

**Propuesta de Sistema de Gestión de Calidad para la Empresa Mundial de Latas y Lujos
P&B según los requisitos de los capítulos 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1, 8.2, 8.4 de la norma ISO
9001:2015**

Juan Sebastián Castañeda Infante

Brayan Andrey Peña Sisa

Andrés Eduardo Rodríguez Bustos

Universidad Santo Tomás

Especialización en dirección y gestión de la Calidad

Bogotá D.C.

2024

Resumen

El objetivo del proyecto en Mundial de Latas y Lujos P&B fue la propuesta de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) que optimice las operaciones y mejore la satisfacción del cliente.

Para alcanzar este propósito, se establecieron tres objetivos clave.

El primer objetivo fue evaluar la situación actual de la empresa en relación con el Sistema de Gestión de Calidad. Esta evaluación se realizó a través de un diagnóstico exhaustivo que incluyó la revisión de los numerales de la norma ISO 9001:2015 propuestos en el alcance.

Además, se evaluó la estructura organizacional y documentación con entrevistas a los colaboradores. Los hallazgos revelaron una serie de desafíos, tales como una gestión administrativa deficiente, roles y responsabilidades no definidos claramente y procesos internos desactualizados o irrelevantes. Estos problemas impactaban negativamente en la competitividad y la eficiencia operativa de la empresa.

Con base en los resultados de la evaluación, el segundo objetivo fue proporcionar herramientas y estrategias para mejorar los aspectos identificados. Entre las herramientas desarrolladas se incluyeron una matriz de riesgos para anticipar y gestionar posibles amenazas, un mapa de procesos para visualizar y optimizar los flujos de trabajo clave (planeación de abastecimiento, gestión logística y gestión comercial), y un procedimiento de gestión documental para asegurar la trazabilidad y control de todos los documentos importantes. Además, se formularon objetivos de calidad claros y una política de calidad alineada con los estándares de la ISO 9001:2015, enfatizando la mejora continua, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

El tercer y último objetivo fue validar las herramientas y procedimientos propuestos para la implementación del SGC. Este proceso culminó con una reunión en la que se presentaron todas las herramientas desarrolladas a la dirección y los empleados clave de la empresa. Durante esta reunión, se expusieron detalladamente las ventajas y el funcionamiento de cada herramienta. La empresa acogió todas las propuestas a cabalidad, comprometiéndose a integrar estas nuevas

prácticas en sus operaciones diarias.

Palabras clave: sistema de gestión de calidad, sector automotriz, cultura organizacional, satisfacción de cliente, eficiencia, productividad, capital humano.

Tabla de contenido

1	Formulación del problema	10
1.1	Antecedentes	10
1.2	Descripción del problema	12
1.3	Planteamiento del problema.....	12
1.4	Formulación del problema	13
2	Marco teórico.....	14
2.1	Introducción a la industria comercializadora de autopartes.....	14
2.2	Satisfacción interna y servicio al cliente.....	16
2.3	Norma ISO 9001	17
3	Justificación.....	19
4	Objetivos.....	20
4.1	Objetivo general.....	20
4.2	Objetivos específicos	20
5	Alcance.....	21
6	Estrategia de despliegue de objetivos.....	22
	Evaluar la situación actual de la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B para analizar la conformidad con los estándares establecidos por los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015.....	22
6.1	Elaborar estrategias y herramientas para el cumplimiento de los requisitos establecidos por los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015 según el análisis de la situación actual	44

6.2 Validar las estrategias y herramientas propuestas a la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B con base en los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015	71
7 Conclusiones	73
8 Bibliografía.....	74
10. Anexos	76
ANEXO A DIAGNOSTICO ISO 9001-2015	76
ANEXO B MATRIZ DOFA.....	76
ANEXO C PERFIL DE CARGO – GERENTE	76
ANEXO D PERFIL DE CARGO - JEFE DE ADMINISTRACIÓN.....	76
ANEXO E PERFIL DE CARGO - JEFE DE VENTAS	76
ANEXO F PERFIL DE CARGO – VENDEDOR.....	76
ANEXO G PERFIL DE CARGO – CAJERO.....	76
ANEXO H PERFIL DE CARGO – BODEGUERO	76
ANEXO I PERFIL DE CARGO - APOYO VENTAS Y BODEGA	76
ANEXO J MATRIZ DE ROLES Y RESPONSABILIDADES	77
ANEXO K MATRIZ DE REQUISITOS CLIO	77
ANEXO L MATRIZ DE RIESGOS.....	77
ANEXO M FORMATO INDUCCIÓN	77
ANEXO N SISTEMA DE FACTURACIÓN HE INVENTARIO.....	77
ANEXO O FORMATO PARA CREACIÓN, ACTUALIZACIÓN Y ELIMINACIÓN DE DOCUMENTOS.....	77

ANEXO P PROCEDIMIENTO DOCUMENTAL.....	77
ANEXO Q LISTADO MAESTRO	77
ANEXO R EVALUACIÓN DE PROVEEDORES.....	78
ANEXO T FLUJOGRAMA	78
ANEXO U - MATRIZ DE VALIDACIÓN	78
ANEXO V - ACTA DE REUNIÓN	78
ANEXO W - ENCUESTA DE SATISFACCIÓN INTERNA	78

Listado de tablas

Tabla 1. Oportunidades, Fortalezas, Debilidades y Amenazas	45
Tabla 2. Partes interesadas.....	53
Tabla 3. Tabla de comunicaciones	57
Tabla 4. Planificación de los Objetivos de la propuesta de calidad	61
Tabla 5. Matriz de comunicación interna	66

Listado de Figuras

Figura 1. Comprensión de la misión y visión.....	23
Figura 2. Percepción sobre el compromiso de la alta dirección con la mejora y el ambiente laboral	24
Figura 3. Importancia que tiene la integración de las necesidades del cliente y el trabajo del personal.....	25
Figura 4. Compromiso del gerente con la mejora del trabajo y el ambiente laboral.....	26
Figura 5. Evaluación de la satisfacción con el liderazgo del supervisor o gerente	27
Figura 6. Importancia de ofrecer productos/servicios de calidad en nuestro trabajo	28
Figura 7. Importancia de cumplir con las solicitudes de los clientes	29
Figura 8. Conocimiento sobre la importancia de la calidad en nuestro trabajo.....	30
Figura 9. Evaluación de la claridad y efectividad de la comunicación interna en la empresa	31
Figura 10. Claridad en las responsabilidades y tareas asignadas para el puesto de trabajo	33
Figura 11. Deseo de mayor claridad en las responsabilidades y tareas asignadas para el trabajo	34
Figura 12. Evaluación de la cultura de mejora continua y su impacto en la adaptabilidad y competitividad de la organización	35
Figura 13. Opiniones sobre retroalimentación frecuente sobre la calidad del trabajo y estrategias para mejorarlo.....	36
Figura 14. Disponibilidad de recursos para desarrollar las labores en el trabajo: percepciones del equipo	37
Figura 15. Interés en formación para mejorar la comprensión sobre la calidad en el trabajo	38
Figura 16. Descripción del ambiente de trabajo en términos de colaboración y apoyo entre colegas	39
Figura 17. Percepción sobre el sistema de reconocimiento y valoración del desempeño del personal en la empresa.....	40

Figura 18. Descripción de la comunicación interna en relación a la colaboración y calidad del trabajo	41
Figura 19. Importancia de seguir un proceso establecido para alcanzar resultados óptimos y consistentes	43
Figura 20. Mapa de procesos de la empresa Mundial de latas y lujos P&B	50
Figura 21. Organigrama Mundial de Latas y Lujos P&B.....	51

1 Formulación del problema

1.1 Antecedentes

Para obtener una comprensión más completa de los pasos para realizar una adecuada estructuración del sistema de gestión de calidad según criterios de la norma ISO 9001: 2015, Es fundamental examinar ciertos antecedentes en los que se puedan detectar estrategias, planes de acción, posibles obstáculos o aspectos susceptibles de mejora en el proceso de implementación del sistema de gestión en la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B, a continuación se abordan los trabajos que exponen los temas antes mencionados:

En el trabajo realizado por Valenzuela (2019) en el que se estructuró una propuesta de alimentación de la ISO 9001:2015 para una empresa distribuidora de autopartes llamada “autopartes 3 en 1 S.A.S” que se dedica a la fabricación de autopartes para diferentes líneas automotrices que se comercializan en Colombia, se realizaron diferentes etapas de estudio y estructuración de la cual su principal enfoque se basó en el diagnóstico de la organización según los requerimientos establecidos por la norma, seguido de la exploración del contexto externo e interno de la empresa para así determinar sus debilidades y oportunidades frente al mercado, describiendo detalladamente los procesos que mayormente generaban quejas de los clientes. Según los resultados, se concluye que cualquier organización puede ser apta para implementar un sistema de gestión de calidad, la cual estará dispuesta a llevar una correcta planeación de sus procesos. Así mismo se recomienda identificar las falencias y no conformidades según el historial de la empresa, con el fin de fijar responsabilidades, planes de acción e indicadores que permitan mitigar errores con la finalidad de que no vuelvan a suceder. Finalmente, la realización de un correcto análisis de contexto externo permite que las empresas estén en sintonía con diversos factores que pueden afectarlos de manera positiva o negativa, ya que aparte de tener en cuenta la satisfacción del cliente también se observan otros factores como la correcta producción del producto, efectos políticos,

Comentado [DL1]: Qué quieren decir?

económicos, entre otros (Valenzuela, 2019)

Por su parte, en el año 2017 en Bogotá, Colombia, se llevó a cabo una tesis que tenía como título de Desarrollo del sistema de gestión de calidad en Corpar Autopartes Ltda, bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015. Esta investigación llevo los mismos pasos del estudio de caso expuesto, pues cumplían con el mismo propósito de implementar un sistema de gestión de calidad, realizando diferentes metodologías. Uno de los primeros pasos comúnmente utilizados para realizar el sistema de gestión bajo la norma es el diagnóstico de la empresa y en este caso no fue la excepción, el problema principal de la empresa era que en su búsqueda y negociación con nuevos clientes, estos solicitaban que la empresa tuviera un sistema de gestión de calidad, rígido y certificado por la norma ISO 9001:2015, esto ya que el cliente necesitaba hacer el seguimiento a sus proveedores para tener la certeza de que los productos que compraban contaban con todos sus requerimientos. El impacto de la implementación del sistema de gestión fue positivo; al definirse tareas y responsabilidades, cada trabajador conoce sus funciones detalladamente, y al optimizar tiempos de entrega a sus clientes estos se vieron satisfechos ya que disminuyeron las devoluciones, consolidando la fidelidad de sus clientes, aumentando la productividad y la rentabilidad de la empresa (Cortés, 2017).

En el trabajo, Diseño de un sistema de gestión de calidad para la empresa filtros a y z S.A.S de la ciudad de Bogotá, bajo los criterios de la norma ISO 9001:2015, fue la propuesta planteada por los estudiantes de la universidad libre para su trabajo de grado en el año 2023. El objetivo del estudio era aumentar la mejora continua para mantenerse en el mercado, para lo cual se llevaron a cabo diferentes estudios internos de la empresa, así como la implementación de estrategias de mejora e implementación del sistema de gestión. En este trabajo se tomó la decisión de empezar por el estudio y análisis de antecedentes a nivel local, nacional e internacional sobre la implementación e impacto que tienen los sistemas de gestión al lograr objetivos basados en las necesidades de los clientes. Con el contexto del tema y sus

antecedentes, se desarrollan los pasos explicados en los estudios anteriores, como la contextualización de la empresa en su situación actual, desarrollo y planteamiento del mapa de procesos, dejando para el final, la implementación de los documentos requeridos por la norma. Como el caso anterior, al implementar el sistema de gestión, se aseguró la fidelización de los clientes al mejorar la calidad de sus productos, manteniéndose competitivamente en el mercado (Moreno & Sarmiento, 2023).

1.2 Descripción del problema

El impacto generado por la falta de estructura, gestión organizacional, ineficiencia operativa y la pérdida de productividad en la empresa mundial de latas y lujos P y B genera errores como: inventario desorganizado, roles no definidos, documentación no organizada, procesos irrelevantes, entre otros; por lo que la empresa pasa por dificultades de crecimiento y liderazgo frente al mercado, de igual manera, también enfrenta varias deficiencias críticas, lo que hace esencial la implementación de un sistema integrado que fortalezca su estructura organizacional. Abordar la ineficiencia operativa y la pérdida de productividad es crucial para evitar problemas financieros y el riesgo potencial de quiebra debido a la subutilización de recursos, lo cual se traduce en pérdidas de tiempo, dinero y esfuerzo. Al resolver estos problemas, será posible optimizar el uso de los recursos, reducir costos innecesarios mejorando así la posición de la empresa en el mercado sin la necesidad de cambios drásticos en el entorno empresarial.

1.3 Planteamiento del problema

Con base en lo expuesto, este estudio busca proponer un sistema de gestión de la calidad a partir de los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1, 8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015 en las áreas de la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B, especialmente en el área

administrativa para impulsar la mejora de la compañía.

1.4 Formulación del problema

¿Cómo plantear una propuesta de un sistema de gestión de calidad para la empresa mundial de latas y lujos P y B con base en los numerales 4, 5, 6?1, 6.2.1, 7 y 8.1, 8.2 , 8.4 de la norma ISO 9001:2015 para mejorar la satisfacción interna de la empresa?

2 Marco teórico

Para este proyecto de investigación que se enfoca en una empresa comercializadora de autopartes ubicada en la ciudad de Bogotá DC. Se establecen los siguientes conceptos clave que permitirán facilitar la comprensión y el desarrollo del proyecto.

