



**FORMULACIÓN DE PLAN DE MEJORA EN PROCESOS PARA GRAN  
ALMACÉN PRÍNCIPE S.A.S. BASADO EN LA NORMA ISO 9001 VERSIÓN  
2015.**

**JUAN CAMILO GUEVARA HENAO**

**UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TULUÁ-VALLE DEL CAUCA  
2016**

**FORMULACIÓN DE PLAN DE MEJORA EN PROCESOS PARA GRAN  
ALMACÉN PRÍNCIPE S.A.S. BASADO EN LA NORMA ISO 9001 VERSIÓN  
2015.**

**JUAN CAMILO GUEVARA HENAO**

**Proyecto de grado presentado para optar al título de Administrador de  
Empresas**

**Director:  
WILLIAM GÓMEZ VALENCIA  
Administrador de Empresas  
Esp. Administración en Salud**

**UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TULUÁ-VALLE DEL CAUCA  
2016**

Nota de aceptación

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Tuluá, Julio 22 de 2016

## **AGRADECIMIENTOS**

Al finalizar este proyecto de grado que ha requerido mucho esfuerzo y dedicación, es inevitable no darle reconocimiento a muchas personas que participaron directa e indirectamente en él, opinando, corrigiendo, dándome ánimo, acompañándome en los momentos de crisis y de felicidad.

En primer lugar agradecer a Dios por permitirme vivir esta etapa de conocimiento y guiarme en todo momento, por poner en mi camino a personas muy gratas durante todo el periodo de estudio.

Agradecer a mi madre por el esfuerzo realizado, por su incansable apoyo, sin ella nada de esto hubiera sido posible y a mi hermana quien supo guiarme con su todo su conocimiento.

Especial agradecimiento con mi director de tesis William Gómez Valencia, su colaboración, dedicación de tiempo y apoyo y ante todo una amistad que me brindo en todo momento, por escucharme y orientarme y hacer posible la realización de este proyecto.

A mis maestros que compartieron sus conocimientos, permitiendo que me convirtiera en un profesional, por su dedicación y amor por la docencia.

Y por último pero no menos importante, a mi amor, Laura, por saberme comprender en los momentos difíciles y apoyarme en cada uno de ellos.

***Juan Camilo Guevara Henao***

## CONTENIDO

	Pág.
1 PROBLEMA .....	16
1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA .....	16
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA. ....	17
1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	17
1.3.1 Espacial.....	17
1.3.2 Temporal.....	17
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	17
1.4.1 Justificación Teórica.....	17
1.4.2 Justificación Metodológica .....	18
1.4.3 Justificación práctica .....	18
1.5 OBJETIVOS.....	19
1.5.1 Objetivo General .....	19
1.5.2 Objetivos específicos .....	19
1.6 MARCO DE REFERENCIA .....	19
1.6.1 Marco Teórico .....	19
1.7 MARCO LEGAL.....	25
1.7.1 Código de comercio. ....	25
1.7.2 Decreto 1879 de 2008.....	28
1.8 METODOLOGÍA .....	30
1.8.1 Tipo de Investigación. ....	30
1.8.2 Método de Investigación. ....	30
2 PROCESOS QUE SE REALIZAN DENTRO DE LA COMPAÑÍA.....	32
2.1 PROCESOS EMPRESA GRAN ALMACÉN EL PRÍNCIPE .....	32
2.1.1 Proceso de Compras.....	32
2.1.2 Proceso de Ventas.....	32
2.1.3 Proceso de Atención al Cliente .....	32
2.1.4 Proceso Gerencial.....	32

2.1.5	Proceso Recurso Humano .....	32
2.1.6	Proceso Financiero .....	33
2.1.7	Proceso de Bodega.....	33
2.1.8	Proceso de Cartera .....	34
2.2	MAPA DE PROCESOS. ....	34
2.3	MATRIZ DE RESPONSABILIDADES POR PROCESOS.....	35
2.4	POLITICAS.....	35
	Política de precios.....	35
	Política de ventas.....	36
	Política para formulación de planes estratégicos.....	36
	Políticas de contratación de personal.....	36
	Políticas de salarios.....	37
	Política de presupuestos.....	37
	Política de endeudamiento.....	37
2.5	OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	37
	Objetivos generales.....	37
	Objetivos Específicos.....	38
2.6	GRUPOS DE INTERES.....	38
3	DIAGNÓSTICO DE LOS PROCESOS QUE SE REALIZAN EN LA EMPRESA GRAN ALMACÉN PRINCIPE SAS.....	40
3.1	DIAGNÓSTICO POR MEDIO DE LA HERRAMIENTA DOFA.....	40
3.2	DIAGNÓSTICO POR MEDIO DE LA HERRAMIENTA 'MEFE Y MEFI' ...	42
3.3	DIAGNÓSTICO POR MEDIO DE LA HERRAMIENTA '5 FUERZAS DE PORTER' .....	45
4	CARACTERIZACIÓN DE LOS PROCESOS.....	47
4.1	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO GERENCIAL .....	47
4.2	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE RECURSOS HUMANOS.....	50
4.3	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE COMPRAS.....	53
4.4	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO.....	55
4.5	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE GESTIÓN DE CALIDAD .....	58
4.6	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.....	61

4.7	CARATERIZACIÓN DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE. ....	64
4.7.1	Listado maestro de registros. ....	66
4.7.2	Listado maestro de documentos. ....	68
5	FORMULAR LAS ACCIONES DE MEJORA. ....	70
5.1	PROCESO DIRECTIVO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO. ....	71
5.2	PROCESO DE RECURSOS HUMANOS. ....	73
5.3	PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN. ....	75
5.4	PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE. ....	77
5.5	PROCESO DE COMPRAS. ....	78
5.6	INFRAESTRUCTURA. ....	79
6	FORMULACIÓN DEL CONTROL DOCUMENTAL. ....	81
6.1	OBJETIVO. ....	81
6.2	ALCANCE. ....	81
6.3	CONDICIONES GENERALES. ....	81
6.3.1	Aprobación y adecuación de los documentos. ....	81
6.3.2	Revisión y actualización del plan de mejora. ....	81
6.3.3	Vigencia, pertinencia y disponibilidad de documentos. ....	81
6.3.4	Registro de los documentos. ....	82
6.4	DIAGRAMA DE FLUJO. ....	82
6.4.1	Formato de solicitud de modificación o eliminación en el plan de mejora	83
6.5	INFORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PROCEDIMIENTO. ....	85
7	CONCLUSIONES. ....	88
8	RECOMENDACIONES. ....	91
	BIBLIOGRAFÍA. ....	92



## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla No. 1. Matriz de Responsabilidades por Procesos .....	35
Tabla No. 2. Matriz DOFA.....	40
Tabla No. 3. Matriz de Evaluación de los Factores Externos MEFE Empresa Gran Almacén Príncipe S.A.S.....	42
Tabla No. 4. Matriz de Evaluación de los factores Externos MEFI Empresa Gran Almacén Príncipe S.A.S.....	42
Tabla No. 5. Diagnostico por medio de la Herramienta '5 Fuerzas de Porter' .....	45
Tabla No. 6. Caracterización proceso Gerencial.....	47
Tabla No. 7. Caracterización del proceso de Recursos Humanos.....	50
Tabla No. 8. Caracterización del proceso de Compras.....	53
Tabla No. 9. Caracterización del Proceso Administrativo y Financiero .....	55
Tabla No. 10. Caracterización del Proceso de Gestión de Calidad .....	58
Tabla No. 11. Caracterización del Proceso de Comercialización.....	61
Tabla No. 12. Caracterización del Proceso de Atención al Cliente .....	64
Tabla No. 13. Actividades de Mejora Proceso Directivo, Administrativo y Financiero .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla No. 14. Actividades de Mejora Proceso de Recursos Humanos.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla No. 15. Actividades de Mejora proceso de Comercialización .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla No. 16. Actividades de Mejora Proceso de Atención al Cliente .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla No. 17. Actividades de Mejora proceso de Compras.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla No. 18. Actividades de Mejora Infraestructura.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

Tabla No. 19. Información específica del procedimiento de Control Documental .85

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura No. 1. Modelo de un sistema de gestión de la calidad basado en procesos .....	24
Figura No. 2. Estructura Organizacional Proceso de Recurso Humano Empresa Gran Almacén Príncipe S.A.S.....	33
Figura No. 3: Mapa de Procesos Empresa Gran Almacén el Príncipe .....	34
Figura No. 4. Diagrama de Flujo Control Documental .....	82

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo No.1. Listado maestro de registros.....	66
Anexo No.2. Listado maestro de documentos.....	68
Anexo No.3. Formato de solicitud de modificación o eliminación en el plan de mejora.....	83

## GLOSARIO

**CALIDAD:** grado en el que un conjunto de características inherentes cumple los requisitos.

**CARACTERISTICA:** rango diferenciador.

**CAPACIDAD:** aptitud de una organización, sistema o proceso para realizar un producto que cumple los requisitos.

**AMBIENTE DE TRABAJO:** conjunto de condiciones bajo las cuales se realiza un trabajo.

**CLIENTE:** organización o persona que recibe un producto o servicio.

**COMERCIALIZACIÓN:** poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

**CONFORMIDAD:** cumplimiento de un requisito.

**DOCUMENTO:** información y su medio de soporte.

**EFICACIA:** extensión en la que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados.

**EFICIENCIA:** relación entre los resultados alcanzados y los recursos utilizados.

**ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN:** disposición de las responsabilidades, autoridades y relaciones entre el personal.

**GESTIÓN:** actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización.

**GESTIÓN DE LA CALIDAD:** actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad.

**INFORMACIÓN:** datos que poseen significado.

**INFRAESTRUCTURA:** sistema de instalaciones, equipos y servicios necesarios para el funcionamiento de una organización.

**MEJORA CONTINUA:** actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los objetivos.

**ORGANIZACIÓN:** conjunto de personas e instalaciones con una disposición de responsabilidades, autoridades y relaciones.

**PROCEDIMIENTO:** forma especificada para llevar a cabo una actividad un proceso.

**PRODUCTO:** resultado de un proceso.

**PROVEEDOR:** Organización o persona que proporciona un producto.

**PROYECTO:** proceso único consistente en un conjunto de actividades coordinadas y controladas con fecha de inicio y finalización, llevadas a cabo lograr un objetivo conforme con requisitos específicos incluyendo las limitaciones de tiempo, costos y recursos.

**REGISTRO:** documento que presenta resultados obtenidos o proporciona evidencia de actividades desempeñadas.

**REQUISITO:** necesidad o expectativa establecida generalmente implícita u obligatoria.

**SISTEMA:** conjunto de elementos mutuamente relacionados que interactúan entre sí.

**SISTEMA DE GESTIÓN:** sistema para establecer la política y los objetivos para lograr dichos objetivos.

**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD:** sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad.

## INTRODUCCIÓN

Las empresas de hoy en día tienen el reto no solo de vender sus productos y servicios sino de venderlos bien, lo que lleva a los empresarios a pensar en planes y estrategias, en tomar las decisiones correctas que permitan obtener esa distinción de calidad y por lo tanto el éxito de sus organizaciones.

Las empresas buscan siempre diferenciación, el saber qué lugar ocupan dentro de las preferencias de los clientes, esto hace que la organización este en un constante desarrollo y evolución, de manera que les permitan mejorar sus ventajas competitivas, mas a un cuando hay un permanente ingreso de nuevos competidores.

Para Gran Almacén Príncipe SAS., empresa que tiene con una trayectoria de 66 años, y que el posicionamiento es algo con lo que ya cuenta, sus procesos todavía se manejan con cierto empirismo y sus estrategias no están ajustadas a las necesidades del mercado actual.

La investigación tiene como propósito desarrollar un plan de mejora de los procesos de la empresa basado en la norma ISO 9001:2015 que permita identificar las actuales problemáticas que presenta el almacén en dichos procedimientos y a partir de ahí proponer cambios y estrategias para así prestar un servicio con calidad que contribuya en una formación administrativa.



# FORMULACIÓN DE PLAN DE MEJORA EN PROCESOS PARA GRAN ALMACÉN PRÍNCIPE S.A.S. BASADO EN LA NORMA ISO 9001 VERSIÓN 2015

## 1 PROBLEMA

### 1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El principal antecedente del problema que se tomó como referencia es que en la ciudad de Tuluá, ninguna empresa con la misma actividad económica que ejerce Gran Almacén Príncipe S.A.S. posee certificación o planes de mejora basados en ISO 9001:2015.

En mercados tan dinámicos como los actuales, caracterizados por la globalización, incremento de la sofisticación y demanda de los clientes, búsqueda de la satisfacción del cliente, etc. numerosos investigadores consideran la gestión de la calidad como necesaria para que las empresas sean competitivas, al demostrar en sus investigaciones la relación entre la misma y el éxito de las empresas. Así, la calidad se concibe como una poderosa arma competitiva que las empresas deben incorporar a su estrategia corporativa<sup>1</sup>.

De igual manera se observan varios problemas dentro del almacén que contribuyen a la realización de este proyecto por medio de esta herramienta como lo es el plan de mejora basado en la norma ISO 9001:2015 y que surgen a partir de la búsqueda de la mejora de los procesos de la compañía, tales problemáticas son:

- No hay un orden y una priorización de los procesos.
- No hay medición de análisis y mejora.
- No se tiene una dirección por objetivos.
- PQRS no definido.
- No hay análisis constante del entorno.
- Estrategias no definidas.

Alguien puede decir, y muchos lo hacen, hace 20 años que trabajo así, y me va bien, ¿para qué cambiar? Los motivos para cambiar tienen que ver con la posibilidad de adaptarse a los tiempos cambiantes, al avance de las nuevas tecnologías, de las nuevas herramientas de comunicación, a los nuevos paradigmas.

---

<sup>1</sup>Revista de Economía, sociedad, turismo y medio ambiente, 15: RESTMA 15, Septem Ediciones.

La pregunta siguiente es: ¿Y para que adaptarse a eso si así me va bien? Hay que olvidar que no somos los dueños del mercado, todo el tiempo estamos compitiendo.

Adaptarse a la nueva circunstancia es una estrategia para seguir en el mercado, para competir en igualdad de condiciones con los demás, o para generar una ventaja competitiva que nos ponga delante de la competencia.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

El entorno cada vez más competitivo y exigente en el que actualmente se encuentra la empresa, obliga a mejorar de forma drástica la gestión con el objetivo de poder dar un mejor servicio y así diferenciarse de las demás, crecer en la mejora continua de todos los procesos que rigen la actividad diaria.

La ausencia de la organización de los procesos disminuye la eficiencia y la eficacia en el cumplimiento de la misma institucionalidad, afectando así la rentabilidad de la organización.

¿Es necesario formular un plan de mejora en los procesos basados en la norma ISO 9001:2015 para la empresa Gran Almacén Príncipe S.A.S?

## **1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.3.1 Espacial**

La investigación se llevara a cabo en la empresa Gran Almacén Príncipe S.A.S. principalmente en el municipio de Tuluá Valle, ubicada al Sur oeste colombiano, en pleno corazón del departamento del Valle del Cauca.

### **1.3.2 Temporal**

Esta investigación se llevará a cabo alrededor de 4 meses comprendidos entre el mes de Febrero y el mes de Junio del 2016.

## **1.4 JUSTIFICACIÓN**

### **1.4.1 Justificación Teórica**

El trabajo de investigación se fundamenta en la norma ISO 9001 versión 2015 y a los aportes realizados por autores Arman V. Feigenbaum<sup>2</sup>, Edmundo Guajardo

---

<sup>2</sup>FEIGENBAUM VALLIN, Armand. Total Quality Control. 3 Edit. McGraw-Hill.

Garza<sup>3</sup>, Méndez, Carlos Eduardo<sup>4</sup>, Tomás José Fontalvo Herrera y Juan Carlos Vergara Schamalback<sup>5</sup>, Guasch, Sullivan, Kabboul, Deming, Juran, Harrington, los cuales, hacen referencia a la calidad como un proceso de integración de factores internos y externos que permiten establecer políticas acorde al entorno en el cual desarrolla sus actividades.

#### **1.4.2 Justificación Metodológica**

La presente investigación se llevara a cabo utilizando el método deductivo, que permite, que a partir de “situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares”<sup>6</sup>.

El hecho de que no se implemente este plan de mejora basado en la norma ISO 9001:2015 en Gran Almacén príncipe S.A.S. genera cierto tipo de desventajas competitivas y organizacionales como:

- Desorden organizacional.
- Afecta la prestación de los servicios.
- Disminución de la rentabilidad.
- Impacto negativo de la imagen corporativa.

#### **1.4.3 Justificación práctica**

El desarrollo del presente trabajo le proporcionará a la empresa Gran Almacén Príncipe S.A.S. una herramienta de mejoramiento en sus áreas estratégicas tanto internas como externas, además de un instrumento eficaz de control y toma de decisiones.

