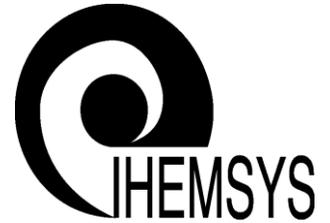




ESCUELA PREPARATORIA  
"JEAN PIAGET"

SEMESTRE:  
SEXTO



NOMBRE DEL ALUMNO:  
ANA ARSHANTY ESCAMILLA MENDOZA

NOMBRE DEL MAESTRO:  
L.A. LUZ MARÍA MENDOZA PÉREZ.

ASIGNATURA:  
ADMNISTRACIÓN

PROYECTO:  
FANTASTIC ICE



Av. Juárez No. 15, Col. Centro, Mixquiahuala de J. Hidalgo.  
email: [fantastic-ice@live.com.mx](mailto:fantastic-ice@live.com.mx) tel: 7721121427

CALIFICACIÓN: \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_



## PRESENTACION

Como respuesta a los nuevos requerimientos de las empresas ante el proceso de apertura y globalización de la Economía Mexicana. Los Mexicanos nos vemos en la necesidad de emprender desde diferentes niveles con la aspiración de hacer crecer nuestra economía, por ello como estudiantes del nivel medio superior, reconocemos el compromiso que tenemos con nuestro municipio, nuestro estado y nuestro País, para comenzar a tener una visión emprendedora en la que lejos de que al concluir nuestra formación superior tengamos que estar reclamando un espacio o lugar en el ámbito laboral, seamos nosotros los nuevos actores del cambio económico al establecer microempresas que son el detonante demandado por nuestro País para reactivar la economía.

Para contribuir a la divulgación y expansión de esta filosofía con la que estamos siendo formados en la Escuela Preparatoria "Jean Piaget" es oportuno publicar los resultados obtenidos de las experiencias de varios proyectos de empresas que ya la han aplicado. Además de presentar la experiencia lograda, el proceso mismo sirve de fundamento para evaluar lo que se ha hecho, a fin de tomar las acciones correctivas en los casos que así se requiera.

Sin pretender que éste sea un trabajo totalmente acabado, a continuación se presenta el documento que recopila el caso de la empresa "**FANTASTIC ICE**" **S.A. DE C.V.** .en él se detallan los Antecedentes, Misión, Visión y Objetivos de mediano plazo de esa organización, Indicadores de Gestión de Procesos, Indicadores de Gestión de Recursos Humanos, plan de mercadotecnia (basado en un estudio de mercado previo para analizar el grado de factibilidad) con las correspondientes conclusiones de la experiencia lograda a través del primer semestre.

## INTRODUCCION

### ANTECEDENTES

Helados "Fantastic-Ice", una empresa Hidalguense que se encuentra en el mercado desde el año 2005, captó al nicho de mercado "clase popular" anteriormente desatendida, con productos económicos y de muy buena calidad.

El siguiente proyecto se titula: "Creación de una empresa" por medio de estrategias de diferenciación, incluyendo el diseño de sus planes de investigación para obtener un nicho de mercado que garantice el grado de factibilidad, y Mercadotecnia este proyecto tiene como objetivos: aumentar la participación de mercado de Helados "Fantastic-Ice" posicionar su marca en los consumidores actuales y potenciales.

El proyecto inicia con una lluvia de ideas para elegir la mejor opción que nos arrojen las encuestas en cuando a la viabilidad del producto, análisis completo de la situación actual de la competencia, sus productos, precios, promociones, distribución y procesos. Con la finalidad de conocer mejor al mercado, se realizó una investigación de mercado, la cual fue dividida en tres segmentos: competencia directa (Helados Holanda, Palettería la Michoacana, Santa Clara, Dannesa 33 y Konozzimo), los canales de distribución son los puntos de venta a donde acudirán los consumidores finales; los mismos que fueron medidos a través de un censo, entrevistas exhaustivas y encuestas, respectivamente. Los resultados obtenidos contribuyeron a la realización de las diferentes estrategias de marketing que se proponen a la empresa.



## HISTORIA DE LA PRODUCCIÓN DE HELADOS

Los orígenes del helado se remontan al siglo II antes de Cristo, sin embargo, no existe ninguna fecha exacta ni ningún inventor que haya podido acreditarse su descubrimiento. Se tiene información de que Alexander el Grande disfrutaba de la nieve y el hielo saborizados con miel y néctar de frutas.

Miles de años más tarde, se tiene información de que Marco Polo volvió a Italia Este con una receta similar a lo que hoy se denomina "Sorbete". De acuerdo con los historiadores, esta receta evolucionó a lo que es el helado durante el siglo XVI. Sin embargo, no fue sino hasta 1660 en que el helado estuvo accesible al público en general pero permaneció hasta 1800 como un postre exótico que era disfrutado sobre todo por la élite de la sociedad.

La historia del helado se remonta a tiempos muy lejanos: cuentan distintos relatos de viajeros que los chinos ya lo elaboraban desde varios años antes de Jesucristo. Durante el siglo XIII, un famoso personaje sacudió al Viejo Mundo con sus descubrimientos: Marco Polo relató que en China preparaban el helado con frutas, miel y nieve. Más tarde, los persas adoptaron esta preparación, denominándola "sharbets". Posteriormente fue adoptada por griegos y romanos. Justamente en este lugar, Italia, es donde tuvo su mayor desarrollo histórico, dado que fue desde Venecia que su consumo se expandió con rapidez por Europa y luego por el Nuevo Continente. En el siglo XVII, el chef francés de Carlos I de Inglaterra preparó una "nieve helada" que sirvió como postre a continuación de uno de los tantos afamados banquetes del monarca. A partir de esa noche, el rey sólo permitió que se sirviera tal delicia en comidas reales y le prohibió al cocinero divulgar la receta. Para su descontento, el chef no guardó el secreto y la receta del helado se esparció por todo el reino.

El helado llegó a Estados Unidos en el siglo XVIII, sirviéndose públicamente por primera vez durante una cena de gala del entonces presidente, James Madison. Fue en este país en donde, a mediados del siglo XIX se inició la elaboración industrial de helados. Posteriormente, con el desarrollo y perfeccionamiento de los sistemas de refrigeración, estos adquirieron un carácter comercial e industrial llegando, a fines de siglo, a convertirse en el postre de consumo masivo más popular del mundo. La historia del helado está rodeada de mitos y leyendas pasadas de generación en generación pero lo cierto es que se ha convertido en uno de los postres y refrigerios habituales en nuestra alimentación. Nestlé respalda esta tradición ofreciendo los sabores y especialidades más apetitosas para los Consumidores.

### **NOMBRE DE LA EMPRESA** **"Fantastic-Ice" S.A. de C.V.**

### **DESCRIPCION DE LA EMPRESA**

Fantastic Ice S.A. de C.V. es una empresa 100% mexicana dedicada a la elaboración, comercialización y distribución de los postres fríos y sus complementos, que basa su estrategia de diferenciación en la calidad y el servicio atención que brinda a sus clientes internos y externos, logrando de esta manera no solo la penetración en el mercado sino además el posicionamiento de la marca en el mercado regional, estatal y próximamente en el mercado nacional.

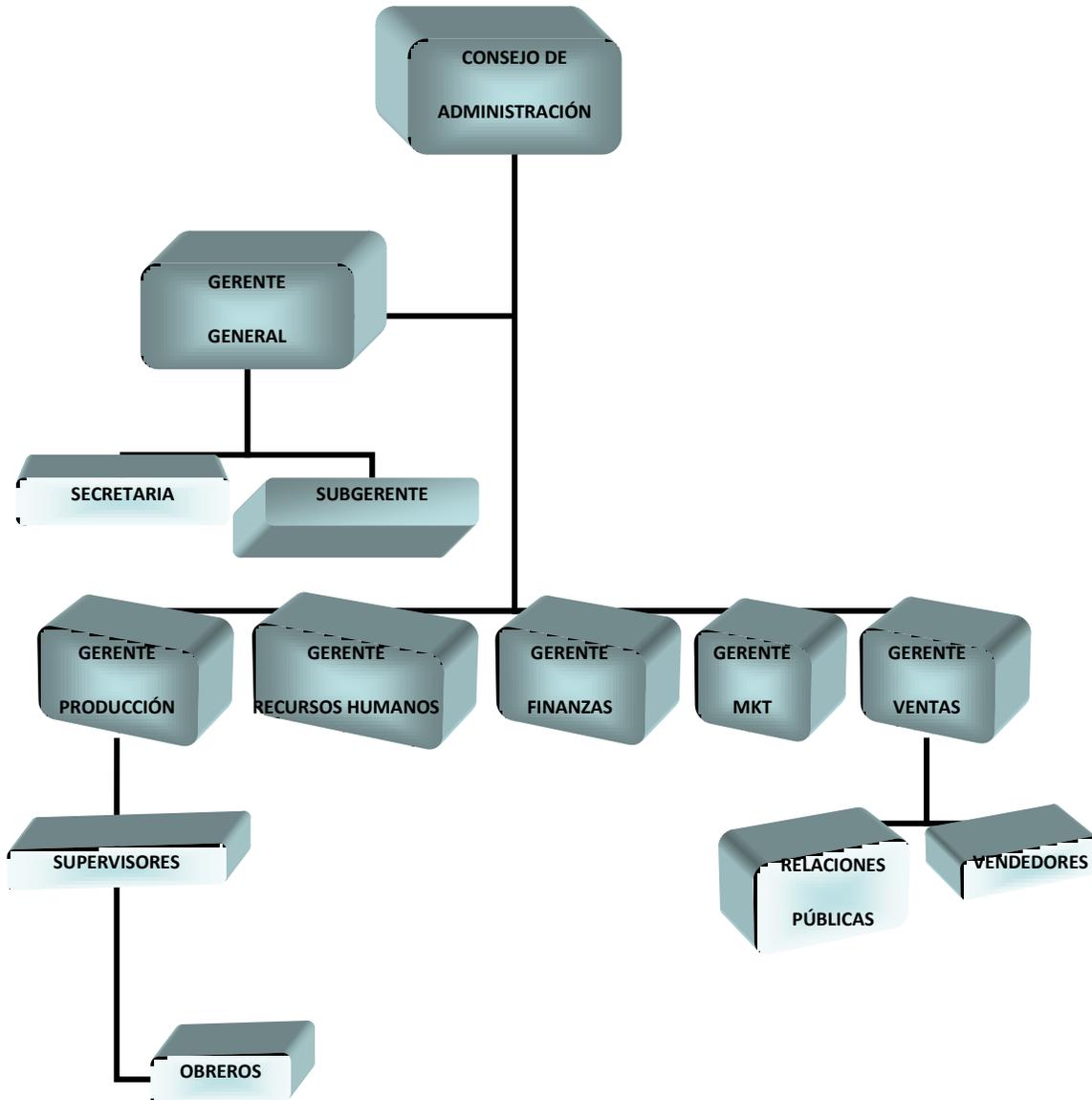
### **UBICACIÓN**

Av. Juárez No, 15, Zona centro en Mixquiahuala de Juárez, Hidalgo, C.P.: 42700



## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### ORGANIGRAMA



### DESCRIPCION DE PUESTOS

#### PERFIL DE PUESTOS GERENTE

El gerente es el gran ejecutivo, el ejecutivo que, estando por encima de toda la empresa, está al frente de la gestión de la empresa. el gerente, con independencia de las otras personas que le ayuden en sus tareas o en quien tenga delegadas determinadas funciones, es el que dirige la empresa.



## PERFIL

Edad de 30 a 35 años

Sexo indistinto

Estado civil casado

Estudios profesionales en administración o carreras afines.

Experiencia en las actividades del puesto.

## ACTITUDES

- Espíritu de trabajo en equipo
- Ser objetivo
- Actitud de líder
- Tener don de mando
- Iniciativa propia
- Capacidad de toma de decisiones.
- Proactivo
- 

## FUNCIONES

- Planeamiento estratégico de actividades
- Representación legal de la empresa
- Dirigir las actividades generales de la empresa.
- Contratación de personal administrativo
- Aprobación de presupuestos e inversiones.
- Dirigir el desarrollo de la actividades de la empresa
- Emisión de circulares para el personal en general.
- Control y aprobación de inversiones de la empresa.
- Selección de personal .
- Autorizar órdenes de compra.
- Autorizar convenios a nombre de la empresa.
- Dirigir a la empresa en la marcha del negocio
- Inteligencia para resolver problemas que se presenten
- Capacidad de análisis y de síntesis
- Capacidad de comunicación
- Dotes de psicología
- Capacidad de escucha
- Espíritu de observación
- Dotes de mando
- Capacidad de trabajo
- Espíritu de lucha
- Perseverancia y constancia
- Fortaleza mental y física
- Capacidad de liderazgo
- Integridad moral y ética
- Espíritu crítico



## SUBGERENTE

### Perfil

Edad: de 30 a 35 años

Sexo indistinto

Estado civil casado

Estudios profesionales en administración o carreras afines.

Experiencia en las actividades del puesto.

## ACTITUDES

- alto sentido de responsabilidad y honorabilidad.
- capacidad de organización.
- capacidad para coordinar grupos de trabajo.
- actitudes positivas en las relaciones interpersonales
- estabilidad y control emocional.
- acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos.
- capacidad de toma de decisiones
- liderazgo

## FUNCIONES

- asesorar al gerente general y a las demás dependencias del nivel directivo de la empresa, en asuntos jurídicos y administrativos que interesen a la misma y absolver las consultas que se le formulen en estas materias.
- ejercer la representación de la empresa en los procesos en que esta sea parte o tenga interés.
- resolver las consultas que formulen los trabajadores de la entidad o los particulares, sobre las funciones constitucionales y legales de la misma.
- proyectar los actos administrativos necesarios para el cumplimiento de las funciones a cargo de la empresa.
- elaborar los contratos y convenios que deba celebrar la empresa
- seleccionar, contratar y entrenar personal administrativo calificado para implementar estas políticas, normas y metas.
- revisar periódicamente el potencial de la empresa para ingresar o ampliarse a nuevos mercados de transportación tales como: ventas
- hacer cheques frecuentes de todos los departamentos para determinar un desempeño apropiado de todos los puestos de la organización
- resolver los conflictos que surjan dentro de la empresa
- levantar actas laborales
- vigilar que el personal cumpla con las políticas de la empresa
- supervisar la elaboración de los programas anuales de la subgerencia.
- elaborar y redactar informes u oficios requeridos correspondientes al área.
- verificar que se atiendan oportunamente las requisiciones de compra de bienes y servicios para la operatividad de la entidad.
- revisar y verificar el programa anual de adquisiciones.
- elaborar propuestas para la mejora de las actividades de subgerencia.



## RESPONSABLE DE VENTAS

El gerente de ventas debe lograr sus deberes dentro de un esquema mayor de objetivos organizacionales, estrategias de marketing y objetivos de mercado, en tanto que monitorea continuamente el macro ámbito (factores tecnológicos, competitivos, económicos, legales, culturales y éticos) y todo aquello público de la compañía (empleados, proveedores, comunidad financiera, los medios, los accionistas públicos general, etc.).

### PERFIL:

Edad: de 25 a 35 años

Sexo masculino

Estado civil casado

Estudios profesionales en administración o carreras afines.

Experiencia mínima de dos años

### ACTITUDES

- alto sentido de responsabilidad y honorabilidad.
- capacidad de respuesta a la demanda del cliente.
- actitudes positivas en las relaciones entre clientes
- acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos.
- capacidad de toma de decisiones
- liderazgo

## RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES

- planeación y presupuesto de ventas.
- determinación del tamaño y estructura de la organización de ventas.
- reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas.
- distribución de los esfuerzos de ventas y establecimiento de las cuotas de ventas.
- compensación, motivación y dirección de la fuerza de ventas.
- análisis del volumen de ventas, costos y utilidades.
- medición y evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.
- monitoreo del ámbito de la comercialización.

