



Ingeniería Financiera

Estadía

“Prestaciones emocionales para el trabajador”

Alma Berenice Huitle Rondero

Protocolo del proyecto

Comité evaluador

Dra. Erika Annabel Martínez Mirón

Asesor

Mtro. Oliver Anselmo Jiménez Dorantes

Sinodal

M.A. Araceli Ortiz Carranco

Sinodal

Ing. Karla Yessenia Muñoz Luna

Sinodal

Juan C. Bonilla, Puebla.

Diciembre, 2015

1 Entorno de la empresa

1.1 Giro de la empresa

La empresa Dräexlmaier Group con sede en Vilsbiburg, Alemania es una de las mayores corporaciones manufactureras de componentes de automóviles de ese país. La compañía tiene 51 centros de producción en 20 países de 4 continentes diferentes. En México la empresa cuenta con las siguientes plantas:

- San Luis Potosí
- Lagos de Moreno
- Puebla: Dräexlmaier Partes Automotrices México

Tamaño

Es una empresa familiar grande con más de 50,000 empleados en todo el mundo.

Ubicación

BLVD. Huejotzingo, Aeropuerto No. 3 Corredor industrial Huejotzingo, Huejotzingo Puebla.

1.2 Visión

Juntos establecemos a Dräxlmaier como marca del futuro en el mercado internacional de automóvil.

Misión

Fomentar la prosperidad y permanencia de nuestros clientes en el mercado y su preferencia por nuestros productos, mediante el mejoramiento continuo de la calidad, costo y entrega a través de la integración de gente, tecnología y sistemas, maximizando así las utilidades.

Historia

1958.- Inicia en Alemania.

2005.- Inicia operaciones en San Luis Potosí, y en noviembre de este año es inaugurada oficialmente

2006.- Inicia operaciones en Puebla

Valores

Compromiso

Competencia

Cooperación

Comunicación

El Grupo Dräxlmaier es consciente de su responsabilidad para con los clientes, socios comerciales y empleados conscientes. Estamos convencidos de que el respeto de las leyes y regulaciones internacionales y las políticas corporativas para proteger la reputación de la empresa y proporcionar la base para la creación de valor sostenible. Estos principios se aplican tanto interna como externamente para nosotros; así que le damos una gran importancia a las relaciones justas y de cooperación con los socios comerciales y competidores, incluso desde nuestros proveedores esperamos este tipo de comportamiento.

1. Estamos viviendo una cultura corporativa que se caracteriza por una justa y cooperativa colaboración.
2. Nos adherimos a todas las leyes aplicables y los internos reglamentos.
3. Establecemos estándares de calidad, para funcionar de forma fiable, a tiempo e inspirar a nuestros clientes más exigentes a través del desarrollo y la producción de alta calidad de productos.
4. Reconocemos nuestra responsabilidad hacia el medio ambiente.
5. Protegemos nuestra propiedad, nuestra experiencia y nuestros datos de acceso no autorizado.
6. Por lo general, evitar los conflictos de intereses.

7. Cada empleado del Grupo Dräxlmaier se produce en el público correctamente y profesionalmente.
8. El Grupo Dräxlmaier está comprometido con sus actividades comerciales para sentar los más altos estándares éticos y no tolerar la corrupción.
9. Comportan bastante hacia nuestros socios comerciales y competidores.
10. El Grupo de Dräxlmaier está interesado en una cooperación constructiva y correcta con las autoridades públicas en sus distintos puntos del mundo.

Objetivos Dräxlmaier

Sobre la base de la buena gobernanza, el código de conducta en Dräxlmaier tiene como objetivo el cumplimiento de políticas que se introdujeron para todos los empleados en todo el mundo. Representa un marco vinculante y está diseñado para apoyar a todos los empleados para garantizar un comportamiento legalmente compatible y socialmente ético. El Código de Conducta proporciona orientación y tiene por objeto restablecer la confianza en el rendimiento y la integridad de nuestra empresa. Debido a la conducta ética y legal adecuada que también contribuyen a salvaguardar nuestro éxito económico.

