

DISEÑO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LOS PROCESOS
MISIONALES DE GESTIÓN DE INVENTARIO, PREPARACIÓN DE PLATILLOS Y SERVICIO
AL CLIENTE DEL RESTAURANTE BOS BURGER, CONFORME A LA NORMA ISO
9001:2015.

LUIS CARLOS DURÁN CUADRADO
CRHISTIAN CAMILO ESTUPIÑÁN ESTUPIÑÁN
DAVID SANTIAGO GIL MOJICA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL TUNJA
DIVISIÓN DE INGENIERIAS Y ARQUITECTURA
DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS
TUNJA
2024

DISEÑO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LOS PROCESOS
MISIONALES DE GESTIÓN DE INVENTARIO, PREPARACIÓN DE PLATILLOS Y SERVICIO
AL CLIENTE DEL RESTAURANTE BOS BURGER, CONFORME A LA NORMA ISO
9001:2015.

LUIS CARLOS DURÁN CUADRADO

CRHISTIAN CAMILO ESTUPIÑÁN ESTUPIÑÁN

DAVID SANTIAGO GIL MOJICA

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE ESPECIALISTA EN DIRECCIÓN Y
GESTIÓN DE LA CALIDAD

ASESOR METODOLÓGICO:

MG. CARLOS ANDRÉS AGUIRRE RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL TUNJA

DIVISIÓN DE INGENIERIAS Y ARQUITECTURA

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS

TUNJA

2024

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	11
1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	11
1.2 TÍTULO DEL PROBLEMA.....	11
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.4 ELEMENTOS DEL PROBLEMA.....	12
1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
1.5.1 SUB-PROBLEMAS	12
1.6 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
2 JUSTIFICACIÓN	14
3 OBJETIVOS	15
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	15
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
4 MARCO TEÓRICO.....	16
4.1 MARCO CONCEPTUAL.....	16
4.1.1 GENERALIDADES	16
4.1.2 PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD.....	16
4.1.3 ENFOQUE A PROCESOS	17
4.1.4 CICLO PHVA	18
4.1.5 PENSAMIENTO BASADO EN RIESGOS.....	18
4.2 MARCO CONCEPTUAL.....	19
4.3 MARCO LEGAL	21
4.4 MARCO REFERENCIAL.....	24
5 ALCANCE	28
6 METODOLOGÍA Y ACCIONES	29
7 CRONOGRAMA.....	31
8 RESULTADOS.....	33

8.1	ENTREVISTA	33
8.2	ANÁLISIS DE BRECHA	35
8.3	MATRIZ DOFA	37
8.4	ANÁLISIS PESTEL	40
8.5	BALANCE SCORE CARD	43
8.5.1	INDICADORES BSC.....	46
8.6	MATRIZ DE PARTES INTERESADAS	50
8.7	RESEÑA HISTORICA	52
8.8	MISIÓN.....	53
8.9	VISIÓN	55
8.9	VALORES CORPORATIVOS.....	58
8.10	POLÍTICA INTERNA DE LA ORGANIZACIÓN	59
8.11	POLÍTICA DE CALIDAD.....	60
8.12	OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	60
8.13	ALCANCE DEL SGC.....	61
8.14	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	62
8.15	MAPA DE PROCESOS	63
8.16	CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS	64
8.17	MATRIZ DE RIESGOS	64
8.18	PROGRAMA DE AUDITORIA	65
8.19	PLAN DE AUDITORIA.....	65
8.20	LISTA DE VERIFICACIÓN	65
8.21	RIESGOS DE LA AUDITORIA.....	66
9	CONCLUSIONES.....	67
	BIBLIOGRAFÍA.....	69
10	ANEXOS	72

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Marco Legal.....	21
Tabla 2. Metodología.....	29
Tabla 3. Cronograma	31
Tabla 4. Análisis de brecha bajo principios de la norma ISO: 9001: 2015.....	36
Tabla 5. Resumen MATRIZ DOFA	38
Tabla 6. Análisis PESTEL.	41
Tabla 7. Balance Score Card.	44
Tabla 8. Indicador de innovación y aprendizaje.	46
Tabla 9. Indicador de procesos.	47
Tabla 10. Indicador de clientes.....	48
Tabla 11. Indicador financiero.	49
Tabla 12. Matriz de Partes Interesadas.....	50
Tabla 13. Preguntas para la creación de la misión.....	53
Tabla 14. Preguntas para la creación de la visión.....	55

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Analisis de Brecha	37
Ilustración 2 Estructura Organizacional	62
Ilustración 3 Mapa de procesos	63

LISTADO DE ANEXOS

Anexo A. Tabla de diagnostico	35
Anexo B. Matriz DOFA.....	38
Anexo C. Balance Score Card	44
Anexo D. Caracterización de procesos.....	63
Anexo E. Matriz de riesgos	63
Anexo F. Programa de auditoria.....	64
Anexo G. Plan de auditoria	64
Anexo H. Lista de verificación	65
Anexo I. Riesgos de la auditoria.....	65

INTRODUCCIÓN

Hoy en día es evidente que existe un entorno altamente competitivo en la entrega de productos en el sector gastronómico, la importancia del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC), se vuelve indiscutible. La eficiencia y eficacia de los procesos y los servicios se ha convertido en una base del éxito y la sostenibilidad de cualquier organización. Sin embargo, es común encontrar organizaciones que no han implementado un SGC en su estructura operativa.

En este contexto, la meta de este proyecto es diseñar un SGC orientado a los procesos misionales de gestión de inventario, producción de platillos y servicio al cliente, ya que Bos Burger no dispone de uno. Con esta iniciativa se quiere crear un marco que permita a la organización planificar, dirigir y optimizar mejor sus operaciones, lo que garantiza la satisfacción de la alta dirección así mismo como de quienes se benefician de los productos y la eficiencia de los procesos.