Como presente se tiene que el almacén no cuenta con un plan de mejora, generando así una debilidad estratégica y una debilidad estructural. En Tuluá durante los dos últimos años, aunque se han incrementado las ventas en el sector comercial de \$227.220'000.000 a \$346.455'000.000, el número de empresas ha disminuido de 3789 a 2698 para un total de 1091 empresas menos en el sector comercio<sup>7</sup>, lo que demuestra las dificultades del sostenimiento de las empresas y la alta competitividad que se maneja en este sector en la ciudad de Tuluá,

---

<sup>3</sup>GUAJARDO GARZA, Eduardo. Calidad Total, Conceptos y enseñanzas de los grandes maestros de la calidad. Editorial Pax México.

<sup>4</sup> MENDEZ, Álvarez. Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y Desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. 4. Edición Edit. Limusa.

<sup>5</sup>FONTALVO HERRERA, Tomás José y VERGARA SCHAMALBACK, Juan Carlos. La Gestión de la calidad en los servicios ISO 9001:2008. Edit. Eumed.

<sup>6</sup> MENDEZ, Álvarez. Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y Desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. 4. Edición Edit. Limusa.

<sup>7</sup> [COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL \[En línea\]](http://www.camaratuluá.org/images/COMPORTAMIENTO_EMPRESARIAL_2014_12.pdf)  
[http://www.camaratuluá.org/images/COMPORTAMIENTO\\_EMPRESARIAL\\_2014\\_12.pdf](http://www.camaratuluá.org/images/COMPORTAMIENTO_EMPRESARIAL_2014_12.pdf)  
[Consultado abril 2016]

haciendo que las empresas fuertes cada vez vendan más y las más débiles desaparezcan.

Por este motivo es de vital importancia que Gran Almacén Príncipe S.A.S. incorpore este plan de mejora basado en ISO 9001:2015 ya que permitirá identificar y jerarquizar las acciones factibles para subsanar las principales debilidades y así garantizar el incremento de la calidad en sus procesos para que sea claramente percibida por sus clientes, de no hacerlo, la empresa no podrá tener una línea estratégica para afrontar las diversas problemáticas que presenta el mercado hoy en día, demostrando así el poco compromiso para la continuidad y crecimiento de la empresa.

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1 Objetivo General**

Diseñar un plan de mejora en los procesos de Gran Almacén Príncipe S.A.S. basado en la norma ISO 9001:2015.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Identificar los procesos que se realizan dentro de la compañía
- Diagnosticar los procesos que se realizan en Gran Almacén Príncipe SAS.
- Realizar la caracterización de los procesos.
- Formular las acciones de mejora.
- Formular el control documental.

## **1.6 MARCO DE REFERENCIA**

### **1.6.1 Marco Teórico**

¿Qué es mejorar? “Mejorar” supone a partir de la situación en la que nos encontramos, evaluarla y acometer como consecuencia de acciones de cambio progresivo a fin de conseguir un futuro de mayor perfección<sup>8</sup>.

Al concepto de mejora asociamos el de excelencia, que persigue conseguir el mejor resultado profesional posible, evaluando el antes, el durante, y el después de las actividades.

---

<sup>8</sup>GONZÁLEZ FERRERA, Fernando. Gestión de Calidad en la Organización y dirección de centros. Edit. Ministerio español de educación. 2005

**Plan de mejora.** Un plan de mejora es la propuesta de actuaciones, resultante de un proceso previo de diagnóstico de una unidad, que recoge y formaliza los objetivos de mejora y las correspondientes actuaciones dirigidas a fortalecer los puntos fuertes y resolver los débiles, de manera priorizada y temporalizada.

Es a través del plan de mejora que debe darse credibilidad al proceso de evaluación, para evitar que se convierta en un proceso burocrático, que no arraigue o que se vuelva repetitivo. Por lo tanto, el plan de mejora tiene que ser una herramienta realmente enfocada hacia la acción, y hay que evitar que se convierta en un gran documento formalista o, simplemente, en una serie de buenas voluntades, deseos y aspiraciones<sup>9</sup>.

La mejora de cada uno de los procesos y de sus resultados, debe entenderse como un proceso continuo que requiere una implicación colectiva en la cultura de calidad, en el que la evaluación es uno de sus instrumentos. Contar con mecanismos que nos permitan evaluar de forma objetiva la actividad docente, la investigación y la gestión es el punto de partida para detectar áreas de excelencia, para reconocerlas y potenciarlas, pero también para detectar áreas susceptibles de ser mejoradas con la articulación de planes de mejora.

Su principal virtud reside en la flexibilidad: no es un método de dirección y gestión cerrado y prefijado, sino que facilita variaciones y adaptaciones tan enérgicas como lo sean en el entorno, con el fin de hacer de la gestión del día a día un instrumento útil y eficaz para el logro de los objetivos fijados y para mantener la razón de ser de la organización. Los planes de mejora, pues, pueden concretarse en acciones muy próximas a la vida docente o de la investigación cotidiana.

Un plan de mejora es un plan de acción, y ¿en qué consiste un plan de acción? Esencialmente en diseñar, implantar, realizar y evaluar las acciones y actividades necesarias para gestionar los procesos<sup>10</sup>.

**Objetivos del plan de mejora:**

- Adaptarse a los cambios del entorno y de las circunstancias.
- Pensar, abordar y analizar los problemas de una forma global y con una cierta perspectiva temporal.
- Ayudar a ordenar y priorizar las decisiones.
- Facilitar la óptima asignación de recursos.
- Introducir cambios en la cultura organizativa basada en la dirección por objetivos.

---

<sup>9</sup>FRANCESC, Pedro y García. Agencia per a la Qualitat del sistema universitari de Catalunya.

<sup>10</sup>GONZÁLEZ FERRERA, Fernando. Gestión de Calidad en la Organización y dirección de centros escolares. Edit. Ministerio español de educación. 2005

**Riesgos:**

- Dar más peso al proceso que a los resultados.
- Considerarlos como un fin y no como un medio para mejorar el funcionamiento de la unidad.

**Beneficios:**

- Flexibilidad, no es un método cerrado, facilita variaciones y adaptaciones.
- Utilidad, para el logro de los objetivos fijados y para mantener la razón de ser de la organización.

**Características:**

Un plan de mejora permite:

- Situarse en una perspectiva de futuro y repensar la unidad en el marco de los cambios del contexto.
- Pensar, abordar y analizar los problemas de una forma global y con una cierta perspectiva temporal.
- Definir los objetivos que quieren alcanzarse a corto y medio plazo y las acciones específicas que tienen que desarrollarse para lograrlos.
- Ayudar a ordenar y priorizar las decisiones y facilitar la óptima asignación de recursos.
- Implicar a los agentes de las diversas unidades en la mejora de la institución.
- Introducir cambios en la cultura organizativa universitaria basados en la dirección por objetivos.

**Pasos a seguir para la elaboración del plan de mejora:**

**Identificar las áreas de mejora.** Una vez realizado el diagnóstico, la unidad evaluada conoce las principales fortalezas y debilidades en relación al entorno que la envuelve. La clave reside en la identificación de las áreas de mejora teniendo en cuenta que, para ello se deben superar las debilidades apoyándose en las principales fortalezas.

**Detectar las principales causas del problema.** La solución de un problema, y por lo tanto la superación de un área de mejora, comienza cuando se conoce la causa que lo originó. Existen múltiples herramientas metodológicas para su identificación. Entre otras cabe destacar: el diagrama de espina (causa-efecto), diagrama de Pareto, casa de la calidad, tormenta de ideas. La utilización de alguna de las anteriores o de otras similares ayudará a analizar en mayor profundidad el problema y preparar el camino a la hora de definir las acciones de mejora.

**Formular los objetivos.** Una vez se han identificado las principales áreas de mejora y se conocen las causas del problema, se han de formular los objetivos y fijar el período de tiempo para su consecución. Por lo tanto, al redactarlos se debe tener en cuenta que han de:

- Expresar de manera inequívoca el resultado que se pretende lograr
- Ser concretos
- Estar redactados con claridad.

Así mismo deben cumplir las siguientes características:

- ser realistas: posibilidad de cumplimiento
- acotados: en tiempo y grado de cumplimiento,
- flexibles: susceptibles de modificación ante contingencias no previstas sin apartarse del enfoque inicial,
- comprensibles: cualquier agente implicado debe poder entender qué es lo que se pretende conseguir,
- obligatorios: existir voluntad de alcanzarlos, haciendo lo necesario para su consecución.

**Seleccionar las acciones de mejora.** El paso siguiente será seleccionar las posibles alternativas de mejora para, posteriormente, priorizar las más adecuadas. Se propone la utilización de una serie de técnicas (tormenta de ideas, técnica del grupo nominal, etcétera) que facilitarán la determinación de las acciones de mejora a llevar a cabo para superar las debilidades. Se trata de disponer de un listado de las principales actuaciones que deberán realizarse para cumplir los objetivos prefijados.

**Realizar una planificación.** El listado obtenido es el resultado del ejercicio realizado, sin haber aplicado ningún orden de prioridad. Sin embargo, algunas restricciones inherentes a las acciones elegidas pueden condicionar su puesta en marcha, o aconsejar postergación o exclusión del plan de mejoras. Es, por lo tanto, imprescindible conocer el conjunto de restricciones que condicionan su viabilidad. Establecer el mejor orden de prioridad no es tan sencillo como proponer, en primer lugar, la realización de aquellas acciones asociadas a los factores más urgentes, sino que se deben tener en cuenta otros criterios en la decisión. Entre los principales podemos encontrar:

**Dificultad de la implantación.** La dificultad en la implantación de una acción de mejora puede ser un factor clave a tener en cuenta, puesto que puede llegar a determinar la consecución, o no, del mismo. Se procederá a priorizarlas de menor a mayor grado de dificultad.

**Plazo de la implantación.** Es importante tener en cuenta que hay acciones de mejora, cuyo alcance está totalmente definido y no suponen un esfuerzo excesivo, con lo que pueden realizarse de forma inmediata o a corto plazo. Por otro lado, existirán acciones que necesiten la realización de trabajos previos o de un mayor tiempo de implantación.

**Impacto en la organización.** Se define como impacto, el resultado de la actuación a implantar, medido a través del grado de mejora conseguido (un cambio radical tiene un impacto mucho mayor que pequeños cambios continuos). Es importante también tener en cuenta el grado de despliegue al que afecta la medida. Si ésta afecta a varias titulaciones su impacto será mayor y la prioridad también deberá serlo.

**Realizar seguimiento.** El siguiente paso es la elaboración de un cronograma para el seguimiento e implantación de las acciones de mejora. En el mismo, se dispondrán de manera ordenada las prioridades con los plazos establecidos para el desarrollo de las mismas<sup>11</sup>.

**Enfoque basado en procesos.** Esta Norma Internacional promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

Para que una organización funcione de manera eficaz, tiene que determinar y gestionar numerosas actividades relacionadas entre sí. Una actividad o un conjunto de actividades que utiliza recursos, y que se gestiona con el fin de permitir que los elementos de entrada se transformen en resultados, se puede considerar como un proceso. Frecuentemente el resultado de un proceso constituye directamente el elemento de entrada del siguiente proceso.

La aplicación de un sistema de procesos dentro de la organización, junto con la identificación e interacciones de estos procesos, así como su gestión para producir el resultado deseado, puede denominarse como "enfoque basado en procesos".

Una ventaja del enfoque basado en procesos es el control continuo que proporciona sobre los vínculos entre los procesos individuales dentro del sistema de procesos, así como sobre su combinación e interacción.

Un enfoque de este tipo, cuando se utiliza dentro de un sistema de gestión de la calidad, enfatiza la importancia de:

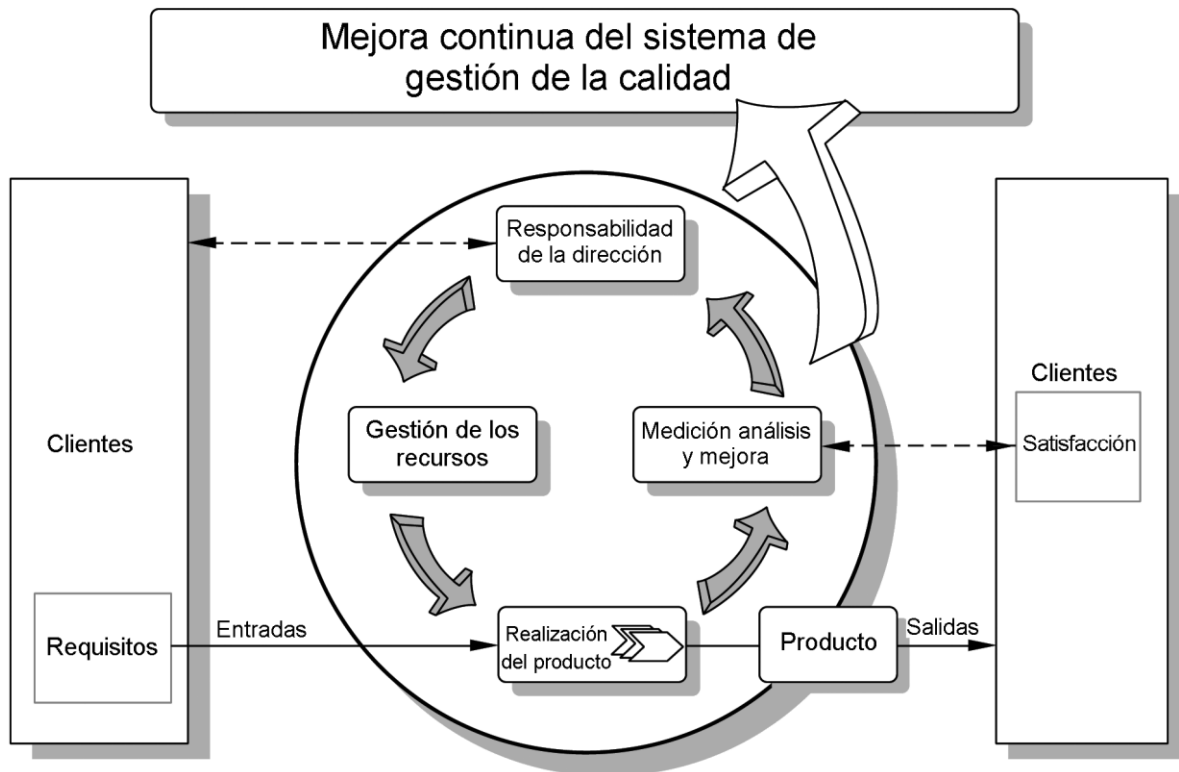
- La comprensión y el cumplimiento de los requisitos,
- La necesidad de considerar los procesos en términos que aporten valor,
- La obtención de resultados del desempeño y eficacia del proceso, y
- La mejora continua de los procesos con base en mediciones objetivas.

---

<sup>11</sup> Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación ANECA. Edit. Universidad de Antofagasta.



**Figura No. 1. Modelo de un sistema de gestión de la calidad basado en procesos**



**Leyenda**

- ▶ Actividades que aportan valor
- - -▶ Flujo de información

**Fuente: Norma Internacional ISO 9001. Cuarta Edición. 2008-11-05**

Esta figura muestra que los clientes juegan un papel significativo para definir los requisitos como elementos de entrada. El seguimiento de la satisfacción del cliente requiere la evaluación de la información relativa a la percepción del cliente acerca de si la organización ha cumplido sus requisitos. El modelo mostrado en la Figura 1 cubre todos los requisitos de esta Norma Internacional, pero no refleja los procesos de una forma detallada.<sup>12</sup>

**Personajes influyentes en el plan de mejora.**

**Edward Deming (1922).** Según la óptica de este autor, la administración de la calidad total requiere de un proceso constante, que será llamado Mejoramiento Continuo, donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca.

<sup>12</sup> Norma internacional ISO 9001, cuarta edición, 2008-11-15

**James Harrington (1946).** Para él, mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso.

**Fadi kabboul (1994).** Define el Mejoramiento Continuo como una conversión en el mecanismo viable y accesible al que las empresas de los países en vías de desarrollo cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto al mundo desarrollado.

**Frederick Taylor (1890).** Afirma que todo método de trabajo es susceptible de ser mejorado<sup>13</sup>.

## 1.7 MARCO LEGAL

La legislación colombiana contempla varias leyes y decretos para el desarrollo de la actividad comercial que ejerce Gran Almacén El Príncipe SAS. A continuación se presenta una síntesis de las leyes, decretos y organismos que regulan esta actividad económica.

### 1.7.1 Código de comercio.

**Artículo 10.-** Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.

La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.

**Artículo 11.-** Las personas que ejecuten ocasionalmente operaciones mercantiles no se considerarán comerciantes, pero estarán sujetas a las normas comerciales en cuanto a dichas operaciones.

**Artículo 12.-** Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse, es hábil para ejercer el comercio; las que con arreglo a esas mismas leyes sean incapaces, son inhábiles para ejecutar actos comerciales.

Incisos 2. Y 3., Derogados. Ley 27 de 1977.

Los menores adultos pueden, con autorización de sus representantes legales, ocuparse en actividades mercantiles en nombre o por cuenta de otras personas y bajo la dirección y responsabilidad de éstas.