2.1 Introducción a la industria comercializadora de autopartes

La industria de autopartes en Colombia es un componente fundamental en la economía del país, desempeñando un papel crucial en el soporte y desarrollo del sector automotriz. Esta industria abarca una amplia gama de productos y servicios que van desde la fabricación de componentes esenciales como: filtros de aire, químicos, llantas, partes eléctricas (cableados y baterías), rines, lubricantes, tapicerías (en tela y cuero), soportes de caucho y metal, sistemas de suspensión, hasta la comercialización de estas piezas; lo que implica que la industria de autopartes en Colombia no solo se enfoca en la producción nacional, sino que también involucra la importación y distribución de repuestos nacionales e importados, adaptándose a las necesidades cambiantes de los consumidores y las demandas del mercado (Superintendencia de Industria y Comercio, 2012)

La industria de autopartes se compone de segmentos que producen y suministran diferentes tipos de componentes y piezas que se utilizan para fabricar, reparar y mantener vehículos. Algunos de los segmentos más destacados son:

- **Piezas Originales (OEM):** Las piezas (OEM- Original Equipment Manufacturer) son aquellas fabricadas por el mismo fabricante del vehículo que cumplen con las especificaciones exactas de las piezas instaladas durante la construcción del vehículo. Son consideradas piezas genuinas oficiales de alta calidad y confiabilidad, razón por la

cual, son recomendadas por los fabricantes de vehículos para garantizar su correcto funcionamiento y rendimiento (Jiménez, 2022)

- **Piezas de Repuesto:** Este tipo de piezas de repuesto son fabricadas por el mismo fabricante del vehículo, sino por empresas especializadas en la producción de autopartes. Es un tipo de piezas son más económicas y de menor calidad dependiendo su fabricación que las piezas OEM, lo que las hace una opción atractiva para muchos consumidores, pues estas también pueden ser de alta calidad y confiabilidad (Autostrada, 2023)
- **Piezas Usadas:** Este segmento se enfoca en la adquisición, restauración y venta de piezas usadas provenientes de vehículos retirados o desmantelados. Estas piezas son una opción más económica y buena alternativa para los propietarios de vehículos de modelos discontinuados o viejos, estas piezas contribuyen al reciclaje y la sostenibilidad al reducir la necesidad de fabricar nuevas piezas (Firestone, 2022)

En cuanto a la comercialización de productos de autopartes, es el proceso que una empresa realiza para llevar sus productos al mercado y satisfacer las necesidades de los clientes. A continuación, se describe el proceso ideal para la comercialización:

- Identificar las necesidades del mercado para atender eficazmente a los consumidores. Las empresas dedicadas a la comercialización de autopartes deben primeroreconocer las demandas y tendencias que prevalecen en el mercado (Euroinnova, 2023).
- Crear el producto ideal: es esencial que estas empresas creen productos que cumplan con las especificaciones requeridas para asegurar el óptimo funcionamiento de los vehículos (Euroinnova, 2023).

- Establecer canales de distribución: para satisfacer las necesidades de los clientes, resulta fundamental que las empresas de autopartes implementen canales de distribución eficaces que les permitan llevar sus productos al mercado de manera efectiva (Euroinnova, 2023).
- Establecer estrategias de marketing de productos: la promoción de productos es esencial y puede lograrse mediante estrategias de marketing efectivas que abarquen mediostradicionales, digitales, relaciones públicas y eventos (Euroinnova, 2023).
- Comercializar el producto: la venta de productos se efectúa a través de canales idóneos tales como tiendas especializadas en autopartes, distribuidores autorizados y plataformas en línea (Euroinnova, 2023).
- Brindar un servicio postventa al cliente: un eficiente servicio al cliente, que incluye soporte técnico y garantías de calidad, es esencial para las empresas de autopartes (Euroinnova, 2023).
- Implementar un plan de mejora continua: con el objetivo de mantenerse competitivas y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes, estas empresas deben perseguir una mejora constante en sus procesos de comercialización (Euroinnova, 2023).

2.2 Satisfacción interna y servicio al cliente

La satisfacción del cliente es una medición de la satisfacción que tiene el cliente acerca de los productos y servicios de una empresa (Peiró, 2018). El servicio al cliente se refiere a la atención que se brinda a los clientes antes, durante y después de la venta de un producto o servicio (Peiró, 2018).

Para medir la satisfacción del cliente se emplean indicadores que son una serie de parámetros para evaluar individualmente ciertos datos del cliente que tienen relación e

incidencia con su satisfacción, entre los que se encuentran:

- **Net Promoter Score (NPS):** mide la lealtad de los clientes en base en las recomendaciones que realiza (CEUPE, 2023).
- **Customer Satisfaction Score (CSAT):** consta de una métrica de lealtad para medir la satisfacción de los clientes de una interacción individual o experiencia general (CEUPE, 2023).
- **Customer Effort Score (CES):** es una evaluación que indica el grado de esfuerzo de un cliente para adquirir un producto o servicio, solventar un inconveniente con la empresa, resolver dudas, etc (CEUPE, 2023).
- **Service Partner Satisfaction (SPS):** es un indicador que señala cuantitativamente el nivel de satisfacción de un cliente por un producto o servicio recibido (CEUPE, 2023).
- **First Contact Resolution (FCR):** indica la cantidad de problemas que se resolvieron en el primer contacto de un cliente hacia la empresa (CEUPE, 2023).
- **First Response Time (FRT):** es el tiempo promedio que una empresa tarda en ofrecer una respuesta inicial a un problema o consulta por parte de un cliente (CEUPE, 2023).
- **Tasa de Abandono o Churn Rate:** señala el porcentaje de usuarios que abandonan los servicios de una empresa en un periodo de tiempo determinado (CEUPE, 2023).
- **Tiempo promedio de servicio:** mide el tiempo que un agente tarda en atender a un cliente (CEUPE, 2023).
- **Tiempo promedio de espera:** señala la duración media que un cliente espera antes de ser atendido (CEUPE, 2023).

2.3 Norma ISO 9001

El término "calidad" se refiere a la capacidad de un objeto para satisfacer las necesidades, ya sean evidentes o no, según un estándar o requisito de excelencia. La calidad es

un concepto subjetivo y relativo, ya que depende de las percepciones individuales al comparar un objeto con otros de la misma categoría, y está influenciada por factores como la cultura, el producto o servicio en cuestión, las necesidades y las expectativas (Barbosa, 2021). La calidad se relaciona con la superioridad o la igualdad de un producto o servicio que satisface al cliente.

Por su parte, un sistema de gestión es un enfoque organizado y bien documentado que guía las acciones de los empleados, los equipos y la información en una organización. Su propósito principal es asegurar tanto la satisfacción del cliente como la eficiencia en costos para lograr la calidad en los productos o servicios ofrecidos (Irurita & Villanueva, 2012). Un sistema de gestión implica coordinar una serie de actividades que abarcan recursos, procedimientos, documentos, estructura organizacional y estrategias para lograr la calidad deseada en los productos o servicios y satisfacer las expectativas de los clientes (Irurita & Villanueva, 2012).

A su vez, la gestión de la organización implica supervisar y controlar todos los procesos que ocurren en la empresa. Estos procesos deben ser manejados de manera eficaz y eficiente para lograr el mejor desempeño empresarial. Al tener en cuenta las diversas variables de cada proceso y gestionarlos de manera efectiva, se estará mejorando su funcionamiento de manera óptima (Irurita & Villanueva, 2012). De esta manera, implica la coordinación de todos estos elementos para lograr los objetivos de la organización lo mejor posible.

3 Justificación

La empresa Mundial de Latas y Lujos P&B dedicada a la comercialización de refacciones automotrices nuevas, surge como resultado de la fusión de dos empresas con más de 10 años de experiencia en la venta de autopartes nuevas, con el objetivo de capitalizar sus fortalezas y recursos para alcanzar un crecimiento significativo en su trayectoria, capacidad de almacenamiento, organización y calidad en la atención al cliente.

No obstante, la empresa enfrenta desafíos importantes derivados de una gestión administrativa deficiente y una estructura organizacional poco clara. Estos desafíos se manifiestan en errores operativos tales como desorden en el inventario, roles indefinidos, documentación desorganizada o inexistente, falta de mejora continua y procesos irrelevantes, lo que afecta su competitividad y capacidad para crecer de manera sostenible, además de repercutir negativamente en la calidad de sus procesos internos.

Para hacer frente a estos desafíos, se propone la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) basado en los requisitos de los capítulos 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1, 8.2, 8.4 de la norma ISO 9001:2015. Este enfoque busca mejorar la estructura organizacional y optimizar los procesos operativos, lo que se traducirá en un crecimiento sólido y una posición de liderazgo en el mercado. Además, permitirá documentar y controlar de manera efectiva los procesos internos de la organización, actualmente gestionados de manera empírica.

El objetivo del Sistema de Gestión a proponer es dirigir a la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B a la satisfacción del cliente, garantizando la conformidad con los requisitos de calidad establecidos. Basado en principios como el liderazgo, el compromiso del personal y la mejora continua, este enfoque guiará la planificación y ejecución del sistema de gestión de calidad, asegurando una atención eficiente y un servicio de calidad a los clientes, además de fortalecer la posición de la empresa en el mercado.

4 Objetivos

4.1 Objetivo general

Proponer un sistema de gestión de calidad con base en los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015 para mejorar la satisfacción interna de la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B.

4.2 Objetivos específicos

Evaluar la situación actual de la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B para analizar la conformidad con los estándares establecidos por los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015 y con respecto a la satisfacción interna de la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B.

Elaborar estrategias y herramientas para el cumplimiento de los requisitos establecidos por los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015 según el análisis de la situación actual

Validar las estrategias y herramientas propuestas a la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B con base en los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015

5 Alcance

El proyecto se centra en proponer un sistema de gestión de calidad para la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B con base en los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015 para mejorar la organización administrativa y organizacional.

6 Estrategia de despliegue de objetivos

Comentado [DL2]: Falta este numeral

Evaluar la situación actual de la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B para analizar la conformidad con los estándares establecidos por los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015

Comentado [DL3]: Ustedes diligenciaron la matriz de diagnóstico de los capítulos de la norma?

Para el desarrollo de este objetivo se plantean entrevistas, encuestas, visitas y el diagnóstico a la empresa según los capítulos respectivos de la norma, con el fin de comprender el estado actual y la satisfacción dentro de la empresa, desde la perspectiva del recurso humano.

El diagnóstico fue llevado a cabo el día 11 de marzo de 2024 durante una breve reunión a la gerencia realizada a las instalaciones de la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B, donde mediante el uso de una herramienta de diagnóstico que relacionaba los numerales de la norma ISO 9001 mencionados en el alcance de esta propuesta y su nivel de aplicación actual, se pudo determinar el nivel actual de implementación de un SGC en la empresa, en este caso, del 7,6%. La matriz de diagnóstico tuvo un resultado significativo en la organización, ya que, la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B en cabeza de su gerencia, pudo constatar su baja implementación en los numerales de la norma ISO 9001:2015 en el alcance establecido en la propuesta y, con base, la empresa participaba frente al proyecto, dispuesta a colaborar con el estudio. Ver anexo A.

Comentado [sc4]: Aquí esta la matriz de diagnostico, anexo A

Además, se aplicó una encuesta, el mismo día, durante una breve reunión de 30 minutos, en ella participaron los colaboradores y el gerente (6, quienes dieron respuesta a 19 preguntas diseñadas para recopilar información relevante., a través de una plataforma web, diseñada para ser contestada de manera anónima, en un tiempo límite y mediante un solo intento de respuesta por participante.

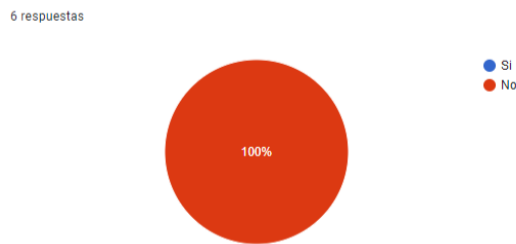
Comentado [DL5]: Cuales fueron los resultados más representativos

A continuación, se puede observar las preguntas realizadas, respuesta y análisis que

se obtuvieron a partir de este instrumento:

- **Según el capítulo 4:**
1. ¿Sientes que comprendes claramente la misión y visión de nuestra organización?

Figura 1. Comprensión de la misión y visión

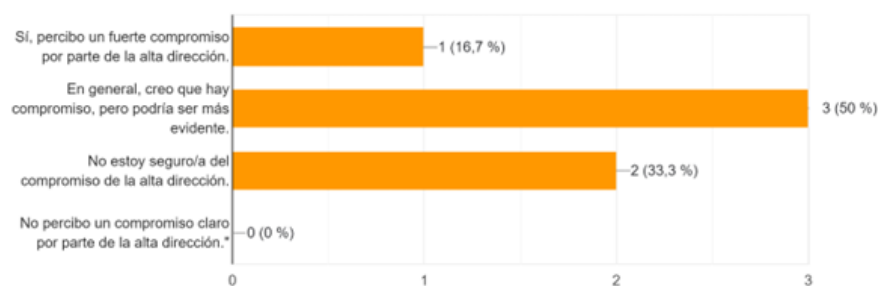


Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, el 100% de los participantes indica una falta de claridad en el horizonte institucional de la organización. Este hallazgo sugiere que los empleados carecen de comprensión sobre la misión y visión de la empresa. Profundizando en esta problemática, se revela que la ausencia de una misión y visión definida por la gerencia ha generado un vacío informativo significativo, incrementado por la falta de documentación que brinde orientación sobre la misionalidad de la compañía. Esta carencia no solo impacta la cohesión interna y la motivación del personal, sino que también compromete la capacidad de la empresa para alcanzar sus objetivos a largo plazo. Es evidente que la falta de dirección estratégica representa un desafío fundamental que debe abordarse con urgencia para garantizar la viabilidad y el éxito futuro de la organización.