Bos Burger, fundada en 2018 en la ciudad de Sogamoso, comenzó como una pequeña hamburguesería con una gran ambición. Desde su creación, Bos Burger se ha distinguido por su dedicación a ofrecer hamburguesas excepcionales, utilizando siempre ingredientes frescos y sabores auténticos. Este compromiso con la calidad y la frescura ha sido fundamental en su notable crecimiento y transformación. Con el tiempo, Bos Burger se ha convertido en una empresa muy respetada y un punto de referencia gastronómico en Sogamoso. La empresa ha sabido mantenerse cercana a la comunidad, convirtiéndose en un lugar preferido para los amantes de la buena comida y creando un ambiente acogedor para todos.

En este documento, se exploró las razones por las cuales el diseño de un SGC en el restaurante Bos Burger se convierte en una ventaja estratégica. Es una organización que crece significativamente en la ciudad de Sogamoso, ya que es de las pocas empresas de la industria gastronómica dedicada a la cocina, la distribución y venta de cortes cárnicos de alta calidad y productos derivados.

1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El comercio y el turismo son parte central de la economía de Sogamoso, en este contexto, la falta de un SGC para el restaurante Bos Burger ha creado varios desafíos que afectan tanto la organización interna como la satisfacción del cliente. Este problema se manifiesta en carente identificación y documentación de roles, procesos etc..., la falta de organización de roles y responsabilidades y sus consecuencias negativas para la calidad de los alimentos y servicios. Se hace un esfuerzo por diseñar un SGC en Bos Burger, enfatizando la importancia de este enfoque para responder a los desafíos identificados y mejorar el servicio prestado, la competitividad del mercado y la satisfacción del cliente.

1.2 TÍTULO DEL PROBLEMA

Diseño del Sistema de Gestión de la Calidad para la organización del restaurante Bos Burger, conforme a la Norma ISO 9001:2015.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El restaurante Bos Burger se enfrenta actualmente a retos en cuanto a sus servicios culinarios y satisfacción del cliente. Contrariamente a las mejores prácticas del SGC, el restaurante carece de una identificación y documentación adecuadas de los procesos internos, lo que genera ambigüedad en las definiciones y responsabilidades del personal. Estas deficiencias afectan negativamente la consistencia y calidad de los alimentos y el servicio al cliente, lo que lleva a una reducción de la satisfacción del cliente.

Ante este panorama, es imperativo que Bos Burger tome medidas para diseñar un SGC) en conformidad con las mejores prácticas y la norma ISO 9001:2015. Esta propuesta busca brindar las herramientas necesarias para identificar y documentar los procesos clave del restaurante, así como definir con claridad las responsabilidades y atribuciones de su personal. El diseño de un SGC permitirá al restaurante mejorar la consistencia de sus alimentos y servicios, lo que a su vez elevará el nivel de satisfacción del consumidor, impulsando su competitividad en el mercado y reforzando su posición en la industria.

1.4 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

Para entender mejor el problema, se mencionarán los siguientes elementos clave:

- Capacitación del personal.
- Documentación de procesos y procedimientos.
- Satisfacción del cliente.
- Delegación de responsabilidades y roles.

1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo diseñar un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) en el restaurante Bos Burger, siguiendo las pautas de la norma ISO 9001:2015?

1.5.1 Sub-problemas

- ¿Cómo llevar a cabo un diagnóstico inicial en el restaurante Bos Burger bajo los requisitos establecidos por la norma ISO 9001:2015 para identificar las áreas clave que requieren mejoras en la gestión de calidad?

- ¿De qué manera se puede formular una planeación estratégica en el restaurante Bos Burger, cumpliendo la norma ISO 9001:2015, para establecer objetivos y metas de calidad claros?
- ¿Cómo identificar y caracterizar los procesos relacionados con la prestación de servicios de tipo gastronómico y culinarios, así como la digitalización de los datos de la organización Bos Burger, de acuerdo la norma ISO 9001:2015 para garantizar la consistencia de estos?

1.6 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

Para diseñar un SGC, se deben identificar y documentar los procesos desde los proveedores de ingredientes y alimentos hasta la producción del producto, incluido el servicio al cliente, así como las funciones y responsabilidades del personal, donde se identifica cada proceso y cada uno tiene en mente lo que debe hacer según su rol en la organización.

Considerando lo anterior como requisito, se implementaría el SGC según la norma ISO 9001:2015, con documentación que puede servir de antecedente para su realización.

2 JUSTIFICACIÓN

La necesidad de diseñar un SGC en Bos Burger se fundamenta en la premisa de que la calidad es un factor crítico en la industria de la restauración. Que el cliente quede satisfecho es esencial para ganar notoriedad y la meta de cualquier negocio de servicios alimentarios. En el contexto actual, y a medida que todas las partes interesadas se vuelven más exigentes y conscientes de la calidad de la comida y de la experiencia en los restaurantes, la falta de claridad en los procesos internos y las responsabilidades de los empleados se ha convertido en una barrera importante.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y turismo¹ una de las principales dificultades en el ámbito gastronómico, específicamente de la carne, es que se acostumbran cortes muy delgados y preparaciones muy asadas, que a veces malogran ciertas propiedades de esta. Estos riesgos asociados a la insatisfacción del cliente, la pérdida posición en el sector y la posible disminución de la rentabilidad son demasiado importantes para pasar por alto. La implementación del SGC no solo mejorará la calidad de los alimentos y servicios, sino que también proporcionará una estructura organizativa más sólida y eficiente. Los clientes disfrutarán de una experiencia más consistente y satisfactoria, lo que conducirá a la fidelización y a una mayor competitividad en el mercado. A pesar de los posibles desafíos, como la resistencia al cambio o la disponibilidad de recursos, se han diseñado planes de contingencia, incluyendo programas de capacitación y búsqueda de fuentes de financiamiento, para garantizar el cumplimiento en la aplicación del SGC y reforzar la posición de Bos Burger en la industria. El proyecto del diseño del SGC se convierte en una respuesta esencial a las demandas del contexto sectorial y en una inversión estratégica para el crecimiento de Bos Burger.

¹ Ministerio de Comercio, Industria y turismo. Evaluación de la Gastronomía Colombiana como factor potencial de turismo. 2009. P. 168.