## JEFE DE RECURSOS HUMANOS

El administrador de recurso humanos es una persona que debe poseer habilidades técnicas, humanas y conceptuales que le permitan dirigir adecuadamente el recurso humano que tiene a su cargo.

por otra parte se considera importante que el administrador de recursos humanos moderno debe poseer visión estratégica, capacidad concertadora, integradora, innovadora y sobre todo desarrollar un estilo de liderazgo que se ajuste a las necesidades y requerimientos de la cultura organizacional de la empresa en que desempeñe.

Asimismo, es importante que tenga capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios del ambiente, tomando los cursos de acción más conveniente para solucionar los problemas que se le presenten.



## PERFIL

Educación: requiere grado universitario a nivel de licenciatura en administración de empresas, psicología industrial, ingeniería industrial o administración de recursos humanos.

## ACTITUDES

Experiencia: requiere de 3 años de experiencia en administración de aspectos referentes al recurso humano para lograr su contribución en la consecución de los objetivos de la empresa.

Habilidad manual: precisa de habilidad para el manejo de equipo de oficina, equipo de cómputo, herramientas o instrumentos propios del trabajo, manejo de vehículos.

Habilidades humanas: requiere de capacidad para trabajar con otras personas, para motivarlas, tanto individualmente como en grupo.

Habilidades conceptuales: precisa de capacidad mental de analizar y diagnosticar situaciones complejas.

Relaciones del puesto: requiere de habilidad para las relaciones interpersonales que le permitan desempeñar sus labores satisfactoriamente, estableciendo contactos internos y externos a la organización. Otros conocimientos: amplios conocimientos de los aspectos legales, fiscales y laborales. Conocimientos del idioma inglés.

## FUNCIONES:

Responsable por la planeación, organización, liderazgo y control de los recursos.

Planeación: incluye la definición de metas, establecimiento de estrategias y el desarrollo de planes para coordinar actividades.

Organización: determina qué tareas han de realizarse, quién las efectuará, quien reporta a quien y dónde se tomarán las decisiones.

Liderazgo: incluye la motivación de los colaboradores, seleccionar los canales de comunicación más eficaces y resolver conflictos.

Control: seguimiento de las actividades para asegurarse de que se realicen de acuerdo a lo planeado y corregir cualquier desviación significativa.

## JEFE DE MERCADOTECNIA

### PERFIL

Edad: de 25 a 35 años

Sexo indistinto

Estado civil casado

Estudios profesionales en administración o carreras afines.

Experiencia mínima de tres años

## DEPARTAMENTO DE MERCADOTECNIA.

Ubicación organizacional:

Se encuentra en el segundo nivel jerárquico de la organización, subordinado a la dirección de la misma.

## COORDINACIÓN:

Su principal coordinación hacia dentro de la organización es con la dirección y con el departamento de administración y finanzas; y con distintos medios publicitarios hacia fuera.



**DESCRIPCIÓN GENÉRICA DEL PUESTO:**

Se encarga de proporcionar al público una buena imagen corporativa

**DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:**

- Se encarga de diseñar distintas campañas publicitarias de acuerdo a las temporadas de en las cuales se vende.
- Selecciona los mejores medios publicitarios para atraer a los clientes.
- Sugiere ideas de atención al cliente.
- Se encarga de mejorar continuamente el servicio que se ofrece, de manera que se satisfagan las necesidades de demanda
- Debe realizar anualmente una investigación de mercados en la cual se analice los más actuales requerimientos del mercado, constantemente debe vigilar el desarrollo de otras organizaciones que representen competencia para la empresa..
- Periódicamente debe aplicar cuestionarios de retroalimentación

**JEFE DE RECURSOS FINANCIEROS****PERFIL**

Edad: de 25 a 35 años

Sexo indistinto

Estado civil casado

Estudios profesionales en contaduría pública o carreras afines.

Experiencia mínima de dos años

Ubicación organizacional:

Se encuentra en el segundo nivel jerárquico de la organización, subordinado a la dirección de la misma.

**COORDINACIÓN:**

Su principal coordinación hacia dentro de la organización es con la dirección y con el departamento de mercadotecnia; con el despacho contable y proveedores hacia fuera de la misma.

**DESCRIPCIÓN GENÉRICA DEL PUESTO:**

Se encarga de tomar las decisiones administrativas y financieras necesarias para el buen desarrollo de las actividades de la empresa, mediante la emisión, análisis e interpretación oportuna de la información financiera que arroja la organización.

**DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:**

Participa en la creación del "plan general de desarrollo anual", en coordinación con la dirección.

Participa en la elaboración del presupuesto de ingresos y egresos, junto con la dirección.

Se encarga de la sistematización de los procesos administrativos de la institución.

Realiza y aprueba el pago de honorarios, impuestos, mantenimiento, renta y demás gastos relacionados con la actividad de la empresa.

Lleva la contabilidad financiera y se encarga de emitir la información correspondiente.

Mensualmente proporciona al despacho contable información necesaria para la elaboración de la contabilidad fiscal.

**MISIÓN**

En "Fantastic Ice" nos dedicamos a Satisfacer hasta el paladar más exigente de nuestros clientes, siempre contando con un servicio de calidad para que el cliente pueda saborear y disfrutar de los ricos helados y productos relacionados, así como crear un ambiente ameno y agradable dentro del negocio para que cada grupo familiar se sienta como en su casa



## VISIÓN

Como empresa pretendemos estar en cada hogar; Que tengan un poco de “Fantastic Ice” en cada refrigerador para que puedan disfrutar de nuestros deliciosos productos en familia y que ello los lleve a posicionarnos del mercado a nivel nacional.

## OBJETIVOS:

Nuestros objetivos fundamentales son los siguientes:

- Incrementar la participación en el mercado a través de una mejora continua de la calidad de nuestros productos.
- Incrementar la productividad en todas las áreas con el propósito de obtener niveles más altos de competitividad y rentabilidad.
- Posicionar nuestros productos en el mercado nacional mediante una mayor participación en el mismo y el establecimiento de relaciones directas con nuestros distribuidores, consumidores finales y relacionados.
- Mejorar la calidad de vida de nuestros empleados y colaboradores, facilitando su acceso a los beneficios de los servicios y productos que proporcionen mayor bienestar cubriendo no solo los derechos que por ley son establecidos sino además superarlos.

## POLÍTICAS:

Las políticas que aplicamos en nuestra empresa son:

- Realizar todo trabajo con excelencia.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
- Contratar a personas de la tercera edad para que realicen actividades que sus capacidades físicas le permitan y aprovechar al máximo su experiencia.
- Contratar a madres solteras que son mano de obra cumplida y eficaz por la responsabilidad que recae en ellas en su hogar.
- Definir por escrito, el tiempo máximo de respuesta de todo requerimiento interno o externo, es responsabilidad de cada una de las áreas.
- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Desterrar toda forma de paternalismo y favoritismo, cumpliendo la reglamentación vigente.
- Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter multifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación.
- Todas las actividades son susceptibles de delegación, tanto en la acción como en su responsabilidad implícita.
- Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.
- Mantener una sesión mensual documentada de trabajo de cada unidad, a fin de coordinar y evaluar planes y programas, definir prioridades y plantear soluciones.
- Presentar los presupuestos y planes operativos hasta el 15 de septiembre; los informes de actividades hasta el 28 de febrero de cada año.



- Preservar el entorno ambiental y la seguridad de la comunidad en todo trabajo.
- Mantener en la empresa un sistema de información sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.
- Difundir permanentemente la gestión de la empresa en forma interna y externa.

## REGLAMENTO INTERNO REGLAMENTO INTERIOR DE TRABAJO DE LA EMPRESA FANTASTIC-ICE

### Capítulo I

#### Ámbito de aplicación

1. Están sujetos al presente Reglamento, todas las personas que desempeñen cualquier trabajo subordinado a favor de la empresa.
2. El presente Reglamento es de observancia obligatoria tanto para la empresa como para los trabajadores a su servicio incluyendo, desde luego, a todos los trabajadores que ingresen con posterioridad a la fecha de depósito del mismo.
3. El personal de la empresa está obligado a cumplir también con las disposiciones de orden técnico y administrativo que dicte la misma, las cuales les serán dadas a conocer a través de los medios adecuados para el caso.

### Capítulo II

#### Ingreso a la empresa

4. En los casos en que sea necesario que el trabajador obtenga aprobación expresa de las autoridades para desempeñar el trabajo contratado, será requisito indispensable que presente dentro de los primeros dos días posteriores a su contratación, las licencias, autorizaciones o documentos respectivos; de no hacerlo en dichos términos, se suspenderá la relación laboral hasta su presentación, otorgándose una prórroga por igual período a su vencimiento, previo a la terminación de la relación laboral por *inhabilidad manifiesta para desempeñar el trabajo*.

### Capítulo III

#### Organización del personal

5. Los trabajadores se clasifican de acuerdo con la duración del contrato en:
  - **Trabajadores permanentes:** aquellos cuya relación de trabajo tiene el carácter de tiempo indeterminado conforme al contrato individual o colectivo de trabajo.
  - **Trabajadores temporales:** aquellos que han sido contratados para la ejecución de trabajos temporales o transitorios, ya sea por *obra o por tiempo determinado*, considerándose en este caso los contratos como terminados y sin responsabilidad para la empresa, al modificarse o concluir los objetivos que motivaron su celebración.



## Capítulo IV

### Lugar y tiempo de trabajo

6. Los trabajadores iniciarán y terminarán sus labores en los lugares que la empresa les designe y deberán atender a cualquier otra actividad conexas a su ocupación principal.
7. Al iniciarse la jornada de trabajo diariamente, los trabajadores deberán checar su tarjeta de asistencia y de inmediato procederán a instalarse en los lugares de trabajo.
8. En los días y horas que se establezcan para la limpieza del área de trabajo, maquinaria, aparatos e instrumentos de trabajo o por cualquier otra causa, en los que el trabajador no se pueda dedicar a las labores que habitualmente desempeña, la empresa tiene el derecho de utilizar sus servicios y el trabajador el deber de prestarlos, en cualquier otra labor compatible que se le asigne, sin menoscabo de la retribución de su categoría. Al terminar esta circunstancia extraordinaria, el trabajador regresará a su puesto habitual.

## Capítulo V

### Jornada de trabajo

9. La jornada semanal de trabajo será de 48 horas tratándose del turno diurno. El horario u horarios que regirán en los distintos departamentos de la empresa será de lunes a sábado de las 7:00 a las 15:00 hrs., con una hora para tomar alimentos. Ello implica que empresa y trabajadores están de acuerdo en distribuir la jornada correspondiente al sábado, considerándose como días hábiles de lunes a viernes, en los términos del artículo 59 de la ley.
10. Los alimentos serán tomados por los trabajadores fuera del centro de trabajo, por lo que dicho período queda fuera de la jornada laboral.
11. El horario señalado podrá ser modificado a petición de la empresa y por necesidades de la misma, previo convenio con los trabajadores.
12. Los trabajadores, sin excepción alguna, deberán estar en sus lugares de operación e iniciar sus labores exactamente a la hora señalada en el artículo 10; sin embargo, se contará con una tolerancia de 15 minutos, pasados los cuales se considerará como retardo al inicio de labores.
13. Cuando por requerimiento justificado de la empresa sea necesario prolongar la jornada, los trabajadores requeridos continuarán en el desempeño de sus labores, *previa autorización por escrito de la empresa*.
14. Los trabajadores ejecutarán su trabajo con la intensidad, cuidado y esmero apropiados en los términos convenidos.

## Capítulo VI

### Días de descanso y vacaciones

15. La empresa concederá a sus trabajadores un día de descanso, por cada seis días de trabajo. Cuando no laboren durante los seis días hábiles, la empresa cubrirá una sexta parte del salario, multiplicado por los días de la semana que se hubieren laborado.
16. Son días de descanso obligatorio con goce íntegro de salario, los siguientes:



<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1° de enero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 de Noviembre</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primer lunes de febrero, en conmemoración del 5 de febrero,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1°. de diciembre de cada seis años, cuando corresponda la transmisión del Poder Ejecutivo Federal, y</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tercer lunes del mes de marzo, en conmemoración del 21 de marzo,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25 de diciembre de cada año.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1° de mayo,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El que determinen las leyes federales y locales electorales, en caso de elecciones ordinarias, para efectuar la jornada electoral</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16 de septiembre,</li> </ul>	

17. La empresa concederá a sus trabajadores vacaciones anuales conforme al artículo 76 de la ley, en la inteligencia de que tales días serán pagados con salario íntegro, más el 25% de su salario diario adicional por concepto de prima vacacional.
18. La forma de disfrutarlas serán en dos períodos anuales, considerando prioritariamente al personal que tenga derecho a más de seis días en el año, debiendo presentar su solicitud al jefe inmediato, por lo menos con 15 días de anticipación.
19. Para el cómputo de las vacaciones del personal se incluirán únicamente los días laborables, entendiéndose como tales los que no estén incluidos en el descanso semanal, ni los días de descanso señalados en el artículo 19 de este reglamento.

## Capítulo VII

### Permisos

20. Los trabajadores están obligados a solicitar los permisos para faltar a sus labores, por escrito dirigido a su jefe inmediato.
21. Toda falta no amparada con autorización escrita, se computará como injustificada.
22. Son consideradas faltas justificadas, sin el requisito del permiso autorizado por escrito, las que obedezcan a caso fortuito o fuerza mayor debidamente comprobadas. La comprobación de la justificación deberá ser hecha por el trabajador dentro de las 24 horas siguientes al inicio de la jornada a la cual no asistió.
23. El trabajador que necesite retirarse de la empresa durante la jornada de trabajo por enfermedad, razones personales o extraordinarias, deberá solicitar el permiso a su jefe inmediato, quien le entregará la autorización correspondiente por escrito.

## Capítulo VIII

### Lugar y días de pago

24. Los salarios de los trabajadores serán cubiertos en el lugar donde se presten los servicios, y dentro de las horas de trabajo.
25. Si por ausencia del trabajador hubiere necesidad de que otra persona cobre su salario, ésta deberá presentar carta poder otorgada por el trabajador ausente y suscrita por dos testigos.



26. Todos los trabajadores están obligados a firmar los recibos de pago, listas de raya o cualquier documento que exija la empresa como comprobante del pago de los salarios. La negativa del trabajador a otorgar la firma de dichos documentos, relevará a la empresa de entregar los salarios respectivos.
27. Para los efectos del pago de vacaciones, la empresa pagará a los trabajadores los salarios correspondientes al período respectivo, el día anterior al inicio de su disfrute.

## Capítulo IX

### Medidas de higiene y seguridad

28. La empresa establecerá las medidas de higiene y seguridad que determine la Ley Federal del Trabajo, el Reglamento Federal de Seguridad e Higiene en el Trabajo, las Normas Oficiales Mexicanas referidas a la actividad de la empresa, las adicionales que estime convenientes, y las que las autoridades competentes les señalen.
29. Para verificar el cumplimiento de las obligaciones que en este capítulo se establecen, se constituirá en la empresa una Comisión Mixta Permanente de Higiene y Seguridad, compuesta por igual número de representantes de los trabajadores y de la empresa, y cuyas funciones se desempeñarán dentro de las horas de trabajo sin menoscabo de su sueldo, debiendo reunirse el primer viernes de cada mes.
30. El personal se abstendrá de realizar todo acto que pueda poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros o las de la negociación.
31. Por ningún motivo, los trabajadores durante los períodos de incapacidades temporales médicas, ni las trabajadoras durante las incapacidades pre y postnatales deberán presentarse en los centros de trabajo, salvo para la entrega de los certificados correspondientes expedidos por el IMSS.
32. Cuando el trabajador sufra un accidente de trabajo, deberá dar aviso inmediato al jefe directo y al jefe de personal, a fin de que se adopten con toda urgencia las medidas pertinentes.
33. En cada uno de los departamentos existirá un botiquín de emergencia con todos los implementos y útiles necesarios para la atención de los trabajadores que, en caso de accidente o enfermedad, requieran de un auxilio inmediato.
34. Para evitar accidentes de trabajo, los trabajadores deberán observar las siguientes reglas:
  - *Seguirán con todo cuidado y esmero las instrucciones que dicte la empresa respecto a la ejecución de sus trabajos, previsión de riesgos y observancia de medidas de cualquier índole encaminadas a tal efecto.*
  - *Usarán en todo caso el equipo e instrumentos de protección personales que sean necesarios en el desempeño de su trabajo.*
  - *Queda estrictamente prohibido correr o fumar dentro del centro de trabajo.*
35. Cuando algún trabajador contraiga alguna enfermedad contagiosa, éste o cualquier otro trabajador de la empresa que tuviere conocimiento del hecho, están obligados a dar de inmediato aviso a su jefe inmediato, a fin de que el trabajador enfermo pueda ser examinado por los médicos del IMSS.  
De acuerdo con el dictamen médico, la empresa deberá tomar las medidas que sean necesarias para evitar el contagio de la enfermedad.



