

<b>Nombre del Alumno:</b> Kevin Alexis Uriegas López		<b>Matrícula:</b> 8495
<b>Asignatura:</b> Planeación y Organización del Trabajo <b>Carrera:</b> Ingeniería en Tecnologías de la Información y Comunicación. <b>Grupo:</b> ITI08		<b>Profesor:</b> L.A. Aarón Favian Villanueva Roble
<b>Tema:</b> Unidad 2 y 3: Organización del trabajo (2) y Análisis y Evaluación (3)		<b>Actividad:</b> PROYECTO 2DO_PARCIAL
<b>Fecha:</b> 29-Marzo-2019		
<b>Bibliografía:</b> Consultores, Z. (20 de agosto de 2016). zeusconsult. Obtenido de zeusconsult: <a href="http://www.zeusconsult.com.mx/arttfoda.htm">http://www.zeusconsult.com.mx/arttfoda.htm</a> Vargas, M. (1 de diciembre de 2017). OCC. Obtenido de OCC: <a href="https://www.occ.com.mx/blog/que-es-un-analisis-foda-y-como-se-hace/">https://www.occ.com.mx/blog/que-es-un-analisis-foda-y-como-se-hace/</a>		

## **Sigma Alimentos (FODA)**

### **Fortalezas**

Excelente imagen corporativa.

Distribución Refrigerada, pilar estratégico para el modelo de negocio de Sigma Alimentos S.A. de C.V.

Sigma Alimentos S.A. de C.V tiene una fuerte presencia en los mercados de carnes frías, lácteos y comida preparada congelada en México.

Amplio portafolio de productos y marcas, que le permite acceder a segmentos específicos de mercado.

### **Oportunidades**

Fortalecimiento de la posición competitiva en México para aprovechar el crecimiento del mercado.

Búsqueda de penetración en el mercado hispanoamericano en los Estados Unidos.

Expansión en Centroamérica y el Caribe

### **Debilidades**

Mínima diversificación de medios en términos de publicidad.

La compañía a la fecha no cuenta con patentes registradas aún se encuentran en trámite en México y en el extranjero.

El salario de los empleados sindicalizados conforme a los contratos colectivos de trabajo se revisa anualmente, mientras que otras prestaciones se revisan cada dos años.

### **Amenazas**

La estructura de costos de Sigma Alimentos S.A. de C.V la hacen sensible a la fluctuación cambiaria.

Sigma Alimentos S.A. de C.V opera en industrias fragmentadas y competitivas, lo que dificulta transferir en totalidad el incremento de costos al consumidor.

Influencia significativa de Alfa puede generar incertidumbre sobre cuestiones financieras.

## **Sigma Alimentos (*Balanced Scorecard*)**

### **Desempeño del personal y del grupo:**

En Sigma Alimentos estamos convencidos de que la capacitación de nuestro personal es fundamental para el buen desempeño de sus funciones y su superación personal y profesional.

Constantemente se tienen cursos de capacitación para todo el personal operativo, se cuenta con un promedio de 4 cursos por mes en las distintas áreas de operarios.

En Sigma Alimentos basamos el trato entre nuestro personal, por eso contamos con una regla de oro, que se las compartimos a nuestro personal el primer día de trabajo:

“Se evitará la falta de respeto entre compañeros de trabajo, procurando conservar un buen ambiente laboral y fomentar el diálogo”

En cuanto a la capacitación en derechos humanos se refiere, se impartieron un total de 104,994 horas del CUSUPE (Curso de Superación Personal) a nivel mundial, a personal administrativo y operativo, supervisores, ejecutivos y directores. En el mismo sentido, se llevaron a cabo otros cursos no vinculados al nivel de empleo, entre los que se incluyen 1,208 horas de formación en Estados Unidos sobre el tema de derechos humanos.

La seguridad de nuestros colaboradores es de primordial importancia para Sigma Alimentos. Es así que continuamos trabajando a través de nuestro modelo de gestión de prevención de riesgos laborales creado en 2006 y cuyo objetivo es el de homologar las actividades y procedimientos de seguridad en todas las operaciones. Dicho modelo integra las prácticas definidas por la Occupational Safety and Health Administration (OSHA).

En Sigma Alimentos sabemos que, para elevar los niveles de seguridad y productividad de nuestra empresa, es importante que nuestros colaboradores estén en buenas condiciones físicas y de salud.

Por ello, a lo largo del año hemos llevado a cabo una serie de eventos en diversas instalaciones, todos ellos con el único objetivo de promover estilos de vida saludable entre nuestros colaboradores y sus familias.

Cabe destacar un evento anual que es realizado en nuestras instalaciones, que consta de un par de días, con actividades que promueven la convivencia entre las familias de nuestro personal, para eso se lleva a cabo actividades como bailes, o torneos deportivos, por citar un ejemplo.

### **Resultados del proceso**

Nuestros clientes y consumidores son la esencia por la cual existimos. Su satisfacción es esencial para nuestro éxito. Por lo tanto, la calidad e inocuidad de Nuestros productos, así como Nuestro servicio son el principal compromiso con ellos.

Ofrecemos al público en general productos alimenticios desde la gama básica hasta la complementaria. Tenemos el firme compromiso de informar a nuestros consumidores de los valores nutritivos de cada uno de nuestros productos.

Nos comprometemos a poner a disposición del público nuestros productos en todos los canales en donde operamos en cantidad suficiente, garantizando su frescura y su recogido oportuno. Nuestros clientes son nuestros aliados estratégicos y por ello nos esforzamos para que nuestra propuesta de negocio propicie su crecimiento y desarrollo.

En nuestro trato con clientes no hay cabida para ningún tipo de corrupción, soborno, favoritismo o cualquier actividad que sea contraria a las buenas costumbres o atente contra la salud de la población.