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) para los procesos misionales basado en la norma ISO 9001:2015 en el restaurante Bos Burger.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Formular un primer diagnóstico, de acuerdo con los requisitos de la norma ISO 9001:2015, con el fin identificar áreas críticas que requieran mejoras en la gestión de calidad en Bos Burger.

Realizar la planificación estratégica correspondiente al SGC en Bos Burger, utilizando como referencia la norma ISO 9001:2015.

Definir la caracterización de los procesos misionales y el análisis de riesgos con respecto a la norma ISO 9001:2015.

4 MARCO TEÓRICO

4.1 MARCO CONCEPTUAL

4.1.1 Generalidades

Buscar una implementación de un SGC es una decisión crucial para una empresa y puede mejorar como se desempeña la organización y proporcionar los cimientos para los esfuerzos de carácter sostenible.

Según la norma ISO 9001:2015 “Los beneficios para las organizaciones y empresas que adoptan un SGC incluyen:

- Se pueden dar regularmente productos y servicios acordes con las leyes aplicables y requisitos de quienes deseen los productos.
- Brindar oportunidades para mejorar que tan satisfechos quedan los interesados.
- Considerar los peligros y oportunidades que tengan que ver con su situación y metas.
- Suficiencia para demostrar el logro de aquellos requerimientos necesarios del SGC.
- Este estándar adopta una orientación que se basa en procesos que incluye un ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA) y un razonamiento basado en riesgos”.²

4.1.2 Principios de la gestión de calidad

“Los principios de la gestión de la calidad son:

- enfoque al cliente.

² Organización Internacional de Normalización (ISO). Norma ISO 9001:2015. Ginebra: ISO. 2015.

- liderazgo,
- compromiso de las personas;
- enfoque a procesos
- mejora;
- toma de decisiones basada en la evidencia;
- gestión de las relaciones”.³

4.1.3 Enfoque a procesos

La orientación a procesos implica identificar y gestionar sistemáticamente todos los sistemas de una organización y sus interacciones para lograr los resultados esperados en base a los criterios de calidad y la planificación de tipo estratégico de la empresa. Los objetivos de gestión de procedimientos y del sistema se pueden lograr a con la ayuda del ciclo PHVA con una mentalidad holística centrada en el riesgo que explota las oportunidades y previene problemas.

“La implementación de un enfoque de procesos a un SGC permite:

- Entender el sentido de los requisitos;
- considerar los procesos desde una perspectiva diferente, gracias a diversos análisis;
- lograr el éxito de los servicios;
- Mejora los procesos basados en análisis de datos”.⁴

³ Organización Internacional de Normalización (ISO). Norma ISO 9001:2015. Ginebra: ISO. 2015.

⁴ Organización Internacional de Normalización (ISO). Norma ISO 9001:2015. Ginebra: ISO. 2015.

4.1.4 Ciclo PHVA

El ciclo PHVA se podría describir de la siguiente manera:

Planear: identificar las metas del sistema, así como los bienes necesarios para lograr efectos de acuerdo con los requerimientos de las partes interesadas y las políticas de la alta dirección, al tiempo que identifica y gestiona los problemas(riesgos) y oportunidades;

Hacer: llevar a cabo lo que no ha sido planeado;

Verificar: monitorea y (si es necesario) mide los procesos y productos en comparación con políticas, metas, requisitos y órdenes planificadas e informa las consecuencias esperadas;

Actuar: ejecutar medidas para perfeccionar el desarrollo de los procesos si es necesario.

4.1.5 Pensamiento basado en riesgos

Este concepto se incluyó en ediciones pasadas de la directriz, incluyendo ejecutar medidas de prevención para eliminar posibles desviaciones, analizar posibles problemas y tomar medidas apropiadas para resolver las desviaciones. para que no vuelva a suceder. Para dar cumplimiento a estos requisitos, la empresa debe planificar y ejecutar procedimientos para descartar peligros y explotar ocasiones oportunas.

Considerar los riesgos y situaciones de oportunidad crea una base para mejorar el SGC, lograr resultados esperados y evitar efectos no deseados. Una oportunidad puede salir de un acontecimiento en la organización que facilita el logro de un objetivo deseado, que permite a una organización llegar a nuevos clientes, conseguir mejores productos o aumentar la productividad.

“Lo que se hace para aprovechar las oportunidades también pueden incluir tener en cuenta los riesgos que puedan estar junto a estas. El riesgo puede ser causado por

la falta de certeza, y esta falta de certeza podría generar efectos tanto positivos como negativos. Una oportunidad puede surgir de un riesgo, aunque no siempre los efectos positivos del riesgo se convierten en situaciones aprovechables”.⁵

4.2 MARCO CONCEPTUAL

En el diseño de un SGC para el restaurante Bos Burger, es necesario comprender el conjunto de conceptos relacionados con la gestión de la calidad, sus reglas y principios los cuales sustentan el mejoramiento de la calidad de la industria alimentaria.

- **Sistema de Gestión de Calidad (SGC):**” Se trata de la conjunción de las políticas, los procesos, los procedimientos y los recursos elaborados con el propósito de administrar, planificar y elevar la calidad de cualquier producto o servicio brindados por una entidad”.⁶
- **Procesos y servicios:** Para la norma ISO 9001:2015⁷ “se refiere a un conjunto de tareas que se relacionan y que transforman elementos e insumos en productos finales o servicios. En el contexto de un restaurante, los procesos pueden incluir la toma de pedidos, la preparación y el tratamiento de alimentos, el servicio y la gestión de clientes. Las preocupaciones sobre el servicio incluyen toda actividad relacionada con la entrega de alimentos en su fase final. Proporciona servicio al cliente, para los restaurantes esto significa servicios de alimentos y bebidas.”
- **Seguridad alimentaria y buenas prácticas de fabricación (GMP):** “la seguridad alimentaria es importante en la industria alimentaria y significa que

⁵ Organización Internacional de Normalización (ISO). Norma ISO 9001:2015. Ginebra: ISO. 2015.