## Capítulo X

### Medidas disciplinarias

36. Son causas de rescisión del contrato de trabajo, las señaladas en la Ley Federal del Trabajo.
37. Todas las faltas que impliquen incumplimiento de este Reglamento, a la Ley Federal del Trabajo, o al contrato de trabajo, que no ameriten la rescisión del contrato, serán sancionadas por la empresa con suspensión de labores hasta por ocho días.  
El departamento de Recursos Humanos en cada caso hará las investigaciones correspondientes, escuchando siempre al trabajador, y como regla general notificará las normas disciplinarias por escrito.
38. Sanciones por ausencias injustificadas en períodos de 30 días:
- Una ausencia: suspensión por un día, sin goce de sueldo.
  - Dos ausencias: suspensión por tres días, sin goce de sueldo.
  - Tres ausencias: suspensión por cinco días, sin goce de sueldo.
  - Cuatro ausencias: rescisión de contrato.
39. Retardos injustificados en un período de 30 días:
- Un retardo: amonestación.
  - Dos retardos: suspensión de un día, sin goce de sueldo.
  - Más de tres retardos: suspensión por dos días, sin goce de sueldo.
  - Más de cinco retardos: suspensión de cuatro días, sin goce de sueldo.
  - Más de ocho retardos: suspensión de cinco a ocho días, sin goce de sueldo, de acuerdo con la reincidencia del trabajador.
40. El tiempo no laborado por retardos, se descontará del sueldo del trabajador.
41. Los trabajadores que abandonen injustificadamente su lugar de trabajo con anticipación a la hora de la salida, serán sancionados con una amonestación o hasta con un día de suspensión, sin goce de sueldo, dependiendo de las consecuencias de su abandono en las actividades, la que además podría dar como resultado una causal de rescisión, en caso de causar un grave daño al patrimonio de la empresa.
42. Cualquier otra infracción a las disposiciones del presente reglamento será sancionada con una amonestación o con un día de suspensión de actividades, bajo el descuento salarial correspondiente, según la gravedad de la infracción.

### Transitorios

**Primero.** La Comisión Mixta para la elaboración del presente documento deberá depositar el presente documento en la Junta de Conciliación y Arbitraje, dentro de los dos días siguientes a su firma.

**Segundo.** El presente Reglamento deberá ser distribuido a todos los trabajadores que actualmente laboren en la empresa y a los que ingresen con posterioridad.

**Tercero.** Su vigencia iniciará a partir del día siguiente en que sea depositado ante la Junta de Conciliación y Arbitraje.

**Cuarto.** Este Reglamento no podrá ser modificado sino de común acuerdo entre empresa y trabajadores, notificando los cambios a la Junta respectiva, así como a todos los trabajadores de la organización.

México, D.F., 15 de enero de 2005



Por la Empresa

Por los Trabajadores

Lic. Ana Arshanty Escamilla Mdza.

Lic. Iván Israel Nava Bautista

## SEGURIDAD E HIGIENE

La higiene se entiende como las condiciones o prácticas que conducen a un estado de buena salud. En la higiene existen factores que ayudan a prevenir las enfermedades. Los estados de buena higiene, son buenos para los productos y para el trabajador, como en la producción de alimentos o productos químicos, según los más altos requisitos de pureza.

La seguridad se entiende como las acciones o prácticas que conducen a la calidad de seguro; es decir, la aplicación de los dispositivos destinados a evitar accidentes. La seguridad en las organizaciones) implica la protección de las instalaciones físicas, de la maquinaria, edificios, herramientas, materiales y equipo. Las empresas modernas mantienen personal de higiene y seguridad disponible para mejorar la seguridad de la gente y las propiedades.

### ASPECTOS LEGALES DE LA HIGIENE Y SEGURIDAD.

Las leyes mexicanas consignan lo referente a higiene y seguridad en el trabajo, en la Constitución Política y en la Ley Federal del Trabajo.

La Constitución Política establece en su Artículo 123, apartado "A", fracciones XIII, y\_XV: que las empresas cualquiera que sea su actividad, estarán obligadas a proporcionar a sus trabajadores capacitación adiestramiento para el trabajo.

Asimismo, los empresarios serán responsables de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales de los trabajadores, sufridos con motivo o en el ejercicio de la profesión o trabajo que ejecuten; por tanto, los patrones deberán pagar la indemnización correspondiente, según haya traído como consecuencia la muerte o simplemente incapacidad temporal o permanente para trabajar, de acuerdo con lo que las leyes\_determinen.

El patrón estará obligado a observar, de acuerdo con la naturaleza de la empresa, los preceptos legales sobre higiene y seguridad en las instalaciones de su establecimiento, y de adoptar las medidas adecuadas, para prevenir accidentes en el uso de las máquinas, los instrumentos y los materiales de trabajo, así como a organizar de tal manera éste, que resulte la mayor garantía para la salud y la vida de los trabajadores.

La Ley Federal del Trabajo, en su Artículo 132 fracciones XV, XVII y XVIII, establece que los patrones deberán proporcionar capacitación y adiestramiento a sus trabajadores, así como cumplir con las disposiciones de seguridad e higiene que fijen las leyes y los reglamentos para prevenir los accidentes y enfermedades en los centros de trabajo, y en general, en los lugares en que deban ejecutarse las labores, y disponer en todo tiempo de los medicamentos y



materiales de curación indispensables, para que se presten oportuna y eficazmente los primeros auxilios, debiendo dar aviso a la autoridad competente de cada accidente que ocurra.

A su vez, el Art. 134, fracciones II, X Y XII, establece que los trabajadores deberán observar las medidas preventivas e higiénicas, que acuerden las autoridades competentes y las que indiquen los patrones para la seguridad y la protección personal de los trabajadores; deberán someterse a los reconocimientos médicos previstos en el reglamento interior y demás normas vigentes, para comprobar que no padecen ninguna incapacidad o enfermedad de trabajo, contagiosa o incurable, y comunicar al patrón o a su representante, las deficiencias que advierten, a fin de evitar daños o perjuicios a los intereses y vidas de sus compañeros de trabajo o de los patrones.

Asimismo, en el Art. 153 F, se establece que la capacitación y el adiestramiento deberá tener por objetivo prevenir los riesgos de trabajo.

Resumiendo las principales disposiciones mexicanas en materia de seguridad e higiene en el trabajo, autoriza para desarrollar, alentar y reforzar el establecimiento de normas nacionales mínimas y uniformes de higiene y seguridad.

En la sociedad moderna se espera que las organizaciones ofrezcan condiciones de trabajo, que no dañen la salud de sus empleados. Por tanto, deben ofrecer un ambiente de trabajo que resguarde a los empleados de accidentes o enfermedades producidas por contaminantes de la atmósfera, ruido, máquinas descuidadas, sustancias químicas o radiación.

### COMISIONES MIXTAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD

El artículo 509 de la Ley Federal de Trabajo establece que en cada empresa o establecimiento deberá organizarse una comisión mixta de seguridad e higiene, la cual deberá integrarse con igual número de representantes de obreros y empleadores, y funcionar permanentemente con el fin de prevenir enfermedades y accidentes de trabajo. El 22 de octubre de 1997, se publicaron en el Diario Oficial las modificaciones a la norma NOM-019-STPS-1993, relativa a la constitución, registro y funcionamiento de las comisiones mixtas de seguridad e higiene.

### INTEGRACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LAS COMISIONES MIXTAS

Comisiones mixtas de seguridad e higiene.- Son los organismos que se instituyen para investigar las causas de los accidentes y enfermedades en las áreas laborales, fomentar su prevención, así como orientar, apoyar y concienciar al trabajador en lo relativo a seguridad e higiene.

Se integraran en un plazo no mayor de 30 días a partir de la fecha de iniciación de las actividades; y de inmediato en aquellos centros de trabajo que ya estén funcionando.

Las comisiones mixtas deberán integrarse:

DE 1 A 20 TRABAJADORES	
UN REPRESENTANTE SINDICAL	UN REPRESENTANTE POR PARTE DE LA DEPENDENCIA
DE 21 A 100 TRABAJADORES	



DOS REPRESENTANTES SINDICALES	DOS REPRESENTANTES POR PARTE DE LA DEPENDENCIA
MAS DE 100 TRABAJADORES	
DE 3 A 5 REPRESENTANTES	DE 3 A 5 REPRESENTANTES POR PARTE DE LA DEPENDENCIA

Los representantes deberán ser nombrados por:

El Sindicato de la Dependencia o Entidad, si éste no existe o todos los trabajadores son de confianza, entonces mediante padrón electoral y por mayoría de votos se hará la designación.

Los representantes que se designen para constituir la comisión, deben satisfacer los requisitos siguientes:

- I. Trabajar en la dependencia o entidad, en la delegación o centro de trabajo según vaya comisión nacional, estatal, central o auxiliar.
- II. Poseer la instrucción y la experiencia necesaria en seguridad e higiene.
- III. Ser de conducta honorable y haber demostrado en el trabajo sentido de responsabilidad.
- IV. De preferencia, ser el sostén económico de una familia
- V. Comprometerse a respetar, aplicar y difundir la normatividad existente en seguridad e higiene.

### Las funciones de los representantes de la comisión

Se harán dentro de la jornada de trabajo como parte de ella de manera permanente y gratuita, siendo facultad de quienes los nombren el removerlos cuando haya motivos que así; lo justifiquen.

Los representantes deberán reunirse para elaborar el Acta Constitutiva, que contará con los siguientes datos: lugar, fecha de la reunión, tipo de comisión, nombre de la Dependencia o Entidad, centro de trabajo, número de trabajadores, domicilio del centro de trabajo, señalar que el motivo del documento es constituir la Comisión Mixta.

### ¿Qué institución lleva a cabo el registro?

Las Comisiones Mixtas de Seguridad e Higiene que se establezcan en las Dependencias y Entidades del Sector Público, deberán ser registradas ante el I.S.S.S.T.

### ¿COMO DEBE REGISTRARSE?

Utilizando la forma de registro, misma que podrá conseguirse en la Subdirección General de Prestaciones Económicas, en la Delegación Estatal correspondiente o reproduciendo dicho formato que viene anexo al Instructivo relativo a las Comisiones Mixtas de Seguridad e Higiene y que deberá entregarse en los lugares mencionados, acompañado del Acta Constitutiva



### Funciones de una comisión mixta de seguridad e higiene

- Elaborar un Calendario Actual de Actividades.
- Vigilar el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene en el trabajo, en los centros laborales en su Dependencia o Entidad.
- Fomentar la integración, registro y eficiente funcionamiento de las Comisiones Subordinadas que sean necesarias.
- Promover y coordinar la capacitación y adiestramiento de todos los trabajadores de su Dependencia o Entidad en materia de seguridad e higiene en el trabajo, organizando eventos en forma permanente.
- Conocer e intervenir en la resolución de asuntos relacionados con sus Comisiones Subordinadas.
- Llevar registro de los accidentes y enfermedades de trabajo ocurridos y elaborar las estadísticas correspondientes.
- Mantener informados a los trabajadores de los riesgos específicos de las labores que se llevan a cabo en sus centros de trabajo y de las medidas para prevenir los accidentes y enfermedades, colocando avisos alusivos.
- Vigilar lo relativo al equipo de protección personal de los trabajadores.
- Vigilar que los botiquines de primeros auxilios contengan los elementos que señala el Reglamento correspondiente.
- Vigilar el cumplimiento de las medidas relativas a la prevención de los accidentes y enfermedades de trabajo propuestas por ella.

### El recorrido de observación

- Se llevará a cabo por lo menos una vez al mes, debiendo abarcar todas las instalaciones del centro de trabajo.
- A petición de los trabajadores o de las autoridades, cuando detecten alguna condición insegura en su área de trabajo.

Los aspectos a revisar, de acuerdo con las necesidades que determinen las Comisiones Mixtas deben ser en su caso:

- Aseo, orden y distribución de las instalaciones, maquinaria, el equipo y de los trabajadores en el centro de trabajo.
- Métodos de trabajo en relación con las operaciones que realizan los trabajadores.
- Espacio de trabajo, pasillos y servicios sanitarios.
- Protecciones en los mecanismos de transmisión.
- Protecciones en el punto de operación.
- Estado de mantenimiento preventivo y correctivo.
- Estado y uso de herramientas manuales.
- Escaleras, andamios y otros.
- Carros de mano, carretillas, montacargas autopropulsados y vehículos de motor de combustión interna.
- Pisos y plataformas.
- Grúas, cabrestantes y en general, aparatos para izar.
- Alumbrado, ventilación y áreas con temperaturas extremas artificiales.
- Equipo e instalaciones eléctricas (extensiones, conexiones y otros).
- Ascensores.
- Equipo de protección personal por área de trabajo.
- Agentes dañinos: ruido, vibraciones, polvos, gases y otros.
- Peligros de explosión por gases, polvos y otros.



- Manejo de sustancias químicas.
- Métodos que se siguen para aceitar.
- Cadenas, cables, cuerdas, aparejos.
- Accesos a equipos elevados.
- Salidas normales y de emergencia.
- Patios, paredes, techos y pisos.
- Sistemas de prevención de incendios.

Y aquellos otros que establezcan los ordenamientos correspondientes y que sean aplicables al centro de trabajo.

## **ENFERMEDADES PROFESIONALES Y ACCIDENTES DE TRABAJO.**

Sabemos que de hecho el trabajador, al realizar sus actividades diarias dentro de una empresa, está expuesto a sufrir un accidente o una serie de enfermedades profesionales que van desde la caída de un cajón de archivero en el pie, hasta una dermatosis por exposición a bajas temperaturas. Así, el empleador debe considerar que el personal que tiene bajo su mando es, hasta cierto punto, responsabilidad de él y, por tanto, tiene la obligación moral de prevenir hasta donde sea posible la ocurrencia de accidentes y / o enfermedades, otorgando los instrumentos o aditamentos necesarios.

Un accidente o una enfermedad profesional ocasiona a la organización diversos costos:

1. Tiempo de trabajo del accidentado
2. Tiempo del personal que lo atiende en el momento
3. Tiempo de sus compañeros por tratar de entrarse de lo sucedido
4. Tiempo en que se capacita a otro trabajador para que sustituya al incapacitado
5. Tiempo de recuperación del incapacitado

Debe tomarse en cuenta que el propio trabajador accidentado o enfermo profesional, también incurre en mayores gastos: su familia debe atenderlo.

Identificación de las causas de los accidentes:

La mayor parte de los accidentes incluye actos y condiciones inseguros, ambos generalmente resultan de fallas humanas. Sin embargo, existen otras causas que involucran el agente del accidente, el factor personal de inseguridad, etc. Los conceptos recomendados por la American Standards Association sobre las causas de los accidentes son las siguientes:

El agente es definido como el objeto o la substancia (la máquina, el local o el equipo que podrían ser adecuadamente protegidos), directamente relacionados con la lesión como la prensa, la mesa, el martillo, la tina de baño, etc.