2. ¿Cómo percibes el compromiso de la alta dirección con la mejora de nuestro trabajo y ambiente laboral?

Figura 2. Percepción sobre el compromiso de la alta dirección con la mejora y el ambiente laboral

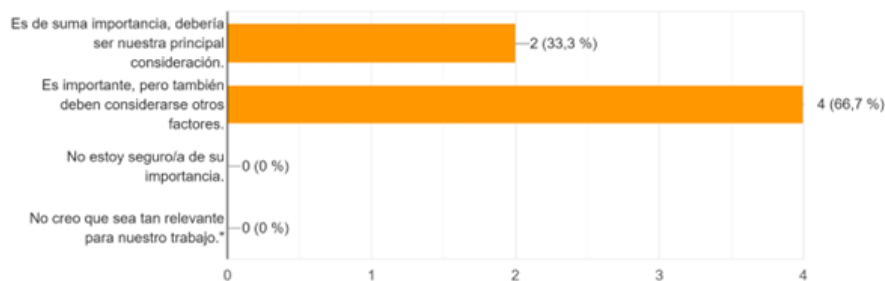


Fuente: Elaboración propia

Frente a la pregunta sobre el compromiso de la alta dirección con la mejora del trabajo y el ambiente laboral se evidencia una percepción mixta entre los empleados. Aunque algunos perciben un compromiso sólido por parte de la alta dirección, la mayoría sugiere que este compromiso podría ser más evidente. Es crucial reconocer estas percepciones y abordarlas de manera proactiva para fortalecer la confianza y la colaboración en el entorno laboral. La comunicación transparente y la implementación de acciones tangibles que demuestren el compromiso de la alta dirección son pasos cruciales para mejorar la percepción y satisfacción de los empleados. Es fundamental que la alta dirección se comprometa no solo a mejorar, sino también a comunicar de manera efectiva sus esfuerzos y decisiones, creando así un ambiente laboral más positivo y productivo para todos los miembros del equipo.

3. ¿Qué importancia le asignas a la integración de las necesidades de nuestros clientes en nuestro trabajo.

Figura 3. Importancia que tiene la integración de las necesidades del cliente y el trabajo del personal.



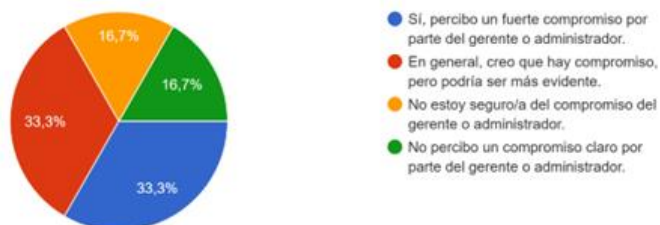
Fuente: Elaboración propia

En esta respuesta se evidencia una clara tendencia de que los empleados, consideran que es importante (4 respuestas), pero también reconocen la necesidad de tener en cuenta otros factores. Esta percepción sugiere una comprensión equilibrada de la importancia de satisfacer las necesidades del cliente sin descuidar otros aspectos relevantes del trabajo. Es fundamental reconocer y valorar esta perspectiva, ya que demuestra una mentalidad orientada tanto al cliente como a la eficiencia interna. Sin embargo, también es importante continuar fomentando una cultura organizacional que priorice la satisfacción del cliente como un objetivo central, manteniendo un equilibrio adecuado con otros aspectos del trabajo.

- Según el capítulo 5

4. ¿Cómo percibes el compromiso del gerente o administrador con la mejora de nuestro trabajo y el ambiente laboral?

Figura 4. Compromiso del gerente con la mejora del trabajo y el ambiente laboral

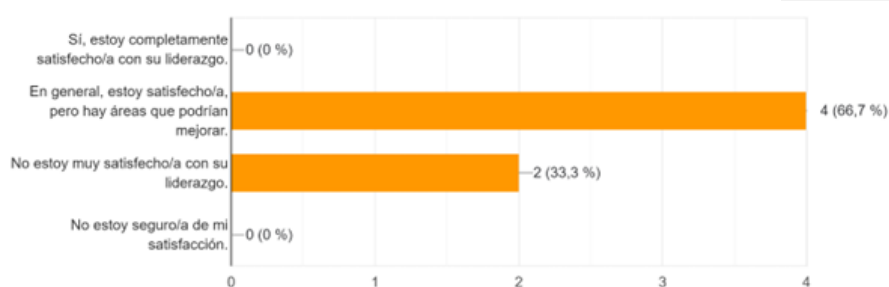


Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos en la pregunta, se evidencia una percepción positiva sobre el compromiso de la gerencia en la organización. Sin embargo, se observa que la percepción de los empleados sobre dicha gerencia es endeble, ya que algunos votos concuerdan con el compromiso, pero lo ven poco evidente y otro porcentaje lo está seguro del buen trabajo realizado por la organización. Contrastando con ese porcentaje, se encuentra otro con el mismo peso que percibe un alto compromiso y basado en la cantidad de personas que realizaron la encuesta, estos extremos son importantes ya que son fácilmente identificables por la poca muestra. En general, se encuentra una percepción positiva pero poco evidente por parte de la gerencia.

5. ¿Cómo evaluarías tu satisfacción con el liderazgo proporcionado por tu supervisor o gerente?

Figura 5. Evaluación de la satisfacción con el liderazgo del supervisor o gerente

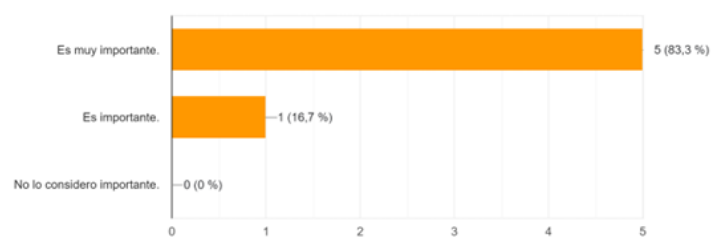


Fuente: Elaboración propia

Según los resultados de la pregunta, hay un escenario positivo pero endeble, ya que dos terceras partes de los empleados están satisfechos con el liderazgo demostrado por la gerencia, pero encuentran áreas de mejora y la otra fracción de los empleados no están satisfechos. En este caso, hay un caso claro donde es necesario mejorar, ya que se evidencia la competencia de liderazgo dentro de la organización en un punto neutro donde los empleados están satisfechos, pero ninguno está completamente de acuerdo. Por ello es importante la implementación de mejora para no caer en el otro extremo de insatisfacción.

6. ¿Qué piensas de la importancia de ofrecer productos/servicios de calidad en nuestro trabajo?

Figura 6. Importancia de ofrecer productos/servicios de calidad en nuestro trabajo

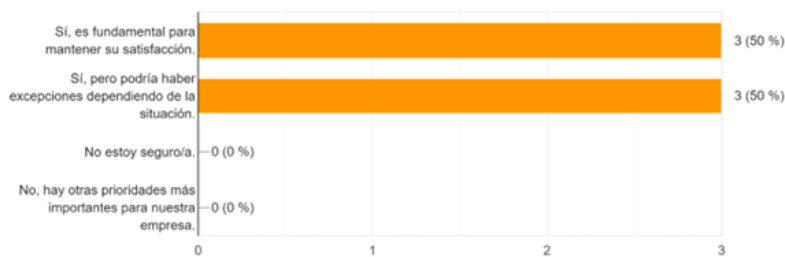


Fuente: Elaboración propia

En la pregunta, enfocada en el servicio e importancia del cliente, la mayor parte de los empleados concuerdan sobre la importancia de ofrecer productos y servicios de calidad en el trabajo. Es importante seguir manteniendo esta perspectiva e incentivar la importancia del cliente en la organización como un punto importante para el cumplimiento de metas y objetivos.

7. ¿Consideras importante cumplir con las solicitudes de nuestros clientes?

Figura 7. Importancia de cumplir con las solicitudes de los clientes

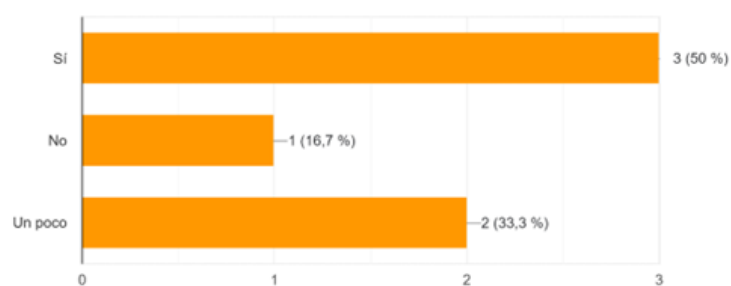


Fuente: Elaboración propia

Según los resultados de la pregunta, se muestra una perspectiva positiva por parte de los empleados sobre el cumplimiento de las solicitudes de los clientes. Sin embargo, la mitad de los empleados si bien entienden la importancia del cumplimiento y la satisfacción del cliente, encuentran una barrera sobre algunas solicitudes. Por ello, es importante identificar en que punto de la relación con el cliente se encuentran las solicitudes que para los empleados en este momento pueden convertirse en excepciones para así evaluarlas y plantear soluciones que promuevan la satisfacción de nuestros clientes y la de nuestros empleados.

8. ¿Has escuchado hablar sobre la importancia de la calidad en nuestro trabajo?

Figura 8. Conocimiento sobre la importancia de la calidad en nuestro trabajo

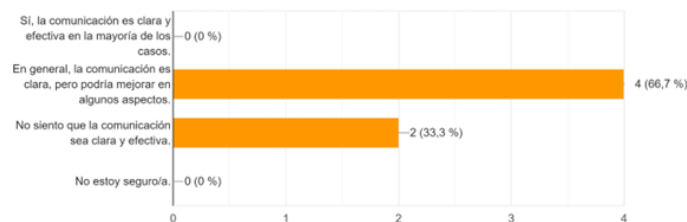


Fuente: Elaboración propia

Basado en las respuestas obtenidas, se encuentra un panorama equilibrado pero negativo, donde la mitad de los empleados de una u otra manera han escuchado sobre la importancia de la calidad en el trabajo. Sin embargo, la otra mitad han escuchado un poco o definitivamente nada; por ello, es importante identificar los momentos donde los empleados han escuchado del concepto de calidad en los casos donde aseguran haberlo escuchado e incentivar mediante metodologías la importancia del concepto en las labores diarias de la organización.

9. ¿Cómo evaluarías la claridad y efectividad de la comunicación dentro de la empresa?

Figura 9. Evaluación de la claridad y efectividad de la comunicación interna en la empresa



Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos de la pregunta, se identifica un estado desmejorado en temas de comunicación interna, ya que ninguno de los empleados cree que la comunicación sea clara y efectiva. En cambio, dos terceras partes de los empleados consideran que la comunicación si bien es clara, tiene mucho campo de mejora y la otra fracción aseguran que no sienten que la comunicación sea clara o efectiva. En este caso, como pilar del desarrollo interno de la organización, deben implementarse mejoras en la comunicación para reducir estas brechas en las sensaciones de los empleados respecto a dicho tema.

Según tu respuesta anterior ¿Qué cambios sugerirías para mejorar este aspecto?

- Considero que sería muy beneficioso para todos si pudiéramos expresar nuestras

opiniones abiertamente. Esto nos permitiría señalar las áreas donde vemos posibles mejoras y también compartir nuestras preocupaciones. Además, creo firmemente que, si nos unimos más en nuestras tareas y aprovechamos al máximo los recursos que ya tenemos, como las impresoras, el sistema y los computadores, podríamos hacer que nuestros procesos sean mucho más efectivos.

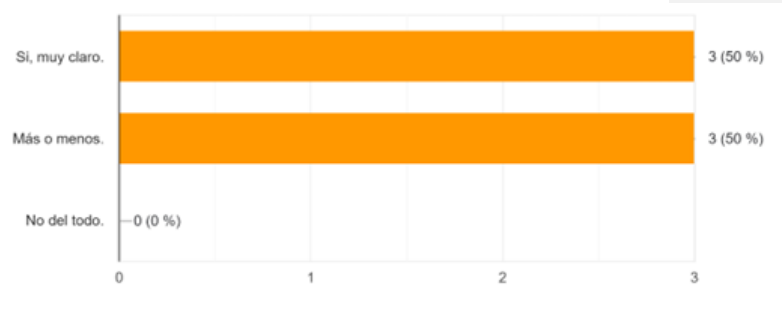
- Personalmente, estoy de acuerdo en que todos deberíamos tener una actitud positiva para admitir nuestros errores y comprometernos más con la empresa. Creo que esto no solo fortalecería nuestro equipo, sino que también nos ayudaría a alcanzar nuestros objetivos de manera más eficiente.
- Siento que recibir retroalimentación sobre nuestras fortalezas y debilidades sería muy útil para todos. Creo que esto nos permitiría mejorar en nuestro trabajo y crear un ambiente laboral más positivo. Además, estoy convencido de que ayudaría a que la empresa se destaque aún más.
- Creo firmemente que es importante implementar un método de análisis que vaya más allá de la mera comunicación verbal. Me gustaría ver acciones concretas que demuestren que nuestras ideas se están llevando a cabo y que están teniendo un impacto real en la empresa.