"Nos enfocamos en soluciones sustentables que traen los objetivos económicos y los aspectos ecológicos en armonía. Ponemos los procesos y procedimientos que contribuyen a la conservación de los recursos y materias primas." (Extracto de la declaración de la misión de Dräxlmaier)

Estamos comprometidos con nuestra responsabilidad corporativa hacia el medio ambiente y, en particular, a los seres humanos. Nuestro objetivo es evitar los impactos ambientales negativos o reducirlos. Por lo tanto, la protección del medio ambiente es una parte esencial de la misión corporativa de Dräxlmaier.

El objetivo es crear un Dräxlmaier convincente para desarrollar en cada lugar y para cada vehículo en el mundo y producir productos de calidad.

CORTO PLAZO

- La promoción de la educación y la formación es una piedra angular de nuestro compromiso social. Ofrecemos no sólo cada año alrededor de 100 plazas de formación, pero permitimos que los adolescentes a través de las prácticas también formen una visión de la vida laboral. Tradicionalmente, Dräxlmaier está comprometida en cada planta en el marco del "Día de las Niñas", en el que abrimos nuestra producción y el desarrollo de las jóvenes, que quieren aprender sobre profesiones técnicas prácticas.
- La promoción de que las mujeres y hombres que laboran en la empresa sean capacitadas durante los periodos de "PARO EN LÍNEAS" esto como objetivo de no generar desempleo.
- Las medidas para reducir el impacto ambiental en términos de nuestros productos y procesos que utilizamos en el contexto de las oportunidades económicas y las disposiciones legales en orden. Naturalmente, consideramos esto las demandas e intereses de nuestros clientes, proveedores y la sociedad.
- En el desarrollo de nuestros productos nos fijamos en todo el ciclo de vida de la producción a través de su uso a través de reciclaje / eliminación. La atención se centra en el aumento del uso de materiales ecológicos y materiales reciclados, mejorar continuamente la capacidad de reciclaje de nuestros productos y su reducción de peso.
- Elevar la conciencia, informar y capacitar a nuestros empleados de tal manera que funcionen de acuerdo con la política de medio ambiente y puedan apoyar activamente las medidas de protección del medio ambiente.

MEDIANO PLAZO

- Optimizar continuamente procesos: Esto se hace, por ejemplo, mediante el uso de nuevas tecnologías, la reducción de residuos, reducción de agua y energía consumen y evitar movimientos innecesarios de transporte de mercancías.
- Las directrices ambientales Dräxlmaier están determinados por la dirección y comprueban con respecto a la aplicación de los

objetivos ambientales con nombre en una base regular. Cuando las desviaciones de las especificaciones de destino se inician medidas correctivas sin demora.

- Estudio de todas las cuestiones relacionadas con el medio ambiente en diálogo abierto con nuestros clientes y el público.
- En nuestras oficinas a nivel mundial, estamos comprometidos con la capacitación de nuestro personal, así como apoyar a las instituciones locales y regionales, como escuelas y hospitales.

LARGO PLAZO

- La calidad es el requisito básico para seguir siendo competitivos y para satisfacer a nuestros clientes.
- Crear nuevas líneas y proyectos con nuevos productos.

1.3 Organigrama

Por políticas de la empresa no se puede mostrar esta información.

1.4 Situación actual

El Grupo Dräxлмаier cuenta con 100 principales proveedores de automotriz en el mundo, con más de 60 ubicaciones en 20 países. La compañía emplea a más de 55.000 personas. Los ingresos ascendieron a 3,4 millones de euros en 2014.

2008 Dräxлмаier introduce el material compuesto de fibras naturales más ligero para el interior del vehículo. El desarrollada para el BMW Serie 7 del panel de la puerta está hecha de bio-compuesto y es el más claro hasta este momento. Este Dräxлмаier “reducción de peso” hace una contribución significativa a la reducción de consumo y emisiones de CO₂. En el campo de la automatización de los sistemas de vehículos eléctricos en la producción y desarrollo de nuevas arquitecturas de ser perseguido.

2009 Recibe Dräxлмаier el fin de que los sistemas de cableado de alta tensión de varios modelos de Mercedes-Benz y Smart con accionamiento eléctrico, la tecnología híbrida, plug-in futura unidad de pilas de combustible e híbridos. Un primer éxito en el campo de

la movilidad eléctrica, en el que la compañía sigue participando con los desarrollos y productos innovadores.

2014 Gana con Tesla Motors, otro cliente. Desde ese mismo año, la red logística con la ubicación Zwickau se ha ampliado para todas las plantas en el mundo.