La parte del agente es aquella que está estrechamente asociada o relacionada con la lesión como el volante de la prensa, el pie de la mesa, el cabo del martillo, el piso de la tina de baño, etc.

La condición (física o mecánica) insegura, es la condición física o mecánica existente en el local, en la máquina, en el equipo, o en la instalación (que podría haber sido protegida o corregida), y que lleva inherente el accidente como: el piso resbaladizo, aceitoso, mojado, con protuberancias o huecos; la máquina desprovista de protección, o con poleas o partes móviles desprotegidas; la instalación eléctrica con hilos desmechados; motores sin hilo a tierra; la iluminación deficiente o inadecuada.



El tipo de accidente es la forma o el modo de contacto entre el agente de accidente y el accidentado, o aún, el resultado de ese contacto con los choques, resbalones, etc.

El acto inseguro es la violación del procedimiento aceptado como seguro o sea, dejar de usar el equipo de protección individual, distraerse o conversar durante el servicio, fumar en un área que está prohibida, lubricar la máquina cuando está en movimiento.

El factor personal de inseguridad es cualquier característica, deficiencia o alteración mental, psíquica o física –accidental o permanente– que permite el acto inseguro. Son problemas como la visión defectuosa, la fatiga, o la intoxicación, problemas del hogar, desconocimiento de las normas y de las reglas de seguridad.

Según estudios de la Subdivisión de Higiene y Seguridad Industrial, las principales condiciones inseguras de los accidentes son:

1. Paredes, techos y pisos que no ofrecen ninguna seguridad
2. Falta de limpieza
3. Escaleras sin baranda
4. Tapetes dañados o sueltos en el piso o en las escaleras
5. Pancartas, avisos, espejos en las escaleras, que pueden distraer a quienes por ahí pasan
6. Falta de defensas en plataformas, pozos, etc.
7. Tránsito mal orientado
8. Iluminación deficiente
9. Temperatura mal controlada
10. Ruido excesivo
11. Polución del medio ambiente
12. Máquinas mal protegidas
13. Acumulación de máquinas y de personas
14. No utilización de señalización adecuada
15. Falta de material de protección personal
16. Herramientas defectuosas
17. Acumulación de objetos mal colocados o inseguros
18. Falta de máquinas para elevar o transportar materiales
19. Instalaciones eléctricas en mal estado
20. Llaves eléctricas sin protección
21. Falta de unión a la tierra de equipos que funcionan con alta tensión
22. Carencia de materiales preventivos como: extinguidores, mangueras, sprinckler, etc.
23. Obstrucción de escaleras, corredores y puertas
24. Falta de bancas y de sillas para los operarios, cuyo trabajo puede hacerse sentado
25. Falta de gente entrenada en la prevención de incendios
26. Ausencia de uniformes adecuados
27. Comedores, baños privados, duchas y otros locales con accesorios en mal estado de conservación o con pisos resbaladizos
28. Falta de personal entrenado para prestar los primeros auxilios
29. Destino inadecuado de los residuos



### 30. Ausencia de normas de seguridad

#### INCAPACIDADES

La Seguridad busca minimizar los accidentes de trabajo. Podemos conceptualizar accidente de trabajo como una consecuencia del trabajo que provoca, directa o indirectamente, lesión corporal, perturbación funcional, o enfermedad que determine la muerte, la pérdida total o parcial, permanente o temporal, de la capacidad de trabajo. La palabra accidente ya significa un acto imprevisto, que puede evitarse en la mayoría de los casos.

Los accidentes de trabajo se clasifican en:

Accidentes sin incapacidad: después del accidente, el empleado continúa trabajando. Este tipo de accidente no es considerado en los cálculos de los coeficientes de frecuencia y de gravedad, aunque debe ser investigado y anotado en el informe, además registrado en las estadísticas mensuales.

Accidentes con incapacidad, son los que ocasionan:

- A Incapacidad temporal es la pérdida total de la aptitud para el trabajo durante el día del accidente o durante un período menor de un año. Al regresar, el empleado asume su función sin reducción de su capacidad. En el caso de un accidente, sin ausencia y ante la gravedad de la lesión, se determina la incapacidad a partir del día en el que se comprobó la enfermedad. El accidente, en este caso, produjo la incapacidad laboral de retiro y se incluirá en el informe mensual.
- B Incapacidad permanente parcial es la reducción de la capacidad laboral ocurrida durante un día, o por un período menor de un año.

La incapacidad permanente parcial es, generalmente, motivada por:

- Pérdida de cualquier miembro o parte del mismo;
  - Reducción de la función de cualquier miembro o parte del mismo;
  - Pérdida de la visión o reducción funcional de un ojo;
  - Pérdida de 111. audición o reducción funcional de un oído; y
  - Cualquier otra lesión orgánica, perturbación funcional o psíquica, que, según el concepto médico, reduzcan a menos de tres cuartos la capacidad de trabajo.
- C Incapacidad total permanente: es la pérdida total, con carácter permanente, de la capacidad de trabajo.

La incapacidad total permanente es generalmente motivada por:

- ☒ Pérdida de la visión de ambos ojos;
- ☒ Pérdida de la visión de un ojo con reducción, en más de la mitad, de la visión del otro;
- ☒ Pérdida anatómica o impotencia funcional de más de un miembro en sus partes esenciales (manos o pies);
- ☒ Pérdida de la visión de un ojo, simultánea con la pérdida anatómica o impotencia funcional de una de las manos o de un pie;
- ☒ Pérdida de la audición de ambos oídos, o aún, reducción en más de la mitad de su función;
- ☒ Cualquier otra lesión orgánica, perturbaciones funcionales o psíquicas permanentes, que ocasionen, según concepto médico, la pérdida de tres cuartos más



- D de la capacidad para el trabajo; y  
Muerte.

### INDICES DE FRECUENCIA Y GRAVEDAD

La VI Conferencia Internacional sobre Estadística del Trabajo, reunida en el año 1947 en la ciudad de Montreal, estableció el Coeficiente de Frecuencia y el Coeficiente de Gravedad como medidas para el control y evaluación de los accidentes. Ambos coeficientes son utilizados en casi todos los países, permitiendo comparaciones internacionales al lado de comparaciones entre ramos diferentes de industrias.

La fórmula del *Coeficiente de Frecuencia* (CF) es la siguiente:

$$\text{Coeficiente de Frecuencia} = \frac{\text{No. Total de accidentes con ausencia} \times 1.000.000}{\text{No. Total de hombres / horas trabajadas}}$$

El *Coeficiente de Frecuencia* (CF) significa el número de accidentes con incapacidad ocurrido por cada millón de hombres / horas trabajadas durante el período considerado. Es un índice que relaciona el número de accidentes en cada millón de hombres/horas trabajadas con miras a cotejar comparaciones con todos los tipos y tamaños de industrias.

Para el cálculo del CF son necesarias las siguientes informaciones:

- *Número medio de empleados de la empresa en determinado intervalo de tiempo (día, mes o año), es la relación entre el total de horas trabajadas por todos los empleados en ese intervalo de tiempo y la duración normal del trabajo en el mismo intervalo (teniendo como base las 8 horas diarias, 25 días Ó 200 horas por mes y 300 días o 2.400 horas por año).*
- *Hombres / horas trabajadas es el número que determina la suma de todas las horas efectivamente trabajadas por todos los empleados de la empresa; inclusive de la oficina, de la administración, de ventas o de otras funciones. Son horas en que los empleados están expuestos a accidentes de trabajo. En el número de horas / hombre trabajadas deben ser incluidas las horas extras y excluidas las horas remuneradas no trabajadas, tales como las que se refieren a faltas abonadas, licencias, vacaciones, enfermedad y descanso remunerado. Para el empleado cuyas horas efectivamente trabajadas sean de difícil determinación, serán consideradas 8 horas diarias. El número de horas / hombre trabajadas se refiere a la totalidad de los empleados de la empresa, o, en caso diferente, a una sección o a un departamento definido.*

La fórmula del *Coeficiente de Gravedad* (CG) es la siguiente:

$$\text{Coeficiente de Gravedad} = \frac{\text{Días perdidos + días computados} \times 1.000.000}{\text{Hombres / horas trabajadas}}$$



Coeficiente de Gravedad (CG), significa el número de días perdidos y computados en cada millón de hombres/horas trabajadas, durante el período de tiempo considerado. Es un índice que relaciona la cantidad de retiros en cada millón de hombres/horas trabajadas, para establecer comparaciones con otros tipos y tamaños de industrias.

Para el cálculo de *Coeficiente de Gravedad* (CG) son necesarias las siguientes informaciones:

- a *Días perdidos* es el total de días en los que el accidentado queda incapacitado para el trabajo y es, por consiguiente, un accidente con incapacidad temporal. Los días perdidos se cuentan desde el día siguiente al accidente hasta el día que el médico levanta la incapacidad. Por lo tanto, en la cuenta de días perdidos se incluyen los domingos, los días de fiesta o cualquier otro no laborable en la empresa. En caso de accidente inicialmente considerado sin retiro pero que, por justa razón, pasa a ser incluido entre los accidentes con retiro, el conteo de los días perdidos será iniciado el día de la comunicación de la gravedad de la lesión.
- b *Días perdidos trasladados* son los días perdidos durante el mes, por accidente del mes anterior (o de los meses anteriores).
- c *Días debitados*, o días computados por reducción de la capacidad, o muerte, es el número de días que convencionalmente se atribuye a los casos de accidentes que terminan en muerte, incapacidad permanente, total o parcial y representan la pérdida total o la reducción de la capacidad para el trabajo, de acuerdo con la Tabla de Evaluación Convencional de la Reducción Permanente de la Capacidad para el Trabajo. Esta tabla es destinada a determinar convencionalmente en días, la reducción permanente, parcial o total, de la capacidad de trabajo, o muerte, por efecto de accidente, tomando como base el promedio de vida del trabajador accidentado, estimada en 20 años o 6.000 días.



**ESTADÍSTICA DE ACCIDENTES – MODELO**  
COMISION INTERNA DE PREVENCIÓN DE ACCIDENTES  
CUADRO DE ESTADÍSTICA DE ACCIDENTES

CIPA No. \_\_\_\_\_

Nombre de la empresa \_\_\_\_\_ Dirección \_\_\_\_\_ Dpto. \_\_\_\_\_

Tipo de actividad \_\_\_\_\_ Mes \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_

Departamento o sección	Número de empleados	Hombres - Horas trabajadas	Accidentes con pérdida de tiempo	Días perdidos	Días Sin pagar*	Coeficientes		Observaciones
						Frecuencia **	Gravedad	

\*Mencionar en "observaciones" a qué corresponden los días sin pagar.

\*\*Aproximar hasta dos cifras decimales a C.F.

**ELABORACION DE UN PROGRAMA DE SEGURIDAD E HIGIENE**

Todas las actividades dentro del ámbito organizacional, son importantes para obtener, aplicar y mantener las habilidades y actitudes, capaces de asegurar la eficiencia y eficacia organizacional. Sin embargo, existen otras actividades paralelas, igualmente necesarias, para asegurar la disponibilidad de las habilidades y las actitudes de la fuerza de trabajo. Los "programas de



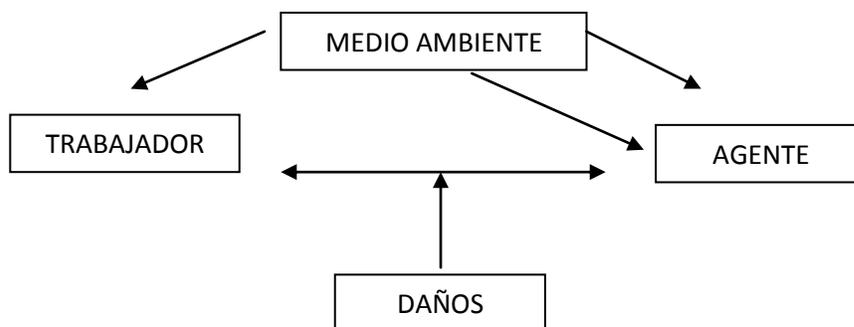
seguridad y de salud", constituyen algunas de estas actividades paralelas, esenciales para el mantenimiento de las condiciones físicas y psicológicas de los recursos humanos.

Desde un enfoque de administración de recursos humanos, la "higiene y seguridad en el trabajo" *constituyen una de las principales bases para la preservación de la fuerza de trabajo eficiente*. La higiene y la seguridad vienen a ser dos actividades muy interrelacionadas, para garantizar condiciones personales y físicas de trabajo capaces de mantener cierto nivel de salud de los trabajadores.

### Higiene en el trabajo:

La "higiene en el trabajo" se refiere a un conjunto de normas y procedimientos, que protegen la integridad física y mental del trabajador, preservándolo de los riesgos de salud inherentes a las tareas del cargo y al ambiente físico, donde son ejecutadas. La higiene en el trabajo, esta relacionada con el diagnóstico y con la preservación de las enfermedades ocupacionales, a partir del estudio de dos variables: *el hombre y su medio ambiente en el trabajo*.

#### Interrelación trabajador-agente-medio ambiente



### Objetivos de la higiene en el trabajo

La higiene en el trabajo tiene un carácter esencialmente "preventivo", ya que posee como propósito *la salud y el confort del trabajador* evitando que se enferme o ausente parcial o definitivamente en el trabajo.

1. Eliminación de las causas de enfermedades profesionales.
2. Reducción de los efectos perjudiciales generales por el trabajo, en personas enfermas o portadoras de defectos físicos.
3. Prevención del empeoramiento de enfermedades o de lesiones.
4. Mantenimiento de la salud de los trabajadores y aumento de la productividad, mediante el control del ambiente de trabajo

Los estudios de higiene en el trabajo incluyen las condiciones de trabajo, que son variables de la situación que incluyen en el comportamiento humano. Son tres los grupos de condiciones de trabajo:

- *De naturaleza física* (iluminación, ruido, temperatura).



- *El de tiempo* (horas de trabajo, periodos de descanso).
  - *El social dentro de la situación de trabajo* (organización informal, estatus, etc.).
- La higiene en el trabajo, se preocupa exclusivamente por las condiciones físicas del trabajo, aunque no descuida las otras condiciones.

### Plan de higiene en el trabajo

Los principales apartados de un plan de higiene en el trabajo son:

1. Plan organizado. Que incluye no solo los servicios médicos, ya sea de tiempo integral o parcial; depende del tamaño de la organización.
2. Servicios médicos adecuados. Incluye el botiquín de emergencia y los primeros auxilios, si es necesario. Tales facilidades deben incluir:
  - a Exámenes médicos de admisión.
  - b Cuidados eficientes de heridas, provocadas por molestias profesionales.
  - c Servicios de primeros auxilios.
  - d Eliminación y control de las arreas insalubres.
  - e Registros médicos adecuados.
  - f Supervisión adecuada en cuanto higiene y salud.
  - g Exámenes médicos periódicos de revisión.
3. Servicios adicionales, como parte de la política sanitaria de la organización para con el empleado y la comunidad.

### Seguridad en el trabajo

La "seguridad e higiene en el trabajo", son actividades que están relacionadas con la continuidad de la producción y la moral de los trabajadores.

Seguridad en el trabajo. Es el conjunto de medidas técnicas, educacionales, medicas y psicológicas, empleadas para prevenir los accidentes, eliminar las condiciones inseguras del ambiente, e instruir o convencer a las personas, sobre la implantación de medidas preventivas.

### Plan de seguridad en el trabajo

El plan de seguridad parte del principio de que la "prevención de accidentes" es alcanzar por la aplicación de medidas de seguridad adecuadas y que solo pueden aplicarse de manera eficaz, con un trabajo de equipo.