**Artículo 13.-** Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:

---

<sup>13</sup> EL MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS. [En línea] <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1084/mejoramiento.html> [consultado julio 2016]

- Cuando se halle inscrita en el registro mercantil.
- Cuando tenga establecimiento de comercio abierto.
- Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio.

**Artículo 19.-** Es obligación de todo comerciante:

- Matricularse en el registro mercantil.
- Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad.
- Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales.
- Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.
- Subrogado. Ley 222 de 1995.
- Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

**Artículo 20.-** Son mercantiles para todos los efectos legales:

- La adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos en igual forma, y la enajenación de los mismos.
- La adquisición a título oneroso de bienes muebles con destino a arrendarlos; el arrendamiento de los mismos; el arrendamiento de toda clase de bienes para subarrendarlos, y el subarrendamiento de los mismos.
- El recibo de dinero en mutuo a interés, con garantía o sin ella, para darlo en préstamo, y los préstamos subsiguientes, así como dar habitualmente dinero en mutuo a interés.
- La adquisición o enajenación, a título oneroso, de establecimientos de comercio, y la prenda, arrendamiento, administración y demás operaciones análogas relacionadas con los mismos.
- La intervención como asociado en la constitución de sociedades comerciales, los actos de administración de las mismas o la negociación a título oneroso de las partes de interés, cuotas o acciones.
- El giro, otorgamiento, aceptación, garantía o negociación de títulos-valores, así como la compra para reventa, permuta, etc., de los mismos.
- Las operaciones bancarias, de bolsas, o de martillos.
- El corretaje, las agencias de negocios y la representación de firmas nacionales o extranjeras.
- La explotación o prestación de servicios de puertos, muelles, puentes, vías y campos de aterrizaje.
- Las empresas de seguros y la actividad aseguradora.
- Las empresas de transporte de personas o de cosas, a título oneroso, cualesquiera que fueren la vía y el medio utilizados.
- Las empresas de fabricación, transformación, manufactura y circulación de bienes.

- Las empresas de depósito de mercaderías, provisiones o suministros, espectáculos públicos y expendio de toda clase de bienes.
- Las empresas editoriales, litográficas, fotográficas, informativas o de propaganda y las demás destinadas a la prestación de servicios.
- Las empresas de obras o construcciones, reparaciones, montajes, instalaciones u ornamentaciones.
- Las empresas para el aprovechamiento y explotación mercantil de las fuerzas o recursos de la naturaleza.
- Las empresas promotoras de negocios y las de compra, venta, administración, custodia o circulación de toda clase de bienes.
- Las empresas de construcción, reparación, compra y venta de vehículos para el transporte por tierra, agua y aire, y sus accesorios.
- Los demás actos y contratos regulados por la ley mercantil.

**Artículo 21.-** Se tendrá así mismo como mercantiles todos los actos de los comerciantes relacionados con actividades o empresas de comercio, y los ejecutados por cualquier persona para asegurar el cumplimiento de obligaciones comerciales.

**Artículo 22.-** Si el acto fuere mercantil para una de las partes se regirá por las disposiciones de la ley comercial.

**Artículo 515.-** Se entiende por establecimiento de comercio un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona podrá tener varios establecimientos de comercio, y, a su vez, un solo establecimiento de comercio podrá pertenecer a varias personas, y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales.

**Artículo 516.-** Salvo estipulación en contrario, se entiende que forman parte de un establecimiento de comercio:

- La enseña o nombre comercial y las marcas de productos y de servicios.
- Los derechos del empresario sobre las invenciones o creaciones industriales o artísticas que se utilicen en las actividades del establecimiento.
- Las mercancías en almacén o en proceso de elaboración, los créditos y los demás valores similares.
- El mobiliario y las instalaciones.
- Los contratos de arrendamiento y, en caso de enajenación, el derecho al arrendamiento de los locales en que funciona si son de propiedad del empresario, y las indemnizaciones que, conforme a la ley, tenga el arrendatario.
- El derecho a impedir la desviación de la clientela y a la protección de la fama comercial.

- Los derechos y obligaciones mercantiles derivados de las actividades propias del establecimiento, siempre que no provengan de contratos celebrados exclusivamente en consideración al titular de dicho establecimiento.

**Artículo 603.-** Los derechos sobre el nombre comercial se adquieren por el primer uso sin necesidad de registro. No obstante, puede solicitarse su depósito. Si la solicitud reúne los requisitos de forma establecidos para el registro de las marcas, se ordenará la concesión del certificado de depósito y se publicará.

**Artículo 604.-** Si el nombre estuviere ya depositado para las mismas actividades, la oficina de propiedad industrial lo hará saber al solicitante y si este insistiere, se hará constar en el certificado la existencia del primer depósito.

**Artículo 605.-** El depósito o la mención de depósito anterior no constituyen derechos sobre el nombre.

Se presume que el depositante empezó a usar el nombre desde el día de la solicitud y que los terceros conocen tal uso desde la fecha de la publicación.

**Artículo 606.-** No podrá utilizarse como nombre comercial una denominación que sea contraria a las buenas costumbres o al orden público, o que pueda engañar a los terceros sobre la naturaleza de la actividad que se desarrolla con ese nombre.

**Artículo 607.-** Se prohíbe a terceros el empleo de un nombre comercial o de una marca de productos o de servicios, que sea igual o similar a un nombre comercial ya usado para el mismo ramo de negocios, salvo cuando se trata de un nombre que por ley le corresponda a una persona, caso en el cual deberán hacerse las modificaciones que eviten toda confusión que a primera vista pudiera presentarse.

**Artículo 608.-** El nombre comercial sólo puede transferirse con el establecimiento o la parte del mismo designada con ese nombre, pero el cedente puede reservarlo para sí al ceder el establecimiento.  
La cesión deberá hacerse por escrito.

**Artículo 609.-** El perjudicado por el uso de un nombre comercial podrá acudir al juez para impedir tal uso y reclamar indemnización de perjuicios.  
El proceso se tramitará por el procedimiento abreviado establecido en el Código de Procedimiento Civil.

### **1.7.2 Decreto 1879 de 2008**

Por el cual se reglamentan la Ley 232 de 1995, el artículo 27 de la Ley 962 de 2005, los artículos 46, 47 y 48 del Decreto Ley 2150 de 1995 y se dictan otras disposiciones.

Por medio de la Ley 232 DE 1995 se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales. El congreso de la República DECRETA:

**Artículo 1°.**Requisitos documentales exigibles a los establecimientos de comercio para su apertura y operación. Las autoridades distritales y municipales al momento de realizar visitas de control, solo podrán exigir a los propietarios de establecimientos de comercio, los siguientes documentos:

- Matrícula mercantil vigente expedida por la Cámara de Comercio respectiva.
- Comprobante de pago expedido por la autoridad legalmente competente, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias, solamente cuando en el establecimiento se ejecuten públicamente obras musicales causantes de pago por derechos de autor.

**Artículo 2.-** No obstante lo dispuesto en el artículo anterior, es obligatorio para el ejercicio del comercio que los establecimientos abiertos al público reúnan los siguientes requisitos:

- Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedida por la autoridad competente del respectivo Municipio. Las personas interesadas podrán solicitar la expedición del concepto de las mismas a la Entidad de Planeación o quien haga sus veces en la jurisdicción municipal o distrito respectiva.
- Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9 de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia.
- Para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales causantes de pago por derechos de autor se les exigirá los comprobantes de pago expedidos por la autoridad legalmente reconocida de acuerdo con lo expuesto por la Ley de 1982 y demás normas complementarias.
- Tener matrícula mercantil vigente de la cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción.
- Comunicar en las respectivas oficinas de Planeación o quien haga sus veces de Entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento.

**Artículo 3.-** En cualquier tiempo las autoridades policivas podrán verificar el estricto cumplimiento de los requisitos señalados en el artículo anterior.

**Artículo 4.-** El Alcalde, quien haga sus veces, o el funcionario que reciba la delegación, siguiendo el procedimiento señalado en el libro primero del Código Contencioso Administrativo, actuarán con quien o cumpla los requisitos previstos en el Artículo 2 de esta Ley, de la siguiente manera:

- Requerirlo por escrito para que en un termine de 30 días calendario cumpla con los requisitos que haga falta.

- Imponerle multas sucesivas hasta por la suma de cinco salarios mínimos mensuales por cada día de incumplimiento y hasta por el término de 30 días calendario.
- Ordenar la suspensión de las actividades comerciales desarrolladas en el establecimiento, por un término de hasta 2 meses, para que cumpla con los requisitos de la Ley.
- Ordenar el cierre definitivo del establecimiento de comercio si transcurridos 2 meses de haber sido sancionado con las medidas de suspensión continúa sin observar las disposiciones contenidas en la presente Ley, o cuando el cumplimiento del requisito sea posible.

**Artículo 5.-** Los servidores públicos que exigen requisitos no previstos ni autorizados por el legislador, incurrirán por ese solo hecho en falta gravísima, sancionable con forme a las disposiciones previstas en el Código único Disciplinario.

**Artículo 6.-** La presente Ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga el Artículo 117 del Código Nacional de Policía (Decreto 1355 de 1970), las disposiciones que autoricen o establezcan permisos o licencias de funcionamiento para los establecimientos de comercio y las demás que les sean contrarias.

## **1.8 METODOLOGÍA**

### **1.8.1 Tipo de Investigación.**

El tipo de investigación a implementar es el descriptivo-exploratorio, como indica Méndez<sup>14</sup> debido a que se interpretan y analizan los procesos que se realizan en Gran Almacén Príncipe S.A.S. y además se apoya en procesos de recolección de datos, este método de investigación nos permite describir la realidad en que se encuentra la empresa estudiada, conocer situaciones, y sus actividades, además puede ofrecer la posibilidad de llevar a cabo un nivel de predicción o percepción.

### **1.8.2 Método de Investigación.**

Esta investigación es de tipo documental ya que está basada en fuentes bibliográficas; además es de carácter descriptivo puesto que se hace el estudio de la empresa a nivel interno, utilizando herramientas como encuestas y entrevistas directas con los trabajadores y colaboradores de las distintas aéreas a fin de proponer herramientas útiles para mejorar su actividad.

Para el desarrollo del tema nos basamos en los objetivos específicos y como se realizaran, a continuación los objetivos específicos y la metodología para realizarlos:

---

<sup>14</sup>MÉNDEZ A. Carlos E. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. 3ra Ed. Bogotá D.C.: McGraw Hill. 2001. 228 p.

- a. **Identificar los procesos que se realizan en la compañía:** Se utilizan herramientas como DOFA, Matriz de perfil competitivo, la gran estrategia para determinar las diferentes variables que están afectando el desempeño de la organización
- b. **Diagnosticar los procesos que se realizan en Gran Almacén Príncipe S.A.S:** Identificar cuáles son los procesos que se desarrollan en el almacén por medio de flujogramas y realizar el ciclo PHVA para así terminar con el mapa de procesos.
- c. **Realizar la caracterización de los procesos:** Se organizan las actividades que se realizan dentro de cada uno de los procesos y se utilizan los formatos de la norma.
- d. **Formular las acciones de mejora:** De acuerdo a las herramientas del plan de mejora se formulan las estrategias para construir el plan de mejoramiento que está proponiendo en el objeto de la investigación.
- e. **Formular el control documental:** Se realiza de acuerdo a como esta



## CAPITULO 1

### 2 PROCESOS QUE SE REALIZAN DENTRO DE LA COMPAÑÍA

En el presente capitulo se presentan los procesos de Gran Almacén el Príncipe S.A.S con su respectivo mapa de procesos:

#### 2.1 PROCESOS EMPRESA GRAN ALMACÉN EL PRÍNCIPE

##### 2.1.1 Proceso de Compras

Su objetivo es obtener la materia prima necesaria para el normal funcionamiento de la empresa, este proceso es realizado por el gerente de compras, quien por medio de una cita, previamente establecida, realiza dicha compra de mercancía teniendo en cuenta variables como el inventario, presupuesto de compra, condiciones y formas de pago y expedientes de compra. Se identifica una falla en la escogencia de la mercancía y en el debido manejo de los inventarios.

##### 2.1.2 Proceso de Ventas

En este proceso se realiza la comercialización de los productos y servicios que ofrece el almacén por medio de las asesoras de venta, estas una vez escogida la mercancía por parte de los clientes, se dirigen a las cajas registradoras para finalizar la venta del producto, se evidencia un irregular servicio postventa y no hay un cumplimiento de metas para las asesoras.

##### 2.1.3 Proceso de Atención al Cliente

Proceso mediante el cual se atienden los reclamos de los clientes, donde el almacén dispone de su respectiva área, pero que normalmente es utilizada para realizar los cambios en las mercancías con defectos o que son cambios por tallas pero que no tiene definido o diseñado un sistema de peticiones, quejas y reclamos.

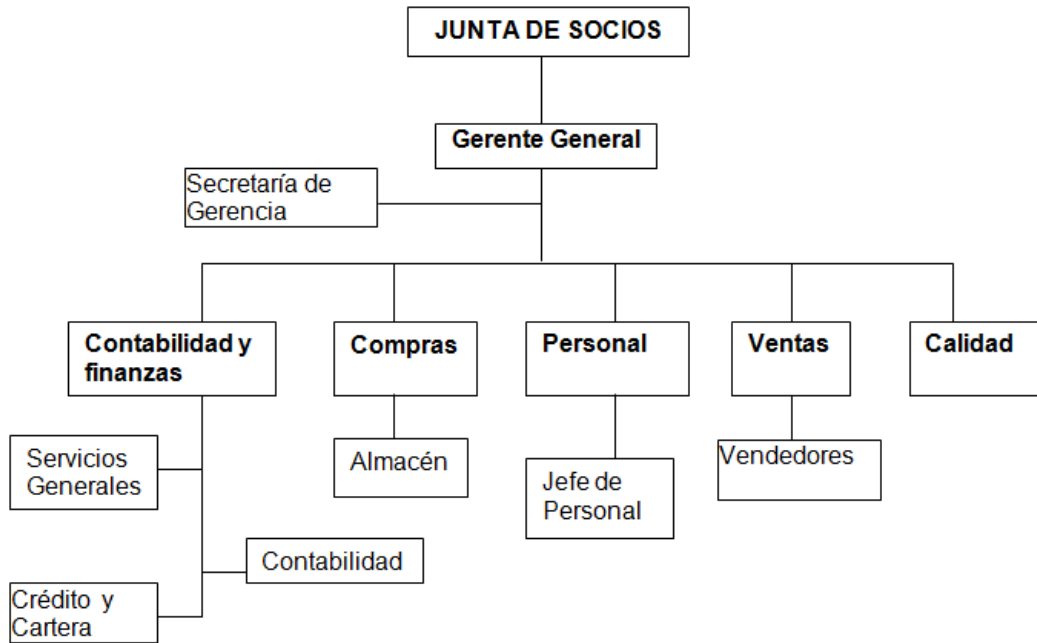
##### 2.1.4 Proceso Gerencial

El proceso gerencial de Gran Almacén Príncipe está encabezado por el gerente general, pero sus decisiones deben estar ya avaladas por una junta de socios la cual se hace anualmente aunque con excepciones de juntas extraordinarias, dichas juntas constan de establecer las directrices estratégicas a corto, mediano y largo plazo (políticas, objetivos y metas). La problemática pasa por la toma de decisiones en cuanto a las necesidades reales de la organización.

##### 2.1.5 Proceso Recurso Humano

Este proceso cuenta con la siguiente estructura organizacional:

**Figura No. 2. Estructura Organizacional Proceso de Recurso Humano Empresa Gran Almacén Príncipe S.A.S.**



*Fuente. Empresa Gran Almacén el Príncipe S.A.S.*

Por medio del jefe de personal y del gerente se realiza la selección del personal y una auxiliar realiza la vinculación y/o contrato laboral, el almacén cuenta con 43 personas de planta y con aproximadamente 12 temporales los cuales llegan a ser 50 más en época decembrina. En el área administrativa son 15 personas y en el área de atención al cliente se cuenta con 28. Se evidencia que este proceso no cuenta con programas de gestión de recursos humanos.

### **2.1.6 Proceso Financiero**

Su objetivo es mantener planes para el cumplimiento de las metas financieras, donde su finalidad es mantener el equilibrio económico de la empresa, se puede decir que este proceso se maneja de manera eficiente por la parte administrativa del almacén pero que pudiera ser más sobresaliente si no se mezclara la parte familiar, o si se le pudiera dar un manejo de manera diferente.