⁶ Organización Internacional de Normalización (ISO). Norma ISO 9001:2015. Ginebra: ISO. 2015.

⁷ Norma ISO (International Organization for Standardization) 9000:2005. ISO. Ginebra: ISO. 2009.

los alimentos son seguros para comer. Las GMP son normas y procedimientos que garantizan la higiene y seguridad en la manipulación y producción de alimentos”.⁸

- **Registro Sanitario:** De igual manera para el INVIMA “Los Registros Sanitarios son administrados por organismos gubernamentales, un proceso, en este caso, el INVIMA aprueba y supervisa la producción y comercialización de productos alimentarios y bebidas, garantizando el dar cumplimiento a los estándares de higiene y calidad.”⁹
- **Competitividad:** Según Porter¹⁰ es una relación. Consiste en ofrecer productos y servicios de la más alta calidad del mercado y alcanzar eficazmente los requisitos del cliente.
- **Mejora Continua:** Como dice Deming¹¹, es un procedimiento que constantemente perfecciona tanto los procesos como la calidad de los productos o servicios, con el objetivo de aumentar la satisfacción del consumidor.
- **Clientes y Servicio al Cliente:** Para Kotler¹² los clientes son receptores de productos o servicios, y su grado de satisfacción constituye el índice

⁸ Administración Nacional de Alimentos y Medicamentos (INVIMA). Informe Anual 2020. Bogotá: INVIMA. 2020.

⁹ Administración Nacional de Alimentos y Medicamentos (INVIMA). Informe Anual 2021. Bogotá: INVIMA. 2021.

¹⁰ PORTER. La ventaja competitiva de las naciones. Impac Media Comercial S.A. España. 1990.

¹¹ DEMING, Edwards. Calidad, productividad y competitividad “La salidad de la crisis”. Cambridge University Press. 1986.

¹² KOTLER, Philip. Fundamentos del marketing. Pearson Education en español. Ciudad de México. 2013.

primordial de calidad. El agrado del consumidor alude al nivel en que el producto o servicio alcanza las expectativas y requisitos del cliente.

- **Estándares ambientales:** Según el PNUMA¹³ los estándares ambientales se refieren al manejo responsable de los recursos naturales que sea sustentable y la disminución del impacto ambiental. Esto puede incluir el manejo de los desechos sólidos, líquidos orgánicos e inorgánicos y el uso eficiente y correcto de la energía y el recurso hídrico.
- **Derecho laboral:** Para el Ministerio de Trabajo¹⁴ es el que regula los derechos que cada trabajador tiene y sus obligaciones además de los beneficios laborales, incluidos salarios, horas de trabajo, condiciones laborales, etc.

4.3 MARCO LEGAL

En la tabla 1 se evidencia el marco legal referente a la normativa que se debe tener en cuenta para la correcta operación de la empresa.

Tabla 1. Marco Legal.

Aspecto	Requisito legal	Descripción	Como se utiliza
SANITARIO	Decreto 3075 de 1997	En este decreto “se establecen los requisitos para la higiene y calidad de los alimentos procesados, incluyendo normas sobre buenas	Este utiliza cuando existe contacto directo un producto o materia prima alimenticio, desde su entrada a cocina, hasta su entrega final al cliente

¹³ Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). 2020.

¹⁴ Ministerio de Trabajo de Colombia. Código sustantivo del trabajo. Bogotá D.C. 2022.

		prácticas de manufactura, control de calidad y condiciones sanitarias en plantas de producción y procesamiento de alimentos.” ¹⁵	
	Decreto 1500 de 2007	“Se instaure la reglamentación técnica mediante la cual establece un sistema estatal de supervisión, observación, y control de la carne, alimentos cárnicos comestibles y procedentes cárnicos dirigidos para uso humano y requerimientos sanitarios” ¹⁶ .	Esta ley establece la utilización de la cadena fría para el almacenamiento y transporte de alimentos cárnicos

¹⁵ CONGRESO DE COLOMBIA. Decreto 3075 de 1997. 1997.

¹⁶ CONGRESO DE COLOMBIA. Decreto 1500 de 2007. 2007.

AMBIENTE	ISO 14001	“Norma internacional que describe la puesta en marcha de un sistema de gestión ambiental y como implementarlo” ¹⁷	Facilita el manejo de residuos orgánicos y materiales
	Decreto 2184 de 2019	Decreto 2184 de 2019 modifica el decreto 668 de 2016 “referente a la utilización prudente de bolsas plásticas y se tomas distintas disposiciones” ¹⁸ .	Código de implementación de colores para la separación de residuos.
SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL	Ley 1562 de 2012	El propósito es “garantizar una mejor área de trabajo para el empleado y la salud de este, que fomente y sostenga la salud física, psicológica	Esta ley se tiene que cuenta para garantizar la seguridad de todos los empleados de la entidad

¹⁷ Organización Internacional de Normalización (ISO). Norma ISO 14001:2015. Ginebra: ISO. 2015.

¹⁸ CONGRESO DE COLOMBIA. Decreto 2184 de 2019. 2019.

		y social de los empleados en cualquier puesto laboral” ¹⁹ .	
	Decreto 2613 de 2022	“Se fija el salario mínimo legal de acuerdo con las atribuciones constitucionales y legales” ²⁰ .	Se mantiene presente el salario mínimo según la ley junto con las diferentes prestaciones de servicios
	Decreto 614 de 1984	Presenta y estipula “los fundamentos de la administración de Salud ocupacional en la nación” ²¹ .	Determina los riesgos laborales y cómo actuar frente a ellos

Fuente: Elaboración propia

4.4 MARCO REFERENCIAL

Los SGC se pueden aplicar en diversos tipos de empresas y organizaciones, a continuación, se destacan algunos proyectos desarrollados por diversos autores,

¹⁹ CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 1562 de 2012. 2012.

²⁰ CONGRESO DE COLOMBIA. Decreto 2613 de 2022. 2022.