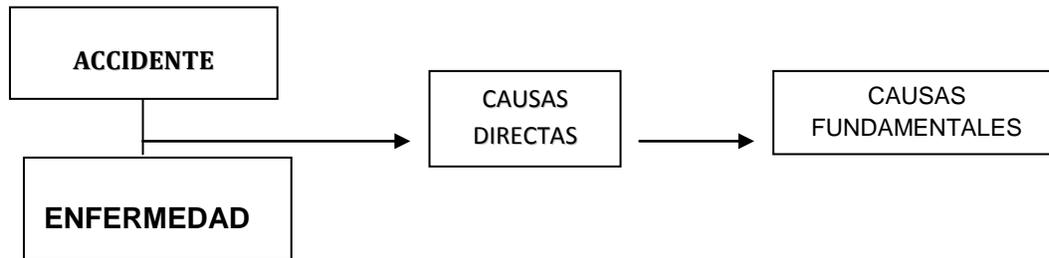
Un plan de seguridad, deberá abarcar los aspectos siguientes:

1. La seguridad es responsabilidad del departamento de personal.
2. Las condiciones de trabajo, el ramo de actividad, el tamaño, la localización de la empresa, etc., determina los medios materiales preventivos.
3. La seguridad no debe quedar restringida solo al arrea de producción. Las oficinas, los almacenes, etc., también ofrecen riesgos que efectúan a la organización.
4. Los problemas de seguridad, perjudican la adaptación del hombre al trabajo (selección del personal), la adaptación del trabajo al hombre (Nacionalización del trabajo) y los factores socio-psicológicos; por tal motivo, ciertas empresas vinculan la seguridad a la selección de relaciones industriales.
5. La seguridad en el trabajo, se encarga de dar capacitación al personal; controlar el cumplimiento de normas de seguridad; revisión periódica de los equipos de seguridad; de



los primeros auxilios; de la selección, adquisición y distribución de medios de seguridad (anteojos, guantes, botas, ropa, etc.).

### Análisis de la casualidad

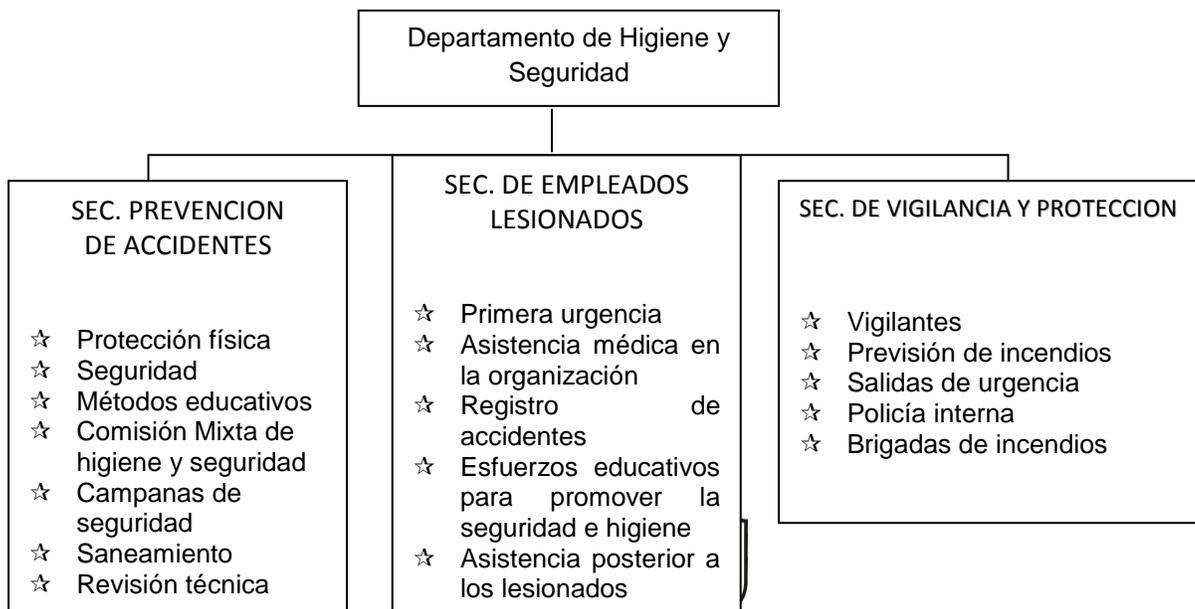


- Condiciones peligrosas.
- Actos inseguros.

### Actividades de seguridad en el trabajo

La seguridad en el trabajo, tiene tres arreas básicas de actividad, que son las siguientes:

1. *Prevención de accidentes.* Consiste en minimizar los accidentes de trabajo, por medio de su prevención.
2. *Prevención de robos.* Cada organización tiene su "servicio de vigilancia", con características propias (control de entradas y salidas de personal, control de entradas y salidas de vehículos, rondas fuera del arrea de la organización, registro de maquinas y equipos). Estas medias deben revisarse con frecuencia.
3. *Prevención de incendios.* Se da principalmente cuando hay mercancías, equipos e instalaciones valiosas que protegen, las cuales existen una plantación cuidadosa. No solo incluye un conjunto de extinguidores adecuados y reserva suficiente de agua, sino también sistema de detección y alarma, así como capacitación del personal.



## Prevención Médica

La Prevención Médica se define como la actividad que establece el control de las enfermedades endémicas y contagiosas en los locales de trabajo de la empresa.

Entre sus funciones están las siguientes:

- Inmunización obligatoria contra tétanos, viruelas, etc.
- Otras exigencias de acuerdo con las necesidades regionales;
- Examen radiológico del tórax y control de dolencias pulmonares;
- Control de dolores propios de la edad o crónicos;
- Control odontológico periódico;
- Campana para el uso de flúor en la prevención de caries;
- organización de programas coordinados con otros órganos interesados en la conservación de la salud;
- Divulgación de datos e información, referentes a la salud, de acuerdo con los medios y técnicas sanitarias.

## Prevención Sanitaria

- Mantenimiento de las condiciones de salubridad en el trabajo.
- Continuas supervisiones de los locales de trabajos de la empresa para averiguar su seguridad industrial y sus condiciones sanitarias;
- conservación de requisitos básicos de higiene: tratamiento del agua, dar un destino conveniente a los derechos y basuras, control de las plagas transmisoras de enfermedades (ratones, moscos, etc.);
- Evaluación de las condiciones sanitarias de habitaciones, dormitorios, bares y restaurantes, etc.;
- Inspección de comedores y locales de almacenamiento, tratamiento y conservación de alimentos; y
- Evaluación de las condiciones sanitarias de las residencias anexas a la empresa.

## Medicina Ocupacional

Una vez adaptado en trabajador a su función, debe protegerse de cualquier condición adversa a su salud. Es conveniente que tenga un buen ambiente de trabajo para que desarrolle sus aptitudes físicas y psicológicas en el óptimo desempeño de su función.

Para la promoción y el mantenimiento de la salud, se estudian diversos procedimientos que evitan al trabajador desarrollar su actividad en un ambiente malsano. La Salud Ocupacional mediante estudios de fisiología del trabajo y toxicología industrial colabora con ese propósito. Entre los estudios que se tienen en cuenta están:

- A Inspección de los ambientes de trabajo para conocer sus condiciones de ejecución y analizar sus efectos en la salud de los empleados.



- B Cooperación con la selección de Seguridad Industrial en la:  
Orientación para el empleo de EPI (Equipo de Protección Individual); prevención de accidentes; participación en las CIPA (Comisión Interna de Prevención de Accidentes).
- C Servicio de emergencia:  
Socorro a las víctimas de accidentes;  
Atención médica de urgencias a los empleados, durante la jornada de trabajo;  
Conserjería médica para que el trabajador visite su médico particular al médico del INPS.
- D Entrenamiento de empleados con la explicación de primeros auxilios y la prevención de enfermedades.
- E Estadística Médica: Organizar y evaluar datos por enfermedad y muerte y averiguar si tienen alguna relación con la actividad profesional.
- F Realización de exámenes médicos:  
Para admisión; periódicos; especiales.
- G Control de ausentismo:  
Estudiar las causas de ausencia por enfermedad;  
  
Implantación de medidas de control.
- H Participación en los programas oficiales (INPS) de rehabilitación profesional.
- I Intercambio. Vinculación con otras entidades ligadas a la medicina del trabajo y prevención social para sugerir medidas de aprovechamiento de los recursos médicos comunitarios.
- J Formación y entrenamiento del personal especializado; cursos; propaganda escogida de información científica.

## DEFINICIÓN DEL MERCADO

Este mercado de consumo está dirigido a toda la población, ya que todos las personas son consumidores de helados (¿Quién no se ha comido un helado?) y el objetivo de cada empresa heladera es poder satisfacer y posicionarse en los distintos segmentos que consumen este tipo de producto (familiares, impulsivos y gelatería), que puede ser por una necesidad de saciar la sed, refrescarse, por darse un gusto, nutrición, por placer, factores climáticos, etc.

## DESCRIPCIÓN DEL MERCADO CARACTERÍSTICAS Y TAMAÑO DE MERCADO

México es el país de Latinoamérica donde más se comen helados, con un consumo per-cápita cercano a 6.5 litros. Pero también es a nivel mundial uno de los mercados donde existen los precios más bajos del producto, ya que un helado puede variar desde \$5.00, mientras que en la mayoría de los otros países alcanza un valor mínimo de \$ 20.00

En total, se estima que el mercado mexicano produce en torno a 80 millones de litro al año y factura cerca de US\$150 millones.

Pese a la variedad de categorías (neverías caseras, cafeterías y elaboradoras de este tipo), productos y sabores, las multinacionales Holanda, Nestlé Santa Clara, siguen siendo los líderes del mercado, concentrando 60% en la categoría de helados familiares. Le siguen en la región: Paletterías como la Michoacana quien además poseen sus sabores y combinaciones exclusivas.



Ante la creciente conciencia por mantener un buen estado de salud, los consumidores han derivado a productos más sanos. Obedeciendo a esto, las heladerías están apuntando a ofrecer productos con características nutritivas -como calcio y vitaminas- o reducidos en grasas y azúcar de manera de entregar valor agregado a sus productos y que estos sean vistos como un alimento más que una golosina.

### CRECIMIENTO DEL MERCADO

En los últimos años, la industria ha estado creciendo a tasas que bordean el 6% anual, aunque este año se espera una variación menor en torno al 2%.

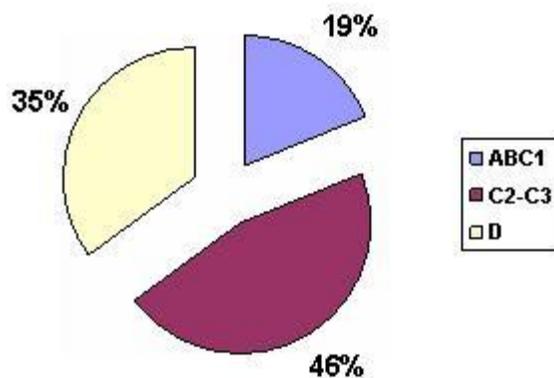
Este es un mercado sumamente competitivo, donde hay que estar innovando constantemente para poder mantenerse. Los consumidores no son fieles, sino que se rigen por los precios y promociones. Además, en los supermercados se compite con otros sustitutos como pastelería, ya que una torta puede llegar a costar lo mismo que un helado. Respecto al menor crecimiento del rubro en el 2004 es por que el invierno fue muy largo y que prácticamente no hubo primavera, y se pasó bruscamente a un verano tardío, lo que afectó al mercado en general.

**El consumidor mexicano responde a los precios y estímulos promocionales, por lo tanto, hay que estar constantemente lanzando nuevas campañas y productos para estimular la demanda.**

### SEGMENTOS QUE COMPONEN EL MERCADO

#### SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA:

- Según Clase social: Podemos decir que en las distintas clases sociales el consumo de helado se distribuye aproximadamente de la siguiente manera:



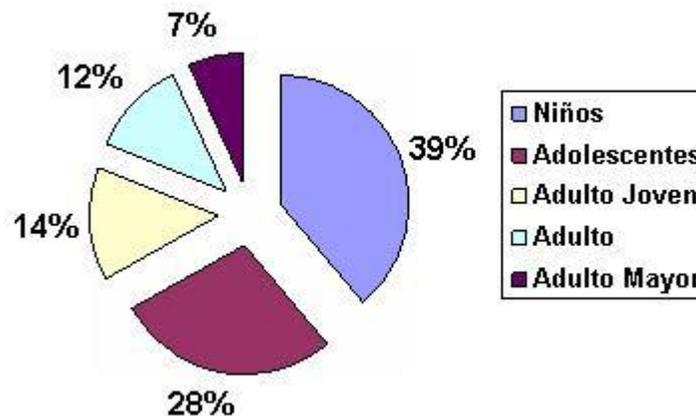
## SEGÚN PERSONALIDAD:

**Egoísta:** son aquellas personas que gustan comer sin la compañía de otros. Son personas que se centran en el excesivo amor a sí mismos, y en su satisfacción personal, donde no hay cabida a la satisfacción del resto.

- **Depresivos:** componen este segmento aquellas personas tendientes a bajar su autoestima de manera inexplicable auto consolándose, muchas veces, a través de la comida.

- **Vanidosos:** son aquellos que les gusta mostrarse al resto como personas bellas y exitosas, dignas de ser envidiadas, tienen alto concepto de sí mismos y cuidan su apariencia de manera muy especial.

## SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA



## SEGÚN SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA:

Aquí se tiene los distintos tipos de patrones para las distintas etapas de las personas.

**Niños:** Son consumidores que se caracterizan por adquirir productos que contengan variados artículos novedosos, variedad de colores, envoltorios llamativos, muchas veces con dibujos animados de moda y que su precio no sea muy elevado. Al preguntarle a los niños por que les gustan los helados dicen que por que están a la vista y sus colores les llaman la atención.

**Adolescentes:** Estos mayormente buscan las tres B de un producto, bueno, bonito y barato. Para este segmento lo importante es compartir con sus pares un rato agradable y conversar las cosas que les interesan.

**Adulto y Adulto Joven:** Ellos prefieren una categoría de helados mas elaborada tanto en la línea de conos y paletas, como en la línea de postres. Este segmento se caracteriza por buscar comodidad y placer en el producto final.

**Adulto Mayor:** Este segmento busca compartir con la familia, los nietos, los hijos y los amigos a través de postres helados, tortas y en general todo el surtido de variedades que pueda ofrecer el mercado.

Patrones típicos e influencias de compra de cada segmento



## SEGÚN SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA:

ABC1: este tipo por ser considerado un nivel alto consume un 19% de helados.

C2-C3: en cambio esta clase tiene un consumo mas frecuente de helados ocupando un 46%.

D: mientras tanto esta clase llega a consumir un 35% de helados.

Personalidad Egoísta: se caracterizan por que son personas que gozan comer sin la compañía de otros.

Personalidad Depresiva: se caracterizan por que son personas que poseen baja autoestima.

Personalidad Vanidosa: se caracteriza por ser personas que cuidan su físico y apariencia.

## ANÁLISIS DE ATRACTIVO DE SECTOR INDUSTRIAL (RIVALIDAD AMPLIADA) COMPETIDORES DIRECTOS E INDIRECTOS

Competidores Directos: se encuentran HOLANDA, NESTLÉ, SANTA CLARA las cuales trabajan en la misma línea por que en cuanto a precio-calidad son similares a los entregados por LA MICHOACANA ya que la entrega del producto esta orientada al mismo tipo de consumidores, precios parecidos y se orientan al nivel socio-económico C2 hacia abajo. El sistema de distribución y venta es parecido; involucra el transporte público, carros ambulantes, kioskos, minimarket, entre otros.

Competidores Indirectos: Aquí se consideran los competidores indirectos a grandes empresas como HOLANDA y NESTLÉ, en el área de postres artesanales encontramos a San Francisco de Loncomilla más orientada a niveles socio-económicos A, B y C1.