### **2.1.7 Proceso de Bodega**

Este departamento es el encargado de recibir la mercancía del almacén por medio del jefe de bodega quien se encarga de verificar las cantidades y la calidad de la materia prima enviada por los proveedores, la problemática de este proceso se

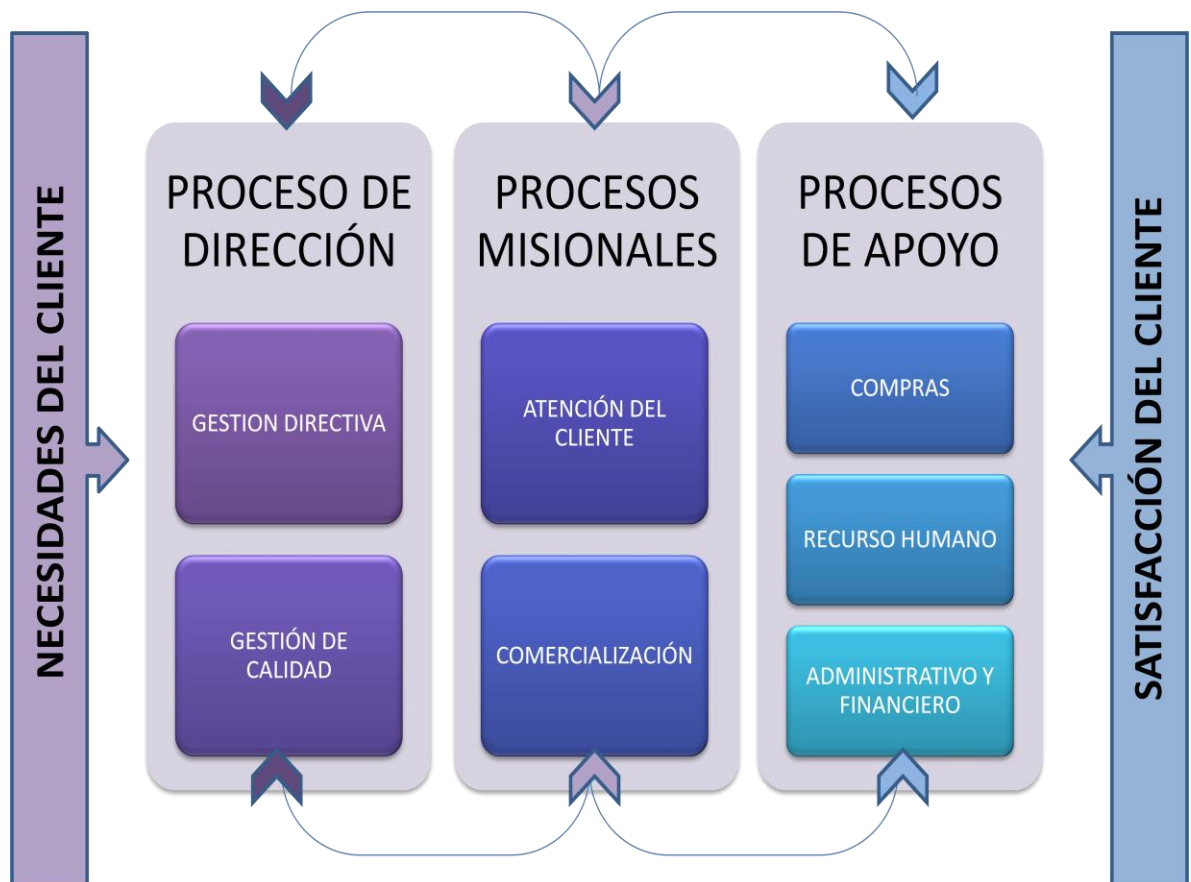
presenta en la parte de imagen o de estética del lugar, ya que es abierto y los clientes ven todas las cajas y la mercancía regada, por lo que no es agradable a la vista.

### 2.1.8 Proceso de Cartera

Este proceso tiene como objetivo realizar gestiones efectivas para mantener al día los créditos de los clientes, diseñando estrategias y herramientas de recaudo efectivo de la cartera para evitar los altos índices de morosidad por medio de llamadas telefónicas, correos electrónicos y cartas. Se evidencia por parte de los clientes cierta flexibilidad para el cobro de las facturas.

## 2.2 MAPA DE PROCESOS.

Figura No. 3: Mapa de Procesos Empresa Gran Almacén el Príncipe



Fuente. Empresa Gran Almacén el Príncipe S.A.S.

## 2.3 MATRIZ DE RESPONSABILIDADES POR PROCESOS

Tabla No. 1. Matriz de Responsabilidades por Procesos

CARGOS	PROCESOS					
	GESTIÓN GERENCIAL	GESTIÓN DE CALIDAD	GESTIÓN DE VENTAS	GESTIÓN COMPRAS	GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS	GESTION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA
Gerente	A	R/A	A/R	A	A	A
Jefe compras	A/R	R	A/R	A/R	A/R	R
Jefe personal	NA	I	A/R	I	A/R	I
Contadora	NA	NA	NA	I	NA	R
Jefe bodega	R	I	NA	NA	NA	I
Jefe sistemas	NA	I	R	I	NA	I
Jefe mercadeo	NA	I	I	I	NA	NA
Jefe cartera	R	I	NA	NA	NA	R
Cajeras	NA	I	R	NA	I	R
Asesoras comerciales	NA	I	R	I	I	NA
Vigilantes	NA	I	I	I	I	NA

*Fuente: Construcción propia*

**A = AUTORIDAD** : Poder o derecho asignado a una persona para tomar decisiones que deben ejecutarse

**R = RESPONSABILIDAD**: Deberes asignados a una persona que tiene la capacidad, la información y los recursos necesarios para su realización.

**I = INTERRELACION DEL PERSONAL**: Relaciones de jerarquía, información, documentación o cualquier otra existente entre el personal con responsabilidades.

## 2.4 POLITICAS.

### Política de precios.

La política de precios que maneja el almacén, es la de adecuar los valores de la mercancía con el objetivo de ser competitivos en el sector, contando así con una

buena relación calidad-precio, establecidos con un porcentaje de utilidad que de beneficio a las dos partes (comprador – almacén).

#### **Política de ventas.**

La política de ventas es la siguiente:

- Venta de contado
- Venta a crédito con plazo de 60 días corriendo desde el día de la compra.
- Cobro de interés de mora a partir de los 30 días de vencimiento de la factura.
- Varía la cantidad de mercancía a crédito dependiendo el cupo otorgado a cada cliente.
- Para temporadas como diciembre y mes de la madre se hace un aumento en el cupo.

#### **Política para formulación de planes estratégicos.**

Por medio de la junta de socios de Gran Almacén Príncipe SAS, se sugieren los distintos planes estratégicos de la empresa para la generación de oportunidades tanto interna como externamente que son ejecutados por su gerente general y sus niveles de apoyo.

#### **Políticas de contratación de personal.**

- todas las personas que sean seleccionadas para trabajar en Gran Almacén Príncipe SAS. Tendrán que suscribir un contrato de trabajo el cual será suscrito por el gerente general. **CONTRATO.**
- Una vez suscrito el contrato, el empleado, queda comprometido con la empresa, a prestar sus servicios personales, en el nivel que le corresponda en la organización, cumpliendo las cláusulas del contrato y las Leyes Laborales y Reglamentos que norman las relaciones de trabajo.
- Personas con altos niveles de eficiencia y experiencia en el campo del servicio al cliente.
- Los cargos vacantes se llenarán con el personal disponible en la empresa siempre y cuando cumplan con los requerimientos del puesto determinados por el supervisor inmediato del cargo y/o la Gerencia General. Esto se realiza con el fin de estimular y reconocer al personal de Gran Almacén Príncipe SAS.
- La empresa no está obligada a mantener permanentemente llenos los cargos o funciones establecidas en el organigrama, por lo que el Gerente General es quien establece cuales cargos deben estar ocupados y cuáles no.

**Políticas de salarios.**

- Los Términos de contratación y los niveles de remuneración se fijarán de acuerdo a un estudio referencial de competitividad de mercado, disponibilidades presupuestarias y a la hoja de vida del candidato seleccionado.
- Los sueldos se pagarán quincenalmente en efectivo.
- De acuerdo con el Código Sustantivo del Trabajo, son permitidos los descuentos y retenciones por conceptos de cuotas sindicales y de cooperativas y cajas de ahorro, autorizadas en forma legal; de cuotas con destino al seguro social obligatorio, y de sanciones disciplinarias impuestas de conformidad con el reglamento del trabajo debidamente aprobado.
- No se pagará a los empleados horas suplementarias o extras debido a la naturaleza no programada del trabajo.

**Política de presupuestos.**

- Tasa de rentabilidad sobre la inversión
- Tasa de rendimiento correspondiente al dividendo por reconocer.
- Autonomía financiera.
- Inversión oportuna de los fondos monetarios sobrantes.
- Inversión por departamento acorde a sus necesidades a corto - mediano plazo.

**Política de endeudamiento.**

- Vigilar el adecuado cumplimiento de las obligaciones derivadas de los contratos de crédito, con el propósito de evitar el incumplimiento y mora de las carteras.
- La disposición de recursos derivados de deuda obedecerá al requerimiento real de recursos de las áreas ejecutoras.
- Dar seguimiento al comportamiento del mercado crediticio para determinar la Situación que guarda la deuda y mantener condiciones financieras acordes.

**2.5 OBJETIVOS DE LA EMPRESA.****Objetivos generales.**

1. Ser una de las tres marcas que lideren el mercado.
2. Ser una marca que los demandantes reconozcan por su variedad de productos.
3. Alcanzar un mayor alcance a nivel local y regional.
4. Aumentar las ventas.

5. Ingresar nuevos diseños para un mejor reconocimiento de la marca.
6. Mantener estabilidad en el recurso humano.
7. Solidificar la excelente relación directa con el cliente.

### **Objetivos Específicos.**

1. Alcanzar una rentabilidad del 15% en comparación al año pasado.
2. Aumentar las ventas anuales un 20%.
3. Mantener el crecimiento constante de la empresa con un mínimo del 3% anual.
4. Tener un productivo departamento de mercadeo para el 2017.

## **2.6 GRUPOS DE INTERES.**

### **Clientes**

- Los clientes de Gran Almacén Príncipe S.A.S., son la razón de ser de la organización y su satisfacción es el principal objetivo, ofreciéndoles un producto de calidad, con seguridad y garantías en todos los aspectos de su fabricación y buscando la excelencia en el servicio en todo momento.
- El punto de venta está situado en la principal calles y zona comercial de la ciudad de Tuluá, diseñado para el disfrute y la comodidad de los clientes, con género seleccionado para que se pueda comparar y combinar con facilidad.
- Se Cuenta con canales de comunicación permanentes con nuestros clientes, tanto en el punto de venta como a través de las redes sociales y departamentos especializados.

### **Empleados.**

- Los empleados mantienen con la dirección un diálogo permanente llevado a cabo, fundamentalmente, a través de reuniones programadas con fines de resolver problemáticas o proponer acciones a mejorar.
- Se ha establecido una política de formación y desarrollo permanente para apoyar la consecución de los objetivos estratégicos del negocio. Durante el año 2016, 18 participantes en acciones formativas han realizado un total de 8 horas de formación.
- Por lo que se refiere a la promoción interna, una gran mayoría de los directivos y responsables de equipos provienen de la promoción interna, y altos mandos e intermedios son desempeñados por mujeres.
- Anualmente se realiza una jornada de salida a parques temáticos y distintos sitios turísticos de nuestro país.

**Sociedad.**

- Se promueve las donaciones económicas y de ropa a organizaciones caritativas y se da la oportunidad a los empleados a participar activamente en diferentes campañas sociales, eventos solidarios y otro tipo de colaboraciones con fines sociales.

**Proveedores.**

- La colaboración con los proveedores es conjunta y a largo plazo, existiendo un diálogo permanente, análisis y planificación de la compra y la entrega de la mercancía, así como del control de calidad que se realiza en las bodegas a través de nuestros trabajadores con el fin de que haya una retroalimentación y así un continuo crecimiento de esta estrategia.

**Medioambiente.**

- Gran Almacén Príncipe S.A.S. esta 100% comprometido con el medio ambiente ya que desde hace más de 30 años tiene un programa de reciclaje y diferenciación de basuras.
- En el presente año se inició un programa de cambio de lámparas, las cuales consumen un 75% menos de energía gracias a la tecnología de bombillas Led. La inversión se está haciendo paulatinamente debido al coste del mismo.



## CAPITULO 2

### 3 DIAGNÓSTICO DE LOS PROCESOS QUE SE REALIZAN EN LA EMPRESA GRAN ALMACÉN PRINCIPE SAS.

#### 3.1 DIAGNÓSTICO POR MEDIO DE LA HERRAMIENTA DOFA

Tabla No. 2. Matriz DOFA

	<h1>MATRIZ DOFA</h1>	
<b>IMPACTO CRUZADO</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	1. Calidad de la mercancía de los competidores	1. Competencia
	2. Constante innovación en los productos y servicios ofertados.	2. Precios de la materia prima
	3. Colaboración de aprendices SENA	3. Costo de la mercancía
	4. Servicios de venta online	4. Nuevos métodos de venta relacionados con el desarrollo tecnológico.
5. Cambios en la Infraestructura del almacén.	5. Nuevas regulaciones o reformas tributarias.	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS (FO)</b>	<b>ESTRATEGIAS (FA)</b>
1. Personal Cualificado	1. Garantizar el correcto entendimiento de misión, visión y objetivos estratégicos de la empresa por parte de todos los miembros de su estructura. <b>(F1,F4,O2,O2)</b>  2. Establecer permanentemente programas de formación y adiestramiento de personal según las necesidades y avances realizados en el SGC y el plan de mejora. <b>(F1,F4,O2,O2)</b>	1. Realizar un plan estratégico que permita establecer ventajas competitivas con respecto a las nuevas tecnologías y el uso de redes sociales. <b>(F2,F3,F4,A1,A4)</b>  2. Realizar campañas de publicidad para promocionar la nueva infraestructura y servicios del almacén. <b>(F2,F3,F5,F6,A1,A2)</b>
2. Fidelidad de clientes		
3. Reconocimiento de marca.		
4. Clima organizacional.		

**Tabla No. 2. Matriz DOFA**

	<h1>MATRIZ DOFA</h1>	
<p>5. Rentabilidad del negocio.</p>	<p>3. Implementar un página WEB donde los clientes puedan comprar los productos del almacén vía online. <b>(F2,F3,F5,O2,O4)</b></p>	<p>3. Ofrecer nuevas formas de fidelización de clientes, tarjetas, puntos, entre otras y así fortalecer el reconocimiento y establecer diferenciación. <b>(F1,F2,F3,F4,F5,F7,A1,A2,A3,A4)</b></p>
<p>6. Ubicación de la empresa.</p>	<p>4. Establecer un sistema de gestión de calidad que permita el control de las actividades y el cumplimiento de estándares e indicadores. <b>(F1,F4,O2,O3)</b></p>	<p>4. De la mano del revisor fiscal y la contadora buscar métodos que permitan reducir el impacto negativo y potenciar el positivo con el cambio de norma financiera NIIF <b>(F1,F5,A5)</b></p>
<p>7. Relación Calidad-precio</p>	<p>5. Aprovechar la percepción de mala calidad de productos de los competidores y establecer estrategias de venta. <b>(F7,O1,O2)</b></p>	
<p><b>DEBILIDADES</b></p>	<p><b>ESTRATEGIAS (DO)</b></p>	<p><b>ESTRATEGIAS (DA)</b></p>
<p>1. Falta de tecnología en equipos.</p>	<p>1. Aprovechar el conocimiento en gestión empresarial de los aprendices SENA para establecer el sistema de control interno del almacén. <b>(D2,D3,O3)</b></p>	<p>1. Realizar con los directivos juntas continuas para elaborar planes para el crecimiento de la empresa. <b>(D2,A1)</b></p>
<p>2. Marco estratégico no definido.</p>	<p>2. Adquirir equipos con tecnología de punta que permitan mejorar la calidad del servicio. <b>(D1,O2)</b></p>	<p>2. Establecer alianzas estratégicas con los proveedores para pagos de mercancía que permitan un flujo de caja con más beneficios. <b>(D2, A1,A2)</b></p>
<p>3. No se cuenta con control interno.</p>	<p>3. Con aceptación de la junta de socios, establecer nuevos puntos de venta en centro comerciales o en áreas estratégicas de la ciudad. <b>(D4,O2)</b></p>	
<p>4. No se cuenta con sucursales o más puntos de venta.</p>		

**Fuente: Construcción propia**

### 3.2 DIAGNÓSTICO POR MEDIO DE LA HERRAMIENTA 'MEFE Y MEFI'

Tabla No. 3. Matriz de Evaluación de los Factores Externos MEFE Empresa Gran Almacén Príncipe S.A.S.



