



## MINICOMPAÑÍA

### » DEFINICIÓN DE MINICOMPAÑÍA

*Un modelo para la gestión autónoma de pequeñas unidades de la empresa con actividades y objetivos comunes (un proceso o parte de un proceso).*

*Basa su actuación en la gestión con datos de su actividad y en la implicación y trabajo en equipo de sus empleados para el logro de objetivos comunes, centrados en la mejora de la satisfacción del cliente, la eficiencia y el funcionamiento interno.*

*Cada unidad, área o taller, se constituye como una pequeña “compañía” dentro de la empresa que comparte objetivos y resultados con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes internos y externos.*



SIGUIENTE



INICIO

# MINICOMPAÑÍA



## » MINICOMPAÑÍA

- Qué** → Un modelo de gestión autónoma.
- Dónde** → Que se desarrolla en pequeñas unidades, talleres, secciones o departamentos de la empresa.
- Para qué** → Conseguir objetivos compartidos de satisfacción de sus clientes externos e internos.
- Cómo** → Mediante la implicación y participación de todos sus empleados en el control y la mejora continua de todos los procesos y actividades de la unidad.
- Quiénes** → Todos



SIGUIENTE



INICIO



# MINICOMPAÑÍA

MINICOMPAÑÍA	
ES	NO ES
Un modelo de gestión autónoma que integra y articula el conjunto de las actividades del área	La segmentación de la empresa en unidades de negocio independientes o estancas
Una iniciativa para "devolver" el protagonismo al "lugar donde se añade valor"	Una iniciativa para la organización de los recursos humanos o materiales de la empresa
Una forma de abordar la mejora continua en la actividad diaria	Una respuesta a los retos de mejora fundamental de la empresa
Un enfoque sistemático para gestionar con carácter permanente las actividades	Un proyecto de mejora de duración determinada
Una estrategia para incorporar el trabajo en equipo en la cultura de la empresa	Una variedad de grupos de participación (círculos de calidad, grupos de mejora, grupos autónomos)
Un marco para canalizar la contribución de los individuos y de los grupos de participación	Una "herramienta" de Calidad Total
Un planteamiento para promover el desarrollo organizativo y la descentralización coordinada	Una reestructuración organizativa o un cambio en el organigrama de la empresa