### Puntos fuertes y débiles

**Puntos Fuertes de la competencia:** son la infraestructura, su valor de marca, su clara segmentación de mercado.

Se puede considerar la infraestructura, el valor comercial, respaldo de la marca entre otros. Estas características representan a los competidores indirectos mencionados anteriormente.

**Puntos Débiles de la competencia:** el posicionamiento de algunas marcas como LA MICHOACANA y Nestlé hace que no puedan competir con marcas inferiores como helados caseros, ya que esto produciría una desvalorización de su marca.

## ACTIVIDADES DE MARKETING DE LA COMPETENCIA

En este aspecto la actividades de marketing de los competidores se encuentra mayoritariamente favorecido ya que HOLANDA y SANTA CLARA trabajan muy fuertemente para darse a conocer y seguir manteniendo su perfil, ambos competidores utilizan grandes publicidades las cuales atraen a los consumidores, dentro de sus actividades podemos mencionar los siguientes aspectos:

Gran publicidad televisiva, como comerciales y promocionales de algunos programas televisivos entre otros.

Grandes carteles publicitarios ubicados en locales comerciales y paraderos de la locomoción colectiva.

También están los adhesivos publicitarios de los diferentes productos que ofrecen estas empresas utilizando un recurso, en este caso los microbuses lo que resulta ser una gran ventaja por el hecho de que recorren distintos lugares.



Los aspectos mencionados anteriormente hace que sus productos sean reconocidos masivamente por los consumidores, y así sus marcas consiguen un mejor perfil posicionándose aun más alto en el mercado.

## **BARRERAS DE ENTRADA Y AMENAZA DE COMPETIDORES POTENCIALES**

Las barreras de entrada que poseen las empresas ya instaladas son una sólida infraestructura capaz de soportar grandes volúmenes de producción, gran capacidad tecnológica, economías de escala, patentes, imagen de marca, acceso a canales de distribución y finalmente experiencia. Una amenaza latente en el rubro de helados en México es la fusión de empresas extranjeras con una empresa nacional. De igual forma podría ocurrir con empresas nacionales que encuentren en este mercado una oportunidad de negocio.

## **AMENAZA DE SUSTITUTOS**

Las empresas de helados pueden encontrarse con problemas por la existencia de sustitutos que en temporada baja se pueden encontrar las cafeterías, las que entregan el servicio y producto de pastelería ya que una torta puede llegar a costar lo mismo que un helado. Otros sustitutos son los productos lácteos, los cuales son más sanos y nutritivos. También se puede tomar como sustituto a las bebidas refrescantes, ya que de igual manera que el helado logra quitar la sed.

## **DISTRIBUIDORES Y PROVEEDORES (PODER NEGOCIADOR)**

Existen diversos medios como los supermercados que como ya sabemos es el mayor canal de distribución de este tipo de productos ya que en ellos se venden la mitad de éstos, el resto se distribuye en minimarket, restaurante, kioskos, venta ambulante, locales de autoservicios y otros. En cuanto a los proveedores contamos en la región con grandes empresas agrícolas y lecheras y otras productoras pequeñas de leche que hacen entrega directa a las empresas heladeras; las que cuentan con la materia prima elemental para la fabricación de la mayoría de los helados que como sabemos es la leche.

## **OPORTUNIDADES DE MARKETING**

Hoy en día existe un inmenso mercado referente a los helados, debido a que hay grandes fabricantes y que esto a su vez se transforma en una gran gama de competidores, lo cual trae consecuencias de carácter restrictivo en cuanto a la capacidad de surgir en el mercado. Las empresas más pequeñas se ven afectadas por que su tamaño es inferior a otras, las cuales ya están posicionadas fuertemente, por ende la capacidad de competir en el mercado ya existente es difícil, debido a que existe una rivalidad entre las empresas de mayor tamaño como es Holanda y las de menor tamaño como lo es La Michoacana puesto que las que tienen más posicionamiento en el mercado van a querer seguir abarcando mas, mientras que las inferiores van a querer conseguir un puesto que tenga más reconocimiento en el mercado y que sus productos sean aun mejores y que tengan un gran carácter competitivo y de mejor valor adquisitivo. Para tener una buena oportunidad y llamar aun más la atención del mercado y de los demandantes hay que lograr entrar de fuerte con un spot publicitario donde se muestre el producto tal cual es, y los beneficios que trae consigo. De esta forma tomara un valor que lograra competir con los productos de otras marcas ya existentes.



## DEFINICIÓN DEL MERCADO META

Este producto está dirigido, especialmente para jóvenes adultos entre 20 a 29 años y para adultos jóvenes entre 30 a 39 años del nivel socioeconómico c2 y c3 que consumen helados lighth.

Este producto está determinado para estas dos clases sociales debido a que ellos también consumen productos lighth. En este caso los demandantes van a obtener una variable precio/calidad ya que podrán obtenerlo a un precio accesible y cumplirá el mismo papel que los productos que entrega la competencia.

## CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO ELEGIDO

Las características que posee este producto es que va enfocado a los niveles de clase c2 y c3 ya que ellos igual desean disfrutar de un producto light que se encuentre a su alcance sea bueno, barato y conveniente.

Este tipo de producto es consumido preferentemente, por personas que desean mantener una dieta equilibrada, baja en calorías y sobre todo mantener la estética del cuerpo.

## DESCRIPCIÓN DETALLADA

La justificación que posee este producto perteneciente a la línea Fantastic Ice es que está enfocado a los niveles socioeconómicos c2 y c3 ya que el costo que posee es más beneficioso para los demandantes de esta clase de productos, ya que es más fácil adquirirlo. Además el carácter del producto es satisfacer y Mostrar los mismos efectos que provocan los otros productos light que nos muestra la competencia.

Los productos light son diseñados para satisfacer el deseo de disfrutar una delicia que va a ser menos perjudicial para la salud en comparación con un producto normal.

Por ende este tipo de producto es utilizado en personas que fluctúan entre los 20 a 39 años de edad, porque el deseo de cuidar el cuerpo y de lucir más esbeltas es más elevado que una adolescente que recién se está desarrollando.

## DESARROLLO DEL PRODUCTO

### CONCEPTO

Delicia de Vanidad es un helado diet, de la línea de productos que maneja “Fantastic Ice” para personas saludables que les gusta verse bien.

### Atributos y beneficios

Delicia de Vanidad es el postre helado para compartir con quien más quieras, mantenerte saludable y verte bien. La mejor relación precio/calidad al alcance de tu mano.

### Componentes (ingredientes)

Delicia de Vanidad (vainilla-naranja), contiene menos del 50% de materia grasa que el tradicional postre helado, destacando su exquisito sabor y suavidad.

Ingredientes: Sus ingredientes contemplan un Helado de leche, vainilla, naranja, leche descremada, maltodextrina, poli dextrosa, sorbitol jarabe, crema, monodiglicéridos, goma, guar, polisorbato 80, carragenina, silicato aluminato de sodio, aspartamo. Colorantes: tartrazina, amarillo crepúsculo, azorrubina. Fenilcetonúricos: contiene fenilalanina.



## BRANDING (ESTRATEGIA DE MARCA) Y JUSTIFICACIÓN

### Nombre de la marca: “Fantastic Ice”

La diferenciación y el posicionamiento de nuestro producto Delicia de Vanidad está orientado a brindar un producto similar al de la competencia por un precio menor.

### Estrategia de Posicionamiento

Nuestra estrategia de posicionamiento se enfoca al sector C2-C3 con una clara diferenciación precio/calidad con respecto al resto de postres helados diet.

### ENUNCIADO DE POSICIONAMIENTO.

#### Core target

Para jóvenes de buen gusto, “Delicia de vanidad”

#### Categoría

Un helado saludable, bajo en calorías,

#### Necesidad

Para compartir con quien mas quieras

#### Racional

Elaborado con los más exquisitos frutos de la temporada.

### Packing

Selección del tipo de envase.

1. La fabricación o envasado. Se emplearán envases estandarizados que permitan un rápido envasado. El tipo de envase será plástico, cuyas dimensiones serán 15cm\*8cm\*8cm (largo\*ancho\*alto).
2. Los costos del envase. Estos están dados por el método absorción que incluyen
3. La resistencia del envase. Dadas las características del contenido el envase será a prueba de impactos manteniendo la forma original del postre helado Delicia de Vanidad.
4. La conservación del producto. El producto debe contenerse en las mejores condiciones para ello es fundamental mantener las propiedades de congelación. El producto deberá estar en todo momento a 5°C.
5. Los aspectos medio ambientales. Respetando las leyes medioambientales los envases deberán tener un tratamiento reciclable o reutilizable.
6. La posibilidad de otros usos. El envase, una vez utilizado puede ser utilizado por el consumidor como contenedor de alimentos congelados. El diseño. La imagen que transmita el envase deberá ser concordante con la idea fuerza del postre helado: Delicia de Vanidad es un helado diet, para personas saludables que les gusta verse bien.

### COBERTURA:

Fantastic Ice nace de manera inicial en el Municipio de Mixquiahuala y se comienza a expandir en la región del Valle del Mezquital para posicionarse de ese mercado y detonar de manera masiva a nivel estatal y nacional, como su nombre lo indica, de distribuir los helados en heladerías y a personas que venden en neveritas y/o carritos por la calle.



Además de nuestros productos, vendemos a los distribuidores, accesorios tales como: conos amargos, conos dulces, copitas, vasos comibles, mermeladas, cobertura de chocolate, cucharitas plásticas y de madera, fundas y tarros vacíos, para que estos puedan dar un mejor servicio a sus consumidores finales.

### **PERSPECTIVAS:**

Dentro de nuestras perspectivas están: la ampliación y posicionamiento en el mercado nacional, ampliación de nuestro mercado mejorando los canales de distribución (incorporando más heladerías y distribuidores en todo el país) y además, diversificando la producción con nuevos productos para contar con una gama más amplia que pueda satisfacer las demandas de los consumidores.

### **¿POR QUÉ FANTASTIC ICE ACOGE LA METODOLOGÍA DE MEDICIÓN Y MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD?**

#### **INDICADORES ECONOMICOS FINANCIEROS**

Dado que la fuente de información para el cálculo de los indicadores económicos financieros es el sistema contable, nos vimos en la necesidad de reformarlo, ya que este no respondía a los requerimientos de los indicadores seleccionados para su análisis.

Se tomaron los estados financieros comparativos para los años 2007 - 2008 y se calcularon los siguientes indicadores:

- Beneficios en operación/Activos en operación
- Beneficios en operación/ventas
- Beneficio bruto/Ventas
- Materia prima/Valor venta producción
- Costos laborales de producción/Valor de la producción
- Costos fijos/Valor de la producción
- Costos de operación/Ventas
- Costos de transporte/Ventas
- Costos de administración/Ventas
- Costos laborales/Producción
- Activos en operación/Ventas
- Activos corrientes/Ventas
- Activos fijos/Ventas
- Inventario/Ventas
- Cuentas por cobrar/Ventas

A partir del análisis de estos indicadores se determinó que se requería:

- Establecer estrategias para reducir los costos y mantener niveles de precios aceptables al público.
- Establecer políticas en el área de recursos humanos que tiendan a maximizar la utilización del personal y disminuir los costos de mano de obra.
- Definir procedimientos para maximizar la utilización de los activos fijos como la planta de producción, equipos de transporte y otros activos.
- Establecer políticas que tiendan a minimizar los costos de ventas y de administración.

Con la implementación de estas medidas se han obtenido mejoras en:

- La rotación de los inventarios
- Las horas trabajadas en producción (eficientización)
- La mano de obra directa.



Además, mediante la aplicación de un sistema de planificación se logró eficientizar el proceso de compras de materias primas y materiales.

En general, se logró reducir los costos de la empresa lo que nos permitió mantener precios competitivos.

### **INDICADORES DE GESTION DE PROCESOS:**

Una vez terminado el diagnóstico se procedió a convertir las debilidades en objetivos mediante la solución de los problemas a través de indicadores que van midiendo los logros alcanzados en cada uno de los departamentos.

Los indicadores de procesos se construyeron a partir del análisis de un documento que cubre el marco general de la empresa, su visión estratégica y la gestión de los procesos, con énfasis en la producción.

Del análisis realizado se evaluaron los siguientes indicadores:

#### **TIEMPO DE ARRANQUE:**

El tiempo de arranque es un factor importante dentro del proceso de producción, se observó que se perdía un tiempo muy significativo (hasta 5 horas) para iniciar el proceso de producción en la etapa de preparación de mezcla, específicamente los lunes; por consiguiente el rendimiento era de un 50 a 40% de la capacidad diaria.

Ante esta situación se decidió anticipar la fabricación de la crema y mejorar el sistema de enfriamiento para su conservación, de esta manera los lunes se contaba con la crema lista para iniciar la producción.

Además, se eficientizó el procedimiento de encendido de las maquinarias y la planificación de la producción; con estas medidas en práctica disminuyó paulatinamente el tiempo de arranque hasta pasar de 5 horas a 15 minutos; de modo que, hoy en día la producción se inicia a las 8: am diariamente.

#### **EFICIENCIA EN PRODUCCION DE PALETAS:**

Para mejorar este indicador se clarificó el proceso de fabricación de paletas, estableciéndose todas las operaciones con la secuencia y los tiempos correspondientes a cada una.

Se eficientizaron cada una de las operaciones con cambios tecnológicos introducidos y mejoras al funcionamiento de las maquinarias y equipos, produciéndose grandes resultados a nivel general. En el proceso de enfriamiento de las paletas se redujo el tiempo de 45 a 20 minutos por cada vuelta, teniendo como resultado una mayor producción.

#### **TIEMPOS MUERTOS:**

Antes, al comenzar la jornada de trabajo se perdía mucho tiempo en la organización de las materias primas para iniciar la producción, esto obligó que se establecieran mecanismos de coordinación con el área de almacén con lo cual se obtuvo una reducción del tiempo muerto.

Se logró mejorar el control del rendimiento de cada máquina por horas efectivas de trabajo al mantener una supervisión directa y más conciencia en el operador, el cual fue capacitado para proveerle de un mayor conocimiento del funcionamiento de la máquina, de los tiempos de llenado de los tarros y del tiempo necesario para el enfriamiento de la crema.



En la fabricación de la crema se perdía mucho tiempo en el pesado de los ingredientes, actualmente se tiene la materia prima previamente pesada lista para el proceso, lo que disminuye el tiempo de preparación de la crema, actualmente este tiempo muerto se ha reducido significativamente.

### **REPROCESOS POR INEFICIENCIAS DE PRODUCCION, MAL MANEJO DE ALMACEN Y DESCONOCIMIENTOS TECNICOS.**

Uno de los factores más importantes en la producción de helados es el frío, si éste falta en cualquier parte del proceso que lo requiera hace que el producto perezca, para evitar esto se tomaron las siguientes medidas:

- Aumentar los niveles de frío en los tanques de maduración, maquinarias y almacenes de productos terminados (cuarto frío).
- Reparar y supervisar todo el sistema de funcionamiento de las unidades de refrigeración de los cuartos fríos.
- Evitar la entrada de aire caliente a los almacenes de producto terminado colocando cortinas plásticas en la entrada, refrigerando el pasillo que divide los almacenes y manteniendo las puertas cerradas.
- Conservar los helados por lo menos 48 horas antes de ser despachados a los consumidores, este es uno de los factores más importantes puesto que evita el descongelamiento al ser transportados al cliente y, por consiguiente, que sean devueltos por llegar en mal estado. Actualmente este factor es muy tomado en cuenta en los almacenes al despachar.
- Refrigerar los vehículos que transportan los productos.
- Colocar freezers para recibir los helados que llegan de rutas en horas que los almacenes están cerrados.
- Por último, se realizaron jornadas de capacitación para proveer conocimientos técnicos del proceso y de las maquinarias a los empleados para disminuir las acciones que contribuyen a incrementar los reprocesos, lo que significa aumentar la eficiencia de la producción.