#### MATRIZ DE EVALUACION DE LOS FACTORES EXTERNOS MEFE GRAN ALMACÉN PRINCIPE S.A.S.

OPORTUNIDADES				
FACTORES CRITICOS		PESO	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
1	Mala calidad de mercancía de proveedores	0,15	2	0,3
2	Constante innovación	0,3	3	0,9
3	colaboración de aprendices SENA	0,15	1	0,15
4	Servicios de venta on-line	0,2	3	0,6
5	Cambios en infraestructura del almacén	0,2	4	0,8
<b>TOTAL PONDERADO</b>				<b>2,75</b>
AMENAZAS				
FACTORES CRITICOS		PESO	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
1	Competencia	0,2	2	0,4
2	Precios de la materia prima	0,3	4	1,2
3	Costo de mercancía para el cliente	0,2	3	0,6
4	nuevos métodos de venta relacionados con el desarrollo tecnológico	0,2	2	0,4
5	Nuevas regulaciones o reformas tributarias	0,1	1	0,1
<b>TOTAL PONDERADO</b>				<b>2,7</b>

*Fuente: Construcción propia*

El resultado de 2,7 en esta matriz nos da una idea de que el factor externo es favorable ya que es mayor a 2.50 lo cual quiere decir que las amenazas se están haciendo a un lado para concentrarse en las oportunidades que tenemos.

Tabla No. 4. Matriz de Evaluación de los factores Externos MEFI Empresa Gran Almacén Príncipe S.A.S.



**MATRIZ DE EVALUACION DE LOS FACTORES EXTERNOS MEFI GRAN ALMACÉN PRINCIPE S.A.S.**

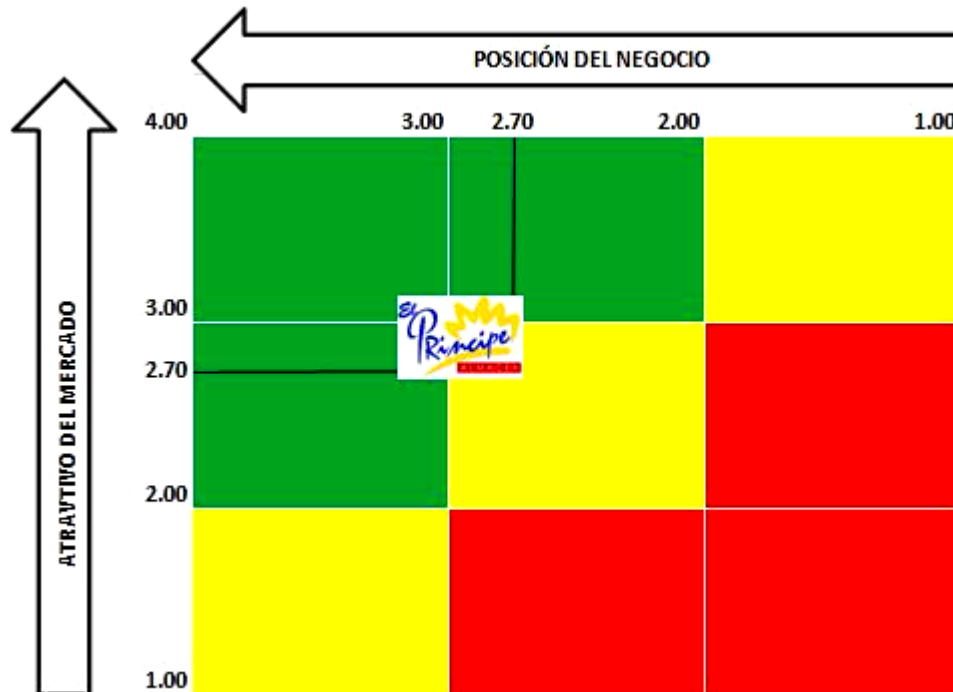
<b>FORTALEZAS</b>				
	<b>FACTORES CRITICOS</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>TOTAL PONDERADO</b>
1	Personal Cualificado	0,2	4	0,8
2	Fidelidad de los clientes	0,2	3	0,6
3	Reconocimiento de marca	0,2	3	0,6
4	Clima organizacional	0,1	2	0,2
5	Rentabilidad del negocio	0,1	3	0,3
6	Ubicación de la empresa	0,1	2	0,2
7	Relación Calidad - precio	0,1	2	0,2
<b>TOTAL PONDERADO</b>				<b>2,9</b>
<b>DEBILIDADES</b>				
	<b>FACTORES CRITICOS</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>TOTAL PONDERADO</b>
1	Falta de tecnología en equipos	0,3	3	0,9
2	Marco estratégico no definido	0,3	4	1,2
3	No se cuenta con control interno	0,2	2	0,4
4	No hay sucursales u otros puntos de venta.	0,2	1	0,2
<b>TOTAL PONDERADO</b>				<b>2,7</b>

*Fuente: Construcción propia*

La ponderación da un total de 2,7 lo que quiere decir que los procedimientos y las estrategias utilizadas han sido apropiadas y cubren con las necesidades de la empresa, pero debe haber mejorías para reducir las debilidades y tener un mejor aprovechamiento de las fortalezas y de los recursos para tener un mejor resultado.

**Tabla No. 5 Matriz de G.E de Gran Almacén Príncipe S.A.S**

Esta matriz se realiza con el fin de complementar las anteriores MEFE y MEFI para recomendar objetivos estrategicos en funcion de las variantes consideradas.



Por lo que se puede observar y según la ubicación en las casillas de Gran Almacén Príncipe S.A.S se dan las siguientes recomendaciones:

- Invertir para crecer ( Casillas I, II y IV)
- Apoyar las áreas con el máximo de inversiones. (I)
- Consolidar las posiciones avanzadas. (I)
- Aceptar niveles de rentabilidad moderados. (I)
- Crecer selectivamente en función de los puntos fuertes de la empresa. (II)
- Crecer en áreas definidas. (II)
- Crecer aumentando la participación del mercado. (II)
- Disminuir los puntos débiles de la empresa. (II)
- Invertir fuertemente en segmentos seleccionados. (IV)
- Disminuir progresivamente las inversiones para incrementar la rentabilidad. (IV)
- Identificar nuevos segmentos atractivos que se correspondan con los puntos fuertes de la empresa. (IV)
- Invertir selectivamente para:

- Apoyar la diferenciación del producto.
- Aumentar la rentabilidad. (V)
- Procurar la segmentación del mercado. (V)
- Establecer planes para compensar los puntos débiles. (V)

### 3.3 DIAGNÓSTICO POR MEDIO DE LA HERRAMIENTA ‘5 FUERZAS DE PORTER’

Tabla No. 5. Diagnostico por medio de la Herramienta ‘5 Fuerzas de Porter’

VARIABLES	CONCEPTO	GRADO
<b>1. Amenaza de ingreso de nuevos competidores a la industria</b>	Normalmente se presentan nuevos competidores ya que es una clase de negocio que no necesita mucha inversión, y la demanda es continua debido a las necesidades de vestir de las personas, solo se necesita un local y de materia prima. De tal manera que es una amenaza constante y es una variable de mucha importancia para la estrategia competitiva de la organización.	<b>ALTO</b>
<b>2. Rivalidad entre los competidores.</b>	Si existe rivalidad, ya que es un negocio donde la preferencia de los clientes es muy importante, el servicio pre y postventa, el valor agregado, descuentos y publicidad, hacen que se enteren quien es el mejor, el más cumplido, quien tiene las mejores prendas y diseños exclusivos.	<b>MEDIO - ALTO</b>
<b>3. Poder de negociación de los proveedores.</b>	No es una fuerza que afecte tanto ya que la mercancía se puede adquirir de diferentes proveedores que a diario tocan la puerta. Solo afecta en la medida que se puedan negociar las formas de pago, cantidad de días, descuentos y demás variables que hacen atractivo un proveedor.	<b>BAJO</b>
<b>4. Poder de negociación de los clientes.</b>	Existe un fuerte impacto en este punto debido a la masiva oferta del tipo de producto que vende la empresa, por ende la calidad es la que destaca a la hora de fijarse en donde comprar y la fidelidad del cliente.	<b>ALTO</b>

**Tabla No. 5. Diagnostico por medio de la Herramienta '5 Fuerzas de Porter'**

<b>VARIABLES</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>GRADO</b>
<b>5. Amenaza de productos sustitutos.</b>	No existe un producto sustituto de las prendas de vestir, solo la moda y las tendencias pueden afectar las necesidades del cliente.	<b>BAJO</b>

*Fuente: Construcción propia*

Como resultado del análisis por medio de la herramienta de las '5 fuerzas de Porter' podemos concluir que la empresa se encuentra en un mercado de mucha competencia donde la diferenciación debe ser el punto más importante para sobresalir. El aprovechar el reconocimiento de la empresa en la ciudad de Tuluá por su trayectoria y hacer uso de la innovación tanto interna como externamente, incrementar el poder de negociación para con los proveedores y el seguir satisfaciendo las necesidades de los clientes con el distintivo de la calidad, deben ser las estrategias en las cuales se debe basar el almacén para mantener dicho reconocimiento y afrontar las distintas problemáticas que día a día surgen en tan competitivo sector.

### CAPITULO 3

#### 4 CARACTERIZACIÓN DE LOS PROCESOS

El objetivo de caracterizar los procesos de la empresa Gran Almacén Príncipe S.A.S. es el de unificar los conceptos que guían la implementación del esquema de gestión para fortalecer así el plan de mejora y establecer una orientación metodológica que facilite el ejercicio de documentar sus procesos y procedimientos.

##### 4.1 CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO GERENCIAL

**Tabla No. 6. Caracterización proceso Gerencial**

<b>Proceso:</b>	Gerencial.				
<b>Objetivo:</b>	Por medio de nuestras estrategias gestionar los recursos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.				
<b>Alcance:</b>	Liderar los lineamientos establecidos en todos los procesos y hacer seguimiento.				
<b>Responsable:</b>	Gerente.				
<b>Proveedores</b>	<b>Entradas</b>		<b>Actividades</b>	<b>Salidas</b>	<b>Clientes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los procesos; Partes Interesadas.</li> <li>• Clientes</li> </ul>		P	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer directrices estratégicas (Políticas, Objetivos, Metas)</li> <li>• Planear la disponibilidad de recursos</li> <li>• Planear la metodología para la revisión por la dirección.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos y Servicios acordados a las necesidades de los clientes</li> <li>• Conocimiento y cumplimiento de los requisitos del cliente, legales y reglamentarios por parte de la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los Procesos.</li> </ul>



**Tabla No. 6. Caracterización proceso Gerencial**

<b>Proceso:</b>	Gerencial.					
<b>Objetivo:</b>	Por medio de nuestras estrategias gestionar los recursos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.					
<b>Alcance:</b>	Liderar los lineamientos establecidos en todos los procesos y hacer seguimiento.					
<b>Responsable:</b>	Gerente.					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidades y expectativas de los Clientes.</li> <li>Plan Estratégico.</li> <li>Presupuesto.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Planear el Proceso de comunicación de información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Política del Sistema de Gestión de Calidad, Objetivos y Metas.</li> <li>Satisfacción Integral del Cliente.</li> <li>Descripción de cargos.</li> <li>Eficacia del Sistema de Gestión de Calidad.</li> <li>Mejora del producto en relación con los requisitos, expectativas y necesidades del cliente.</li> <li>Optimización de los recursos de la organización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cliente Satisfecho.</li> </ul>	
		<b>H</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan Estratégico.</li> <li>Presupuesto.</li> <li>Definir y comunicar los requisitos del cliente, legales y reglamentarios.</li> <li>Establecer los objetivos integrales y relacionarlos con expectativas del cliente, para luego comunicarlos.</li> <li>Definir y comunicar responsabilidades y autoridades.</li> <li>Establecer procesos de comunicación.</li> </ul>			
		<b>V</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisar la ejecución de los Planes de Acción.</li> </ul>			

**Tabla No. 6. Caracterización proceso Gerencial**

<b>Proceso:</b>	Gerencial.				
<b>Objetivo:</b>	Por medio de nuestras estrategias gestionar los recursos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.				
<b>Alcance:</b>	Liderar los lineamientos establecidos en todos los procesos y hacer seguimiento.				
<b>Responsable:</b>	Gerente.				
		A	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir las mejoras para los procesos, el servicio y otorgar los recursos necesarios para su implementación</li> <li>Implementación de plan de mejoramiento.</li> <li>Seguimiento al Plan de Mejoramiento</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención al cliente</li> <li>Comercialización de los productos.</li> <li>Cliente satisfecho</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	<b>Documentos</b>	<b>Registros</b>	<b>Recursos</b>	<b>Indicador/Calculo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ver Listado Maestro de Documentos externo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ver Listado Maestro de Documentos Internos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ver listado Maestro de registros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recurso humano,</li> <li>Recursos financieros</li> <li>Recursos Físicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>% de cumplimiento de planes de acción. (No. De metas cumplidas/metras programadas)*100.</li> <li>Nivel de Satisfacción del cliente. (Clientes Satisfechos/Total clientes encuestados)*100</li> </ul>	

*Fuente: Construcción propia*

## 4.2 CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE RECURSOS HUMANOS.

**Tabla No. 7. Caracterización del proceso de Recursos Humanos**

<b>Proceso:</b>	Recurso humano				
<b>Objetivo:</b>	Gestionar de manera integral y efectiva el recurso humano competente y con experiencia para el buen funcionamiento de la empresa.				
<b>Alcance:</b>	Efectuar los procesos de selección, capacitación, contratación y vinculación del recurso humano solicitado, teniendo en cuenta la seguridad industrial y de medio ambiente.				
<b>Responsable:</b>	Gerente de Recursos humanos				
<b>Proveedores</b>	<b>Entradas</b>		<b>Actividades</b>	<b>Salidas</b>	<b>Clientes</b>
Todos los procesos estratégicos, misionales, apoyo y de evaluación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exigencias del departamento de talento Humano.</li> <li>Ofertas de trabajo</li> <li>Necesidades de formación y Capacitación</li> <li>Novedades de Personal</li> </ul>	<b>P</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar la necesidad de personal.</li> <li>Concretar los requisitos de calificación del personal.</li> <li>Programa de salud ocupacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recurso humano con las competencias requeridas para el desarrollo de la misión y visión de la empresa.</li> <li>Manual de Funciones y competencias.</li> </ul>	Todos los procesos estratégicos, Misionales, Apoyo y de evaluación.
		<b>H</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efectuar proceso de selección.</li> <li>Realizar vinculación y/o contrato.</li> <li>Realizar evaluación por procesos y cargos.</li> <li>Resocializar e instruir a empleados.</li> <li>Mejora en los</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planta de personal</li> <li>Plan de contratación de personal</li> <li>Nomina, Prestaciones Sociales.</li> <li>Seguridad Social.</li> <li>Actividades de Salud ocupacional</li> <li>Servicios de Bienestar social</li> </ul>	

**Tabla No. 7. Caracterización del proceso de Recursos Humanos**

<b>Proceso:</b>	Recurso humano				
<b>Objetivo:</b>	Gestionar de manera integral y efectiva el recurso humano competente y con experiencia para el buen funcionamiento de la empresa.				
<b>Alcance:</b>	Efectuar los procesos de selección, capacitación, contratación y vinculación del recurso humano solicitado, teniendo en cuenta la seguridad industrial y de medio ambiente.				
<b>Responsable:</b>	Gerente de Recursos humanos				
			<p>manuales de funciones por cargos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducir un ambiente sano en la empresa.</li> <li>• Inducción y formación del personal.</li> <li>• Seguimiento al manual de funciones y seguridad industrial.</li> <li>• Afiliaciones a seguridad social.</li> <li>• Realizar la Nómina.</li> <li>• Generar Salud ocupacional y bienestar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de capacitación realizado</li> <li>• Personal Evaluado</li> </ul>	
		V	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar los pagos, descuentos de ley y dotaciones.</li> <li>• Verificar nivel de capacitaciones.</li> </ul>		

**Tabla No. 7. Caracterización del proceso de Recursos Humanos**

<b>Proceso:</b>	Recurso humano			
<b>Objetivo:</b>	Gestionar de manera integral y efectiva el recurso humano competente y con experiencia para el buen funcionamiento de la empresa.			
<b>Alcance:</b>	Efectuar los procesos de selección, capacitación, contratación y vinculación del recurso humano solicitado, teniendo en cuenta la seguridad industrial y de medio ambiente.			
<b>Responsable:</b>	Gerente de Recursos humanos			
		A	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar evaluación por procesos y cargos.</li> <li>Re socializar y capacitar a empleados.</li> <li>Mejora en los manuales de funciones por cargos.</li> <li>Retirar al Personal.</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	<b>Documentos</b>	<b>Registros</b>	<b>Recursos</b>	<b>Indicador/Calculo</b>
Ver listado Maestro de Requisitos Código sustantivo de trabajo, etc.	Ver listado Maestro de Documentos	Ver listado Maestro de Registro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recurso humano,</li> <li>Recursos financieros</li> <li>Recursos Tecnológicos.</li> <li>Recursos Físicos.</li> <li>Equipo de oficina.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel de capacitación (indicadores , evaluación )</li> </ul>