En este caso, con la intención de conocer de manera abierta y anónima las sensaciones de los empleados, se planteó un espacio abierto para que ellos mismos dieran una perspectiva y posible solución para un pilar importante como es la comunicación. En las respuestas, se evidencia una clara disposición de los empleados que afirman un buen punto de partida para mejorar los aspectos de comunicación presentes donde los empleados concuerdan la implementación de retroalimentación, trabajo en equipo y mejora en el uso de

los recursos disponibles.

10. ¿Entiendes claramente cuáles son las responsabilidades y/o tareas asignadas para tu puesto de trabajo?

Figura 10. Claridad en las responsabilidades y tareas asignadas para el puesto de trabajo



Fuente: Elaboración propia

Si su respuesta anterior fue **SI**, por favor indique cuales son:

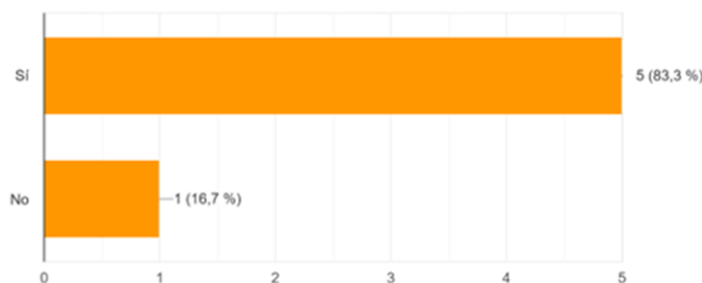
1. Planificar, organizar, tareas bancarias. Entre otras actividades.
2. Asesorar al cliente en una buena decisión del producto, estar al tanto del stock de mercancía en bodega, cerciorarme de que ninguno de mis compañeros despache un producto que no aplique para la solicitud del cliente, sacar pedidos en el área que me compete, etc.
3. Atención al cliente
 - 4.1 Asesoría al mismo acerca de nuestros productos
 - 4.2 Organización de mi área de trabajo y el entorno en completo

4.3 Me gustaría nos especificar a cada uno lo que nos falta por implementar

Según las respuestas obtenidas en la pregunta, tanto de manera porcentual como del apartado de respuesta abierta, se evidencia un punto de desinformación porque si bien la mitad de los empleados aseguran tener claridad sobre sus funciones asignadas en el cargo, sus respuestas son muy ambiguas en el apartado abierto. Además, la otra mitad de los empleados aseguran no tener claro cuáles son sus funciones y responsabilidades. En este caso, es importante identificar en los casos donde se respondió “NO” cuáles son los cargos donde los empleados no sienten claridad y seguidamente realizar mejoras en la comunicación y claridad de las funciones de cada uno de los empleados.

11. ¿Te gustaría que tus responsabilidades y/o tareas asignadas para el trabajo sean más claras?

Figura 11. Deseo de mayor claridad en las responsabilidades y tareas asignadas para el trabajo



Fuente: Elaboración propia

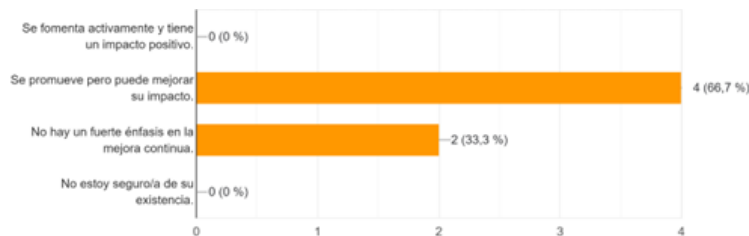
Basado en el porcentaje de respuestas obtenidas en la pregunta, es clara la disposición y necesidad de los empleados por tener claridad sobre sus funciones y responsabilidades. Sin embargo, existe un caso donde se evidencia un empleado que no está de acuerdo con lo que

plantea la pregunta, en este caso, es importante identificar al empleado para entender el contexto de su respuesta y tomar acciones con el fin de incentivar la democracia y el bien común dentro de la organización.

Según el capítulo 6

12. ¿Cómo evalúas la cultura de mejora continua en nuestra organización y su impacto en nuestra adaptabilidad y competitividad?

Figura 12. Evaluación de la cultura de mejora continua y su impacto en la adaptabilidad y competitividad de la organización

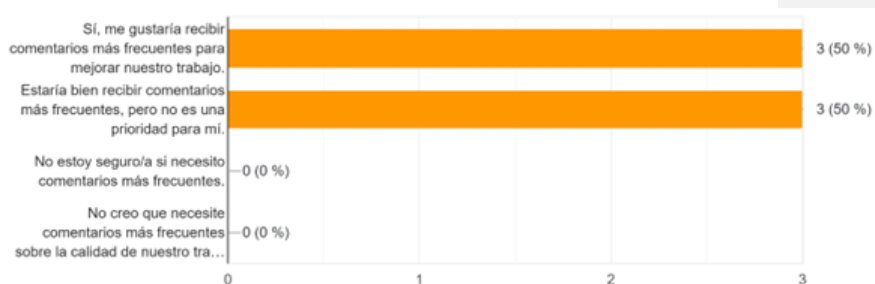


Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos en la pregunta, se presenta un contexto positivo con posibilidad de mejora, donde dos tercios de los empleados están de acuerdo con la promoción de la cultura de la mejora continua, pero concuerdan en que su impacto puede ser mucho más relevante. En el caso de los empleados restantes, votaron por la opción donde no hay un énfasis en este aspecto y por lo tanto no lo ven evidencia. En este caso, es importante plantear mejorar la promoción de dicho aspecto para visibilizar su impacto hacia los empleados que ahora no lo ven y mejorar la percepción de los que lo ven, pero que es difuso al momento de la evaluación.

13. ¿Cuál es tu opinión sobre recibir comentarios más frecuentes sobre la calidad de nuestro trabajo y cómo podríamos mejorarlo?

Figura 13. Opiniones sobre retroalimentación frecuente sobre la calidad del trabajo y estrategias para mejorarlo.



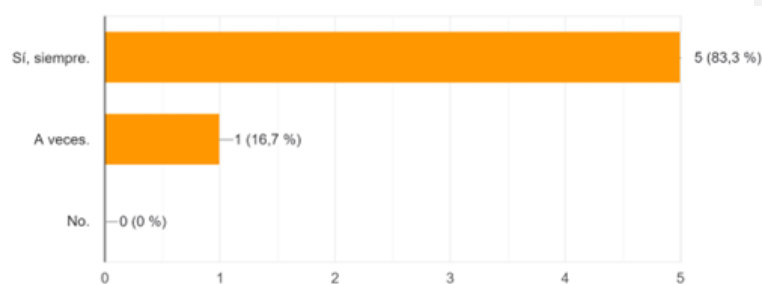
Fuente: Elaboración propia

Basado en las respuestas obtenidas por parte de los empleados, se encuentra un panorama positivo donde los empleados están de acuerdo en recibir una retroalimentación frecuente sobre su trabajo con la intención de mejora en la mitad de los empleados. La otra mitad está de acuerdo en recibir la retroalimentación, sin embargo, no es una prioridad para ellos. En este caso, es importante evaluar en que cargos y funciones es importante la retroalimentación frecuente y que empleados la solicitan, como también es importante la evaluación de los empleados que, aunque están de acuerdo, no la ven como una prioridad y revisar si realmente es innecesaria o por si el contrario, aunque el empleado no la vea necesaria, sus resultados demuestren otra situación.

Según el capítulo 7

14. ¿Sientes que tienes los recursos necesarios para desempeñar de forma correcta tus labores en el trabajo?

Figura 14. Disponibilidad de recursos para desarrollar las labores en el trabajo: percepciones del equipo

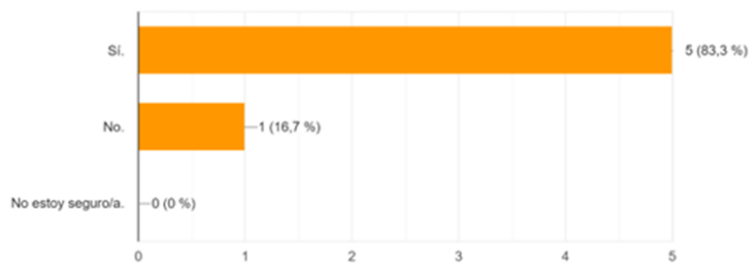


Fuente: Elaboración propia

Según las respuestas dadas por los empleados en la pregunta formulada, los mismos aseguran tener los recursos necesarios para el desarrollo de sus labores. Sin embargo, un empleado asegura no tener dichos recursos en todas las situaciones del desarrollo de sus funciones. En este caso, es importante comunicarse con el empleado para conocer su perspectiva sobre la falta de recurso en alguna situación y evaluar si la necesidad es incoherente y argumentada o tiene un mayor alcance al de sus responsabilidades para brindar el espacio y recurso necesario a cada empleado y promover la comodidad en el cumplimiento de sus labores.

15. ¿Estarías interesado/a en recibir formación para fortalecer tu comprensión sobre cómo mantener y mejorar la calidad en nuestro trabajo?

Figura 15. Interés en formación para mejorar la comprensión sobre la calidad en el trabajo

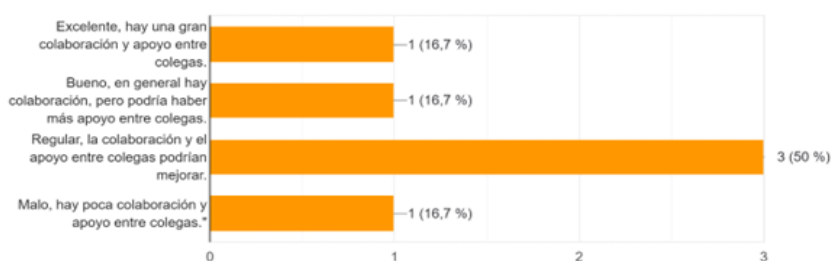


Fuente: Elaboración propia

Según el porcentaje de respuestas obtenidas, la mayoría de los empleados están interesados en recibir formación que contribuya al fortalecimiento de la calidad en la organización, siendo un buen indicador sobre la disposición de los empleados en la mejora de la organización. Un empleado votó su indisposición sobre la propuesta, por lo que, debe comunicarse para conocer su perspectiva, entendiendo que debe ser una decisión propia y en pro del desarrollo profesional y de la organización.

16. ¿Cómo describirías el ambiente de trabajo en términos de colaboración y apoyo entre colegas?

Figura 16. Descripción del ambiente de trabajo en términos de colaboración y apoyo entre colegas

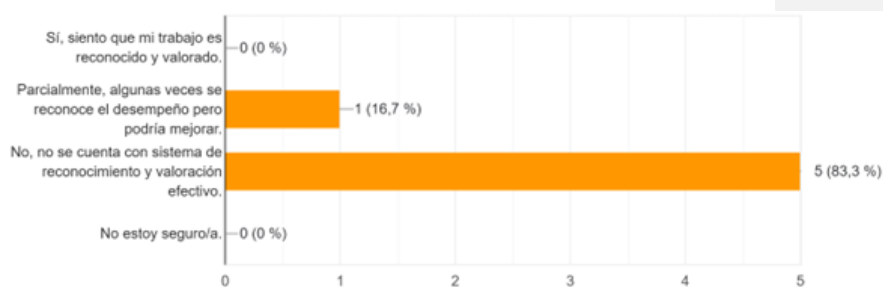


Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, hay un ambiente con percepciones diferentes por parte de cada empleado, donde la mayoría de ellos; la mitad, aseguran que hay un ambiente de trabajo regular, donde la colaboración entre compañeros existe, pero debe mejorar. En los demás empleados, la percepción va desde un empleado que asegura que el ambiente es excelente como el caso extremo donde otro asegura que el ambiente es malo y la colaboración entre empleados es muy poca. En este caso, es importante identificar los votos extremos donde los empleados aseguran un ambiente excelente y malo respectivamente, para conocer su perspectiva de acuerdo con el ambiente laboral, con dicha información se pueden implementar metodologías de mejora para que el indicador de ambiente laboral sea positivo y los empleados que encuentran este aspecto regular, puedan ver la mejora en la organización

17. ¿Sientes que la empresa tiene un sistema efectivo para reconocer y valorar el desempeño del personal?

Figura 17. Percepción sobre el sistema de reconocimiento y valoración del desempeño del personal en la empresa



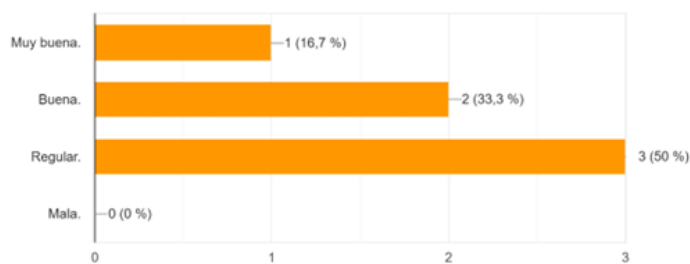
Fuente: Elaboración propia

Basado en los resultados obtenidos en la pregunta sobre el reconocimiento y valoración del desempeño de los empleados, se encuentra un panorama negativo, donde en más del 80% de los empleados, se asegura que no se cuenta con ningún sistema de reconocimiento o valoración sobre su desempeño y donde el restante de votos asegura un reconocimiento parcial y bastante mejorable. En este caso, es importante la mejora en este aspecto ya que afecta directamente en la motivación y ambiente de los empleados en la organización, afectando transversalmente los objetivos de la organización y su estabilidad.