### **INCREMENTO DEL RENDIMIENTO DE LA CREMA**

La crema se convierte en helados una vez pasa a la máquina que se encarga de suministrarle aire y frío, durante este proceso el helado va adquiriendo peso y cuerpo lo que se llama Over Run. Uno de los resultados obtenidos con la aplicación de la metodología es la estandarización del peso y el frío necesario que debe tener el helado. Por ejemplo, se determinó la cantidad de tarros de 2 galones que debe salir de 450 gls de crema. Si la crema está pesada el rendimiento del helado baja, en nuestro caso estaba saliendo hasta con 3 libras por encima del peso establecido. Actualmente se pesan todos los tarros producidos para llevar un control del rendimiento de la crema.

### **MANEJO Y ORGANIZACIÓN DE INVENTARIOS Y ALMACENES**

Almacén de Materias Primas:

La cantidad de materia prima almacenada debe ser la necesaria para la producción. Se determinó el nivel de reorden y la cantidad a pedir de cada producto, en muchos casos es posible tener lo justo para producir, en otros, los suplidores tienen una cantidad mínima a despachar.

Se establecieron nuevos formularios de control que eficientizaron el funcionamiento del almacén y con esto se disminuyó el margen de error entre el inventario físico y el registrado en el computador.



Se redujo el espacio disponible del almacén en un 50% con el fin de utilizar el área restante para la construcción de oficinas lo que conllevó a una mejor organización del mismo.

**Almacén de Producto Terminado:**

El proceso de almacenamiento de producto terminado era dificultoso e improductivo porque contribuía al desperdicio de tiempo y utilización de mano de obra innecesaria, ya que la producción diaria se colocaba en el almacén #1 (el cual tiene menos capacidad de almacenamiento) y luego se trasladaba al almacén #2 y de aquí se despachaban los helados.

Con este procedimiento se perdía entre 40 y 60 minutos. Las razones por las cuales se hacía de esta manera era porque la temperatura del cuarto #1 era mejor por lo que el tiempo de congelamiento de los helados también era menor; entonces, se procedió a aumentar la temperatura del cuarto #2; con esta medida se eliminó esa operación y se eficientizó el funcionamiento de los cuartos fríos.

Para evitar que se despacharan helados producidos el día anterior se creó un sistema de colores con el cual se asignaba un color por día, así los helados son despachados por lo menos con 48 horas de enfriamiento.

## **ESTANDARIZACION DE PRODUCTOS**

Se estandarizaron las cantidades de sabor, color y otros ingredientes como: pasa, ciruela, mermeladas, etc. que se le añaden a la crema de acuerdo al tipo de helado. Se adquirieron probetas para medir con exactitud dichas cantidades y balanza digital para pesar los ingredientes.

## **CREACION FORMULARIOS DE CONTROLES**

En todos los departamentos se crearon nuevos formularios de control para facilitar la recolección y confiabilidad de los datos ya que una de las debilidades existentes era la falta de información e insuficiencia de forma consistente y confiable.

## **CREACION DE NUEVOS DISEÑOS EN LOS PRODUCTOS**

Esta fue una de las etapas más interesantes dentro del proceso de cambios que ha sufrido Fantastic Ice durante todo este tiempo. Se introdujeron cambios y rediseños de productos que impactaron a nuestros consumidores y nos proyectó una imagen más moderna acorde con el proceso actual de globalización. Algunos de estos cambios y mejoras fueron:

- Una imagen llamativa de colores para denotar la variedad de sabores que pueden existir en la empresa.
- Incorporación del lema: "El helado de los dioses, deleita tu paladar".
- Creación de nuevo diseño y mejoras en la calidad de las fundas para paletas.
- Cambio de presentación y diseño en los tarros de 4, 8, 16, 32 y 64 onzas, incorporando colores más llamativos al consumidor.

## **NUEVA VARIEDAD DE PRODUCTOS:**

Fantastic-Ice ha ampliado grandemente su gama de productos acorde con las exigencias de su mercado. Dentro de los nuevos productos se encuentran:

1. Creación de nuevos sabores de acuerdo a las propuestas de los clientes (se hará un sondeo mensual para su lanzamiento)



2. Creación de moldes para fabricar diferentes tipos de paletas de leche como: Tribis y Torpedo en los sabores de: Bizcocho, Fresa, Naranja, Coco y Cremosas Revestidas de Chocolate.
3. Fabricación de los “Conos Fantastic-Ice” (Cono relleno de helado con cobertura de chocolate y maní por encima, o con mermelada, envasado dentro de un cono de papel).
4. Fabricación de esquimalitos: sirup de agua envasado en fundas con sabor a: cola, merengue, naranja, piña, menta, fresa y uva.
5. Fabricación de Cremalitos: crema de helado envasada en fundas de sabor a: coco, naranja, piña, mantecado y fresa.
6. Ampliación de la variedad de oferta al consumidor de productos relacionados, tales como: chicles, paletas de dulce, agua, etc.

### **AUMENTO DE LA PRODUCCION POR HORA/ PERSONA**

Todo proceso de producción es un gran engranaje donde cada parte contribuye al aumento o disminución de la producción. Anteriormente la producción por hora/ persona era un 40 a 50 % de la capacidad instalada, sobre todo los lunes; esta situación ha cambiado significativamente, la producción por hora / persona ha aumentado de un 70 a 80 % diariamente. Actualmente el rendimiento de la producción por hora/persona es de un 95 a un 97% de la capacidad.

### **MEJORA EN LAS CONDICIONES DE LA MAQUINARIAS Y EQUIPOS**

Todas las maquinarias así como instalaciones eléctricas y equipamiento de la fábrica han sido evaluadas y eliminadas todas las condiciones inseguras. Además se mejoró significativamente funcionamiento general de los equipos y maquinarias.

### **INCREMENTO DE HIGIENE DE AREA DE TRABAJO Y EQUIPOS**

Se sistematizó el programa de higiene en toda la planta. Cada empleado al terminar su horario de trabajo limpia toda su área y maquinarias, este lavado se hace de acuerdo a un procedimiento determinado.

### **CAMBIOS EN LA FORMULACION QUIMICA DE LOS HELADOS**

Unas de las principales metas desde que se inició la aplicación de la metodología de medición y mejora de la productividad, consistía en mejorar la calidad del helado mediante la reformulación de su crema, para esto se recurrió a la asesoría de un técnico especializado en el área y luego se envió personal de la planta a entrenamientos sobre composición de fórmulas en el exterior.

Todo esto contribuyó a tomar consciencia de las cantidades que debe tener cada ingrediente dentro de la crema, además se incorporaron ingredientes adicionales que entraron a formar parte de la nueva fórmula con muy buenos resultados.



## INDICADORES DE RECURSOS HUMANOS

En esta parte de la experiencia se realizaron seminarios talleres con el personal para construir los indicadores correspondientes; los cuales permitieron identificar algunos problemas y sus soluciones, por ejemplo: tiempo perdido en el inicio de la producción diaria, no uso de los equipos de protección personal que demanda la empresa, deficiente higiene en la manipulación de los alimentos.

La implementación de las soluciones planteadas por los trabajadores generó mejoras significativas en estos aspectos. Por ejemplo: se regularizó el uso de protectores (guantes, gorros, botas, delantales, etc.) evidenciando con ello una concientización de todo el personal sobre la importancia del uso de estos.

A continuación ilustramos algunos de estos indicadores:

Objetivo: Disminuir el tiempo de inicio del proceso de producción

Nombre indicador	Valor del indicador		Puntos de efectividad	
	máximo	mínimo	positivo	negativo
Hora de inicio diario	8:00 am	11:00 am	100	100

Objetivo: reducir el tiempo por vuelta

Nombre indicador	Valor del indicador		Puntos de efectividad	
	máximo	mínimo	positivo	negativo
Minutos por vuelta	25	35	90	80

Este indicador fue manejado también en el análisis de los procesos; en el caso que nos ocupa, los trabajadores se propusieron disminuir el tiempo requerido para la preparación de mezcla, lo cual se pudo mejorar significativamente.

En el análisis del desempeño de recursos humanos, también se identificaron problemas de comunicación y actitudes negativas (resistencia a los cambios y la capacitación), sobre todo en el personal de mayor antigüedad en la empresa, además se identificaron debilidades en los niveles de supervisión, especialmente en las áreas de ventas y producción.

En este sentido, se tomaron las siguientes decisiones: Definir una estructura de ventas y contratar personal adecuado, organizar el departamento de ventas, incorporar personal nuevo para producción y salida de otros. Además se determinó la necesidad de fortalecer la gestión gerencial en todo los niveles de la empresa y en cada una de las áreas, lo cual fue suplido por el desarrollo de un programa de evaluación y capacitación.

Otras acciones que se tomaron fueron las siguientes:



Revisión del organigrama. Producto del crecimiento registrado se hizo necesario modificar el organigrama y reorientar los departamentos y sus funciones para realizar un proceso de divulgación y difusión de los cambios e iniciativas en todos los niveles de la empresa.

Esta reestructuración implicó la necesidad de incorporar nuevos puestos en las áreas de ventas, planta, recursos humanos, compras y almacenes.

En adición a lo anterior, se observó la necesidad de crear nuevos controles y redefinir los ya existentes para mejorar el funcionamiento dentro cada proceso en particular. En este sentido, se realizaron los siguientes cambios:

- Rediseño de los formularios de control del personal
- Se incorporaron cambios en la Solicitud de Empleo con el fin de tener una mejor recolección de información del solicitante, lo que hace más eficiente la depuración al momento de reclutar.

- Se crea el formulario de solicitud de permisos el cual debe ser llenado por el empleado y entregado a su jefe inmediato, este formulario deberá ser anexado al record del empleado.

- Se organizaron y actualizaron los datos de los expedientes de cada empleado.

Todos estos cambios y mejoras de los procesos administrativos y técnicos introducidos han generado mayor estabilidad del personal, más identificación del empleado con la empresa, puesto que siente que forma parte de la misma y de su desarrollo, y un incremento del nivel de cooperación y confianza entre todo el personal.

## **SISTEMA DE CAPACITACION BASADO EN COMPETENCIAS LABORALES**

Para la determinación de las competencias laborales procedimos a constituir un comité de expertos, conformado por las personas de mayor conocimiento sobre la capacidad requerida para ser productivo en las áreas escogidas.

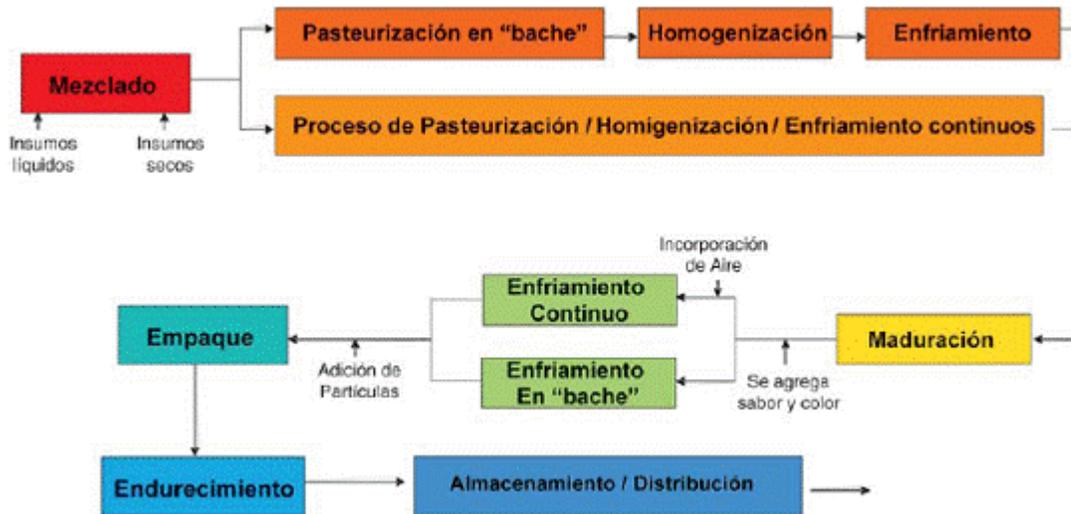
Se definieron los mapas de competencias para las áreas de ventas y de producción en dos talleres realizados con los expertos escogidos. Luego se procedió a iniciar la evaluación del correspondiente personal en esas competencias; esta fase se encuentra actualmente en progreso. A continuación veamos los Mapas Y Currículum de Competencias elaborados:

## **CADENAS PRODUCTIVAS EN LA INDUSTRIA DE LOS HELADOS.**

Una cadena productiva es el proceso que sigue un producto a través de las actividades de producción, transformación e intercambio hasta llegar al consumidor final. En la industria de lácteos y en particular en la producción de helados, el valor agregado en las etapas de distribución es particularmente significativo por lo que generalmente las empresas productoras distribuyen ellas mismas sus productos.

A continuación se muestra en forma resumida el proceso de producción de helado. Es importante mencionar que existen siete actividades principales durante el proceso: a) la mezcla de los ingredientes, b) pasteurización, c) homogenización, d) maduración, e) congelamiento, f) empaque y endurecimiento final.





**Opciones para los reyes de la casa.**

¿Las vacaciones comenzaron y no sabes qué hacer para que tus hijos pasen un rato entretenido y se alejen de la computadora o la televisión? Fantastic Ice® trae para ti helados y nieve divertidos y deliciosos para que celebres el término de este ciclo escolar. Además de disfrutar de su sabor, el helado les aportará calcio para mantener sus huesos fuertes y sanos y tu atención y compañía los hará sentir queridos. Recuerda que no hay que esperar a que lleguen los buenos momentos, ¡hay que buscarlos!

1. ¿Qué tal un helado de vainilla a media tarde? Decorado con zarzamoras y rebanadas de plátano. ¿Sabías que? La leche aporta importantes nutrimentos para el buen funcionamiento de nuestro cuerpo, como proteínas, calcio, vitaminas A y D, entre otros.



2. Para los días calurosos: Una copa de helado de fresa y yogurt Con una cuchara suaviza y bate un poco de Helado de Fresa Fantastic Ice. Rellena una copa con una capa de helado, una de yogurt natural y otra de fresas picadas. Repite la operación hasta llenar la copa. Decórala con fresas rebanadas. ¿Sabías que? La fresa es una de las frutas con mayor contenido de vitamina C. Esta vitamina nos ayuda a absorber mejor el hierro de los alimentos que consumimos.



3. Un delicioso postre. Canasta de helado de chocochips Coloca una bola de Helado Chocochips Fantastic Ice® dentro de una canasta de barquillo. Decórala con rebanadas de plátano y frambuesas. ¿Sabías que? El calcio es el mineral que se encuentra en mayor cantidad en nuestro cuerpo y nos ayuda al funcionamiento del corazón, músculos, nervios y huesos.



4. Paletas de coco y fruta hechas en casa Con una cuchara suaviza el Helado de Coco Fantastic Ice®. Agrega medio vaso de leche y una taza de fresas y piña picada. Rellena vasos desechables con la mezcla, introduce palos para paleta al centro y congela. ¿Sabías que? El coco contiene minerales como el magnesio. Junto con el calcio, el magnesio ayuda a mover todos los músculos del cuerpo.



5. ¿Qué tal un sándwiches dulce de helado de nuez y almendras? Divide galletas de chocolate a la mitad y rellénalas con una cucharada de Helado de Nuez y Almendra Fantastic Ice®. Guárdalas en un recipiente y mantenlas en el congelador. ¿Sabías que? Las nueces tienen grasas omega 3 y 6 (consideradas grasas saludables) que pueden contribuir a la salud cardiovascular.



6. Para después del desayuno: panqués rellenos de helado de coco y chocolate Corta la parte superior de 4 panqués, rellénalos con una bola de Helado de Coco y Chocolate Fantastic Ice®.