*Fuente: Construcción propia*

### 4.3 CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE COMPRAS

**Tabla No. 8. Caracterización del proceso de Compras**

<b>Proceso:</b>	Compras				
<b>Objetivo:</b>	Suministrar de manera efectiva los recursos necesarios para el progreso y cumplimiento de los procesos.				
<b>Alcance:</b>	Desde los requerimientos del producto hasta la conformidad del recibido.				
<b>Responsable:</b>	Administrador				
<b>Proveedores</b>	<b>Entradas</b>		<b>Actividades</b>	<b>Salidas</b>	<b>Clientes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos Misionales.</li> <li>• Gestión de Calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requerimiento del cliente.</li> <li>• Solicitudes de bienes y/o servicios.</li> </ul>	P	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar productos a comprar.</li> <li>• Planeación de la compra.</li> <li>• Presupuesto de compra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• organización de espacios físicos.</li> <li>• Control de Inventarios</li> <li>• Orden de compra.</li> <li>• Factura de compra y forma de pago.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• procesos Misionales.</li> <li>• Gestión de calidad.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orden de compra.</li> <li>• Política de calidad.</li> <li>• Objetivos de calidad.</li> </ul>	H	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar y negociar los productos.</li> <li>• Escogimiento del proveedor.</li> <li>• Revisión y aprobación de órdenes de compra</li> <li>• Realización del pedido.</li> <li>• Confirmación condiciones del producto y de pagos.</li> <li>• Contabilización de las compras.</li> <li>• Armonía factura vs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan para el mejoramiento de los procesos.</li> <li>• Productos con todos los requerimientos.</li> </ul>	

**Tabla No. 8. Caracterización del proceso de Compras**

<b>Proceso:</b>	Compras			
<b>Objetivo:</b>	Suministrar de manera efectiva los recursos necesarios para el progreso y cumplimiento de los procesos.			
<b>Alcance:</b>	Desde los requerimientos del producto hasta la conformidad del recibido.			
<b>Responsable:</b>	Administrador			
			inventario.	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Actualización de inventarios.</li> </ul>	<b>V</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contabilización de las compras.</li> <li>Armonía factura vs inventario</li> <li>Control de inventarios.</li> <li>Valoración y reevaluación del proveedor.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes y ejecuciones</li> </ul>	<b>A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generar y efectuar acciones correctivas y preventivas del proceso.</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	<b>Documentos</b>	<b>Registros</b>	<b>Recursos</b>	<b>Indicador/Calculo</b>
Ver Listado Maestro de Registros	Ver Listado Maestro de Documentos	Ver Listado Maestro de Registro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recurso humano,</li> <li>Recursos financieros</li> <li>Recursos Tecnológicos.</li> <li>Recursos Físicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento del plan de reevaluación de proveedores.</li> </ul>

*Fuente: Construcción propia*

#### 4.4 CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

**Tabla No. 9. Caracterización del Proceso Administrativo y Financiero**

<b>Proceso:</b>	Administrativo y Financiero				
<b>Objetivo:</b>	Disponer de los recursos Financieros y administrativos ofreciendo información oportuna que permita una adecuada toma de decisiones.				
<b>Alcance:</b>	Desde la infraestructura y aplicabilidad para el desarrollo de cada uno de los procesos.				
<b>Responsable:</b>	Gerente y administrador				
<b>Proveedores</b>	<b>Entradas</b>		<b>Actividades</b>	<b>Salidas</b>	<b>Clientes</b>
Procesos Misionales, de direccionamiento, de apoyo y de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan estratégico.</li> <li>Requisitos, Necesidades y expectativas de los grupos de interés.</li> </ul>	<b>P</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Constituir plan de pago de las obligaciones tributarias.</li> <li>Plan para el cumplimiento de las obligaciones.</li> <li>Políticas financieras corto y mediano plazo.</li> <li>Planeación presupuestal.</li> <li>Plan de mantenimiento de la infraestructura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe de ejecución presupuestal.</li> <li>Políticas y plan financiero.</li> <li>Preparación de informes.</li> </ul>	Procesos Misionales, de direccionamiento, de apoyo y de evaluación.
		<b>H</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>actuación presupuestal.</li> <li>Adquisición de bienes y servicios.</li> <li>Análisis y recomendaciones de las operaciones financieras.</li> <li>Recepción, revisión, selección ubicación de</li> </ul>		



**Tabla No. 9. Caracterización del Proceso Administrativo y Financiero**

<b>Proceso:</b>	Administrativo y Financiero				
<b>Objetivo:</b>	Disponer de los recursos Financieros y administrativos ofreciendo información oportuna que permita una adecuada toma de decisiones.				
<b>Alcance:</b>	Desde la infraestructura y aplicabilidad para el desarrollo de cada uno de los procesos.				
<b>Responsable:</b>	Gerente y administrador				
			<ul style="list-style-type: none"> <li>material documental.</li> <li>• Encargarse de pagos obligaciones adquiridas.</li> <li>• Proceso para los pagos obligatorio del personal de trabajo.</li> <li>• Registrar productos en el sistema.</li> </ul>		
		V	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión de las operaciones.</li> <li>• Revisión de manejo de recursos.</li> <li>• Comprobar el cumplimiento de las especificaciones de calidad de los productos adquiridos.</li> <li>• Inspeccionar la asignación de productos de acuerdo a los procesos.</li> <li>• Identificación y valoración de los riesgos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar seguimiento a la utilización de los recursos.</li> <li>• Consolidar y analizar información financiera</li> </ul>	

**Tabla No. 9. Caracterización del Proceso Administrativo y Financiero**

<b>Proceso:</b>	Administrativo y Financiero				
<b>Objetivo:</b>	Disponer de los recursos Financieros y administrativos ofreciendo información oportuna que permita una adecuada toma de decisiones.				
<b>Alcance:</b>	Desde la infraestructura y aplicabilidad para el desarrollo de cada uno de los procesos.				
<b>Responsable:</b>	Gerente y administrador				
		A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar medidas correctivas y preventivas de los informes financieros.</li> <li>• Tomar medidas correctivas y preventivas del desarrollo de los procesos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conformidad o no conformidad del buen uso de los recursos.</li> <li>• Implementación de acciones correctivas y preventivas.</li> </ul>	
Requisitos		Documentos	Registros	Recursos	Indicador/Calculo
Ver listado Maestro de Requisitos Norma ISO Código de Comercio RUT etc.		Ver listado Maestro de Documentos	Ver listado Maestro de Registro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso humano,</li> <li>• Recursos financieros</li> <li>• Recursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento y mantenimiento de infraestructura.</li> <li>• Indicador financiero.</li> <li>• Cumplimiento de la entrega</li> </ul>

**Tabla No. 9. Caracterización del Proceso Administrativo y Financiero**

<b>Proceso:</b>	Administrativo y Financiero			
<b>Objetivo:</b>	Disponer de los recursos Financieros y administrativos ofreciendo información oportuna que permita una adecuada toma de decisiones.			
<b>Alcance:</b>	Desde la infraestructura y aplicabilidad para el desarrollo de cada uno de los procesos.			
<b>Responsable:</b>	Gerente y administrador			
			Tecnológicos. • Recursos Físicos.	de informes contables.

*Fuente: Construcción propia*

#### 4.5 CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE GESTIÓN DE CALIDAD

**Tabla No. 10. Caracterización del Proceso de Gestión de Calidad**

<b>Proceso:</b>	Gestión Calidad				
<b>Objetivo:</b>	Implementar, revisar y mantener el Sistema de Gestión de Calidad, con la intención de sostener y mejorar nuestros servicios y así mismo la satisfacción de los clientes				
<b>Alcance:</b>	Desde la Necesidad de implementar el Sistema de Gestión de Calidad, hasta la toma de acciones que garanticen el Mejoramiento Continuo.				
<b>Responsable:</b>	Gerente				
Proveedores	Entradas		Actividades	Salidas	Clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes</li> <li>• Todos los Procesos Estratégicos, Misionales, de apoyo, de control y evaluación</li> <li>• Partes interesadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos, Necesidades y expectativas de los Clientes y partes interesadas.</li> <li>• Informes de</li> </ul>	P	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnosticar el estado de la implementación del SGC.</li> <li>• Programas las actividades para la implementación del</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico del Estado de la Implementación del SGC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los procesos estratégicos, Misionales, De apoyo, de control y evaluación.</li> <li>• Clientes.</li> </ul>

**Tabla No. 10. Caracterización del Proceso de Gestión de Calidad**

<b>Proceso:</b>	Gestión Calidad				
<b>Objetivo:</b>	Implementar, revisar y mantener el Sistema de Gestión de Calidad, con la intención de sostener y mejorar nuestros servicios y así mismo la satisfacción de los clientes				
<b>Alcance:</b>	Desde la Necesidad de implementar el Sistema de Gestión de Calidad, hasta la toma de acciones que garanticen el Mejoramiento Continuo.				
<b>Responsable:</b>	Gerente				
	Revisiones del SGC, por parte de la Dirección.		SGC.		<ul style="list-style-type: none"> <li>Partes Interesadas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención al cliente</li> <li>Comercialización de los productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planes de Acción</li> <li>Resultados de los Indicadores</li> </ul>	<b>H</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar el Sistema Integrado de Gestión de Calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de Implementación del SGC.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención al cliente</li> <li>Comercialización de los productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan Estratégico vigente.</li> </ul>	<b>V</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Controlar el Producto o Servicio No Conforme.</li> <li>Planear y ejecutar las auditorías Internas y Externas de Calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evidencias de las acciones tomadas.</li> <li>Plan de Auditorias:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Programas de Auditorias</li> <li>Informes de Auditorias</li> </ul> </li> </ul>	

**Tabla No. 10. Caracterización del Proceso de Gestión de Calidad**

<b>Proceso:</b>	Gestión Calidad				
<b>Objetivo:</b>	Implementar, revisar y mantener el Sistema de Gestión de Calidad, con la intención de sostener y mejorar nuestros servicios y así mismo la satisfacción de los clientes				
<b>Alcance:</b>	Desde la Necesidad de implementar el Sistema de Gestión de Calidad, hasta la toma de acciones que garanticen el Mejoramiento Continuo.				
<b>Responsable:</b>	Gerente				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Comercialización de los productos.</li> </ul>		A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar acciones (Correctivas, Preventivas y de Mejora)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentos y Registros Controlados</li> <li>• Quejas, reclamos y Sugerencias controladas</li> <li>• Sistema de Gestión de Calidad Implementado</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	<b>Documentos</b>	<b>Registros</b>	<b>Recursos</b>	<b>Indicador/Calculo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ver Listado Maestro de Documento Externo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ver Listado Maestro de Documentos Internos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ver Listado Maestro de Registros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso humano,</li> <li>• Recursos financieros</li> <li>• Recursos Tecnológicos.</li> <li>• Recursos Físicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nivel de Satisfacción del Cliente:</b>(Ponderación de las encuestas con resultados positivos Vs número de encuestas realizadas).</li> <li>• <b>Efectividad del SGC:</b> (Numero de Procesos que demuestran mejoramiento/Numero de Procesos)*100.</li> </ul>	

*Fuente: Construcción propia*

#### 4.6 CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.

**Tabla No. 11. Caracterización del Proceso de Comercialización**

<b>Proceso:</b>	Comercialización				
<b>Objetivo:</b>	Identificar las necesidades y las exigencias del cliente buscando aumentar la cobertura en el mercado que le compete a la empresa				
<b>Alcance:</b>	Identificación de las necesidades, propuesta, ratificación de los requisitos, quejas, reclamos, sugerencias y bienestar del cliente.				
<b>Responsable:</b>	Marcela Martínez y asesoras de venta.				
<b>Proveedores</b>	<b>Entradas</b>		<b>Actividades</b>	<b>Salidas</b>	<b>Clientes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direccionamiento Estratégico</li> <li>• Gestión de Calidad y Mejora continua</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directrices del SGC (Matriz de requisitos, Manual de Calidad, Mapa de Procesos, Recursos económicos asignados para los procesos, Canales de Comunicación internos.)</li> <li>• Documentación y registros del S.G.C. / Listado maestro de documentos internos y externos / Listado Maestro de Registros.</li> </ul>	<b>P</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indagar sobre las necesidades de los clientes.</li> <li>• Planear el volumen de producción.</li> <li>• Acopiar las sugerencias e inquietudes de los clientes.</li> <li>• Prever el comportamiento de las ventas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempeño del proceso</li> <li>• Necesidades de nueva documentación, modificaciones o aprobaciones y necesidades de registros</li> <li>• Informe de reporte de producto y/ o servicio no conforme</li> <li>• Informe de Acciones correctivas, preventivas y de mejora identificadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orden Compra confirmada.</li> <li>• Propuesta Económica Confirmada.</li> <li>• Cotización Confirmada.</li> <li>• Resultados de las encuestas de satisfacción.</li> <li>• Análisis de las quejas, reclamos y sugerencias.</li> <li>• Desempeño del proceso</li> <li>• Necesidades de nueva documentación, modificaciones o aprobaciones y</li> </ul>

**Tabla No. 11. Caracterización del Proceso de Comercialización**

<b>Proceso:</b>	Comercialización				
<b>Objetivo:</b>	Identificar las necesidades y las exigencias del cliente buscando aumentar la cobertura en el mercado que le compete a la empresa				
<b>Alcance:</b>	Identificación de las necesidades, propuesta, ratificación de los requisitos, quejas, reclamos, sugerencias y bienestar del cliente.				
<b>Responsable:</b>	Marcela Martínez y asesoras de venta.				
					necesidades de registros <ul style="list-style-type: none"> <li>Informe de reporte de producto y/ o servicio no conforme</li> <li>Informe de Acciones correctivas, preventivas y de mejora identificadas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cientes</li> <li>Mercado</li> </ul>		<b>H</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplir, mantener y mejorar el proceso de Diseño y Desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad.</li> <li>Identificar las necesidades de los clientes.</li> <li>Validación de los requisitos del producto y cierre de negociación.</li> <li>Retroalimentación del cumplimiento de los requisitos pactados con el cliente.</li> </ul>		
		<b>V</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuestas de satisfacción</li> <li>Quejas, reclamos y</li> </ul>		

**Tabla No. 11. Caracterización del Proceso de Comercialización**

<b>Proceso:</b>	Comercialización			
<b>Objetivo:</b>	Identificar las necesidades y las exigencias del cliente buscando aumentar la cobertura en el mercado que le compete a la empresa			
<b>Alcance:</b>	Identificación de las necesidades, propuesta, ratificación de los requisitos, quejas, reclamos, sugerencias y bienestar del cliente.			
<b>Responsable:</b>	Marcela Martínez y asesoras de venta.			
			sugerencias • Comportamiento de ventas	
		<b>A</b>	• Crear e implementar acciones correctivas y preventivas del proceso.	
<b>Requisitos</b>	<b>Documentos</b>	<b>Registros</b>	<b>Recursos</b>	<b>Indicador/Calculo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ver Listado Maestro de Documento Externo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ver Listado Maestro de Documentos Internos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ver Listado Maestro de Registros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recurso humano,</li> <li>Recursos financieros</li> <li>Recursos Tecnológicos.</li> <li>Recursos Físicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Nivel de Satisfacción del Cliente:</b> (Ponderación de las encuestas con resultados positivos Vs número de encuestas realizadas).</li> <li><b>Efectividad del SGC:</b> (Numero de Procesos que demuestran mejoramiento/Numero de Procesos)*100</li> </ul>

*Fuente: Construcción propia*



#### 4.7 CARATERIZACIÓN DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

Tabla No. 12. Caracterización del Proceso de Atención al Cliente

<b>Proceso:</b>	Atención al cliente				
<b>Objetivo:</b>	Determinar lineamientos eficaces para la comunicación con los clientes que permitan la obtención de información útil para una excelente relación entre ambos				
<b>Alcance:</b>	Desde la recepción de las peticiones, quejas y reclamos y hasta la configuración de acciones de mejora en el proceso.				
<b>Responsable:</b>	Administrador				
<b>Proveedores</b>	<b>Entradas</b>		<b>Actividades</b>	<b>Salidas</b>	<b>Clientes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes</li> <li>• Gestión humana</li> <li>• Gestión administrativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepción de la prestación del servicio</li> <li>• Ambiente de trabajo seguro y clima laboral adecuado</li> <li>• Soporte técnico ejecutado, pagina web actualizada</li> </ul>	<b>P</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acoger las peticiones quejas y reclamos</li> <li>• Distribución de peticiones quejas y reclamos</li> <li>• Definir y diseñar los métodos para conocer la percepción del Usuario con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe de retroalimentación con el cliente</li> <li>• Requisiciones de talento humano</li> <li>• Documentos externos e internos y solicitudes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes</li> <li>• Gestión humana</li> <li>• Gestión administrativa</li> </ul>
		<b>H</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar y dar respuesta a las peticiones, quejas y reclamos</li> <li>• Aplicar los métodos diseñados para conocer la</li> </ul>		