²¹ CONGRESO DE COLOMBIA. Decreto 614 de 1984. 1984.

primero se da el título del proyecto y posteriormente se da un resumen sobre lo que se hizo en este:

Establecimiento e implementación del Sistema Integrado de Gestión de Calidad, Seguridad y Salud en el Trabajo en la empresa N.M.C. Publicidad e Impresos

Según Arias Barahona, C y Ávila Ardila²², El proyecto muestra lo acontecido después de una consulta de la organización hecha por N.M.C. Publicidad e Impresos. El objetivo es ejecutar un SGC integrado. El proceso inicia con una valoración de la organización para evaluar la ejecución de los requerimientos del SGC y seguridad laboral según las normas ISO 9001: 2015 e ISO 45001: 2018. Con estas respuestas, se procedió a la integración del SGC. Se planificó estratégicamente la incorporación de estos sistemas a la organización y se realizó el desarrollo parcial del plan integrado con un enfoque de cinco años, en etapas: orientación, estructura, aplicación, evaluación y mejora. El proceso finaliza con un examen del nivel de formación alcanzado por el sistema integrado.

Implementación del sistema integrado de gestión bajo la NTC ISO 9001:2015 y la NTC ISO 45001:2018 en la empresa HGIO S.A.S

La manera en que Reina Pardo²³ desarrolló este trabajo describe el proceso de aplicación del SGC en la empresa HGIO SAS, incluyendo las normas ISO 9001:

²² ARIAS, C y ÁVILA, E. Establecimiento e implementación del sistema integrado de gestión de calidad, seguridad y salud en el trabajo en la empresa N.M.C. Publicidad e impresos. Repositorio de la Universidad Santo Tomás. Bogotá. 2023.

²³ REINA, D. Implementación del sistema integrado de gestión de bajo la NTC ISO 9001:2015 y la NTC ISO 45001:2018 en la empresa HGIO S.A.S. Repositorio de la universidad Santo Tomás. Bogotá. 2023.

2015 e ISO 45001: 2018. La implementación, basada en un diagnóstico, tiene como meta evaluar si se cumplieron los requisitos de las dos. Además, se realizó un análisis contextual que incluyó la Matriz DOFA y los stakeholders de HGIO S.A.S. El aporte más importante de este SGC es el desarrollo de instrumentos de gestión que simplifiquen el proceso de integración.

Implementación del sistema de gestión integrada de calidad, y SST (Colombia) en la empresa palmeras Cararabo S.A

Palmeras Cararabo S.A. implementó un SGC integrado según la ISO 9001: 2015 y el Decreto 1072 de 2015. Esto les permite predecir cambios que les han afectado previamente. El proceso de consulta llevado a cabo por los candidatos clave ha proporcionado a la organización los elementos necesarios para implementar estos estándares, garantizar que todos los interesados estén satisfechos y prevenir accidentes en el trabajo o problemas médicos de los empleados de la empresa.²⁴

Implementación del sistema de gestión integrado de Gestión de la Calidad, Ambiente, Seguridad y salud en el trabajo en la empresa OSM COLOMBIA S.A.S

Este informe de consulta de la organización evalúa el avance de la aplicación de un SGC en OSM COLOMBIA S.A.S. a través del análisis cómo está actualmente la organización en cuanto a si cumple los requerimientos de cada norma. La combinación de todos los aspectos en los sistemas se basa en la arquitectura de

²⁴ ARIAS, C y ROJAS, M. Implementación del sistema de gestión integrada de calidad, y SST (Colombia) en la empresa palmeras Cararabo S.A. Repositorio de la universidad Santo Tomás. Bogotá. 2023.

alto nivel, construyendo una tabla equivalente de requerimientos generales. A continuación, la consultora desarrolló un plan de intervención que incluía las acciones necesarias para cumplir con los requerimientos regulatorios. Este plan se comparte con la cúpula administrativa, directores de departamento y empleados que estén interesados en un SGC integrado con los demás aspectos. Además, cubre toda la data y las medidas adoptadas para cumplir con los requerimientos de información, incluidos los estándares corporativos y legales de los que el negocio tiene conocimiento personal.²⁵

²⁵ GÓMEZ, D y MENDOZA, S. Implementación del sistema de gestión integrado de Gestión de la Calidad, Ambiente, Seguridad y Salud en el trabajo en la empresa OSM COLOMBIA S.A.S. Repositorio de la Universidad Santo Tomás. Bogotá. 2023.

5 ALCANCE

Se tiene la intención de desarrollar un SGC conforme a la norma ISO 9001:2015 en Bos Burger, una entidad especializada en servicios alimentarios, cortes de primera calidad y sus derivados, situada en la ciudad de Sogamoso (Km 3 vía Iza).

En este proyecto, se contempla la actualización de la misión y visión empresarial, del mismo modo la formulación de la política de calidad correspondiente. Además, se proporcionará un análisis FODA, la identificación de las PI y una revisión detallada del estado inicial mediante la matriz de evaluación del SGC. Se abordarán el alcance del SGC, junto con la planificación estratégica y los principios organizacionales.

El contenido del proyecto también incluye mapas estratégicos y de procesos, estrategias para alcanzar las metas propuestas y asegurar una mejora continua. Se presentará la matriz de riesgos, la identificación de procesos y sus interacciones, las características de los procesos, y los procedimientos correspondientes para el manejo de la información documentada.

6 METODOLOGÍA Y ACCIONES

El enfoque para el proyecto se basa en una metodología de gestión orientada a objetivos y en la aplicación del ciclo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar). Esto implica definir objetivos claros y específicos para el proyecto, diseñar estrategias concretas para alcanzarlos y seguir el ciclo PHVA para garantizar la mejora continua. Durante la etapa de planificación, se establecerán metas y alineadas con los estándares de calidad de la norma ISO 9001:2015. En la etapa de implementación, se pondrán en práctica las planificadas, y en la etapa de verificación, se evaluarán las acciones y los resultados para identificar áreas de mejora. Finalmente, en la etapa de actuación, se ajustarán las estrategias según los hallazgos, creando un proceso iterativo y dinámico que busca optimizar la calidad en el restaurante Bos Burger, esto se puede observar en la tabla 2.