2015 Dräxlmaier trabaja en conjunto con Audi instalada en el estado de Puebla.

2 Caso práctico

2.1 Análisis FODA

	Análisis interno	Análisis Externo
Negativos	Debilidades D1.- Costos unitarios elevados. D2.- Bajas de personal del área de producción por paros técnicos. D3.- Motivación personal D5.- Prestaciones emocionales	Amenazas A1.- Que se realice una producción para la empresa y esta sea un fraude. A2.- Entrada de nuevos competidores. A3.- Globalización de mercados. A4.- La tecnología. A5.- Competitividad con empresas automotrices. A6.- Incremento de costos para el cumplimiento de nuevos estándares ambientales. A7.- Pérdida de mercado interno por amparos contra el decreto de importación de autos. A8.- Gobierno. Políticas y regulaciones D9.- Desarrollo industrial. D10.- Economía Mundial.
	Fortalezas F1.- Estrategias de suministro. F2.- El personal está en constante capacitación. F3.- Buen ambiente laboral, lo que lleva a que el personal sea más productivo. F4.- Equipo profesional con amplia experiencia. F5.- Especialización del producto. F6.- Fidelización de los clientes. F7.- Flexibilidad de programas para clientes.	Oportunidades O1.- Redes empresariales integradas por cadenas logísticas. O2.- Incremento en su producción para diferentes automotriz. O3.- Aparición de mejores segmentos. O4.- Nuevos canales de venta y distribución. O5.- Rápida evolución tecnológica. O6.- Tendencia favorable en el mercado. O7.- Contratación de proyectos con empresas recién establecidas. O8.- Ubicación geográfica privilegiada para la atracción de empresas de rango automotriz. O9.- Estrategias de largo plazo para la promoción de autos con nueva tecnología.
Positivos		

2.2 Factor de Optimización y Riesgo (Gráficos o matriz MEFI, MEFE, MAFE)

MEFI			
Factores críticos para el éxito	Peso	calificación	Total ponderado
Fortalezas			
Personal con experiencia	1	2	2
Calidad del producto	1	3	3
Confianza con el personal	0.5	2	1
Oportunidad de crecimiento	0.5	2	1
Buena comunicación	0.5	2	1
División en el trabajo	0	1	0
En la empresa se entiende la planeación estratégica	1	3	2
Segmentación de mercado buena	1	2	2
Buena estructura organizacional	1	2	2
Debilidades			
No se delega correctamente el trabajo	0.8	2	1.6
No es alto el ánimo de los empleados	0.5	3	1.5
No son eficientes las políticas de control	1	3	3
No se actualizan con regularidad los sistemas de información	0.5	4	2

MEFE			
Factores críticos para el éxito	Peso	calificación	Total ponderado
Oportunidades			
Crecimiento constante	1	2	2
Buena relación con clientes	1	3	3
Buena producción	1	4	4
Innovación en los productos	0.5	3	1.5
Redes empresariales integradas por cadenas logísticas.	1	3	3
Incremento en su producción para diferentes automotriz.	1	2	2
Segmentación de mercado buena	1	3	3
Amenazas			
Entrada de nuevos competidores.	0.8	2	1.6
Globalización de mercados.	0.5	3	1.5
La tecnología.	1	2	2
Incremento de costos para el cumplimiento de nuevos estándares ambientales.	0.5	2	1

2.3 Análisis PEST

PEST	
Político	Económico
Existen regulaciones políticas que normalizan los ingresos de partes de automóviles, seguridad con la que cuentan y si realmente son seguros para exportar a otra empresa. Esto genera que otras empresas no se interesen en nuestro país y prefieran su mercado nacional.	La situación económica de nuestro país no es tan grave como sucede con otros, como Venezuela, Guatemala, Argentina; lo que nos permite que las personas sigan comprando autos.
Social	Tecnológico
Los clientes ahora buscan adquirir autos que sean económicos, esto nos ayuda con los bonos y ofertas que los autos tienen y hacen que bajen significativamente los precios.	Las empresas hoy en día se basan en la tecnología, desde cómo lograr hacer una pieza, hasta la publicidad, marketing que este tiene que llevar, venta etc.

3 Planteamiento del problema

3.1 Introducción

En el futuro, los jóvenes cambiarán de trabajo 15 veces antes de los 38 años.