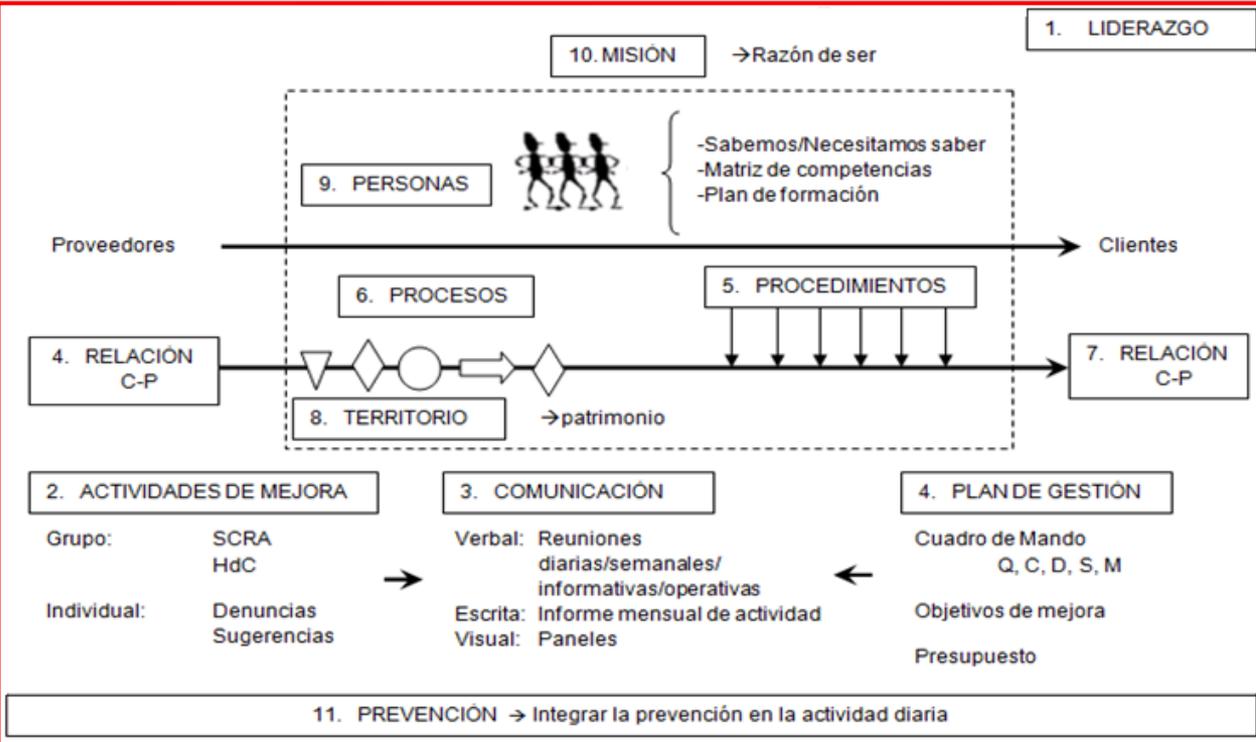
SIGUIENTE



INICIO



# MINICOMPAÑÍA



Cada unidad, área o taller, que se constituye como una pequeña fábrica dentro de la empresa con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes internos y externos, mediante la implicación y participación de TODO su personal en la mejora continua de su actividad diaria, teniendo objetivos comunes y compartiendo resultados y logros.



# MISIÓN





# MISIÓN

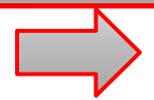
## » DEFINICIÓN

Establecer el propósito o razón de ser de la unidad.  
Identificar lo que une y da identidad a las personas del área.

¿Para qué estamos?



- Alineada con la Misión de la empresa
- Orientada al cliente
- Hecha por el personal



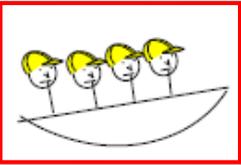
SIGUIENTE



INICIO



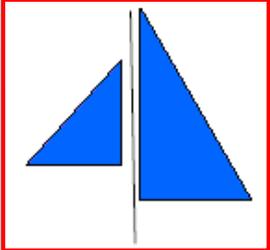
# MISIÓN



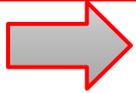
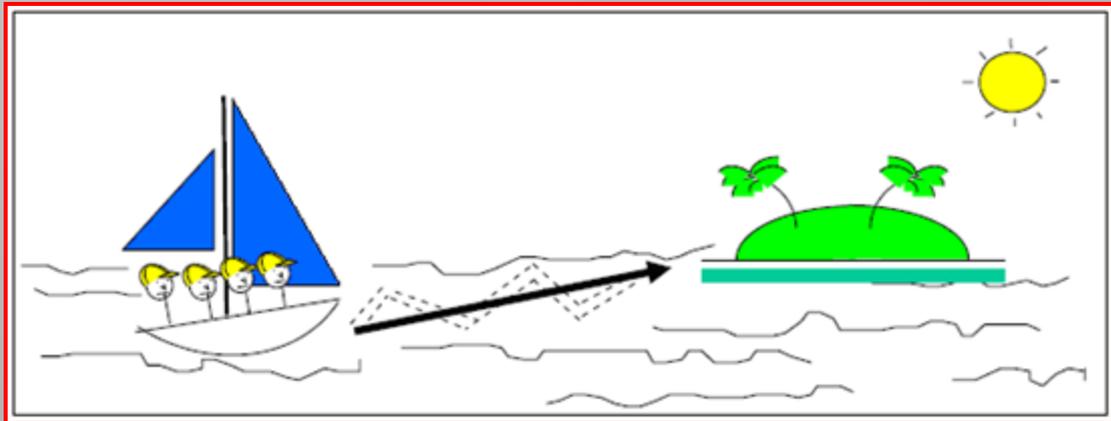
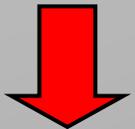
¿QUIÉNES SOMOS?



¿QUÉ QUEREMOS HACER?  
¿A DÓNDE QUEREMOS IR?



