 3. Determinación de la TIR.

La Tasa interna de rendimiento según definición propuesta por Gabriel Baca Urbina en su libro “Evaluación de Proyectos”, es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero o también es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Al medir la rentabilidad económica como la diferencia entre la TMAR y la TIR del proyecto, la inversión se puede aceptar ya que el valor calculado de la TIR es mayor al de la TMAR; a mayor diferencia, mayor rentabilidad.

No es un proyecto que demande mucho riesgo ya que la diferencia entre el valor calculado de la TIR y el valor calculado de la TMAR no es pequeña, y por lo contrario si arroja un margen considerable de rentabilidad.

En caso de que la inversión se vea afectada por el nivel de ventas y se comience a generar riesgo, producto de causas ajenas como por ejemplo la crisis del país, existen en este caso particular puntos porcentuales que permiten generar más tiempo u oportunidad para que el restaurante pueda administrar el riesgo de volverse no rentable, al disminuir las ventas por debajo de determinado nivel.

“Saint Paul de Vence” (Café – Fondue), es un restaurante y café tipo fondue, que se ubicará en la zona de Usaquén, en la ciudad de Santafé de Bogotá D.C.. Los platos que se ofrecerán son en su mayoría especialidades de la gastronomía suiza.

Se demostró que existe una demanda creciente de personas que gustan de la comida tipo fondue y que el restaurante objeto de estudio cuenta con la infraestructura humana, técnica y financiera para satisfacerla.

El tamaño óptimo estipulado para “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue), se define en su número de sillas, el cual es 60 sillas distribuidas a su vez en 15 mesas.

El Valor Presente Neto es un método efectivo de análisis para determinar la rentabilidad de un negocio y en el caso particular de “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue), se puede aceptar la inversión que demanda el proyecto ya que su resultado es > 0 , esto significa que gana la TMAR más el valor positivo del resultado, en términos del valor de dinero en tiempo cero.

Así mismo la TIR calculada, 169,94% es mayor a la TMAR 45% en 3.77 puntos considerándose la inflación; es decir, una vez más las cifras confirman la viabilidad económica del proyecto.

Por último, después de analizar y concluir que la implementación del “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue) es técnicamente viable, que el mercado lo demanda y que favorece a sus inversionistas; junto con la realización del estudio económico con su correspondiente evaluación, se demostró la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

METODOLOGIA:

El presente estudio se elaboró de acuerdo con las normas para Trabajo de Grado estipuladas en la Norma ICONTEC. Según la cual las tablas, cuadros y figuras son nombrados de manera diferente y definida, las tablas y cuadros se nombran en la parte superior y las figuras en la parte inferior, su título es breve y concreta el contenido de esta.

CONCLUSIONES:

De las conclusiones se extraen las siguientes:

“Saint Paul de Vence” (Café – Fondue), es un restaurante y café tipo fondue, que se ubicará en la zona de Usaquén, en la ciudad de Santafé de Bogotá D.C.. Los platos que se ofrecerán son en su mayoría especialidades de la gastronomía suiza.

Se demostró que existe una demanda creciente de personas que gustan de la comida tipo fondue y que el restaurante objeto de estudio cuenta con la infraestructura humana, técnica y financiera para satisfacerla.

El tamaño óptimo estipulado para “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue), se define en su número de sillas, el cual es 60 sillas distribuidas a su vez en 15 mesas.

El Valor Presente Neto es un método efectivo de análisis para determinar la rentabilidad de un negocio y en el caso particular de “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue), se puede aceptar la inversión que demanda el proyecto ya que su resultado es > 0 , esto significa que gana la TMAR más el valor positivo del resultado, en términos del valor de dinero en tiempo cero.

Así mismo la TIR calculada, 169,94% es mayor a la TMAR 45% en 3.77 puntos considerándose la inflación; es decir, una vez más las cifras confirman la viabilidad económica del proyecto.