Según el capítulo 8

18. ¿Cómo describirías la forma en que nos comunicamos dentro de la empresa en lo que respecta a la manera en que trabajamos juntos y la calidad de nuestro trabajo?

Figura 18. Descripción de la comunicación interna en relación a la colaboración y calidad del trabajo



Fuente: Elaboración propia

Si su respuesta anterior fue regular o mala, por favor indique por qué:

- Observo una carencia de espacios para que los trabajadores puedan expresar sus inconformidades y sugerencias para mejorar el trabajo. Además, noto que todos estamos asignados a las mismas labores debido a que ocupamos el mismo cargo.
- Considero que la comunicación en nuestro entorno laboral es buena, pero definitivamente se puede mejorar.
- En mi experiencia, la falta de motivación para realizar las actividades y responsabilidades en el trabajo es algo común. Es importante que nuestras

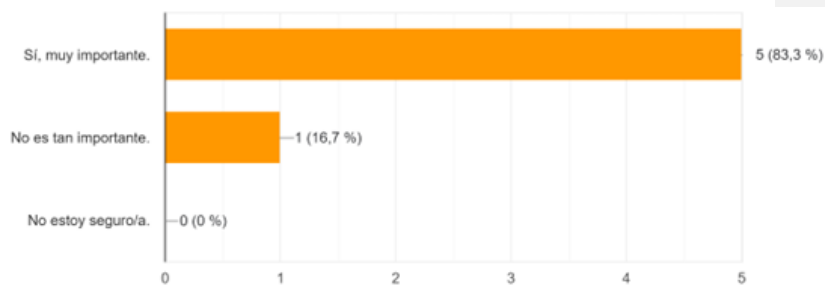
acciones no se limiten únicamente a lo personal, sino que estén orientadas al crecimiento empresarial.

- He notado una falta de comunicación entre los compañeros de trabajo. Aunque a veces experimentamos una comunicación efectiva, en otras ocasiones fallamos y esto genera un ambiente tenso.

Según los resultados obtenidos en las respuestas predefinidas y el espacio de respuesta abierta, se observa un panorama estable con necesidad de mejora, ya que, aunque en las respuestas predefinidas, la mitad de los empleados aseguran una comunicación buena y en un caso excelente, al analizar las respuestas de los empleados que aseguran una comunicación regular, el panorama desmejora bastante, sacando a colación carencia de espacios para la comunicación de los empleados frente a sus inconformidades y sugerencias, además de la falta de motivación que esto conlleva y el ambiente tenso que todo esto ocasiona. Basado en esto, es importante identificar en primer lugar, los empleados que están satisfechos con la comunicación actual, en especial el caso de ambiente excelente que se presenta para conocer su perspectiva y de acuerdo con dicha información realizar un plan de mejora donde los empleados que encuentran la comunicación regular, puedan sentirse escuchados y cobijados de acuerdo a su alcance, funciones y aspectos mencionados, teniendo la comunicación como un pilar en el cumplimiento de objetivos internos de la organización.

19. ¿Consideras que, seguir un proceso o método previamente establecido en nuestro trabajo, es muy importante para alcanzar resultados óptimos y consistentes?

Figura 19. Importancia de seguir un proceso establecido para alcanzar resultados óptimos y consistentes



Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos en la pregunta, se encuentra un panorama favorable frente a la visión de los colaboradores sobre establecer procedimientos previamente establecidos y como estos pueden ayudar a alcanzar resultados óptimos y consistentes por la trazabilidad que estos pueden generar. Sin embargo, un colaborador asegura que no es tan importante el establecimiento de dichos procedimientos, ya que, el sector automotriz en el que se encuentra la compañía es un sector conocido por su informalidad, en este caso, es importante entablar comunicación con dicho colaborador para entender su respuesta y explicarle mediante medios de comunicación como capacitaciones los beneficios adheridos a la implementación de dichos procedimientos.

6.1 Elaborar estrategias y herramientas para el cumplimiento de los requisitos establecidos por los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015 según el análisis de la situación actual

Para el desarrollo del segundo objetivo llamado, “elaborar estrategias y herramientas para el cumplimiento de los requisitos establecidos por los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015 según el análisis de la situación actual.”. Se plantea el diseño de las siguientes herramientas y formatos de acuerdo con los numerales ya establecidos de la norma ISO 9001:2015 según el análisis de las necesidades encontradas en la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B.

Según capítulo 4

Para dar cumplimiento a los numerales del capítulo se establece una matriz para determinar el contexto interno y externo de la empresa. Los resultados se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1. Oportunidades, Fortalezas, Debilidades y Amenazas

Oportunidades	Fortalezas	Debilidades	Amenazas
Crecimiento del mercado de autopartes: el mercado de autopartes sigue creciendo, especialmente en áreas relacionadas con refacciones para automóviles más ecológicos o tecnológicamente avanzados. Expansión tecnológica: implementar tecnología avanzada para mejorar la gestión del inventario y la eficiencia operativa podría resolver muchos de los problemas	Experiencia en el sector: la empresa es el resultado de la fusión de dos empresas con más de 10 años de experiencia en el mercado de refacciones automotrices. Esto le proporciona un conocimiento sólido del mercado y una base de clientes potencialmente leal. Recursos combinados: la fusión ha permitido combinar recursos, lo cual potencialmente mejora su capacidad de almacenamiento y	Gestión administrativa deficiente: la falta de una administración eficiente ha llevado a errores operativos significativos como desorden en el inventario y roles indefinidos. Estructura organizacional poco clara: la inexistencia de una estructura clara dificulta la asignación de responsabilidades y afecta la eficiencia general de la empresa. Documentación desorganizada o inexistente: esto puede llevar a problemas de cumplimiento, errores en	Competencia en el mercado: empresas mejor organizadas y tecnológicamente avanzadas pueden representar una amenaza significativa, capturando una mayor cuota de mercado. Cambios en la regulación: nuevas regulaciones en la industria automotriz pueden exigir ajustes rápidos en las operaciones y productos que la empresa podría no estar preparada para manejar.

Oportunidades	Fortalezas	Debilidades	Amenazas
actuales y mejorar la competitividad.	organización.	el seguimiento de	Inestabilidad
Alianzas estratégicas: formar alianzas estratégicas con otros proveedores o distribuidores podría expandir su mercado y mejorar la cadena de suministro.	Calidad en la atención al cliente: a pesar de los problemas internos, se mantiene un enfoque en la calidad de la atención al cliente, lo cual es crucial para la retención y satisfacción del cliente.	inventarios y pérdida de información crítica. Falta de mejora continua y procesos irrelevantes: indica una resistencia al cambio o una falta de iniciativa para adaptarse a las demandas del mercado y mejorar internamente.	económica: fluctuaciones en la economía pueden afectar la demanda de refacciones automotrices y la capacidad de inversión de la empresa para mejoras necesarias.

Fuente. Elaboración propia con base en información suministrada por la empresa

Basados en este análisis realizado, es posible desarrollar estrategias específicas para cada categoría: ofensivas, adaptativas, reactivas y defensivas. Estas estrategias ayudarán a Mundial de Latas y Lujos P&B a maximizar sus fortalezas, aprovechar las oportunidades, mitigar sus debilidades y protegerse contra las amenazas.

Estrategias Ofensivas (Estrategias FO)

Objetivo: utilizar las fortalezas para aprovechar oportunidades.

1. **Expansión Tecnológica:** utilizar su experiencia en el sector y su enfoque en la calidad del servicio al cliente para implementar tecnología avanzada en la gestión de

inventarios y procesos de ventas. Esto puede aumentar la eficiencia y atraer a un segmento de clientes que valora la innovación.

2. **Desarrollo de Nuevos Mercados:** aprovechar la experiencia y los recursos combinados de las empresas fusionadas para explorar nuevos mercados geográficos o segmentos de clientes, como el mercado de autopartes ecológicas.

3. **Alianzas y Colaboraciones:** formar alianzas estratégicas con fabricantes de automóviles o proveedores de tecnología para ofrecer productos exclusivos y mejorar la oferta de servicios.

Estrategias Adaptativas (Estrategias DO)

Objetivo: superar debilidades aprovechando oportunidades.

1. **Reestructuración Organizacional:** abordar la estructura organizacional poco clara y la gestión deficiente mediante la adopción de modelos organizativos más claros y eficientes, aprovechando tecnologías y metodologías modernas de gestión.

2. **Capacitación Continua:** implementar programas de capacitación para los empleados en áreas de gestión, tecnología y atención al cliente para mejorar la calidad de los procesos internos y la satisfacción del cliente.

3. **Mejora de Procesos Internos:** adoptar prácticas de mejora continua para hacer frente a la desorganización documental y operativa, alineándose con las demandas de un mercado en crecimiento y en constante cambio.

Estrategias Reactivas (Estrategias FA)

Objetivo: utilizar fortalezas para evitar amenazas.

1. **Innovación Competitiva:** utilizar la experiencia acumulada y la calidad del servicio al cliente como herramientas para diferenciarse de la competencia, especialmente en

un mercado con competidores tecnológicamente avanzados.

2. **Adaptabilidad Regulatoria:** aprovechar la experiencia en la industria para anticipar y adaptarse rápidamente a cambios regulatorios, asegurando el cumplimiento y manteniendo una ventaja competitiva.

Estrategias Defensivas (Estrategias DA)

Objetivo: minimizar debilidades y evitar amenazas.

1. **Gestión de Riesgos:** desarrollar un plan de gestión de riesgos para los problemas administrativos y organizativos que puedan afectar negativamente la operación en situaciones de inestabilidad económica.

2. **Optimización de Costos:** revisar y optimizar la estructura de costos para mejorar la eficiencia y asegurar la sostenibilidad financiera frente a posibles crisis económicas o aumentos en la competencia.

3. **Estrategias de Retención de Clientes:** fortalecer la fidelidad de los clientes mediante mejoras en el servicio al cliente y programas de lealtad para proteger la base de clientes existente de la competencia.

Cada una de estas estrategias está diseñada para ayudar a Mundial de Latas y Lujos P&B a capitalizar sus puntos fuertes, mientras se adapta y protege frente a las debilidades y amenazas en su entorno operativo. Implementarlas de manera efectiva requerirá un compromiso continuo y una evaluación regular del progreso. Ver anexo B.

Teniendo en cuenta que la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B no cuenta con una **misión** definida actualmente se propone la siguiente:

En Mundial de latas y lujos P&B, nos comprometemos a ser líderes en la industria de autopartes para vehículos pequeños, ofreciendo una amplia gama de refacciones nuevas de calidad excepcional. Guiados por nuestros valores de integridad, compromiso con el cliente y

excelencia, nos esforzamos por proporcionar soluciones confiables y accesibles que superen las expectativas de nuestros clientes. Nos dedicamos a mantenernos a la vanguardia de la industria, adaptándonos continuamente a las nuevas tecnologías y tendencias, mientras mantenemos un enfoque especial en la venta de referencias antiguas. Nuestra misión es brindar un servicio excepcional y crear valor duradero para nuestros clientes, empleados y comunidades a las que servimos.

Esta misión incorpora elementos como la visión a largo plazo, los valores fundamentales, la orientación al cliente, la claridad y concisión, la inspiración y motivación, la flexibilidad y adaptabilidad, así como la coherencia y alineación con los objetivos de la empresa.

De igual forma sucede con la **visión** por lo cual se propone:

Ser la empresa líder en la venta de autopartes nuevas para vehículos pequeños en el sector, reconocida por nuestra excelencia en servicio al cliente, integridad en los negocios y compromiso con la calidad. Buscamos expandir nuestra presencia en el mercado local, manteniendo nuestro enfoque en el cliente, la sostenibilidad y el crecimiento continuo, mientras contribuimos al desarrollo de nuestra comunidad y el bienestar de nuestros empleados.

La visión está basada en criterios que incluyen liderazgo en el mercado, excelencia en el servicio al cliente, integridad en los negocios, calidad, expansión, enfoque en el cliente, sostenibilidad, crecimiento continuo y responsabilidad social.

También se propone un mapa de procesos teniendo en cuenta que este proporciona una representación visual de cómo funcionan los procesos clave de la organización, desde la planeación de abastecimiento para contar con stock suficiente, hasta la gestión logística y comercial para la comercialización de los productos. Además, se presentan procesos de apoyo que posibilitan el cumplimiento de los procesos misionales ya mencionados. A

continuación, en la Figura 20 se presenta de manera visual, la propuesta de mapa de procesos para la empresa, resaltando sus procesos misionales, estratégicos y de apoyo.