- **Baby boom 50's, 60's**

Edad: 55 a 65 años

Esta generación se veía obligada a trabajar para generar dinero y al mismo tiempo cuidarlo.

- **Generación "X" 70's, 80's**

Edad: 30 a 40 años

Esta generación trabajan hombre y mujeres por igual, priorizará un horario flexible que le permita cumplir con sus obligaciones familiares.

- **Generación "Millennial" o simplemente millennials**

Edad: 18 a 30 años

Nacidos entre las décadas de los 80's, 90's, hasta principios de la primera década del 2000.

Las características de los millennials varían según la región y sus condiciones socio-económicas, pero por lo general se les caracteriza por su uso masivo de las redes sociales y su familiarización con la comunicación, los medios y la tecnología digital.

Los millennials están más enfocados en sacar el mayor provecho al presente, en vivir de lo que les apasiona y buscar la felicidad en todo lo que hacen. Tienen confianza en sí mismos, están conectados con el mundo y abiertos al cambio. Pero lo que los mueve es la pasión.

Los Millennials quieren control sobre su trabajo y su vida personal. Están conectados gracias a las nuevas tecnologías.

Las nuevas generaciones buscan desarrollarse en empresas que impulsen su desarrollo personal y profesional, por lo que un salario económico alto no garantiza su permanencia dentro de una compañía ni un óptimo desempeño en su trabajo, si llegan a sentirse insatisfechos con el ambiente laboral o las oportunidades de crecimiento, es por eso que un joven cambiará de empleo cerca de 15 veces antes de los 38 años. Por eso, cada vez más, las grandes empresas descubren todo lo que pueden ahorrar fidelizando a sus empleados más jóvenes. A cambio ellos les responderán con pasión por su trabajo.

En 2025, los millennials representarán más del 75% de la mano de obra mundial.

Objetivo general

Constituir un factor fundamental para el desarrollo de los trabajadores al interior y fuera de la empresa influyendo notablemente en su productividad, siendo así un valioso beneficio para la organización. Además, a través de un buen salario emocional, la empresa también logrará disminuir la rotación de personal y el ausentismo. Teniendo como retribuciones para los trabajadores se realizaran talleres en donde el empleado se integre, para que se sienta respaldado por la empresa, creando un sentido de pertenencia, teniendo como logro que los empleados se sientan con el respaldo de la empresa.

3.2 Objetivos específicos

- Motivar a los empleados.
- Hacer sentir al empleado seguro y con un respaldo por parte de la empresa.
- Generar vínculos en donde el empleado se sienta parte importante en la empresa.

3.3 Justificación

Pocas veces se denota que existe la posibilidad de crecimiento y de las oportunidades de aprendizaje, que posibilita una mejora en el desempeño laboral y los conocimientos para el desarrollo del personal.

De acuerdo con un estudio global realizado por Gallup, México es el país con mayor insatisfacción laboral en América Latina, ya que solo el 12% de los trabajadores se encuentra feliz en su trabajo actual.

La conducta de un empleado puede tener como resultado actitudes que influyen en las actividades y el desempeño dentro de la organización; es ahí donde la comunicación es fundamental ya que es la manera más correcta de dirigirnos a alguien y expresar lo que pensamos y así poder llegar a tomar acuerdos que beneficien la empresa.

3.4 Herramientas para solucionar el problema

- Programas para el personal
- Becas para hijos de trabajadores Draexlmaier

3.5 Propuesta de solución

Prestación emocional para el trabajador

“Prestación emocional en el personal”, es una propuesta que está enfocada al bienestar de los trabajadores en donde compromete y

motiva a la persona a implicarse en el proyecto, a crecer, a desarrollarse y a permanecer en la empresa.

El salario emocional, son aquellas retribuciones no económicas que el trabajador obtendrá de la empresa y cuyo objetivo es:

- Incentivar de forma positiva la imagen que tiene sobre su ambiente laboral.
- Incrementar su productividad.
- Satisfacer las necesidades personales, familiares o profesionales que manifiesta.
- Mejorar su calidad de vida.
- Fomentar un buen clima organizacional.

3.6 Plan de trabajo

Como plan de trabajo para implementar los programas de la prestación emocional, se buscaron personal interno que apoyará como instructor para dar talleres al personal.

Se buscó en el gobierno apoyo de becas para el personal en cursos y talleres para el personal sindicalizado y sus hijos.