Tabla 2. Metodología.

OBJETIVO ESPECÍFICO	ESTRATEGIA METODOLOGICA	ACCIONES	ENTREGABLE
Formular un primer diagnóstico, de acuerdo a los requisitos de la norma ISO 9001:2015, con el fin identificar áreas críticas que requieran mejoras en la gestión de calidad en Bos Burger.	Analizar el estado inicial de la organización basado en la norma ISO 9001:2015.	P: Desarrollar un diagnóstico inicial por medio de entrevista y análisis de brecha.	ENTREVISTA ANÁLISIS DE BRECHA ANÁLISIS PESTEL MATRIZ DOFA CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARTES INTERESADAS
		H: Realizar la recopilación inicial de toda la información disponible.	
		V: Verificar toda la información documentada encontrada.	
		A: Identificar las principales áreas críticas del restaurante con respecto a la norma ISO 9001:2015	
Realizar la planificación estratégica correspondiente al SGC en Bos Burger, utilizando como referencia la	Usar las herramientas y acciones para la planificación estratégica	P: Documentar los procesos clave, procedimientos y roles para la planeación estratégica alineados con los requisitos de la norma ISO 9001:2015.	RESEÑA HISTORICA MISION VISION ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

norma ISO 9001:2015.		H: Revisar y analizar en colaboración con la alta dirección la planificación estratégica actual.	VALORES CORPORATIVOS POLÍTICA INTERNA DE LA ORGANIZACIÓN ALCANCE DEL SGC POLÍTICA DE LA CALIDAD BALANCE SCORE CARD
		V: Organizar la información de forma estructurada para identificar las áreas clave de enfoque, oportunidades de mejora y ajustes necesarios en la planificación estratégica.	
		A: Proponer la planeación estratégica para la organización	
Definir la caracterización de los procesos misionales y el análisis de riesgos con respecto a la norma ISO 9001:2015.	Documentar los procesos misionales de la organización basado en la norma ISO 9001:2015.	P: Realizar charla informativa de cada proceso con la alta dirección y los líderes de área	MAPA DE PROCESOS CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS MATRIZ DE RIESGOS MATRIZ DE INDICADORES
		H: Hacer la caracterización de los procesos escogidos.	
		V: Verificar toda la información documentada de los procesos con la alta dirección y los líderes de área	
		A: Realizar correcciones y enfocarse en la mejora continua de los procesos.	

Fuente: Elaboración propia.

7 CRONOGRAMA

El cronograma es fundamental para el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) conforme a la norma ISO 9001:2015. Organizado en tres etapas (Diagnóstico, Planificación, y Procesos y Riesgos), este cronograma proporciona una estructura clara y sistemática para guiar cada actividad y sus resultados esperados. Su objetivo es asegurar un proceso ordenado y eficiente, facilitando el cumplimiento de los requisitos normativos y la mejora continua de la organización.

Tabla 3. Cronograma.

ETAPA	Encargado	ACTIVIDAD	RESULTADO	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL
DIAGNÓSTICO	Lider	Reunión con la alta dirección para identificar el problema y objetivos	Entrevista												
	Integrante 2 Integrante 3	Revisión de cumplimiento de la norma ISO 9001:2015	Análisis de brecha												
	Integrante 2	Determinar el contexto de la organización	Análisis Pestel												
	Integrante 3	Denotar las partes interesadas	Partes interesadas												
	Líder	Análisis DOFA	Matriz DOFA												
PLANIFICACIÓN	Líder e Integrantes	Conocer la historia de la organización	Reseña histórica												
	Líder	Definir la misión y visión de la organización	Misión - Visión												

	Líder	Revisión de la estructura organizacional	Organigrama												
	Líder e integrantes	Desarrollar la planificación estratégica general	Balance Score Card												
	Integrante 2 Integrante 3	Hacer las políticas y alcance de la empresa y el SGC	Política de calidad, política interna y alcance del SGC, Objetivo organizacionales y valores corporativos												
PROCESOS Y RIESGOS	Líder	Realizar el mapa de procesos de la organización	Mapa de procesos												
	Líder e Integrantes	Definir la caracterización de procesos	Caracterización de procesos												
	Líder e Integrantes	Desarrollar la matriz de riesgos y de indicadores	Matriz de riesgos y de indicadores												
	Líder e Integrantes	Coclusiones y elaboración del documento final	Documento Final												

Fuente: Elaboració

8 RESULTADOS

De acuerdo con la ejecución de las etapas planteadas en el cronograma, se pudieron establecer los siguientes resultados, que servirán como punto de partida para que la organización pueda tomar decisiones para buscar el mejor camino hacia la mejora continua.

8.1 ENTREVISTA

Para dar inicio al diseño del SGC para Bos Burger se definieron una serie de preguntas que proporcionaron la información necesaria para dar inicio al diseño, esta entrevista fue aplicada al gerente de marca de la organización.

La entrevista es la siguiente:

1. ¿Existen políticas y objetivos de calidad formalmente documentados?

Respuesta: No tenemos una política de calidad documentada ni objetivos de calidad claramente definidos.

2. ¿Cómo está estructurada la organización y quiénes son los responsables de las diferentes áreas?

Respuesta: La estructura organizacional es bastante simple, con un gerente general y supervisores para cada área (cocina, servicio al cliente, y logística), pero no está claramente documentada.

3. ¿Cuáles son los procesos clave de la empresa y están documentados?

Respuesta: Conocemos nuestros procesos clave, como la preparación de alimentos y el servicio al cliente, pero no están formalmente documentados.

4. ¿Qué controles se implementan para asegurar la calidad en cada etapa del proceso?

Respuesta: Implementamos controles básicos, como verificar la frescura de los ingredientes y la limpieza de las áreas de trabajo, pero no tenemos procedimientos estandarizados o documentados.

5. ¿Cómo se seleccionan y evalúan los proveedores de ingredientes y materiales?