Figura 20. Mapa de procesos de la empresa Mundial de latas y lujos P&B



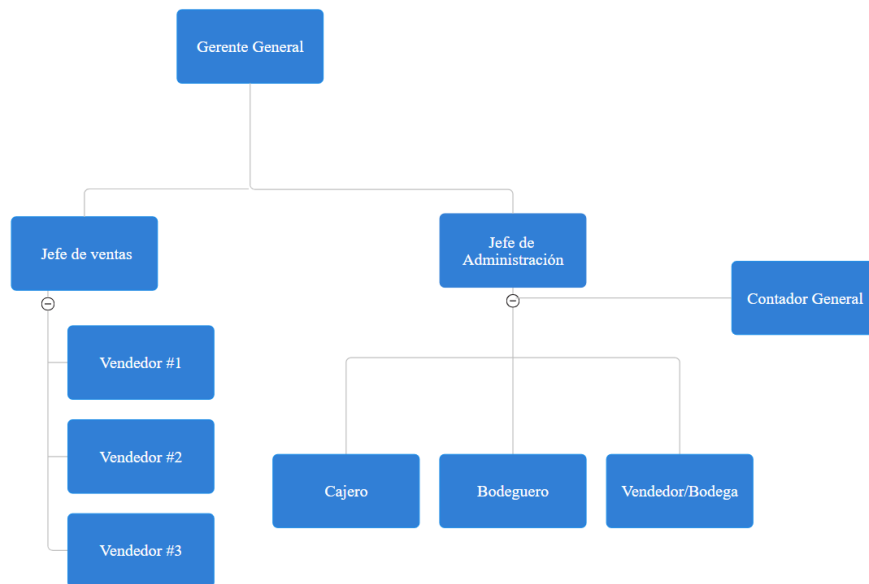
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el mapa de procesos planteado, se propone un organigrama (ver Figura 21) con la estructura organizacional más conveniente según el número de empleados

Comentado [DL6]: Donde van a trabajar el SGC

Comentado [sc7R6]: Lo vamos a trabajar en todos los procesos

Figura 21. Organigrama Mundial de Latas y Lujos P&B



Fuente: Elaboración propia

- Gerente General: Encargado de la supervisión general de la empresa y la toma de decisiones estratégicas.
- Jefe de Ventas: supervisa y dirige las actividades de ventas, coordina con los vendedores y reporta directamente al Gerente General.
- Vendedores: responsables de la venta directa de refacciones a los clientes. Reportan al jefe de Ventas.
- Jefe de Administración: Encargado de la gestión administrativa y financiera de la empresa, incluyendo aspectos como contabilidad, recursos humanos y administración general.
- Cajero: responsable de la gestión de la caja y las transacciones financieras.

- Bodeguero: encargado de la gestión del inventario y la logística de la bodega.
- Vendedor/Bodeguero: realiza labores tanto de venta como de apoyo en la gestión del inventario en la bodega.

Este organigrama se basa en la siguiente información:

Ápice Estratégico: Aquí se encuentra la alta dirección de la empresa la cual tienen la responsabilidad global de toda la organización y su función principal es velar por que la empresa cumpla sus objetivos y funcione adecuadamente (Conduce tu empresa, 2020). Las tareas que debe realizar son:

- Supervisar la Organización
- Relacionarse con el entorno
- Formular las estrategias a seguir

Línea Media: Contiene a la dirección general con el grupo de operaciones (Conduce tu empresa, 2020), cuyas funciones principales deben ser:

- Enlazar verticalmente de forma ascendente y descendente
- Enlazar horizontalmente entre ellos
- Tomar decisiones y resolver problemas en su ámbito de actividad

Núcleo de operaciones: Encargado del trabajo de producción, marketing, ventas de bienes o servicios (Conduce tu empresa, 2020), dedicado a las siguientes tareas:

- Producción
- Comercialización
- Marketing

Staff de Asesoría: Está formado por analistas que no participan en el flujo de trabajo más si diseñan y planifican dentro de la organización, clasificados en dos tipos:

Tipos: (Conduce tu empresa, 2020).

- Analistas de adaptación: Estudian los cambios necesarios que se deben introducir en

la organización para que esta se renueve

- Analistas de control: Buscan la estabilidad y normalización de las pautas de la actividad de la empresa (Conduce tu empresa, 2020).

Staff de Apoyo: Está conformado por el conjunto de unidades especializadas las cuales no participan directamente en la producción o comercialización de bienes o servicios, más tienen como objetivo apoyar a la organización mediante la prestación de tareas y servicios especializados como: servicios de Limpieza, servicio de seguridad, etc. (Conduce tu empresa, 2020)

Otro componente esencial dentro del contexto de la organización se refiere al sus partes interesadas, ya que estas representan a las entidades o individuos que pueden verse afectados por las decisiones de la organización; identificarlas resulta crucial para comprender sus necesidades y expectativas, lo que a su vez permite satisfacerlas adecuadamente y mantener un control que prevenga posibles complicaciones en relación con el cumplimiento de objetivos o indicadores establecidos para la implementación del sistema de gestión. En el caso específico de Mundial de Latas y Lujos, las partes interesadas se presenta en la Tabla 2

Tabla 2. Partes interesadas

Parte interesada	Necesidad	Interés de la empresa	Vinculación
Cliente	Obtener productos o servicios de	Satisfacción de las necesidades	Externa
	calidad que ofrezcan valor por su dinero, con una buena atención y cumplimiento.	para cultivar relaciones sólidas y fomentar la fidelidad del cliente, que a su vez puede generar valor agregado y promover una mejora continua	
Entidades de gobierno	Asegurar el cumplimiento de la ley, para proteger los derechos de la empresa, ofreciendo empleo para	Garantizar el cumplimiento normativo para proteger su reputación e intereses donde	Externa

Parte interesada	Necesidad	Interés de la empresa	Vinculación
	facilitar el crecimiento empresarial.	garantice la estabilidad y el crecimiento empresarial.	
Competencia	Ofrecer opciones a los clientes para fomentar una cultura competitiva con innovación y excelencia empresarial	Tener competidores con estrategias de precios que permitan captar la atención de los clientes aumentando el aprendizaje continuo para un mejor posicionamiento en el mercado.	Externa
Proveedores	Establecer relaciones comerciales estables, recibiendo pagos oportunos y justos, fomentando el desarrollo conjunto, transparencia, apoyo y compromiso a largo plazo	Garantizar calidad y fiabilidad en los suministros, con precios justos mediante cumplimientos pactados con la empresa con responsabilidad social y ambiental.	Externa
Colaborador	Obtener seguridad laboral en un ambiente saludable y seguro, con compensaciones justas y oportunidades de crecimiento, manteniendo un equilibrio entre la vida laboral y personal.	Contratar personal activo con intereses de mejora continua, con buen rendimiento laboral, dispuesto a cumplir las normativas laborales para garantizar la continuidad y estabilidad de sus operaciones	Interna

Fuente: Elaboración propia con base en información suministrada por la empresa

Adicionalmente se define el alcance del sistema de gestión que se plantea para la empresa, así:

Mundial de latas y lujos P&B se dedica a la comercialización de accesorios y repuestos nuevos para diferentes tipos de vehículos, acompañado de un buen servicio para satisfacer las necesidades del cliente. Por lo tanto, el alcance de la propuesta del sistema de

gestión de calidad cumple con los requisitos que se establecen en los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015. Sin embargo, por las características de los servicios que ofrece la empresa y por los objetivos de este estudio los requisitos que se exponen a continuación no aplican:

- *Planeación de cambios: el objetivo de este estudio es realizar una propuesta del sistema de gestión de calidad y considerando que la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B no cuenta con ningún SGC, la propuesta no representaría cambios en el sistema al no contar con ninguno.* Además, al tratarse de una propuesta, es decisión futura de la empresa, el implementarlo o no.
- *Diseño y desarrollo de los productos y servicios:* la empresa al tratarse de una distribuidora de productos terminados; no incluye en sus procesos el diseño, modificación o instalación de los productos. En cuanto a sus servicios, solamente comercializa productos preestablecidos.
- *Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente:* Mundial de Latas y Lujos P&B gestiona directamente todos sus productos y servicios, por lo que no tiene proveedores externos que gestionen dichos procesos a nombre de la empresa.

Al igual que los objetivos del sistema, para lo cual se proponen los siguientes:

Objetivo 1: mejorar la Efectividad Organizacional

Incluye: identificación y entendimiento del contexto de la organización, asegurando que la alta dirección demuestre liderazgo y compromiso, estableciendo políticas de calidad claras, y la planificación efectiva para abordar riesgos y oportunidades.

Objetivo 2: optimización de Recursos y Procesos

Incluye: asegurar la disponibilidad y eficacia de los recursos necesarios para el SGC, controlar y mejorar continuamente los procesos operativos, y aumentar la competencia del personal mediante formación continua.

Objetivo 3: fortalecimiento de la Estructura y Eficiencia Organizacional

Incluye: reforzar la estructura organizacional para soportar la claridad en roles y responsabilidades, optimizar la documentación y los procesos internos para mejorar la eficiencia y efectividad, y desarrollar una capacidad de respuesta proactiva a desafíos operativos y de mercado.

Objetivo 4: mejora continua de la Satisfacción del Cliente

Incluye: establecer mecanismos para medir y aumentar la satisfacción del cliente, asegurando que todos los objetivos de calidad están alineados con las expectativas del cliente y mejorando continuamente en base al feedback recibido.

Tomando en cuenta que todos los aspectos del contexto deben ser conocidos por toda la organización, se plantea una matriz de comunicación (ver Tabla 3) con la intención de dar a conocer a las partes interesadas de la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B lo relacionado con el sistema y sus actividades, para lo cual se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- **Parte Interesada:** los grupos o individuos que tienen interés en los procesos y resultados del SGC.
- **Objetivos Relacionados:** enumeración de los objetivos del SGC que son relevantes para cada grupo de partes interesadas.
- **Tipo de Comunicación:** la naturaleza de la comunicación que será más efectiva para cada grupo.
- **Frecuencia:** cuán a menudo se llevará a cabo la comunicación para mantener

informadas a las partes interesadas.

- **Método:** los canales a través de los cuales se transmitirá la información (email, reuniones, etc.).
- **Responsable:** la persona o departamento responsable de asegurar que la comunicación tenga lugar

Tabla 3. Tabla de comunicaciones

Parte interesada	Numeral relacionado	Tipo de comunicación	Frecuencia	Método de comunicación	Responsable
Alta dirección	Todos los numerales	Reuniones estratégicas	Trimestral	Reunión presencial	Gerencia
Empleados	4, 6, 7, 8	Capacitaciones, memos	Según necesidad	Sesiones de formación	RRHH
Proveedores	5	Comunicados, reuniones	Semestral	Email, reuniones	Administración
Clientes	5, 6	Encuestas	Anual	Encuestas presenciales	Asesores comerciales
Finanzas/ Administración.	5, 6, 7	Informes, reuniones	Trimestral	Reunión presencial	Administración

Comentado [DL8]: A qué se refieren con esto?

Comentado [DL9]: Por que esto no guarda relación con una forma de comunicar

Fuente: Elaboración propia

Según capítulo 5:

Definir los roles y responsabilidades es muy importantes para el sistema de gestión de calidad, razón por la cual, la implementación de un formato de perfil de cargo es un paso fundamental para cualquier organización que busca mejorar su estructura interna y eficiencia operativa, especialmente para una empresa como Mundial de Latas y Lujos P&B, donde anteriormente la claridad en las funciones y responsabilidades no era evidente. Este formato no solo define de manera explícita las responsabilidades y expectativas para cada posición, sino que también establece los requisitos educativos y de experiencia necesarios, las

habilidades clave y los objetivos de desempeño. Al hacerlo, se facilita la alineación de los roles con las metas estratégicas de la empresa, optimizando el proceso de reclutamiento y selección al asegurar que se atraigan y retengan a los candidatos más adecuados para cada puesto (véanse los anexos C a I).

Además, la claridad en los perfiles de cargo contribuye significativamente a la satisfacción y el rendimiento del empleado. Al entender claramente lo que se espera de ellos, los empleados pueden enfocarse mejor en cumplir sus objetivos, lo que a su vez mejora la moral y la productividad general. Esto es especialmente crítico en una empresa que ha enfrentado desafíos de roles indefinidos y procesos desorganizados, como es el caso de Mundial de Latas y Lujos P&B.

Por esta razón, al proporcionar una descripción detallada de cada cargo, se eliminan las ambigüedades que pueden llevar a conflictos o ineficiencias, permitiendo que cada miembro del equipo sepa exactamente qué contribución se espera de él y cómo su trabajo se integra en el logro de los objetivos corporativos. En resumen, el formato de perfil de cargo no solo mejora la gestión de recursos humanos, sino que también es una herramienta esencial para impulsar la cultura de calidad y rendimiento en la empresa. Por ello, se proponen los perfiles de cargo anexos a este documento y una matriz de roles y responsabilidades, donde desde el momento de selección de personal se genera un levantamiento de perfil que deja claras todas las aptitudes y requisitos para los cargos de la empresa Mundial de Latas y Lujos L&B (véase el anexo J).

Otro criterio importante para lograr la satisfacción de los clientes y que se constituye como fundamental dentro de un sistema de gestión de calidad, se refiere a la definición de los requisitos, es por esta razón que se Propone la una matriz de requisitos CLIO (véase el anexo K).

Comentado [DL10]: Ajustar numeración

con el fin de que la alta gerencia fomente el liderazgo y la comprensión de sus necesidades ya que por el momento la empresa no cuenta con estos requisitos establecidos.

De igual manera se propone una política de calidad efectiva para Mundial de Latas y Lujos P&B, basada en los objetivos de calidad simplificados previamente formulados, teniendo en cuenta la importancia de reflejar el compromiso de la empresa con la mejora continua, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. La política propuesta expone lo siguiente:

“En Mundial de Latas y Lujos P&B, nos comprometemos a ser líderes en la comercialización de refacciones automotrices, proporcionando productos y servicios que cumplen con los más altos estándares de calidad y eficiencia. Nuestra dedicación a la excelencia se fundamenta en la mejora continua de nuestros procesos y la optimización de nuestros recursos, con el objetivo de superar las expectativas de nuestros clientes y mejorar constantemente la eficacia de nuestro Sistema de Gestión de Calidad (SGC).