“Programas Para Prestaciones Emocionales”

- **Becas para hijos de trabajadores Draexlmaier.**

Office

Se requiere de 8 computadoras

Cupo: 15 niños

Edad: 7 a 15 años

Responsable: Personal interno

(Contenido sujeto a propuesta)

Programa de inglés para niños DPM

- Dirigido a: Niños de 8 a 10 años hijos de personal sindicalizado que labora en DPM.
- Cupo: 12 niños

- Método: Task Based Learning e Integrated Skills. Los niños aprenden los tiempos básicos del inglés en cada uno de los aspectos de la lengua (comprensión auditiva y lectora, expresión oral y expresión escrita) a través de tareas cotidianas.
- Duración: 4 meses
- Días y fecha de inicio: Una hora y media, dos veces por semana. Sujeto a programación.

Temario:

BLOQUE I

- Lección 1 Hello!
- Lección 2 Where are you from?
- Lección 3 Parts of the body
- Lección 4 What day is it today?
- Lección 5 Revision

BLOQUE II

- Lección 6 Animals
- Lección 7 Essential objects and expressions
- Lección 8 Happy Birthday!
- Lección 9 My family
- Lección 10 Revision

BLOQUE III

- Lección 11 Jobs
- Lección 12 Clothes
- Lección 13 The weather
- Lección 14 Countries and nationalities
- Lección 15 I am happy!

BLOQUE IV

- Lección 16 What's in your lunchbox?
- Lección 17 What toys have you got?
- Lección 18 How do you go to school?
- Lección 19 What do you have in your bedroom?
- Lección 20 Daily routine

- Revision

Material para el curso: Manual elaborado por la profesora.

“Electricidad”

- Se requiere de la sala de capacitación
- Parte del área de mantenimiento
- Cupo: 20 personas
- Responsable: Personal interno
- Duración: 48 hrs
- Propuesta es de:
- 4hrs a la semana
- Lunes y viernes
- Adicionales: Clases interactivas

“Motores eléctricos”

- Se requiere de la sala de capacitación
- Parte del área de mantenimiento
- Cupo: 20 personas
- Responsable: Personal interno
- Duración: 48 hrs
- Propuesta es de:
- 4hrs a la semana
- Lunes y viernes
- Adicionales: Clases interactivas

“Neumática”

- Se requiere de la sala de capacitación
- Parte del área de mantenimiento
- Cupo: 20 personas
- Responsable: Personal interno
- Duración: 48 hrs
- Propuesta es de:
- 4hrs a la semana
- Lunes y viernes
- Adicionales: Clases interactivas

“Electrónica”

- Se requiere de la sala de capacitación
- Parte del área de mantenimiento
- Cupo: 20 personas
- Responsable: Personal interno
- Duración: 48 hrs
- Propuesta es de:
- 4hrs a la semana
- Lunes y viernes
- Adicionales: Clases interactivas

“Psicología para el personal”

- Psicología en Dirección de empresas y entretenimiento
- Practicantes de: Universidad Anáhuac

“Programa de Hatha-Yoga”

- Dirigido a: Personal no sindicalizado de DPM
- Cupo: 16 personas
- Método: Prana-Dharma "El camino recto hacia la energía vital" de Leonardo Charbonnier.
- Duración: 4 meses (Nivel I).
- Días y fecha de inicio: 1 hora con 15 min. 2 veces por semana. Sujeto a programación.

Temario:

- Descripción general: Este programa, estará enfocado en el aspecto físico del yoga, conocido como Hatha-Yoga. No obstante, el interesado en esta disciplina será introducido gradualmente dentro de los fundamentos básicos del yoga, su objetivo y sus aspectos filosóficos. Aplicación del yoga en la vida cotidiana (teoría y práctica de la psicología yogui basada en abstenciones y observancias). Inicio y profundización de la respiración yogui para el control de la energía vital (Pranayama).Entrenamiento psicofísico del yoga y su acción terapéutica. Teoría y práctica de las posturas (Asanas). Principios básicos de la concentración y la meditación. El yoga como base fundamental en el crecimiento interior y autoconocimiento.
- Cada clase consiste en las siguientes fases:
 - Reflexión/Respiración y meditación/ Calentamiento y entrenamiento/ Posturas/ Relajación.
 - Cada mes se dedicará al entrenamiento y realización de una secuencia de posturas.
 - Son 4 secuencias para el primer nivel. Asimismo, se trabajarán temas específicos de auto-consciencia y reflexión conforme a la explicación de las posturas.