•Respuesta: Seleccionamos proveedores basándonos en la experiencia y recomendaciones, pero no contamos con criterios de calidad definidos o un proceso formal de evaluación.

6. ¿Qué programas de capacitación existen para el personal de Bos Burger?

Respuesta: Proporcionamos capacitación inicial, pero no tenemos un programa de capacitación continuo ni evaluaciones regulares de competencia.

7. ¿Cómo se mide y evalúa la satisfacción del cliente?

Respuesta: Recibimos feedback de los clientes de manera informal, pero no tenemos un sistema formal para medir y evaluar la satisfacción del cliente.

8. ¿Qué procesos existen para la mejora continua en Bos Burger?

Respuesta: No tenemos procesos formales para la mejora continua, aunque discutimos mejoras en reuniones periódicas.

9. ¿Se realizan auditorías internas de calidad?

•Respuesta: No realizamos auditorías internas de calidad ni tenemos un plan establecido para ello.

10. ¿Cómo se gestionan los documentos y registros relacionados con la calidad?

Respuesta: No contamos con un sistema formal para la gestión de documentos y registros de calidad.

Conclusión: se observa que Bos Burger no cuenta con varios elementos esenciales para implementar un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC). Faltan políticas y

objetivos de calidad documentados, procedimientos estandarizados, sistemas de control de calidad, programas de capacitación continua, procesos formales para la mejora continua y auditorías internas. Estos elementos son fundamentales para garantizar la calidad y consistencia de los productos y servicios, así como para fomentar una cultura de mejora continua en la organización.

8.2 ANALISIS DE BRECHA

Bajo la ISO 9001, un análisis de brecha es una herramienta clave para identificar distinciones entre la etapa inicial y la etapa deseada de los sistemas de gestión de calidad. Este análisis permite detectar deficiencias y áreas de mejora, establecer objetivos de calidad, desarrollar estrategias para efectuar con los requerimientos de la norma, y asignar recursos de manera efectiva. Facilita la mejora continua, asegura el cumplimiento de estándares internacionales y respalda la toma de decisiones informadas para optimizar el desempeño organizacional y la satisfacción del consumidor.

En el Anexo A. Tabla de diagnóstico se verán los resultados del análisis de brecha realizado teniendo en cuenta los requisitos y principios de la norma ISO: 9001:2015.

En el Análisis de brecha se evalúa el cumplimiento de los requisitos ISO 9001 en el restaurante, identificando deficiencias principalmente en la documentación y comprensión de procesos. Las brechas, como la falta de documentación formal del contexto y necesidades de las partes interesadas, tienen impactos "Medio" o "Alto" y prioridades similares para ser abordadas. La mayoría de las metas apuntan a alcanzar un nivel 5 de implementación, indicando un enfoque en mejorar significativamente la documentación y el alcance del SGC. Esto se puede ver en la Tabla 4.

Tabla 4. Análisis de brecha bajo principios de la norma ISO: 9001: 2015.

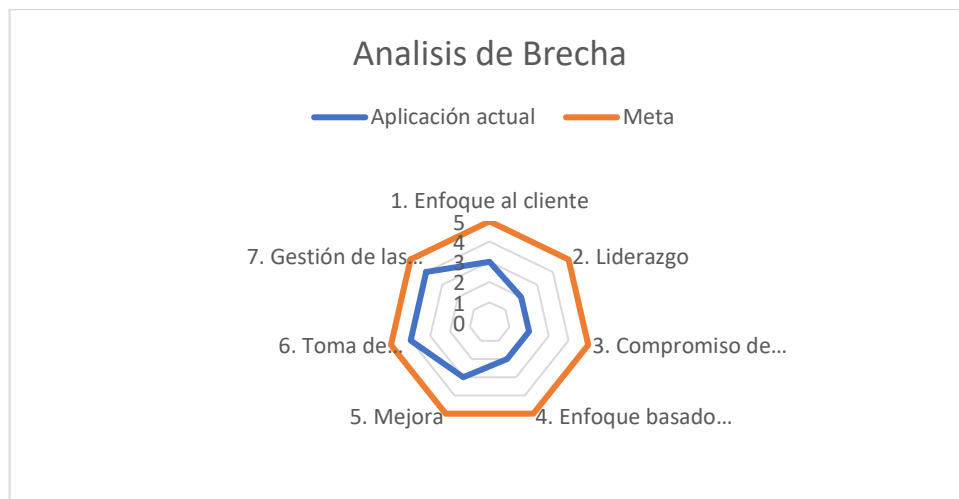
Principios de la norma ISO 9001	Estado actual	Brecha	Impacto	Prioridad	Aplicación actual	Meta
1. Enfoque al cliente	Atención a la cliente basada en prácticas informales.	Falta de un enfoque sistemático y formal hacia la satisfacción del cliente.	Alto	Alto	3	5
2. Liderazgo	Compromiso verbal de la dirección.	Falta de evidencias documentadas del liderazgo en la gestión de calidad.	Alto	Alto	2	5
3. Compromiso de las personas	Participación del personal en iniciativas de calidad esporádica.	Falta de programas formales para incentivar y capacitar al personal.	Medio	Alto	2	5
4. Enfoque basado en procesos	Procesos identificados, pero no documentados.	Falta de documentación y control formal de los procesos.	Alto	Alta	2	5
5. Mejora	Mejoras implementadas de manera informal.	Falta de un planteamiento estructurado para la mejora continua.	Alto	Alta	3	5
6. Toma de decisiones basada en la evidencia	Elecciones sustentadas en la experiencia y no en datos concretos.	Falta de recopilación y análisis sistemático de datos.	Alto	Alta	4	5
7. Gestión de las relaciones	Relación con proveedores y clientes gestionada informalmente.	Falta de gestión formal de los vínculos con partes interesadas.	Medio	Media	4	5

Fuente: Elaboración propia.