¿CÓMO LO HAREMOS?

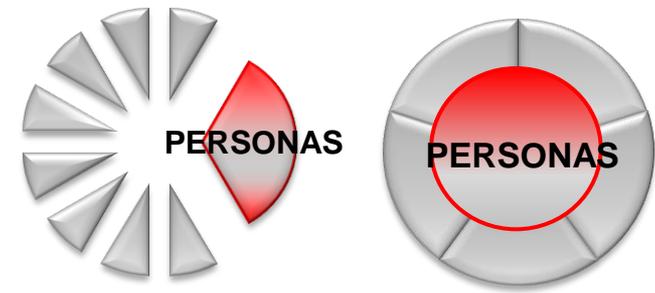


SIGUIENTE



INICIO

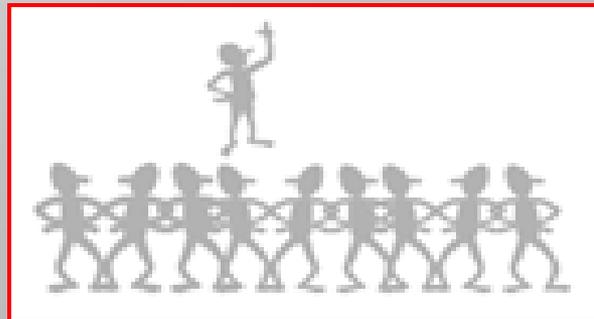
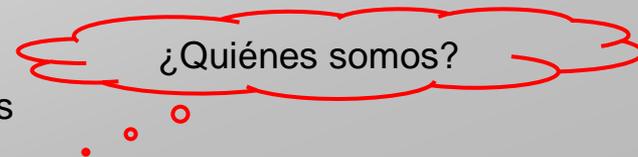




# PERSONAS

## » DEFINICIÓN

Conocer qué personas y qué habilidades y competencias tienen o deben tener para lograr la misión.



Matriz de Competencias

	T	G	A
	I		
	L		
	U		
	O		

- Polivalencia (auto calidad, autocambio, automantenimiento...).
- Policompetencia.