Por último, después de analizar y concluir que la implementación del “Saint Paul de Vence” (Café – Fondue) es técnicamente viable, que el mercado lo demanda y que favorece a sus inversionistas; junto con la realización del estudio económico con su correspondiente evaluación, se demostró la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

No se encuentran recomendaciones.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografía esta compuesta por 13 autores tratando temas como: Investigación, Evaluación de proyectos, Investigación de mercados, Restaurantes, Análisis Financiero, Estadística.

CARVAJAL., Lizardo. Metodología De La Investigación. 15 ed. Colombia: Editorial Fundación para Actividades de Investigación y Desarrollo. 1998.

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 3 ed. Santafé de Bogotá: D'vinni. 1997.

HERNANDEZ., Roberto. FERNANDEZ.; Carlos. BAPTISTA., Pilar. Metodología De La Investigación. 2 ed. Mexico: McGraw Hill. 1998.

KINNEAR C., Thomas y TAYLOR R., James. Investigación de Mercados. 4 ed. Santafé de Bogotá: McGraw Hill. 1994.

DURAN., Carlos. El Restaurante Como Empresa. 2 ed. México: Editorial Trillas. 1998.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Tesis y otros trabajos de grado. Santafé de Bogotá : ICONTEC. 1996.

KLEVER., Eva. El Gran Libro De Las Fondues. 5 ed. España. Editorial Everest. S.A.

TEJADA., Blanca D.. Planificación De Locales Y Equipos En Los Servicios De Alimentación. 1 ed. Medellín: Editorial Universidad De Antioquia 1985.

MUÑOZ., Raúl. El Arte de Servir en Hoteles y Restaurantes. México: Editorial Diana. 1976.

ORTIZ., Hector. Análisis Financiero Aplicado. 9 ed. Colombia: Universidad Externado de Colombia. 1996.

SAINT PAUL de Vence. Italia: Casa Editrice Bonechi. 1983.

BOJACA, Julián. Hotelería - Bares y Restaurantes. En: El Restaurante Colombia: SENA.

CANAVOS. George., Probabilidad y Estadística. México: McGraw Hill. 1987.

ANEXOS:

Se encuentran los siguientes:

- Anexo 1. Saint paul de vence.
- Anexo 2. Receta estándar crème brûlée.
- Anexo 3. Receta estándar fondue de chocolate.
- Anexo 4. Receta estándar profiteroles.
- Anexo 5. Receta estándar helado de mocca.
- Anexo 6. Receta estándar brownie.
- Anexo 7. Receta estándar fondue queso
- Anexo 8. Receta estándar fondue queso
- Anexo 9. Receta estándar fondue queso
- Anexo 10. Receta estándar fondue queso
- Anexo 11. Receta estándar fondue queso
- Anexo 12. Receta estándar fondue queso
- Anexo 13. Receta estándar fondue queso
- Anexo 14. Receta estándar fondue queso
- Anexo 15. Receta estándar fondue light
- Anexo 16. Receta estándar fondue light
- Anexo 17. Receta estándar fondue carne
- Anexo 18. Receta estándar fondue carne
- Anexo 19. Receta estándar fondue carne
- Anexo 20. Receta estándar fondue carne
- Anexo 21. Receta estándar entrada fría
- Anexo 22. Receta estándar entrada fría
- Anexo 23. Receta estándar entrada caliente
- Anexo 24. Receta estándar entrada caliente
- Anexo 25. Receta estándar entrada caliente
- Anexo 26. Receta estándar cóctel W1.
- Anexo 27. Receta estándar cóctel W2.
- Anexo 28. Receta estándar cóctel G1.
- Anexo 29. Receta estándar cóctel V1.
- Anexo 30. Receta estándar cóctel V2.
- Anexo 31. Receta estándar cóctel V3.
- Anexo 32. Receta estándar bebida caliente
- Anexo 33. Receta estándar bebida caliente
- Anexo 34. Receta estándar bebida caliente
- Anexo 35. Receta estándar bebida caliente
- Anexo 36. Receta estándar bebida caliente
- Anexo 37. Receta estándar bebida caliente

Este RAAS fue elaborado por Yudy Fandiño Gómez