Compromiso con la Efectividad Organizacional: nos esforzamos por mejorar continuamente la claridad y la eficiencia de nuestra estructura organizacional. Esto se logra mediante la definición precisa de roles y responsabilidades, la mejora continua de nuestros procesos internos, y la implementación de prácticas que aseguren una gestión proactiva y efectiva frente a los desafíos del mercado.

Optimización de Recursos y Procesos: aseguramos la asignación adecuada y el uso eficiente de nuestros recursos para mantener y mejorar la calidad de nuestros productos y servicios. Estamos comprometidos con la capacitación continua de nuestro personal para asegurar su competencia y capacidad de contribuir efectivamente a nuestros objetivos de calidad.

Fortalecimiento de la Estructura y Eficiencia Organizacional: nos comprometemos a

fortalecer nuestra estructura organizacional para facilitar una mejor coordinación y comunicación interna, permitiendo así una operativa ágil y adaptable que responde efectivamente a las necesidades de nuestros clientes y al entorno del mercado.

Mejora Continua de la Satisfacción del Cliente: el cliente es el centro de nuestro negocio. Nos comprometemos a escuchar y responder a sus necesidades y expectativas, implementando mejoras continuas basadas en sus feedbacks para ofrecer productos y servicios que no solo cumplan, sino que superen sus expectativas.

Revisaremos y actualizaremos nuestra política de calidad regularmente para asegurar que siga siendo relevante y adecuada para los requisitos de nuestros clientes y para el cumplimiento de todos los requisitos reglamentarios y legales aplicables. Esta política se comunica a todos nuestros empleados y partes interesadas, garantizando su comprensión y compromiso con la excelencia.”

Esta política de calidad debe revisarse periódicamente para asegurar que es relevante y efectiva en los objetivos estratégicos de la empresa, y debe comunicarse a todos los niveles de la organización para garantizar su comprensión y aplicación efectiva.

Según capítulo 6

Para dar cumplimiento al numeral 6.1 de la norma NTC- ISO 9001, se establece una matriz de riesgos la cual se configura como una herramienta esencial en la gestión estratégica de Mundial de Latas y Lujos P&B. Esta matriz puede proporcionar una representación sistemática y detallada de los posibles riesgos que la empresa enfrenta en su operación cotidiana, permitiendo una evaluación exhaustiva de las amenazas que podrían comprometer el logro de sus objetivos. Al examinar eventos en áreas clave como la pérdida de clientes clave, el desconocimiento de la competencia, la falta o exceso de inventario y la falta de planificación estratégica, la matriz de riesgos logra ofrecer una visión clara de los escenarios

adversos que podrían surgir. Este análisis proactivo educa a la empresa para identificar los riesgos prioritarios y tomar medidas preventivas y de eliminación adecuadas. En consecuencia, la matriz de riesgos se convierte en un elemento fundamental para la toma de decisiones, la asignación eficiente de recursos y la protección de la reputación y los activos de la organización en un sector autopartista tan competido, dinámico y desafiante. (véase el anexo L).

Comentado [DL11]: Ajustar

También se plantea la planeación de los objetivos de la calidad, de acuerdo con los objetivos del sistema de gestión de calidad establecidos en la propuesta para la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B. en la Tabla 4 se relacionan los objetivos propuestos frente a un responsable del objetivo y una metodología para ejecutarlo, excluyendo en tiempo, el cual definirá la empresa una vez defina el proyecto de implementación

Tabla 4. Planificación de los Objetivos de la propuesta de calidad

Objetivo de Calidad	Cómo Hacerlo	Responsable
Mejorar la Efectividad Organizacional	Definir y documentar roles y responsabilidades claras para todos los empleados. Realizar revisiones trimestrales de la estructura organizacional para asegurar su alineación con las metas estratégicas.	Gerente
Optimización de Recursos y Procesos	Realizar auditorías internas semestrales para identificar áreas de mejora. Implementar programas de capacitación continua para el personal.	RRHH
Fortalecimiento de la Estructura y	Optimizar la gestión de documentos y la comunicación interna mediante el uso de	Administrador

Objetivo de Calidad	Cómo Hacerlo	Responsable
Eficiencia	sistemas de gestión documental y	
Organizacional	plataformas de colaboración.	
Mejora Continua de la Satisfacción del Cliente	Implementar un sistema de feedback del cliente y revisar los datos recopilados cada trimestre para adaptar los procesos y productos a las necesidades del cliente.	Jefe de ventas

Fuente: Elaboración propia

Según capítulo 7.

La empresa Mundial de Latas y Lujos P&B debe asegurarse de los recursos adecuados en cuanto a personal, infraestructura, ambiente para operar los procesos, recursos de seguimiento y medición, y conocimientos organizacionales. A continuación, se proporciona un listado de recursos necesarios:

Personas

- Personal cualificado para ventas, atención al cliente, administración de inventarios, compras, finanzas, tecnología de la información, y calidad. Esto incluye la contratación de personal adicional donde sea necesario para manejar las operaciones sin sobrecargar al equipo existente.
- Capacitación continua para asegurar que el personal esté actualizado con las mejores prácticas en sus respectivas áreas y la normativa de la ISO 9001:2015.

Infraestructura

- Instalaciones adecuadas para almacenamiento, oficinas administrativas, y áreas de servicio al cliente que cumplan con los estándares de seguridad, salud y medio ambiente.

- Mantenimiento regular de las instalaciones para garantizar que se encuentran en condiciones óptimas de operación y seguridad.

Equipos

- Equipos de oficina como computadoras, impresoras, teléfonos, y software necesario para las operaciones diarias.
- Herramientas y equipos especializados para la gestión y manipulación de inventarios en el almacén, como carretillas elevadoras, sistemas de estanterías adecuados y equipos de seguridad.

Tecnología

- Sistemas de gestión de inventario que permitan un seguimiento preciso y en tiempo real del stock disponible.
- Software de gestión de relaciones con clientes (CRM) para mejorar la interacción con los clientes y gestionar eficazmente las ventas y el servicio postventa.
- Sistemas de gestión de calidad (SGC) que apoyen la documentación, monitorización y análisis de los procesos de calidad.

Recursos de seguimiento y medición

Este numeral se omite por el estado actual del sistema de gestión, ya que, al momento, se presenta una propuesta que puede ejecutarse, por lo que no existe implementación actual y no hay lugar a seguimiento o medición.

Conocimientos organizacionales

- Acceso a bases de datos de la industria y suscripciones a publicaciones relevantes

para mantenerse actualizado con las tendencias del mercado y las innovaciones en productos de refacciones automotrices.

- Formación y desarrollo orientados a fortalecer las habilidades y conocimientos clave dentro de la organización.

Ambiente para la operación de los procesos

- Condiciones de trabajo seguras y ergonómicas para el personal, incluyendo la iluminación adecuada, ventilación, y equipamiento ergonómico.
- Medidas de control de ruido y polución para asegurar un ambiente de trabajo saludable.
- Al asegurarse de que todos estos recursos están en su lugar y son adecuadamente gestionados, Mundial de Latas y Lujos P&B estará bien posicionada, optimizando sus operaciones y mejorando continuamente la satisfacción del cliente y la eficiencia interna.

En cuanto a la competencia y la toma de conciencia conforme a los estándares de ISO 9001:2015, estas están asociadas al nivel de comprensión que las personas alcanzan respecto a sus responsabilidades y cómo sus acciones individuales contribuyen al logro de los objetivos de la organización. Se recomienda a Mundial de Latas y Lujos P&B, que mantenga un enfoque constante en el desarrollo del talento humano y en la promoción de un sentido de pertenencia hacia la organización. Para lograr esto, se pueden implementar diversas técnicas que fomenten la conexión emocional entre los empleados y la empresa, así como mejorar el trato ofrecido por parte de la alta gerencia y los directivos.

Es fundamental construir una relación de confianza mutua entre los trabajadores y la organización, ya que esto propicia un ambiente laboral más positivo y permite que los empleados desempeñen sus funciones de manera más efectiva. Se sugiere motivar a los

colaboradores para conseguir sus metas y logros establecidos, y mostrar un interés por su bienestar y desarrollo personal fuera del ámbito laboral.

Una de las estrategias que permiten generar conocimiento, conciencia y competencia se relaciona con la capacitación, sin embargo, actualmente Mundial de latas y Lujos P&B no tiene ningún proceso de capacitación externa o interna, pero algunas de las empresas con las que trabaja pueden brindarlas con el fin de mejorar el conocimiento acerca de sus productos. Igualmente, para lograr esta estrategia se propone el siguiente procedimiento:

Capacitaciones Externas

- Identificación de la necesidad de capacitación, Determinar las habilidades o conocimientos específicos requeridos para tus vendedores, como nuevos productos, características de productos o técnicas de venta.
- Selección del vendedor, Escoger al vendedor más adecuado para asistir a la capacitación, considerando su experiencia, disposición para aprender y habilidades de comunicación.
- Asistencia a la capacitación, Enviar al vendedor seleccionado a la sesión de capacitación proporcionada por el proveedor, asegurándose de que estén al tanto de su papel como receptor y transmisor de conocimientos.
- Reunión de retroalimentación y transferencia de conocimientos, Organizar una reunión con los compañeros de equipo del vendedor para que comparta los puntos clave de la capacitación, destacando áreas relevantes para el trabajo y respondiendo preguntas.
- Seguimiento y aplicación, Asegurarse de que el vendedor aplique los conocimientos adquiridos en su trabajo diario y realizar un seguimiento regular para evaluar la efectividad de la capacitación y la aplicación en el desempeño

laboral.

Este procedimiento proporciona una visión general del proceso de capacitación y ayudará a seguir los pasos necesarios para garantizar que los colaboradores se beneficien plenamente de las oportunidades de aprendizaje proporcionadas por los proveedores.

Capacitación interna

Con respecto a la inducción y capacitación que se debería proporcionar a los nuevos colaboradores al momento de su ingreso y a su documentación, se propone que la empresa implemente para este proceso un formato de inducción (véase el anexo M) y una guía de uso del sistema interno (véase el anexo N).

Comentado [DL12]: Ajustar numeración

De igual manera, la empresa carece de un medio formal para difundir comunicados o información relevante. Históricamente, toda comunicación ha sido transmitida verbalmente, lo que dificulta el seguimiento y la trazabilidad de esta, por tal razón, se propone una matriz de comunicación (ver Tabla 5 y la creación de un grupo de comunicados a través de WhatsApp para mejorar la difusión y seguimiento de la información.

Tabla 5. Matriz de comunicación interna

Tipo de Comunicación	Frecuencia	Audiencia	Propósito	Ejemplo
Anuncios	Semanalmente	Todos los colaboradores	Informar sobre eventos importantes, cambios en políticas o procedimientos, logros destacados, etc.	"¡Recuerden la reunión de equipo mañana a las 10 am en la sala de conferencias!"
Recordatorios	Diariamente	Todos los colaboradores	Recordar fechas límite, eventos próximos, tareas	"No olviden enviar sus informes de

Tipo de Comunicación	Frecuencia	Audiencia	Propósito	Ejemplo
			pendientes, etc.	ventas antes del mediodía."
Felicitaciones	Ocasionalmente	Todos los colaboradores	Reconocer logros individuales o grupales, cumpleaños, aniversarios, etc.	"¡Felicidades a Juan por su promoción a gerente de ventas!"
Consultas	Según sea necesario	Todos los colaboradores	Solicitar retroalimentación, opiniones o sugerencias sobre proyectos, eventos, etc.	"¿Qué piensan sobre la idea de organizar un evento de team building el próximo mes?"
Emergencias	En caso de necesidad	Todos los colaboradores	Informar sobre situaciones urgentes o crisis que requieran atención inmediata.	"¡Atención! Debido a un corte de energía, la oficina estará cerrada hasta nuevo aviso."

Fuente: Elaboración propia

Y por último para este capítulo, como la Empresa Mundial de Latas y Lujos P&B no cuenta con ningún procedimiento o instructivo documentado que respalde el desarrollo de la organización, se recomienda a la organización mantener almacenada, ordenada y actualizada la documentación propuesta y demás elementos que exige la norma ISO 9001:2015. En el formato para creación, actualización y eliminación de documentos y el procedimiento documental anexos a este documento (véanse los Anexos O y P).

Este procedimiento de gestión documental es esencial para mantener la trazabilidad y el control de todas las herramientas y documentos generados en la organización, como las

matrices de riesgos y los mapas de procesos diseñados especialmente para Mundial de Latas y Lujos P&B. Este procedimiento garantiza que todos los archivos importantes están organizados, accesibles y actualizados, lo que facilita la búsqueda de información y la toma de decisiones informadas. Además, permite mantener un historial claro de revisiones y cambios, asegurando que siempre se trabaje con la versión más reciente de cada documento.

Ahora, para hacer un buen uso del procedimiento de gestión documental, es fundamental que todos los empleados se familiaricen con su contenido y lo sigan rigurosamente. Esto incluye etiquetar y archivar correctamente los documentos, actualizar la información cuando sea necesario y revisar periódicamente los registros. Es por ello por lo que se generó un listado maestro de documentos (véase el Anexo Q) mediante el cual se puede mantener una trazabilidad al momento de crear, editar o eliminar un documento. Apropiarse de este procedimiento significa entender su importancia y comprometerse a seguirlo, integrándolo en las rutinas diarias de trabajo. De esta manera, se garantiza que la información crítica esté siempre disponible y en orden, contribuyendo al éxito y la sostenibilidad del Sistema de Gestión de Calidad propuesto a la empresa.