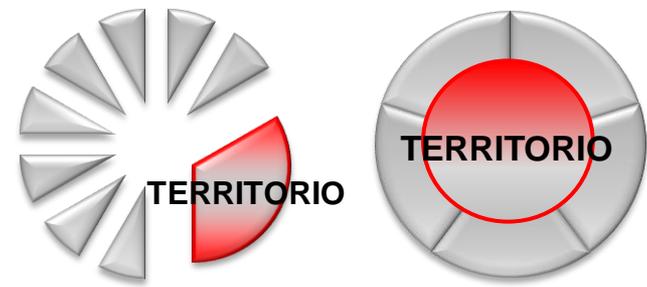


SIGUIENTE



INICIO



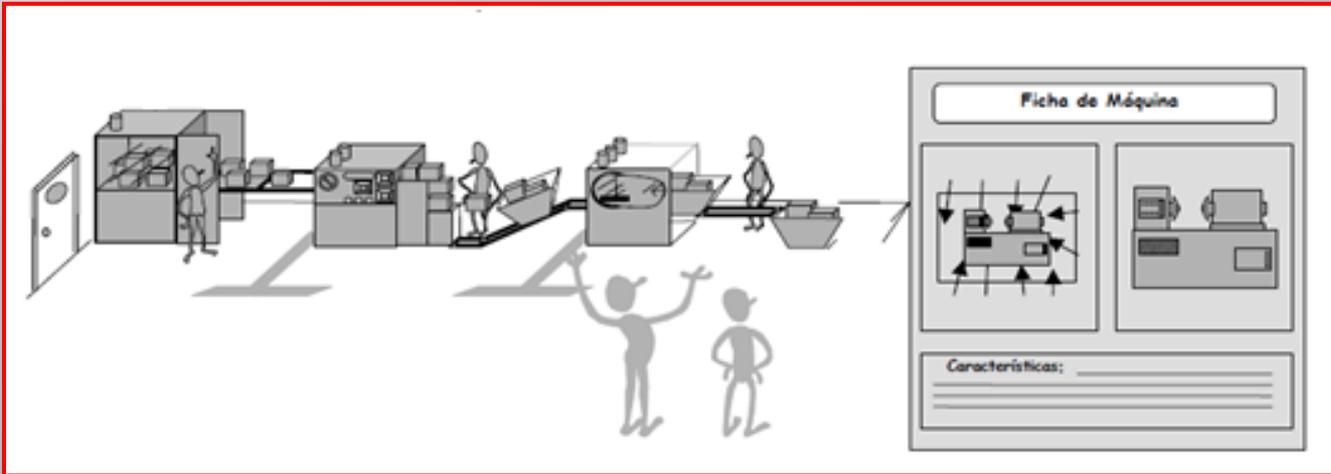


# TERRITORIO

## » DEFINICIÓN

Clarificar el entorno de donde se realiza el trabajo y definir los medios necesarios (“sentido de propiedad y de pertenencia”).

¿Dónde trabajamos?



- Layout de instalaciones.
- Inventario de activos.



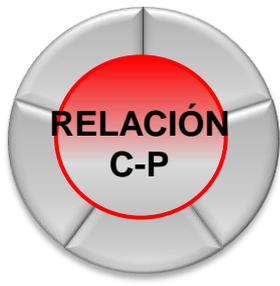
SIGUIENTE



INICIO

**RELACIÓN  
C-P**



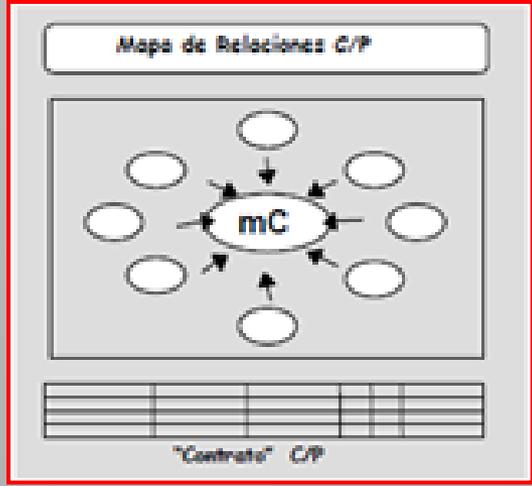
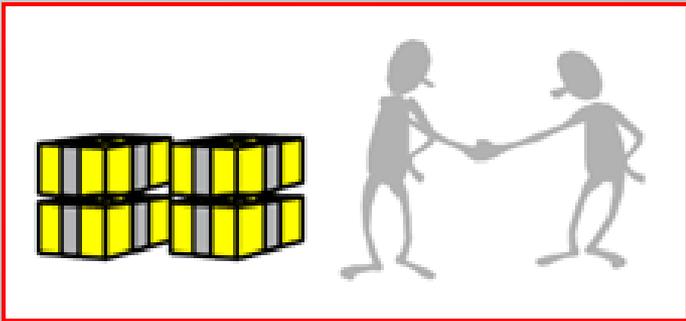


# RELACIÓN CLIENTE - PROVEEDOR

## » DEFINICIÓN

Desarrollar orientación al cliente y clarificar las relaciones con los clientes y proveedores internos/externos.

¿A quién vendemos y compramos "productos"?



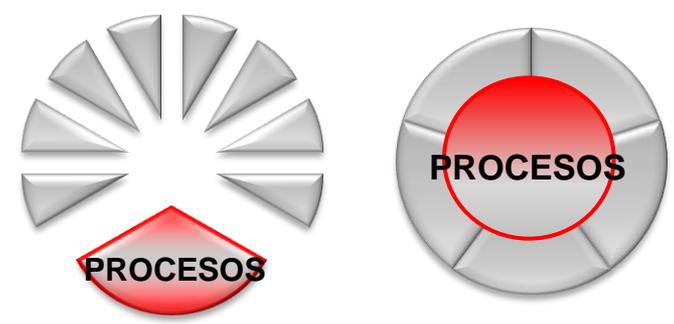
- Conocer las necesidades verdaderas.
- "Contratos" cliente/proveedor.