En Sigma nos aseguramos de medir nuestro desempeño y de impulsar el crecimiento de nuestra cadena productiva, el cuidado del medio ambiente y la responsabilidad con las

sociedades, comunidades y consumidores. Nuestro modelo de trabajo está basado en cuatro pilares: Salud y Nutrición, Medio Ambiente, Bienestar y Economía.

Permanecemos en una búsqueda constante de alianzas a largo plazo con nuestros clientes, las cuales nos benefician a todos. Continuamos enfocados en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas a través de capacitación y consultoría especializada con el objetivo principal de mejorar su productividad y la profesionalización de los mismos, buscando con esto mejorar sus ingresos y ganancias.

### **Metas Financieras**

La utilidad de operación aumentó 36.9%, con una expansión de 90 puntos base en el margen, atribuible a menores gastos de reestructura en Estados Unidos, a un cargo no monetario en 2014 y a las eficiencias de distribución en México.

La UAFIDA ajustada creció 26.9%, registrando una expansión de 210 puntos base en el margen de Norteamérica y un margen récord en México. La utilidad neta mayoritaria registró un aumento de 47.0%, en tanto que el margen se expandió 50 puntos base. En el cuarto trimestre, la utilidad neta mayoritaria incrementó 231.4%.

Durante 2015, la utilidad bruta creció 18.2%, con una expansión de 50 puntos base en el margen, como resultado de menores costos de las materias primas en la mayoría de las regiones. En el cuarto trimestre, mayores costos indirectos de producción y un dólar estadounidense más fuerte, el cual tuvo un impacto en los costos de las materias primas en México derivaron en una contracción de 210 puntos base en el margen.

**Indicadores de desempeño:**

<b>Visión</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Desempeño Clave</b>
Somos una empresa con marcas líderes y confiables para nuestros consumidores	Desarrollar productos, categorías y marcas de la más alta calidad, en sintonía con las necesidades de los consumidores, que satisfagan sus preferencias, y generen conciencia de marca y lealtad.	Ventas netas; participación de mercado; índice de salud del portafolio de productos e indicadores de preferencia.
Una empresa innovadora que mira hacia el futuro	Lograr avances innovadores en productos y procesos invirtiendo en investigación y desarrollo, estableciendo alianzas con universidades y organizaciones no gubernamentales, e identificando oportunidades a lo largo de la cadena de valor para reducir nuestra huella de carbono e hídrica, eliminar desperdicios y compartir e implementar las mejores prácticas.	Emisiones de CO <sub>2</sub> ; uso eficiente de combustibles; consumo energético; tasa de innovación.

**Tabla 1**

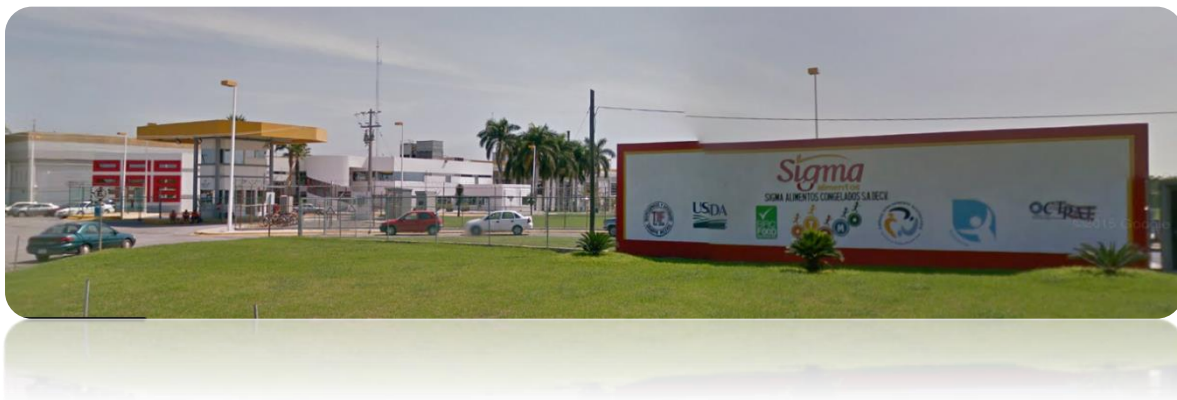
**Propuesta:**

<b>Perspectiva</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Indicador</b>	<b>Meta</b>	<b>Iniciativa</b>	<b>Responsable</b>
<b>Financiera</b>	Crecimiento Nuevos Clientes Mejora Estructura costes	Facturación Costos Producción	Facturación Reducción Costes	Plan Comercial Mejorar Procesos	<b>X</b>
<b>Cliente</b>	Incrementos ingresos por cliente. Nuevos Clientes	Factor/Cliente Nuevos Clientes	Incremento Factor Cliente Numero Clientes por año.	Mejora Procesos de Servicio Nuevas Sucursales	<b>X</b>
<b>Interna</b>	Nuevos Productos Mercado Capacidad Producción	Nuevos Productos Unidades/Día	XX por año Incremento XX/día.	Mejora procesos Plan de Inversiones	<b>X</b>
<b>Personas</b>	Nuevas habilidades Compromisos personales	Horas/Formación Retribución por objetivos	Xx horas Xx objetivos	Programa de Formación Plan Incentivos	<b>X</b>

**Tabla 2**

## Evidencia

Por cuestiones de privacidad y políticas internas de la empresa se prohibieron tomar fotografías dentro de la empresa.



**Figura 1**

Durante la realización de esta actividad pudimos aplicar todo lo visto durante el tetramestre, además nos ayudó mucha esta actividad porque es aplicado en un campo laboral y esto nos genera un poco de experiencia.