Comentado [DL13]: Ajustar

Según capítulo 8

Para la planificación y control operacional se establecen los controles y pasos para implementar procesos de pedido, inventario, entrega y gestión de cumplimiento con los requerimientos del cliente, así, al tener un sistema determinado que permita entregar productos de calidad y a tiempo, se contribuye al crecimiento de la satisfacción del cliente.

Plan operacional:

- Identificar los requisitos del cliente: La empresa debe comprender las necesidades y expectativas de sus clientes (consumidor final) frente al sector automotor y accesorios, asegurándose de ofrecer productos que satisfagan sus intereses en cuanto

calidad, cantidades, marca y precio según el sector en donde se encuentran.

- Gestión de proveedores: La empresa al proveer sus productos ya preestablecidos y al no tener un proceso de fabricación, es importante mantener relaciones solidas con sus proveedores. Se debe evaluar y seleccionar aquellos proveedores que cumplan con los requerimientos establecidos por la empresa en cuanto calidad, tiempos de entrega, y precios, donde también se pueden llegar a cumplir acuerdos y alianzas que favorezcan a ambas partes.
- Gestión de inventarios: Aunque la empresa no fabrica sus productos, aun así, debe gestionar su inventario de manera eficiente para garantizar disponibilidad de productos. Esto implica llevar a cabo un registro preciso, donde se realicen inventarios periódicamente para detectar posibles discrepancias y mantener los niveles de stock.
- Planificación de logística: Aunque la empresa no realiza entregas a domicilio, debe coordinar y planificar la recepción de los productos de los proveedores. Se tienen que establecer procedimientos de recepción e inspección de calidad.

Control operacional:

- Evaluación del desempeño del proveedor: Se debe realizar un seguimiento continuo del desempeño de los proveedores para garantizar que cumplan con los estándares de calidad y plazos de entrega. Pueden implicar auditorias o revisión de informes de calidad.
- Inspección de calidad: Llevar a cabo inspecciones de calidad para verificar que los productos cumplen con los requisitos de calidad, para posteriormente ponerlos en el punto de venta, en donde se pueden incluir inspecciones visuales, pruebas de

funcionalidad y comparación con especificaciones técnicas.

- Control de inventarios: Implementar medidas para el control y gestión eficaz del inventario, asegurando niveles óptimos de stock evitando la saturación o escasez de productos, realizando inventarios periódicos e informatizados.
- Supervisión de la logística interna: Al proveer todos sus productos externamente, se debe supervisar de cerca todas las actividades relacionadas en cuanto a la recepción, almacenamiento y distribución de los productos. Se deben asignar responsabilidades claras para que se garantice la correcta manipulación y almacenamiento.

En cuanto a los requisitos para los productos es importante resaltar:

Comunicación con el cliente:

Durante el tiempo que la empresa ha funcionado, la comunicación y los requerimientos de los clientes se han manejado de forma oral, siendo una forma bastante útil y eficiente para la empresa, ya que muchos de los clientes dan su opinión y perspectiva de los productos y asesoría brindada por empresa. En Mundial de Latas y Lujos P&B no se ha implementado algún tipo de encuesta con el fin de conocer los requerimientos del cliente, ya que por el sector en donde se encuentra la empresa y por la experiencia en el sector de la misma se ha llegado a determinar que la gran mayoría de clientes busca refacciones para vehículos relativamente viejos, siendo los precios bajos lo más buscado por encima de la calidad.

Determinación de los requisitos para los productos

En la empresa a lo largo de los años se han determinado una serie de requisitos para la adquisición de productos, siendo los requisitos primordiales para la empresa: el precio, la marca, calidad, disponibilidad y legitimidad.

Control de los procesos y productos suministrados externamente

Procedimiento de Gestión de Proveedores Externos: El procedimiento para gestionar el ingreso de nuevos proveedores externos, evaluarlos y controlar los productos que llegan, no está documentado en la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B. Aunque actualmente se realiza una inspección de precios y productos al establecer un nuevo acuerdo comercial, esta tarea es llevada a cabo por una sola persona que ha estado desempeñando esta función durante más de cinco años. Dado que estos procesos son de suma importancia, se propone establecer un procedimiento documentado para la gestión de proveedores, garantizando así el cumplimiento de los requisitos de calidad establecidos por la empresa.

Con el fin de realizar el proceso de evaluación y selección de los proveedores se propone el documento Evaluación de proveedores que se presenta en el (véase el anexo R).

Comentado [DL14]: Ajustar

Así mismo y con el fin de documentar y llevar un control y registro de las no conformidades que llegan en los diversos pedidos se propone el documento de recepción y devolución de mercancía (véase el anexo S y T).

Comentado [DL15]: Ajustar

6.2 Validar las estrategias y herramientas propuestas a la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B con base en los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015

Como parte de la validación de los documentos, herramientas y matrices generadas para la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B, se genera un documento de validación (véase el anexo U) que recoge todos los documentos realizados en la propuesta y se relaciona con la alta dirección de la empresa, con un espacio de aprobación y observaciones para que la empresa por medio de su gerencia acepte, rechace o modifique algún documento presentado.

Comentado [DL16]: Ajustar

Teniendo en cuenta esto, para el desarrollo de la validación de las herramientas

generadas en el objetivo 2 se optó por una presentación a la alta gerencia de la empresa Mundial de Latas y Lujos P&B el día 20 de mayo de 2024. Dicha presentación fue realizada en las instalaciones de la empresa haciendo uso de una sala destinada a reuniones donde se contextualizó el sistema de gestión de calidad, su importancia, los numerales comprendidos de la norma ISO 9001:2015 en la propuesta presentada y las herramientas generadas. Así como los formatos con un breve resumen de su diseño y una explicación detallada de su funcionalidad y manera de ejecutarse.

Finalmente, como constancia de la reunión realizada entre ambas partes, se generó un documento de acta de reunión firmada a conformidad. (véase el anexo V). En esta acta se agregó un espacio donde se describieron las actividades realizadas, desde la presentación de las herramientas generadas hasta la lectura y aprobación por parte de la alta gerencia de dichas herramientas.

En caso de que la empresa mundial de Latas y Lujos P&B decida implementar de manera parcial o completa la propuesta presentada en sus instalaciones, se presenta adicionalmente una propuesta de encuesta de satisfacción interna con el fin de medir los avances y resultados de dicha implementación. (véase el anexo W) En este caso, la encuesta debe realizarse en un tiempo prudencial estimado por la empresa de acuerdo con los avances en la implementación. La encuesta de satisfacción interna presentada está diseñada para recopilar opiniones y experiencias de los empleados con respecto a los cambios introducidos por la propuesta del sistema de gestión de calidad, en caso de implementarse, e incluye preguntas sobre la claridad de los nuevos procedimientos, el apoyo de la dirección, los efectos de la implementación y la calidad de los productos y servicios.

Comentado [DL17]: Ajustar

7 Conclusiones

Durante el desarrollo de este proyecto, el primer objetivo, Evaluar la situación actual de la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B para analizar la conformidad con los estándares establecidos por los numerales 4, 5, 6.1, 6.2.1, 7 y 8.1,8.2,8.4 de la norma ISO 9001:2015 y con respecto a la satisfacción interna de la empresa Mundial de Latas y Lujos P y B., permitió identificar áreas críticas de mejora, tales como la gestión administrativa, la claridad de roles y responsabilidades. Este diagnóstico fue fundamental para entender los desafíos a abordar de acuerdo con las necesidades reales de los colaboradores.

En respuesta a estos hallazgos, el segundo objetivo se centró en desarrollar y presentar herramientas y estrategias efectivas para superar las deficiencias identificadas de acuerdo con los numerales del alcance de la propuesta. Entre las herramientas clave introducidas se encuentran una matriz de riesgos, un mapa de procesos detallado y un procedimiento de gestión documental robusto. Estas herramientas fueron diseñadas para optimizar los flujos de trabajo, mejorar la eficiencia operativa y asegurar la trazabilidad y control de la documentación.

El tercer y último objetivo fue validar las herramientas y procedimientos propuestos a través de una reunión con la alta dirección y los empleados clave. Durante esta sesión, se presentaron detalladamente las ventajas y el funcionamiento de cada herramienta. La alta dirección acogió la mayoría las propuestas con entusiasmo, dejando una pocas para revisión interna, aprobando de manera progresiva su integración completa en las operaciones diarias de la empresa.

8 Bibliografía

- Autostrada. (2023). *Diferencia entre piezas originales y piezas de repuesto*.
<https://autostrada.com.co/blog/diferencia-entre-piezas-originales-y-piezas-de-repuesto>.
- CEUPE. (2023). *¿Qué es la Satisfacción del cliente? Indicadores, características e importancia*.
<https://www.ceupe.com/blog/satisfaccion-del-cliente.html>
- Conduce tu empresa. (2020). *¿Como diseñar un organigrama? | Estructura organizacional*.
https://blog.conducetuempresa.com/2018/07/estructura-organizacional.html#google_vignette
- David Jimenez. (2022). *Qué son los repuestos OEM, y por qué deberías elegirlos siempre en vez de los repuestos compatibles | Diariomotor*. <https://www.diariomotor.com/que-es/oem/>
- Erik Fabián Cortés Mejía. (2017). *DESARROLLO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDA*.
- Euroinnova. (2023). *¿Qué es la comercialización de un producto?/Euroinnova*.
<https://www.euroinnova.co/blog/que-es-la-comercializacion-de-un-producto>
- firestone. (2022). *Auto refacciones originales o genéricas, ¿qué debes saber?*
<https://www.firestone.com.mx/tips-firestone/cuidado-de-llantas/auto-refacciones-originales-o-genericas/>
- Jose Yeferson Moreno Castaño, & Erika Milena Sarmiento Esteban. (2023). *DISEÑO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001:2015 PARA LA EMPRESA FILTROS A Y Z S.A.S*.
- Julien Irurita Alzueta, & Pedro Maria Villanueva Roldán. (2012). *SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD*.
- Michael Andres Valenzuela Ascencio. (2019). *PROPUESTA PARA EL DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD BAJO LA NORMA ISO 9001:2015 PARA LA EMPRESA "AUTOPARTES 3 EN 1*.
- Rosario Peiró. (2018, November 10). *Satisfacción del cliente - Qué es, definición y concepto*.
<https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>

Shaiene Barbosa. (2021). *Conceptos de calidad: todo lo que usted necesita saber*.

<https://www.paripassu.com.br/es/blog/conceptos-de-calidad>

10. Anexos

ANEXO A DIAGNOSTICO ISO 9001-2015

[Anexo A - JA-PL-00 Diagnostico ISO 9001-2015-.xlsx](#)

ANEXO B MATRIZ DOFA

[Anexo B - JA-PL-00 Matriz DOFA.xlsx](#)

ANEXO C PERFIL DE CARGO – GERENTE

[Anexo C - GE-RG-00 Perfil de cargo - Gerente.docx](#)

ANEXO D PERFIL DE CARGO - JEFE DE ADMINISTRACIÓN

[Anexo D - GE-RG-00 Perfil de cargo - Jefe de administración.docx](#)

ANEXO E PERFIL DE CARGO - JEFE DE VENTAS

[Anexo E - GE-RG-00 Perfil de cargo - Jefe de ventas.docx](#)

ANEXO F PERFIL DE CARGO – VENDEDOR

[Anexo F - GE-RG-00 Perfil de cargo - Vendedor.docx](#)

ANEXO G PERFIL DE CARGO – CAJERO

[Anexo G - GE-RG-00 Perfil de cargo - Cajero.docx](#)

ANEXO H PERFIL DE CARGO – BODEGUERO

[Anexo H - GE-RG-00 Perfil de cargo - Bodeguero.docx](#)

ANEXO I PERFIL DE CARGO - APOYO VENTAS Y BODEGA

[Anexo I - GE-RG-00 Perfil de cargo - Apoyo ventas y bodega.docx](#)

ANEXO J MATRIZ DE ROLES Y RESPONSABILIDADES

[Anexo J - GE-PL-00 Matriz de roles y responsabilidades.docx](#)

ANEXO K MATRIZ DE REQUISITOS CLIO

[Anexo K - JA-PL-00 Matriz de requisitos CLIO.docx](#)

ANEXO L MATRIZ DE RIESGOS

[Anexo L -JA-PL-00 Matriz de Riesgos \).xlsx 1.url](#)

ANEXO M FORMATO INDUCCIÓN

[Anexo M - JA-PR-00 Formato inducción.docx](#)

ANEXO N SISTEMA DE FACTURACIÓN HE INVENTARIO

[Anexo N - JV-RG-00 Sistema de facturación he inventario.vsdX](#)

ANEXO O FORMATO PARA CREACIÓN, ACTUALIZACIÓN

Y ELIMINACIÓN DE DOCUMENTOS

[Anexo O - JA-FO-00 Formato para creación, actualización y eliminación de documentos.docx](#)

ANEXO P PROCEDIMIENTO DOCUMENTAL

[Anexo P - JA-PR-00 Procedimiento Documental.docx](#)

ANEXO Q LISTADO MAESTRO

[Anexo Q - Listado Maestro.xlsx](#)

ANEXO R EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

[Anexo R - JA-PR-00 EVALUACIÓN DE PROVEEDORES.xlsx](#)

ANEXO T FLUJOGRAMA

[Anexo T - JA-PO-00 flujograma.vsd](#)

ANEXO U - MATRIZ DE VALIDACIÓN

[Anexo U - Matriz de validación.xlsx](#)

ANEXO V - ACTA DE REUNIÓN

[Anexo V - Acta de Reunión.pdf](#)

ANEXO W - ENCUESTA DE SATISFACCIÓN INTERNA

[Anexo W - Encuesta de Satisfacción Interna.docx](#)