7. Decora con moras y fresas en rebanadas. ¿Sabías que? El grano de cacao con el que se prepara el chocolate contiene antioxidantes. Éstos nos ayudan a cuidar todas nuestras células.

8. Para media tarde y mientras ven una película: Un tiramisú helado Disuelve 4 cucharadas de café soluble en agua. Remoja galletas tipo Marías dentro del café y colócalas en un refractario. Cubre las galletas con una capa de Helado Capuchino Fantastic Ice®. Repite la operación y decora con chocolate rallado. ¿Sabías que? La leche es fuente de proteínas que, entre otras funciones, nos ayudan a construir y mantener los músculos de nuestro cuerpo.



8. Y para el desayuno: una malteada de chocolate y plátano En una licuadora agrega un vaso de leche 2 bolas de Helado de Chocolate Fantastic Ice ® y un plátano. Licúa y sirve tu malteada en vasos altos. Rinde 2 vasos de 200 ml. ¿Sabías que? Entre otros nutrimentos, la leche nos aporta calcio, vitamina B2 y vitamina B12; el plátano vitamina C y el chocolate energía. Juntos hacen un buen equipo aportando nutrimentos que nos ayudan a estar fuertes y saludables.



9. Para la merienda: bolitas de helado napolitano cubiertas de cereal Haz bolitas de Helado Napolitano Fantastic Ice®, cúbrealas en cereal tipo granola y congélaslas inmediatamente en un contenedor cerrado. Puedes decorarlas con tiritas de chocolate.



### MARCA Y LOGOTIPO



Av. Juárez No. 15, Col. Centro, Mixquiahuala de J. Hidalgo.  
email: [fantastic-ice@live.com.mx](mailto:fantastic-ice@live.com.mx) tel: 7721121427

El logotipo que identifica a la empresa Fantastic-Ice es un diseño colorido y llamativo que muestra colores pasteles para identificar de manera intrínseca los sabores, variedad y diseño de los productos.



## SLOGAN

El slogan que se maneja para Fantastic-Ice es: **“El helado de los dioses, deleita tu paladar”** muestra el nivel en el que nuestros clientes podrán sentir al deleitar alguno de nuestros productos.

## RIESGOS Y OPORTUNIDADES

La implicación de la **PYME** en la mejora del impacto económico, social y ambiental de la actividad empresarial es fundamental. Esta implicación puede, además, ser muy beneficiosa para aquellas PYMES que sepan aprovechar la creciente demanda de sostenibilidad o responsabilidad social como una oportunidad y no como una amenaza. Pero ello requiere reconocer las nuevas tendencias que empiezan a emerger.

Si bien hasta ahora estas tendencias han afectado principalmente a las grandes empresas, a medida que éstas tratan de asegurar la sostenibilidad de sus cadenas de aprovisionamiento y distribución como parte de sus estrategias de responsabilidad social y de reputación corporativa, las PYMES, que constituyen sus principales proveedores y subcontratistas, empiezan a verse afectadas por nuevas demandas de los clientes que solicitan la puesta en marcha de medidas de gestión más sostenibles. El último informe elaborado para conocer la evolución de la Responsabilidad Social de las empresas en México) señala que un 50% de las empresas tienen en consideración cuestiones éticas en la selección de proveedores y un 30% integran proactivamente consideraciones éticas en la valuación de proveedores (es decir, no sólo considerando negativamente a los proveedores ante incidentes éticos de los que se tenga conocimiento sino mediante cuestionarios, auditorías y medidas similares).

Las demandas de los consumidores también están aumentando. El último informe elaborado en el 2006: Evolución de la Responsabilidad Social de las empresas en México) señala que “para los ciudadanos mexicanos, la RSE es el segundo factor en importancia a la hora de valorar positivamente una empresa por detrás del factor servicio (calidad, precio, atención) y por delante de los resultados (beneficios, expansión, etc.)”, destacando “que se considera claramente más importante la ética que los resultados financieros” y considera que la “RSE debe ser uno de los aspectos prioritarios de gestión empresarial”. También remarca que “9 de cada 10 consumidores estarían dispuestos a penalizar actitudes corporativas irresponsables [...] mediante la negativa a consumir sus productos”.

Tampoco las administraciones públicas son ajenas a estas tendencias. En México, el gobierno ha asumido el compromiso de promulgar una ley sobre la RSE y para ello ha promovido diversos foros para discutir con las empresas y las organizaciones sociales el marco de regulación y/o promoción de la RSE más conveniente para el país. El Gobierno anunció a finales de marzo que prepara una norma que incentive el compromiso de las empresas con la sociedad y el medio ambiente. La norma exigirá a las compañías receptoras de ayudas públicas que cumplan determinados preceptos sociales y ambientales y establecerá incentivos económicos para las que acrediten buenas prácticas, especialmente en el caso de las PYMES, que se verán progresivamente afectadas por nuevas demandas de las administraciones públicas, derivadas de normas pero también de un mayor interés por la contratación pública sostenible.



El creciente interés de clientes y consumidores y administraciones públicas por la sostenibilidad y por la responsabilidad social empresarial (RSE) supone riesgos y oportunidades para las empresas más pequeñas a medida que exigen una mayor implicación del sector empresarial en la resolución de problemas sociales y ambientales.

Existen numerosos ejemplos de empresas de todos los tamaños y sectores que han sabido innovar y desarrollar ventajas competitivas al tomar la RSE como una oportunidad y no como una amenaza, respondiendo a esta mayor demanda de sostenibilidad con procesos, productos y servicios que abordan necesidades ambientales y sociales y mejorando sus relaciones con clientes, empleados, proveedores e inversores. Pero ello requiere conocer de donde vienen las presiones para el cambio, e innovar para anticiparse al mercado y a las nuevas tendencias que empiezan a emerger.

### Beneficios y principios

Generalmente, las motivaciones de las empresas para adoptar prácticas más responsables responden a la motivación de contribuir al bien común (Principios) o conseguir un beneficio o evitar una pérdida (Beneficios). Si bien existe una tendencia a considerar que en la actividad económica principios y beneficios son conceptos excluyentes no tiene porque ser así. Es posible asumir prácticas de sostenibilidad que permitan simultáneamente crear valor social y/o ambiental para la sociedad y valor económico para la empresa.

- Principios  
*"El argumento moral sostiene que el principio debe preceder al beneficio, aunque los dos no estén reñidos [...]. La razón por la que las empresas no matan o envenenan deliberadamente a las personas no es porque podría ser perjudicial para el negocio sino porque es algo que no se debe hacer.*
- *El fraude, la mentira y la contaminación no son aceptables, independientemente de que se descubran o no y de que puedan dar lugar a daños financieros. En otras palabras, las compañías deben de obrar bien porque es lo que deben hacer no porque sea rentable. El punto de partida debe ser el principio no el beneficio"*

- Beneficios  
 La Gestión sostenible o responsable puede aportar beneficios a las empresas. El último informe elaborado en el 2006: Evolución de la Responsabilidad Social de las empresas en España) señala que El 68% de las empresas mexicanas entiende que la responsabilidad social aporta ventajas a la gestión empresarial. Agrupando estas ventajas pueden distinguirse tres tipos: ventajas que aportan eficiencia en la gestión, ventajas otorgadas a la marca e imagen de la empresa y ventajas que revierten sobre los valores y el entorno de la organización: la categoría más repetida tiene que ver con eficiencia en la gestión (44%), la generación de marca y reputación en segundo lugar (25%). Los valores en relación con el entorno (22%) vendrían en tercer lugar.



<b>EFICIENCIA EN LA GESTIÓN</b>	<b>44,10%</b>
Mejora clima organización	14,70%
Competitividad	11,80%
Mayor productividad	8,40%
Más beneficios económicos	5,10%
Mejoras en la gestión	4,10%

<b>MARCA Y VISIBILIDAD</b>	<b>25,60%</b>
Reputación	21,80%
Marca/Fidelización	3,80%

<b>VALORES Y ENTORNO</b>	<b>22,50%</b>
Más aceptación /credibilidad ante la sociedad	11,90%
Contribuir al desarrollo sostenible	7,40%
Tranquilidad / sentirse responsable	3,20%

Con objeto de acercar a las PYMES a la gestión basada en criterios de sostenibilidad o responsabilidad social, se propone un Sistema de Gestión de la sostenibilidad (SGS) basado en el modelo de gestión EMAS plus, que incorpora los aspectos sociales y económicos a los aspectos ambientales considerados en el Reglamento EMAS, formando un sistema integrado de gestión.

La implantación de este sistema de gestión sostenible permite:

1. Desarrollar un sistema de trabajo basado en la eficacia y la eficiencia.
2. Garantizar que haya un único sistema de gestión en el que estén integrados los aspectos ambientales, sociales y económicos evitando la presencia de sistemas paralelos o subordinados.
3. Sistematizar y documentar los procesos internos de medición y control de los aspectos ambientales, económicos y sociales de la organización.
4. Facilitar un proceso de seguimiento en el seno de la organización basado en el cumplimiento de la normativa legal vigente y en el enfoque permanente de la sostenibilidad.
5. Facilitar la transparencia y comunicación, por medio de la publicación del informe o memoria de sostenibilidad.

El proceso de implantación del SGS está estructurado en seis pasos:



\* Paso 1. Diagnóstico de Sostenibilidad: Conocimiento del estado actual

El primer paso consiste en llevar a cabo un diagnóstico de sostenibilidad para poder conocer con exactitud el estado inicial de la organización en cuanto a los aspectos ambientales, sociales y económicos asociados a sus actividades, productos y servicios.

\* Paso 2. Política de Sostenibilidad: Compromiso de la organización

La Política de Sostenibilidad es el documento público con el que la organización hace explícito sus compromisos ambientales, sociales y económicos.

\* Paso 3. Programa de Mejora: Planificación estratégica y operativa

El tercer paso es la elaboración de un programa de mejora, documento que detalla los objetivos y metas establecidos para mejorar los impactos de sostenibilidad de la organización. Debe estar en sintonía con los aspectos ambientales, sociales y económicos significativos y la Política de Sostenibilidad.

\* Paso 4. Implantación del SGS: Despliegue de las acciones de mejora

Este paso incluye seis componentes específicos:

1. Definición y documentación de la estructura y responsabilidades que regulan el funcionamiento del sistema de gestión;
2. Formación, sensibilización e implicación de los trabajadores;
3. Comunicación con los grupos de interés;
4. Gestión de la documentación;
5. Control de las actividades con objeto de reducir su impacto negativo respecto a los aspectos ambientales, sociales y económicos; y
6. Plan de emergencia y capacidad de respuesta, que desarrolla los pasos a seguir en caso de accidentes e incidentes.

\* Paso 5. Revisión interna y externa: evaluación del funcionamiento del sistema

Este proceso se lleva a cabo en 5 etapas:

1. Seguimiento y medición de los indicadores de sostenibilidad;
2. No conformidad, acción correctiva y preventiva;
3. Auditoria interna;
4. Revisión por la dirección; y
5. Auditoria externa.

\* Paso 6. Memoria de Sostenibilidad: Comunicación del desempeño de la organización y rendición de cuentas ante los grupos de interés

La memoria de sostenibilidad es un documento de carácter público en el que la organización expone su desempeño en los aspectos ambientales, sociales y económicos.

Uno de los objetivos del Sistema de Gestión Sostenible (SGS) es mejorar la comunicación con los grupos de interés con objeto de responder satisfactoriamente a sus expectativas, mejorar su



satisfacción y acceder a información que pueda ser utilizada por la empresa para crear valor económico y social.

Los grupos de interés, partes interesadas o *satkeholders*, son aquellos interesados o afectados, directa o indirectamente, por las operaciones de la organización. Se pueden dividir en grupos de interés internos y externos.

- Grupos de interés internos: son los grupos que pertenecen a la estructura interna de la empresa.
  - Accionistas
  - Trabajadores
- Grupos de interés externos: aquellos que no pertenecen a la estructura interna de la empresa.
  - Clientes/Consumidores
  - Proveedores
  - Competencia
  - Administraciones públicas
  - Entorno social
  - Entorno medioambiental

La relación de una organización con sus grupos de interés debería regirse por una serie de principios, entre otros:

<b>Relación con los grupos de interés</b>	
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recuperación de su inversión con rentabilidad</li> <li>• Información transparente y periódica</li> </ul>
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Retribución justa</li> <li>• Velar por su seguridad y salud</li> <li>• Derecho de sindicación y negociación colectiva</li> <li>• Desarrollo profesional</li> <li>• Igualdad de oportunidades y no discriminación por razón de sexo, origen, discapacidad, etc.</li> <li>• Buen clima laboral</li> <li>• Conciliación vida laboral y personal</li> </ul>
Clientes/Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poner en el mercado productos seguros y de calidad a un precio razonable que cubran sus necesidades y expectativas</li> <li>• Facilitar información respecto a la composición del producto, peligros, forma de uso, etc.</li> <li>• No realizar publicidad engañosa</li> <li>• Establecer mecanismos de recepción y resolución de consultas, quejas, reclamaciones, etc.</li> </ul>
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homologar aquellos proveedores con buenas prácticas ambientales y sociales</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir los contratos establecidos</li> <li>• Establecer una duración duradera basada en la confianza que permita la mejora de los productos y servicios contratados</li> </ul>
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respeto a la libre competencia</li> <li>• Respeto de los derechos de propiedad</li> <li>• No difusión de información falseada</li> <li>• Colaboración en asuntos de interés común</li> </ul>
Administraciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con la legislación</li> <li>• Cooperación para mejorar el desarrollo de las comunidades en las que opera la organización</li> </ul>
Entorno social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromiso con el desarrollo local</li> <li>• Vigilancia e información sobre las operaciones que se realizan de forma que éstas no supongan una amenaza para las personas</li> </ul>
Entorno medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adoptar un enfoque de precaución en el desarrollo de procesos y comercialización de productos y servicios, con el objeto que sean seguros y justos, y no supongan una amenaza para el entorno medioambiental y social</li> </ul>

La transparencia, es decir la publicación de información por parte de una empresa (o de una administración pública u organización no lucrativa) respecto a su impacto económico, ambiental y social es un componente fundamental de su interacción con los grupos de interés. Esta transparencia puede ejercerse a través de la publicación de una memoria de sostenibilidad. Una memoria de sostenibilidad es un documento público, elaborado voluntariamente por una organización, en el que facilita información sobre su actuación respecto a los aspectos económicos, ambientales y sociales de su gestión. Una memoria de sostenibilidad deberá proporcionar una imagen equilibrada y razonable del desempeño en materia de sostenibilidad por parte de la organización informante, e incluirá tanto contribuciones positivas como negativas.

La elaboración de una memoria de sostenibilidad comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible. "La elaboración de memorias de sostenibilidad" es un término muy amplio que se considera sinónimo de otros términos también utilizados para describir la información relativa al impacto económico, ambiental y social (por ejemplo, triple cuenta de resultados, informes de responsabilidad corporativa, etc.).

Para informar sobre este impacto de una forma clara, se necesita un marco de trabajo común a nivel mundial, con un lenguaje uniforme y parámetros comunes que sirvan para comunicar con transparencia el desempeño respecto a las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad. La organización Global Reporting Initiative (GRI) ha desarrollado un marco de trabajo común para la elaboración de memorias de sostenibilidad que es utilizado mundialmente por organizaciones con



independencia de su tamaño, sector, ubicación o naturaleza. Este marco se materializa en una Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad que puede descargarse de su [página web](#). Se espera que **la Guía GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad** sirva como marco generalmente aceptado para informar acerca del desempeño económico, ambiental y social de una organización. Ha sido diseñado para ser utilizado por las organizaciones, con independencia de su tamaño, sector o localización. Tiene en cuenta las consideraciones prácticas a las que se enfrentan una amplia gama de organizaciones, desde las pequeñas empresas hasta aquellas con gran volumen de operaciones que operan en distintas áreas geográficas al mismo tiempo.