**PROCESOS**

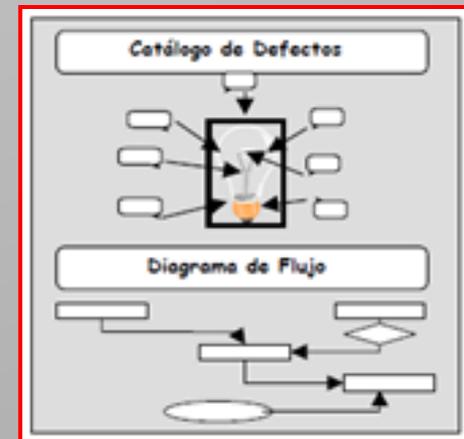
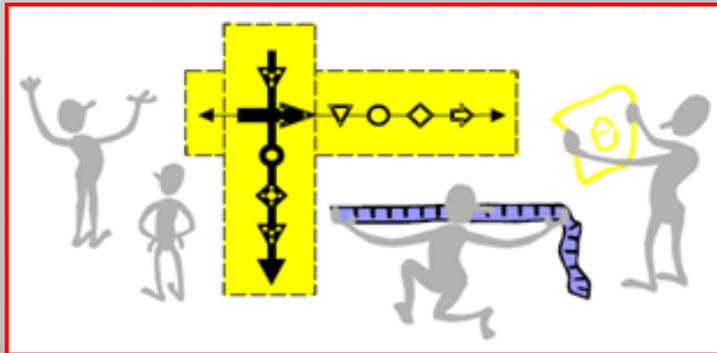
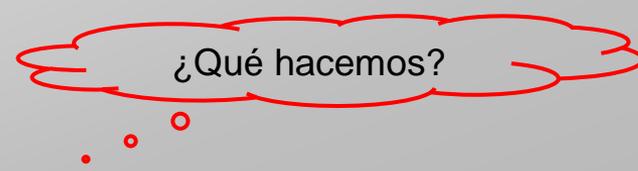




# PROCESOS

## » DEFINICIÓN

Identificar las etapas del proceso y conocer donde se “añade valor” y donde está el “desperdicio”.



- Productos.
- Diagramas de proceso y actividades.
- Hojas de datos.



SIGUIENTE



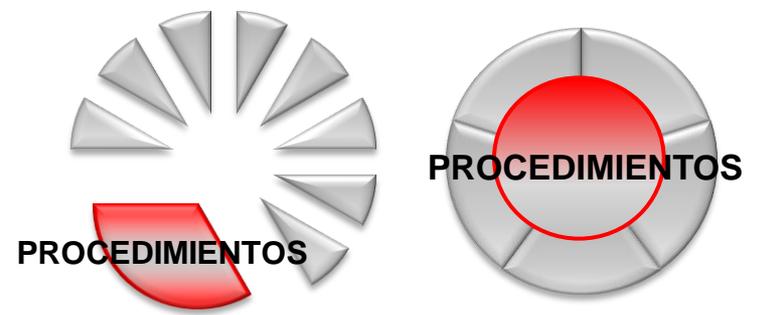
INICIO



**PROCEDIMIENTOS**

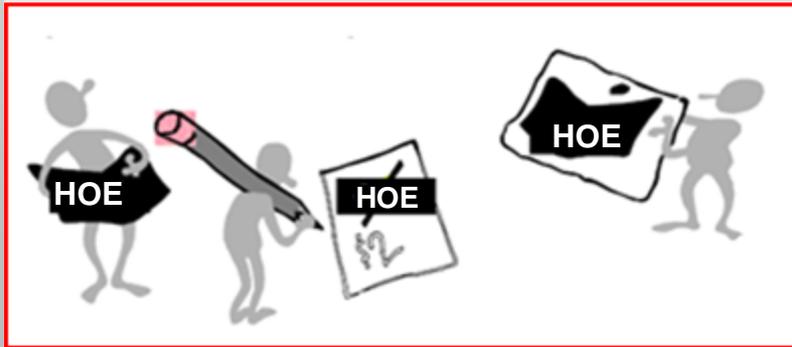
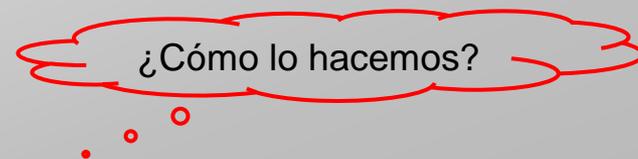


# PROCEDIMIENTOS



## » DEFINICIÓN

Unificar criterios para realizar de forma eficiente las operaciones del proceso.