**Tabla No. 12. Caracterización del Proceso de Atención al Cliente**

<b>Proceso:</b>	Atención al cliente			
<b>Objetivo:</b>	Determinar lineamientos eficaces para la comunicación con los clientes que permitan la obtención de información útil para una excelente relación entre ambos			
<b>Alcance:</b>	Desde la recepción de las peticiones, quejas y reclamos y hasta la configuración de acciones de mejora en el proceso.			
<b>Responsable:</b>	Administrador			
			<ul style="list-style-type: none"> <li>percepción del Usuario</li> <li>Establecer planes de mejora para la atención de los usuarios</li> </ul>	
		<b>V</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar seguimiento y medición al proceso</li> <li>Análisis de datos</li> <li>Análisis de los riesgos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Resultado de indicadores</li> <li>Consolidar, analizar y evaluar información.</li> </ul>
		<b>A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecimiento de acciones de mejora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Correcciones</li> <li>Acciones de mejora.</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	<b>Documentos</b>	<b>Registros</b>	<b>Recursos</b>	<b>Indicador/Calculo</b>
Ver listado Maestro de Requisitos	Ver listado Maestro de Documentos	Ver listado Maestro de Registro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recurso humano,</li> <li>Recursos físicos</li> <li>Recursos Tecnológicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención oportuna de peticiones quejas y reclamos</li> <li>Nivel de satisfacción de los usuarios</li> </ul>

*Fuente: Construcción propia*

#### 4.7.1 Listado maestro de registros.

##### Anexo No. 1.



### LISTADO MAESTRO DE REGISTROS

<b>VERSION:</b>	001	
<b>FECHA:</b>	06/08/2013	
<b>PAGINA:</b>		

Fecha de actualización: 16/09/2016

PROCESO	NOMBRE	VERSION	FECHA DE APROBACIÓN	COPIAS EN	DIGITAL	LUGAR	RESPONSABLE
				FISICO			
GESTION GERENCIAL	Caracterización de Procesos Gestion Gerencial	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
GESTION DE CALIDAD	Caracterización de Proceso Gestion de Calidad	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
CONTROL DE DOCUMENTO	Procedimiento para el Control de Documentos	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
CONTROL DE REGISTROS	Procedimiento Para Control de Registros	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
PRODUCTO NO CONFORME	Procedimiento para el tratamiento del Servicio no conforme	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
ACCIONES CORRECTIVAS	Procedimiento de las acciones correctivas	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
MANUAL DE CALIDAD	Manual de calidad	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
CARGOS	descripción de cargos	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
COMERCIALIZACION	Caracterización de Proceso de Comercialización	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao

ATENCIÓN AL CLIENTE	Caracterización	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
RECURSO HUMANO	Caracterización del Proceso de Recurso Humano	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	Caracterización del Proceso Administrativo y Financiero	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
NOMBRAMIENTO	Nombramiento a la dirección de calidad	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao
PERFILES	Perfiles de cargos	1	06/09/2014	1	*	Almacén Príncipe, carrera 24 # 26 - 46	Juan Camilo Guevara Henao

Reviso: <b>JUAN CAMILO GUEVARA HENAO</b>	Aprobó: <b>ALBERTO GUEVARA ZULUAGA</b>
Cargo: <b>Coordinador de Calidad</b>	Cargo: <b>Gerente General</b>
Fecha: <b>06 de Septiembre de 2016</b>	Fecha: <b>06 de Septiembre de 2016</b>

#### 4.7.2 Listado maestro de documentos.

##### Anexo No. 2.



### LISTADO MAESTRO DE DOCUMENTOS

VERSION:	001
FECHA:	06/08/2014
PAGINA:	

Fecha de actualización: 06/08/2013

PROCESO	NOMBRE	VERSION	FECHA DE APROBACIÓN	COPIAS EN		OBSERVACIONES
				FISICO	DIGITAL	
GESTION GERENCIAL	Caracterización de Procesos Gestion Gerencial	1	06/09/2014	1	*	N/A
GESTION DE CALIDAD	Caracterización de Proceso Gestion de Calidad	1	06/09/2014	1	*	N/A
CONTROL DE DOCUMENTO	Procedimiento para el Control de Documentos	1	06/09/2014	1	*	N/A
CONTROL DE REGISTROS	Procedimiento Para Control de Registros	1	06/09/2014	1	*	N/A
PRODUCTO NO CONFORME	Procedimiento para el tratamiento del Servicio no conforme	1	06/09/2014	1	*	N/A
ACCIONES CORRECTIVAS	Procedimiento de las acciones correctivas	1	06/09/2014	1	*	N/A
MANUAL DE CALIDAD	Manual de calidad	1	06/09/2014	1	*	N/A
CARGOS	descripción de cargos	1	06/09/2014	1	*	N/A

COMERCIALIZACION	Caracterización de Proceso de Comercialización	1	06/09/2014	1	*	N/A
ATENCIÓN AL CLIENTE	Caracterización de Proceso de Atención al cliente	1	06/09/2014	1	*	N/A
OBJETIVOS DE CALIDAD	matriz de planificación	1	06/09/2014	1		N/A
COMPRAS	Caracterización del Proceso de compras	1	06/09/2014	1	*	N/A
RECURSO HUMANO	Caracterización del Proceso de Recurso Humano	1	06/09/2014	1	*	N/A
ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	Caracterización del Proceso Administrativo y Financiero	1	06/09/2014	1	*	N/A
NOMBRAMIENTO	Nombramiento a la dirección de calidad	1	06/09/2014	1	*	N/A
PERFILES	Perfiles de cargos	1	06/09/2014	1	*	N/A

Reviso: <b>JUAN CAMILO GUEVARA HENAO</b>	Aprobó: <b>ALBERTO GUEVARA ZULUAGA</b>
Cargo: <b>Coordinador de Calidad</b>	Cargo: <b>Gerente General</b>
Fecha: <b>06 de Septiembre de 2016</b>	Fecha: <b>06 de Septiembre de 2016</b>

## **CAPITULO 4**

### **5 FORMULAR LAS ACCIONES DE MEJORA.**

Con la elaboración del plan de mejora se da respuesta a las necesidades, problemas y vacíos identificados durante el proceso de autoevaluación, de manera organizada, integral y planificada.

El Plan de Mejoramiento tiene como base los resultados de la autoevaluación realizada. Su objetivo es orientar las acciones requeridas para superar las debilidades determinadas y sus causas, sin alterar las fortalezas de la institución. Es decir, el plan de mejoramiento es un medio conceptual y una guía para actuar según lo que se requiere, con el fin de modificar el estado actual, por uno futuro de mejor calidad, manteniendo las fortalezas.

Las estrategias de este plan de mejora permitirán:

- Contar con procesos más competitivos y eficaces
- Tener mayor control y seguimiento de las acciones que se van a emplear para corregir los problemas que se presentan en los procesos.
- Conocer las causas que ocasionan los problemas y encontrar la solución.
- Aumentar la eficacia y la eficiencia de la empresa.

A continuación el plan de mejora para Gran Almacén Príncipe SAS basado en las aéreas de trabajo de la empresa:

## 5.1 PROCESO DIRECTIVO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

Tabla No. 13. Actividades de Mejora Proceso Directivo, Administrativo y Financiero

HALLAZGO	ACTIVIDAD A REALIZAR	TIEMPO DE EJECUCION	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	COSTO	INDICADOR DE GESTIÓN
No hay plan estratégico definido.	Realiza el plan estratégico del almacén	90 días	Administrador.	Este trabajo se realizará con la ayuda de los jefes de cada departamento del almacén.	5 M	
No hay indicadores que permitan hacer el seguimiento y la evaluación de los procesos. (Control interno).	Elaborar un plan de monitoreo con un esquema de indicadores y de metas (auditorías)	60 días	Administrador.	Este trabajo se realizará con la ayuda de los jefes de cada departamento del almacén.	2 M	
No hay un plan de presupuestos establecido en el almacén.	Planear y realizar un plan completo de presupuesto	60 días	Administrador y Contadora.	Este trabajo se realizará con la ayuda de los jefes de cada departamento del almacén.	2 M	
No hay control de costos	Construir un programa de control de costos.	90 días	Administrador y contadora.		5 M	



**Tabla No. 13. Actividades de Mejora Proceso Directivo, Administrativo y Financiero**

HALLAZGO	ACTIVIDAD A REALIZAR	TIEMPO DE EJECUCION	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	COSTO	INDICADOR DE GESTIÓN
Los Procesos son manejados empíricamente	Por medio del sistema de gestión de calidad, estandarizar y documentar los procesar.	120 días	Jefe de calidad	Este debe contar con el apoyo de todos en la empresa para su correcto funcionamiento.	500 MIL	
No hay autonomía en la toma de decisiones de los distintos departamentos.	Como parte del plan estratégico otorgar la autonomía a los líderes de los diferentes departamentos.	10 días	Administrador, jefe de compras y jefe de recursos humanos.	Este trabajo se realizará con la ayuda de los jefes de cada departamento del almacén.	0	

**Fuente: Construcción propia**

## 5.2 PROCESO DE RECURSOS HUMANOS

Tabla No. 14. Actividades de Mejora Proceso de Recursos Humanos

HALLAZGO	ACTIVIDAD A REALIZAR	TIEMPO DE EJECUCION	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	COSTO	INDICADOR DE GESTIÓN
Reglamento de trabajo desactualizado.	Actualizar el reglamento de trabajo acorde a las necesidades actuales de la empresa y acorde a la normatividad vigente.	90 días	Administrador y jefe de personal	Este trabajo se realizará con la ayuda de un asesor jurídico.	2 M	
No hay unos requisitos establecidos para la calificación del personal y evaluación de competencias.	Elaborar un programa de calificación y evaluación de desempeños.	60 días	Jefe de personal.		1 M	
No hay manual de funciones	Diseñar un manual de funciones de acuerdo con la norma ISO	30 días	Jefe de personal.	Este trabajo se realizará teniendo como referencia la norma ISO 9001:2015.	3 M	
Deficiente estudio de riesgos y salud ocupacional	Contratar o subcontratar una empresa o persona apta para dicho estudio.	90 días	Administrador y Jefe de personal.	Se cuenta con una persona para dicho trabajo pero no está bien capacitada.	1.2 M	

**Tabla No. 14. Actividades de Mejora Proceso de Recursos Humanos**

<b>HALLAZGO</b>	<b>ACTIVIDAD A REALIZAR</b>	<b>TIEMPO DE EJECUCION</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	<b>COSTO</b>	<b>INDICADOR DE GESTIÓN</b>
No existen planes de capacitación y bienestar social	Realizar un plan de capacitación para los trabajadores	90 días	Jefe de personal.	Este debe contar con el apoyo de la parte administrativa para conocimiento de presupuestos.	2 M	
El reclutamiento y la contratación se hacen de manera rudimentaria.	Crear un programa de entrevistas y contratación con todas las normativas establecidas.	30 días	Administrador., Jefe de personal y jefe de nomina.		500 MIL	

**Fuente: Construcción propia**

### 5.3 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

Tabla No. 15. Actividades de Mejora proceso de Comercialización

HALLAZGO	ACTIVIDAD A REALIZAR	TIEMPO DE EJECUCION	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	COSTO	INDICADOR DE GESTIÓN
No hay una planeación sobre el comportamiento de las ventas.	Realizar estudios sobre el comportamiento de las ventas para establecer estrategias a corto y mediano plazo.	90 días	Administrador., Jefe de compras y encargadas de secciones.		3 M	
Codificación de la mercancía o ingreso de la mercancía al sistema.	Establecer alianzas con los proveedores para que envíen ya codificada la mercancía y simplificar el trabajo.	30 días	Jefe de compras, Jefe de sistemas, auxiliar de sistema y Jefe de bodega.	Se debe tener en cuenta que no todas las empresas que envían la mercancía poseen el sistema estándar para la codificación.	0	
No hay un Presupuesto mercadeo establecido.	Crear un presupuesto para el mercadeo y la publicidad.	20 días	Junta de Socios.	Primero presentar la propuesta al gerente y después debe ser aprobada por la junta.	2 M	

**Tabla No. 15. Actividades de Mejora proceso de Comercialización**

HALLAZGO	ACTIVIDAD A REALIZAR	TIEMPO DE EJECUCION	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	COSTO	INDICADOR DE GESTIÓN
Hay pocos convenios con otras empresas del sector.	Establecer alianzas estratégicas con otras empresas para darle un valor agregado a la empresa.	150 días.	Jefe de mercadeo.		1 M	
No posee venta por internet.	Implementar un portal web donde puedan adquirir los productos del almacén y dar un valor agregado a las ventas.	90 días	Jefe de sistemas.	Este trabajo se realizará con la ayuda de un tercero experto en el tema de venta online.	18 M	
Asesoras de venta poco capacitadas.	Realizar un programa de capacitación para las asesoras de venta.	360 días	Jefe de personal.	Se buscaran cursos de capacitaciones con entidades educativas expertas en el tema de ventas y servicio al cliente.	5 M	
No hay establecido el servicio postventa.	Dar a conocer a los clientes de manera efectiva los servicios postventa como garantías y programas de pgrs	90 días	Administrador y jefe de personal.		500 MIL	

**Fuente: Construcción propia**

#### 5.4 PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Tabla No. 16. Actividades de Mejora Proceso de Atención al Cliente

HALLAZGO	ACTIVIDAD A REALIZAR	TIEMPO DE EJECUCION	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	COSTO	INDICADOR DE GESTIÓN
Algunas asesoras con poca motivación para vender.	Incluir en los planes de capacitación y bienestar el indagar y entender las necesidades de los asesores para así aumentar su pasión por el trabajo que hacen.	150 días	Jefe de personal	Este trabajo se realizará una vez establecido los planes correspondientes del área de recursos humanos.	0	
No existe un programa de PQRS	Crear un sistema donde los clientes puedan expresar sus quejas y sugerencias.	60 días	Administrador.	Este trabajo se realizara con el apoyo de toda la parte administrativa.	1 M	

*Fuente: Construcción propia*

## 5.5 PROCESO DE COMPRAS.

Tabla No. 17. Actividades de Mejora proceso de Compras

HALLAZGO	ACTIVIDAD A REALIZAR	TIEMPO DE EJECUCION	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	COSTO	INDICADOR DE GESTIÓN
No existe un presupuesto de compras.	Elaborar un Plan estratégico del departamento de compras que contemple un presupuesto mensual de compras	60 días	Jefe de compras	Este trabajo se realizará con el apoyo de toda la parte administrativa.	2 M	
No hay capacitación de personal para la selección de la mercancía.	Establecer un programa de capacitaciones para las encargadas de la rotación de la mercancía.	60 días	Administrador, Jefe de compras y encargadas de secciones.		1.5 M	

**Tabla No. 17. Actividades de Mejora proceso de Compras**

HALLAZGO	ACTIVIDAD A REALIZAR	TIEMPO DE EJECUCION	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	COSTO	INDICADOR DE GESTIÓN
No posee una política de negociación con proveedores e indicadores de gestión.	Implementar una política de negociación que permita pactar de mejor manera los costos y los tiempos de pago.	90 días	Administrador., Jefe de compras y contadora.	Este trabajo se realizará con la ayuda de los jefes de cada departamento del almacén.	1 M	

*Fuente: Construcción propia*

## 5.6 INFRAESTRUCTURA.

**Tabla No. 18. Actividades de Mejora Infraestructura**

HALLAZGO	ACTIVIDAD A REALIZAR	TIEMPO DE EJECUCION	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	COSTO	INDICADOR DE GESTIÓN
Las cajas donde se registra la mercancía tienen muchos años y deben cambiarse	Contratar terceros que diseñen e instalen nuevas cajas para el registro de la mercancía acorde a las necesidades actuales	60 días	Administrador. y jefe de compras	Esta actividad debe pasar primero por la junta de socios.	4 M	



Hay computadores e impresoras en mal estado.	Cambiar la tecnología obsoleta	120 días	Administrador y Jefe de sistemas.	Esta actividad debe pasar primero por la junta de socios.	10 M	
Los módulos de la ropa son muy antiguos.	Cambiar los módulos por unos nuevos o por lo menos más actuales.	360 días	Administrador, jefe de compras y jefe de personal	Esta actividad debe pasar primero por la junta de socios.	20 M	
El techo del almacén presenta rotos y varias luces en mal estado	Arreglar las fisuras que presente el techo y cambiar las luces que estén fallando	30 días	Administrador y jefe de compras	Esta actividad debe pasar primero por la junta de socios.	6 M	

**Fuente: Construcción propia**

## **CAPITULO 5**

### **6 FORMULACIÓN DEL CONTROL DOCUMENTAL.**

#### **6.1 OBJETIVO**

Establecer los parámetros generales para la modificación y control del Plan de mejora basado en ISO 9001:2015 para Gran Almacén Príncipe SAS con el fin de facilitar su presentación y utilización.

#### **6.2 ALCANCE**

Aplica para la modificación y distribución de los documentos del Plan de Mejora basado en ISO 9001:2015 para la empresa Gran Almacén Príncipe SAS.

#### **6.3 CONDICIONES GENERALES.**

##### **6.3.1 Aprobación y adecuación de los documentos.**

- a. El control del documento se realizará una vez aprobado por la directiva dicho cambio o adecuación, tomándolo de la carpeta “Plan de mejora” que se encuentra en el área de cartera.
- b. Quien elabora la modificación no podrá aprobarlo, solo el gerente y o el subgerente.
- c. Existirá un formato para presentar una solicitud de modificación o eliminación de los documentos del plan de mejora.