Desglose:

- ¿Qué es yoga?
- Orígenes del yoga.
- Principios del yoga.

Práctica física:

- Posturas para todas las sesiones: Sukasana y Savasana.
 - Ejercicios de calentamiento, estiramiento y fuerza.
 - Primera secuencia de posturas: Padhahastasana, Ardhapristasana, Viravardrasana, Adomukhasvanasana, Vakrasana y Vayunikshasana.
 - Segunda secuencia de posturas: Tadhasana, Trikonasana, Prasadita-padhotanasana, Chandrasana, Vrikshasana y Padhahastasana.
 - Secuencia "Soorya Namaskara" o saludo al sol.
 - Entrenamiento para la tercera secuencia de posturas.
 - Tercera secuencia de posturas: Sarvangasana, Viparitaikarani, Halasana.
-
- Material para el curso: Tapete de yoga, ropa cómoda, diario de notas y lápiz.

Los beneficios que ellos tendrán:

1. Oportunidades de Desarrollo

En esta parte el empleado será canalizado por sus habilidades y aptitudes, la forma en cómo se desarrolla y sus gustos por aprender en los diferentes cursos que se darán.

Gestión del Talento.

Conocimiento del potencial individual.

2. Balance de la vida

Beneficios de salud.

Integración de la familia.

Oportunidades de esparcimiento y recreación.

3. Bienestar psicológico

Reconocimiento.
Autonomía.
Poder expresar sus ideas y sugerencias
Retos profesionales.
Trascendencia en la comunidad.

4. Entorno laboral

Clima de compañerismo.
Flexibilidad, libertad, seguridad
Equidad entre el resto de compañeros
Sentido de familia.
Sentido de equipo

5. Cultura laboral

Responsabilidad social
Ética en el lugar de trabajo
Relación con los líderes



Diagrama: Propósito de las prestaciones emocionales

4 Marco teórico

Las prestaciones emocionales se refieren al ambiente que se crea y se vive en las organizaciones laborales, los estados de ánimo y como estas variables pueden afectar el desempeño de los

trabajadores. Se considera que este nuevo método como prestaciones emocionales llega a formar parte de la cultura de cada empresa, es decir, es parte de la personalidad propia de la organización y es tan variable como el temperamento de cada persona que trabaja dentro de su ambiente.

5 Metodología

En estos tiempos, competir por los mejores empleados con salarios más altos no es la única alternativa, sino que la satisfacción y motivación de los empleados es la clave de su fidelidad.

Atraer a los mejores empleados y mantenerlos motivados ya no se logra, simplemente, aumentando los sueldos, como lo hacen las empresas vecinas a la planta Drexlmaier. Los millenials que es la nueva generación está dejando de considerar la calidad de vida con retibucìon monetaria. Es por eso que las “prestaciones emocionales” tiene como objetivo cubrir distintas necesidades personales, familiares y profesionales.

¿Por qué conviene implementar las prestaciones emocionales?

El salario es un motivador monetario de corto plazo, el salario emocional, en cambio, no se monetariza: está fuertemente ligado a las emociones de las personas y al apego que sienten por la empresa.

No se necesita grandes presupuestos, sino de estar atentos en el personal, escuchar la necesidad e intereses de los empleados.

6 Resultados

Se obtuvo apoyo de personal interno para la propuesta de proyectos que se impartirán en la planta.

Se obtuvieron 10 propuestas de programas para los trabajadores en donde se cumple con los objetivos de “Programas emocionales para el personal”

7 Discusión y conclusiones

En mi opinión lo más importante es el equilibrio emocional del empleado. Las empresas sólo están enfocadas a lo monetario como única forma de retribución, dejando a un lado al sentir del trabajador que es la base de que esa empresa produzca.

"La alegría se contagia y es una buena inversión"

Referencias

1. Gutiérrez, L. (2 de noviembre de 2014). Formación, consultoría, coaching.
2. 2012 IPADE BUSINESS SCHOOL
3. Mayo Díaz Mónica. (2014, marzo 13). *Problemas internos en el ambiente laboral*.
4. International de Empleados Asociados de Profesionales de Asistencia