- Normas y estándares.
- Procedimientos e Instrucciones Especiales



SIGUIENTE



INICIO

**PLAN DE  
GESTIÓN**

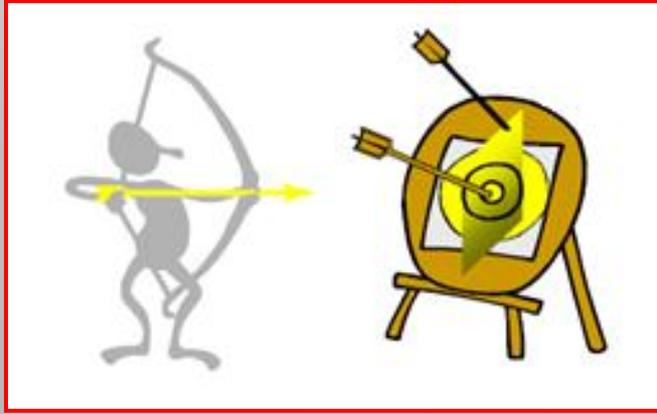
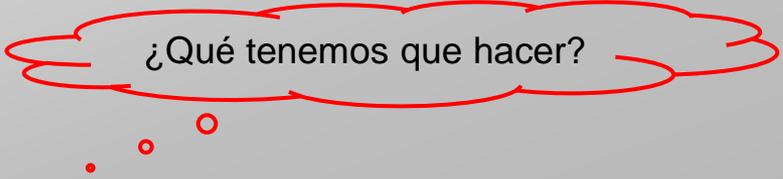


# PLAN DE GESTIÓN

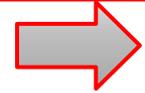


## » DEFINICIÓN

Coordinar esfuerzos, priorizar recursos hacia lo fundamental y “controlar” la situación.



Objetivos					
Q	C	D	S	M	

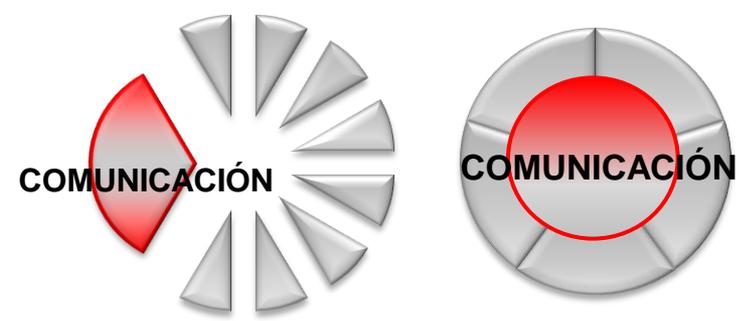


SIGUIENTE



INICIO

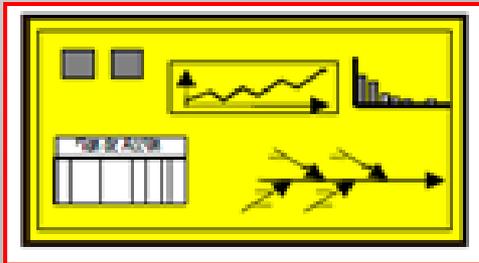
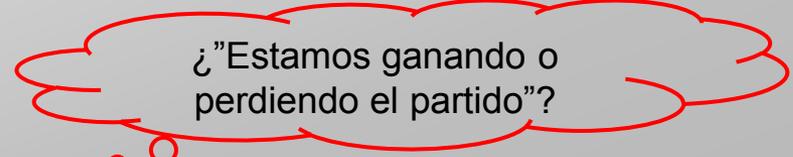




# COMUNICACIÓN

## » DEFINICIÓN

Compartir información relevante sobre la marcha de la unidad para resolver dificultades y reconocer logros.