##### **6.3.2 Revisión y actualización del plan de mejora**

El plan de mejora genera cambio de versión si se realizan ajustes en su contenido o aplicación.

##### **6.3.3 Vigencia, pertinencia y disponibilidad de documentos.**

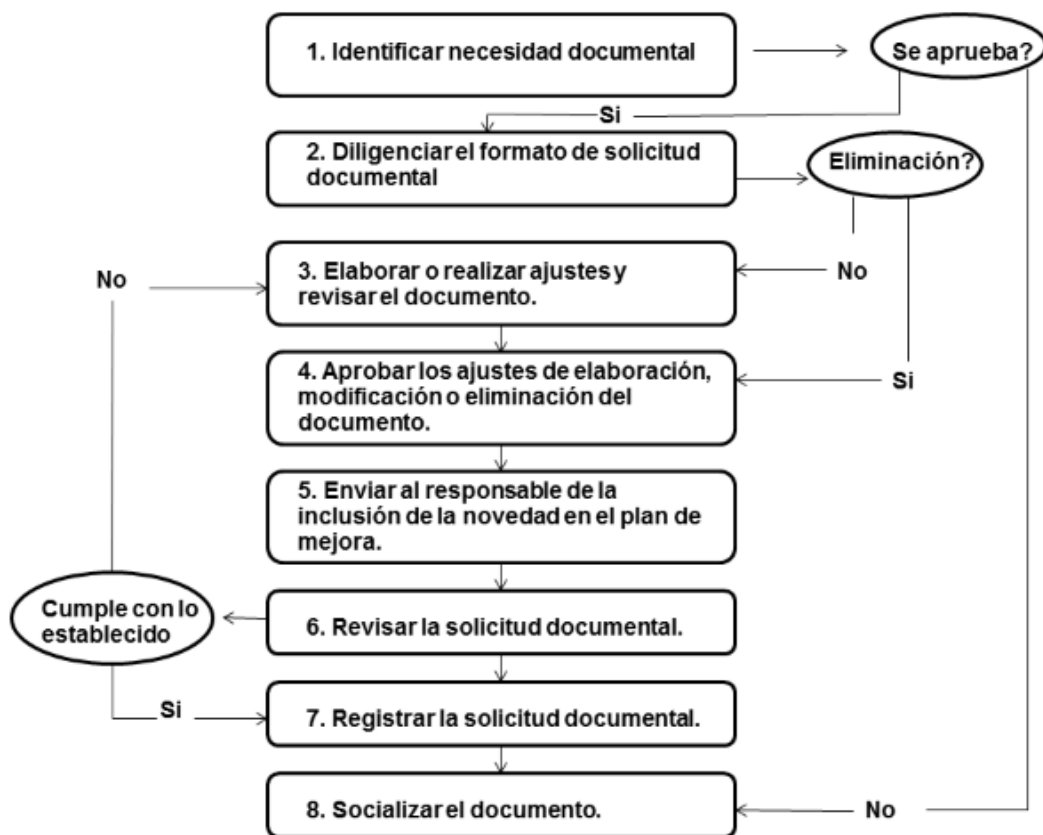
El plan de mejora se encontrará a disposición de todos los empleados del almacén a excepción de los procesos de gerenciales, administrativos y financieros y el proceso de compras.

### 6.3.4 Registro de los documentos.

Los registros resultantes de la ejecución del plan de mejora, se deben organizar de acuerdo a lo dispuesto por cada proceso de su respectiva área de trabajo.

## 6.4 DIAGRAMA DE FLUJO


Figura No. 4. Diagrama de Flujo Control Documental



Fuente: Construcción propia

6.4.1 Formato de solicitud de modificación o eliminación en el plan de mejora

Anexo No. 3.

		<b>SOLICITUD DE MODIFICACIÓN O ELIMINACIÓN DEL PLAN DE MEJORAMENTOS</b>	
<b>Código:</b> MOE-01	<b>Versión:</b> 1	<b>Fecha de Emisión:</b> 2016-07-11	<b>Pág.</b> 83 de 1

<b>Proceso:</b>  <b>Fecha de Solicitud:</b>	
<b>Solicitud para:</b>	<b>Modificar:</b> <input type="checkbox"/>
	<b>Eliminar:</b> <input type="checkbox"/>
<b>Justificación de la solicitud:</b>	
<b>Cambios a Realizar (en caso de modificación):</b>	
<b>Aprobó la solicitud:</b> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	<b>Fecha de la Aprobación:</b>

Elaboró	Revisó	Aprobó

Este documento es propiedad de GRAN ALMACÉN PRÍNCIPE SAS  
No está autorizada su reproducción total o parcial.

***Fuente: Construcción propia***

## 6.5 INFORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PROCEDIMIENTO.

**Tabla No. 19. Información específica del procedimiento de Control Documental**

INFORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PROCEDIMIENTO					
ID	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTROS	SISTEMAS DE INFORMACIÓN.
1	Identificar la necesidad de modificar el documento	Un trabajador del almacén en la ejecución de sus funciones puede identificar la necesidad de modificar o eliminar ítems del plan de mejora. ¿Se aprueba la propuesta? SI: pasa a la actividad #2 NO: Fin del procedimiento.	Todos	N/A	N/A
2	Diligenciar el formato de solicitud	Se debe diligenciar el formato de solicitud documental que se ubicara en el área de cartera para firmar aprobación por el líder o jefe del proceso responsable del documento, quien a su vez designara e informara a él o los responsables de elaborar y revisar el documento en caso de modificación. ¿La solicitud es de eliminación de un ítem del plan de mejora? SI: pasa a la actividad #4 NO: pasa a la actividad #3	Todos	Formato de solicitud	Formato ubicado en el área de cartera

**Tabla No. 19. Información específica del procedimiento de Control Documental**

INFORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PROCEDIMIENTO					
ID	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTROS	SISTEMAS DE INFORMACIÓN.
3	Realizar ajustes y revisar el documento	El o los responsables de acuerdo al formato de solicitud, realizaran los ajustes al documento.	Responsable de acuerdo al formato del plan de mejora	Formato de solicitud o correo electrónico cuando aplique	Plan de Mejora ubicado en el área de cartera.
4	Aprobar ajustes de modificación al documento.	Se envía el documento al líder del proceso quien validara si cumple con los requerimientos, si se aprueba, se registra la firma de aprobación del formato de solicitud autorizando su registro en el plan de mejora.	Líder del proceso dentro del plan de mejora	Formato de solicitud o correo electrónico cuando aplique	Plan de Mejora ubicado en el área de cartera.
5	Enviar al responsable de la inclusión de la novedad	Se envía el documento junto con el formato de solicitud de modificación vía correo electrónico o en físico a los responsables de dichos cambios para incluirlos dentro del plan de mejora.	Líder del proceso dentro del plan de mejora	Físico o correo electrónico	Plan de Mejora ubicado en el área de cartera.

**Tabla No. 19. Información específica del procedimiento de Control Documental**

INFORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PROCEDIMIENTO						
ID	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTROS	SISTEMAS DE INFORMACIÓN.	
6	Revisar solicitud documental	la	Quien haga las veces de director del documento revisara la documentación remitida por los solicitantes en cuanto a su adecuación y forma para asegurar cumplimiento respecto a las condiciones generales y revisa que la solicitud este firmada por el responsable del proceso. SI: Pasa a la actividad #7 NO: Se informa y devuelve el documento al responsable asignado para que tenga en cuenta las observaciones, pasa al a actividad #3.	Quien haga de apoderado del documento	Físico o correo electrónico	Plan de Mejora ubicado en el área de cartera.
7	Registrar solicitud documental	la	Se registra la solicitud de modificación y se informa al responsable de los procesos en el plan de mejora.	Quien haga de apoderado del documento	Formato de modificación	Plan de Mejora ubicado en el área de cartera.
8	Socializar documento	el	Comunicar por cualquier medio de difusión disponible en el almacén los cambios que se realizaran en el plan de mejora y en los procesos.	Quien haga de apoderado del documento	Registro de Modificaciones	Plan de Mejora ubicado en el área de cartera.

*Fuente: Construcción propia*



## 7 CONCLUSIONES

- **Identificar los procesos que se realizan dentro de la compañía:**

La identificación de los procesos de Gran Almacén Príncipe se realizó por medio de unas herramientas muy útiles para dicho objetivo, las cuales aportaron de una manera muy específica las pautas para reconocer y referir cada proceso de la compañía, aportando así una visión global de la organización y de sus relaciones internas.

Algunos de los beneficios de la identificación de los procesos son:

1. Una organización gestionada por procesos tiene más flexibilidad que una basada en jerarquías.
2. Dado que los procesos son transversales y afectan a diferentes unidades organizativas, se favorecen las interrelaciones entre las personas.
3. Se establecen responsables de cada proceso. Todas las personas de la organización conocen su rol en cada uno de los procesos y saben cómo contribuyen a alcanzar los objetivos de la organización.
4. Permite que no se trabaje de manera aislada, buscando solo el beneficio de una parte de la organización, sino buscando el beneficio común.
5. Permite una optimización del uso de los recursos y, en consecuencia, una reducción y optimización de los costes operativos y de gestión.
6. Los procesos se miden; se establecen objetivos e indicadores para cada uno de ellos.
7. Entre las medidas que se analizan es muy importante el grado de satisfacción del cliente. La organización se orienta así a satisfacer las necesidades de los clientes.
8. Se promueve la mejora continua de los procesos. Se detectan ineficiencias, debilidades organizativas, cuellos de botella y errores de manera rápida y metódica, reduciendo los riesgos.

- **Diagnosticar los procesos que se realizan en Gran Almacén Príncipe SAS.**

Evidentemente al aplicar el diagnóstico en el almacén, lo primero que se espera es obtener beneficios, es por ello que este proyecto está diseñado de una manera integral para que a raíz del referido diagnóstico, se obtengan beneficios a corto, mediano y largo plazo.

Se pudo establecer que el diagnóstico arrojó muchas problemáticas en el almacén, que a pesar de su trayectoria y reconocimiento en la ciudad, aun le falta mucho por enriquecer y acrecentar. El empirismo es el estandarte desde su

creación, pero actualmente existen muchas herramientas y técnicas para apoyarse y así aprovechar las citadas variables que hacen fuerte al almacén.

- **Realizar la caracterización de los procesos.**

El hecho de haber caracterizado los procesos de Gran Almacén Príncipe S.A.S da como resultado una manera excelente de planificar los procesos y de ahí en adelante su gerenciamiento, ya que al caracterizar cada proceso, el líder, los clientes, proveedores y el personal que participa de la realización de las actividades, adquieren una visión integral, entienden para que sirve lo que individualmente hace cada uno, por lo tanto fortalece el trabajo en equipo y la comunicación. Esto favorece contundentemente la calidad de los productos y los servicios que se ofrecen allí en el almacén.

- **Formular las acciones de mejora.**

Al haber realizado todo un trabajo de diagnóstico integral, de haber construido toda una base para formular las acciones de mejora, se puede decir que los hallazgos que se hicieron debido a las problemáticas que presenta Gran Almacén Príncipe S.A.S, las acciones de mejora van a ser un gran aporte para dicha empresa ya que son de manera muy objetiva, soluciones que van directamente al problema, mejorando así la eficacia y la eficiencia y por ende habrá una satisfacción de cliente, que es la finalidad de toda organización.

Algunos beneficios claves que tendrá el almacén con la formulación de las acciones de mejora son:

1. La mejora del rendimiento mediante la mejora de las capacidades de la organización.
2. Disponibilidad para reaccionar rápidamente frente a las oportunidades.
3. Alineación de las actividades de mejora en todos los niveles con la estrategia organizativa.

- **Formular el control documental.**

Establecer el control documental en la empresa, por medio de herramientas como el sistema de gestión de calidad va ser muy importante debido a que va a permitir que todos los documentos, en especial los del plan de mejora establecido en este documento, estén controlados y centralizados. Esta es una tarea fundamental hoy en día en las organizaciones, ya que no solo captura y almacena los documentos legales en su lugar, sino que también los va a integrar de una manera especial y

única, haciendo más fácil las tareas de archivo y registro de mencionada documentación.

Gran Almacén Príncipe SAS es una empresa familiar con una gran trayectoria en la ciudad de Tuluá en cuanto a prendas de vestir y artículos del hogar se refiere, el deseo de crecer y el empuje de los que allí hemos trabajado ha llevado a superar los innumerables obstáculos que se presentan en el día a día.

A lo largo de sus 66 años la empresa ha aumentado su musculo financiero y ha contado con un talento humano responsable y ante todo, con un gran sentido de pertenencia hacia el almacén, solo que no han contado un eficaz programa de capacitaciones que permitan realizar de manera más competente su trabajo.

El sector en el que se encuentra el almacén es uno de los más competidos de la ciudad, sin embargo la trayectoria y la fidelidad que ha creado en los clientes demuestran una ventaja competitiva que lo ubica como uno de los mejores del corazón del valle.

Las estrategias y procedimientos que proponen los departamentos administrativos, aunque un poco empíricos y antiguos, han demostrado ser exitosos con el pasar de los años dando como resultado las utilidades y el mantenimiento del almacén.

Es muy importante denotar que con el pasar de los años el almacén se ha ido adecuando a las necesidades de los clientes, es de conocimiento que las prendas de vestir, la moda y las tendencias son variables en continuo cambio, lo que exige una atención especial, es por ello que se concluye que Gran Almacén Principe SAS., es una empresa pilar en la comercialización de ropa y artículos para el hogar en la ciudad de Tuluá y sus alrededores.

## 8 RECOMENDACIONES.

La empresa Gran Almacén Príncipe SAS., presenta cierto tipo de problemáticas y falencias que impiden un desarrollo eficiente y efectivo de todas sus funciones, es por eso que se presentara una serie de recomendaciones que ayudaran a controlar de una mejora manera todo aquello que se encuentre con deficiencias o que debe ser optimizado.

Con respecto a la toma de decisiones, deben ser agilizadas y deben ser lo más oportunas posibles ya que no hay una distribución de responsabilidades establecida mediante un manual de funciones o por medio del reglamento de trabajo, el cual esta desactualizado. Cada jefe de área debe tener claro cuáles son sus funciones y así estar seguro de cuáles son las decisiones que le corresponden y le competen, así será más fácil poner en marcha los planes de acción que se proponen en el plan de mejora sin necesidad de que todos tengan que intervenir en dicha toma de decisiones.

Aprovechar al máximo esa trayectoria y esa fidelidad de los clientes para desarrollar estrategias internas y externas que permitan ofrecer un servicio con calidad, que se diferencie entre los demás por su eficiencia en la comercialización de los productos que allí se venden.

De igual manera se recomienda que se haga un buen uso del plan de mejora aquí sugerido para que los procesos que se ejerzan en el almacén, se realicen de manera eficaz, que en su mayoría sean bien acogidos en todas las dependencias para que haya un excelente desarrollo del mismo.

Acerca del personal, es de vital importancia su constante aprendizaje, el conocimiento adquirido va a repercutir de manera positiva en las ventas del almacén. Que esto sea un programa establecido y no que sea decisión del trabajador si acude a un curso de capacitación o no.

Se aconseja crear un departamento de calidad y auditoria que esté pendiente de que se cumpla todo el establecido en el plan de mejora y que a futuro certifiquen a la empresa en un sistema de gestión de calidad, lo que va a dar un punto diferenciador y de distinción entre las empresas del mismo sector en la ciudad de Tuluá, ya que ninguna empresa con la misma actividad lo posee.

## BIBLIOGRAFÍA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación ANECA. Edit. Universidad de Antofagasta

FRANCESC, Pedro y García. Agencia per a la Qualitat del sistema universitari de Catalunya.

FEIGENBAUM VALLIN, Armand. Total Quality Control. 3 Edit. McGraw-Hill.

FONTALVO HERRERA, Tomás José y VERGARA SCHAMALBACK, Juan Carlos. La Gestión de la calidad en los servicios ISO 9001:2008. Edit. Eumed.

GONZÁLEZ FERRERA, Fernando. Gestión de Calidad en la Organización y dirección de centros. Edit. Ministerio español de educación. 2005

GUAJARDO GARZA, Eduardo. Calidad Total, Conceptos y enseñanzas de los grandes maestros de la calidad. Editorial Pax México.

MENDEZ, Álvarez. Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y Desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. 4. Edición Edit. Limusa.

Norma internacional ISO 9001, cuarta edición, 2008-11-15

Revista de Economía, sociedad, turismo y medio ambiente, 15: RESTMA 15, Septem Ediciones

### **Web grafía:**

COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL [En línea]  
[http://www.camaratuluva.org/images/COMPORTAMIENTO\\_EMPRESARIAL\\_2014\\_12.pdf](http://www.camaratuluva.org/images/COMPORTAMIENTO_EMPRESARIAL_2014_12.pdf)[Consultado julio 2016]

EL MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS. [En línea]  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1084/mejoramamiento.html> [consultado julio 2016]