- Comunicación verbal
- Comunicación
- Comunicación visual



SIGUIENTE



INICIO

**ACTIVIDADES  
MEJORA**



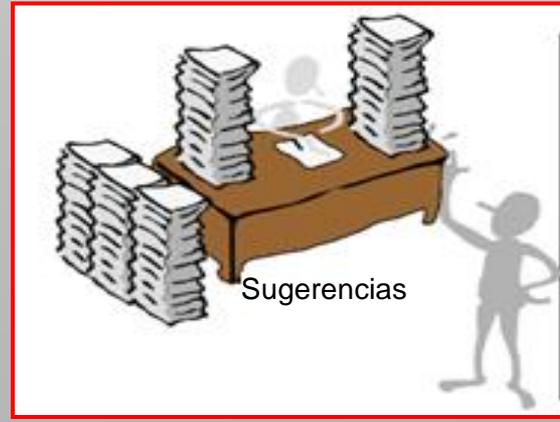


# ACTIVIDADES MEJORA

## » DEFINICIÓN

Estructurar la participación del personal y utilizar la sabiduría colectiva para resolver problemas y conseguir mejoras.

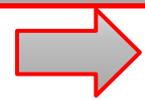
¿Cómo resolvemos los problemas que se nos plantean?



Nº		Q	C	D	S	M
1	...	●				
2	...		●		●	
3	...		●			
4	...			●		
5	...	●				
6	...	●				
7	...					●
8	...	●				
9	...					●
10	...					

● Inicialmente    ● Pendiente    ● Aprobado

- Historia de Calidad
- PDCA
- Sugerencias



SIGUIENTE



INICIO



**LIDERAZGO**





## DEFINICIÓN

### 1.- GENERACIÓN DE VISIÓN COMPARTIDA

Capacidad de definir una visión compartida con su equipo y de alinear al equipo con esa visión.

### 2.- POSITIVIDAD, OPTIMISMO, ENTUSIASMO

Capacidad de transmitir ilusión y positividad, y de ver el futuro en clave de oportunidad.

### 3.- ORIENTACIÓN A LAS PERSONAS Y AL EQUIPO

Capacidad de hacer crecer a las personas, de apoyar y de orientar a sus colaboradores. Capacidad de generar relaciones de confianza y de colaboración entre los miembros de su equipo.

#### 3.1.- DESARROLLO DE COLABORADORES

Capacidad de generar un entorno apropiado para el aprendizaje profesional y personal de los colaboradores.



SIGUIENTE



INICIO



## DEFINICIÓN

### 3.2.- RECONOCIMIENTO

Capacidad de usar el reconocimiento para incrementar la frecuencia de los comportamientos deseados y para potenciar el compromiso de las personas.

### 3.3.- CONSIDERACIÓN Y ESCUCHA

Capacidad de escuchar a los colaboradores y conocer sus necesidades personales (cercanía, empatía) para tenerlas en cuenta en la toma de decisiones.

### 3.4.- FEEDBACK

Capacidad de estar en contacto y prestar atención al trabajo de sus colaboradores. Capacidad de proveer feedback focalizándose en lo positivo, no sólo en lo negativo.

### 3.5.- PROMOTOR DEL TRABAJO EN EQUIPO

Capacidad de generar relaciones de confianza y de colaboración entre sus colaboradores.



SIGUIENTE



INICIO



## DEFINICIÓN

### 4.- APERTURA AL CAMBIO, INNOVACIÓN

Capacidad de promover el cambio a partir de su compromiso con el cambio personal. Capacidad de estimular la creatividad, la generación de ideas y la flexibilidad en la solución de problemas en sus colaboradores. Capacidad de utilizar el error como estímulo y herramienta para el aprendizaje.

### 5.- ORIENTACIÓN AL LOGRO, EXIGENCIA, RIGOR

Capacidad de ser impecable en el cumplimiento de sus compromisos y de ser exigente con los compromisos de sus colaboradores.

### 6.- COMPROMISO CON LOS VALORES COOPERATIVOS, EJEMPLO DE COHERENCIA COOPERATIVA

Capacidad de ejemplificar y ser coherente con los principios y valores cooperativos.

### 7.- INTEGRIDAD

Capacidad de hacer lo que se dice, de actuar con honestidad y de predicar con el ejemplo.



SIGUIENTE



INICIO