Esta tabla analiza el nivel de aplicación de la norma, destacando deficiencias en la formalización de procesos y liderazgo. Las brechas, como la falta de un enfoque sistemático al cliente y liderazgo documentado, tienen un impacto "Alto" y prioridad "Alta" o "Media". Se observan bajas puntuaciones iniciales (nivel 2) con metas altas (nivel 5), subrayando la necesidad de formalizar y mejorar prácticas relacionadas con el enfoque al cliente, liderazgo, y compromiso del personal.

Para comprender mejor los resultados de la Tabla 4, se realizó una gráfica que se puede denotar en la Ilustración 1, donde se ve el nivel de aplicación actual de la norma y cuál es la meta.

Ilustración 1. Análisis de Brecha basados en los principios de la norma ISO: 9001: 2015



Fuente: Elaboración propia.

8.3 MATRIZ DOFA

El análisis DOFA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es un mecanismo estratégico empleado para reconocer y determinar las variables internos y externos que pueden influir en el desempeño de una empresa. Este análisis ofrece una visión integral de las capacidades internas y las condiciones externas del entorno, permitiendo a la empresa realizar planes efectivos para

maximizar sus fortalezas, aprovechar oportunidades, mitigar debilidades y protegerse contra amenazas. Basándose en la norma ISO 9001, el análisis DOFA es esencial para comprender el contexto de la empresa y desarrollar un SGC robusto y adaptable. A continuación, en la tabla 5 se presenta un resumen de la matriz DOFA, para ver la matriz completa se encontrará en el Anexo B. Matriz DOFA.

Bos Burger destaca por su ubicación estratégica, ingredientes frescos y de alta calidad, excelente servicio al cliente y una marca fuerte. Sin embargo, enfrenta competencia cercana y necesita mejorar la capacitación del personal y adaptarse a nuevas tendencias de marketing. Las oportunidades incluyen atraer más clientes y fomentar la lealtad a través de campañas publicitarias innovadoras. Las principales amenazas son cambios en el tráfico de clientes, fluctuaciones en los precios de ingredientes y críticas negativas. Las estrategias clave son implementar programas de lealtad, establecer controles de calidad, y gestionar proactivamente las amenazas del mercado.

Tabla 5. Resumen MATRIZ DOFA

MATRIZ DOFA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ubicación estratégica con alto tráfico de clientes	Falta de innovación en productos o platillos.
Ingredientes frescos y de alta calidad en las hamburguesas y los cortes	Costos más altos asociados con la compra de ingredientes de alta calidad
Personal que ofrece un excelente servicio al cliente.	Necesidad de mejorar la capacitación del personal.
Marca fuerte y posicionada.	Necesidad de adaptarse a las tendencias cambiantes de marketing.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Posibilidad de atraer más clientes debido a la ubicación	Cambios en la zona que podrían disminuir el tráfico de clientes.
Destacar la calidad en la publicidad para atraer clientes que buscan alimentos de calidad.	Posible fluctuación en los precios de los ingredientes de calidad.
Fomentar la lealtad del cliente a través de un servicio excepcional.	Críticas negativas en plataformas de reseñas que podrían afectar la reputación del servicio.
Explotar aún más la marca a través de campañas publicitarias innovadoras.	Competencia con estrategias de marketing más agresivas
	Competencia cercana que podría afectar las ventas.
ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIA DO
Implementar un programa de lealtad exclusivo para clientes frecuentes, destacando la ubicación estratégica y recompensando la fidelidad con servicios personalizados y promociones especiales.	Actualizaciones tecnológicas estratégicas. Enfocadas en la calidad de la publicidad.
Establecer un sistema documentado para el control de calidad, asegurando la consistencia en la preparación de platillos y utilizando las evaluaciones para ajustar y mejorar continuamente la calidad.	Minimizar riesgos documentando y estandarizando procesos.
Desarrollar una campaña publicitaria que destaque la marca fuerte de BOS BURGER, enfatizando los altos estándares de sanidad y el compromiso ambiental,	

atrayendo a clientes conscientes de la calidad y sostenibilidad.	
ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIA DA
Mantener un seguimiento constante de cambios urbanos, regulaciones y tendencias en la zona para anticipar posibles disminuciones en el tráfico de clientes.	Realizar un análisis detallado de las preferencias locales en cada sede, ajustando e innovando la oferta de menú y estrategias de marketing para adaptarse a las diferencias regionales y competir eficazmente contra la competencia cercana.
Aprovechar la fortaleza de ingredientes frescos y de alta calidad en las hamburguesas y cortes de Bos Burger mediante una gestión proactiva de posibles amenazas, como las fluctuaciones en los precios de los ingredientes y cambios en las preferencias del consumidor.	Se establecerán contratos a largo plazo con proveedores clave para garantizar precios estables, y se diversificarán los proveedores para mitigar riesgos. Esta estrategia busca eficiencia en costos y resiliencia frente a variaciones del mercado, permitiendo a BOS BURGER ofrecer ingredientes de alta calidad de manera consistente.
Introducir opciones innovadoras en el menú que se alinean con las tendencias cambiantes del cliente.	Establecer alianzas con proveedores de tecnología confiables.

Fuente: Elaboración propia.

8.4 ANÁLISIS PESTEL

En la tabla 6 se presenta el análisis PESTEL de BOS BURGER, una herramienta crucial para entender los factores macroambientales que pueden impactar a la

empresa. Este análisis examina los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales que influyen en el entorno operativo de BOS BURGER, proporcionando una visión integral de los desafíos y oportunidades que enfrenta la empresa en su entorno externo.

Al analizar los factores externos y locales, el Factor Económico, específicamente la situación económica local, emerge como el más crítico para BOS BURGER. La salud económica de Sogamoso afecta directamente el poder adquisitivo de los clientes y, por ende, el volumen de ventas del restaurante. Además, las tasas de interés altas pueden incrementar los costos de endeudamiento, dificultando inversiones y operaciones regulares. También, los impuestos locales pueden aumentar los costos operativos, reduciendo los márgenes de ganancia.

Tabla 6. Análisis PESTEL.

FACTORES EXTERNOS	FACTORES LOCALES
Factores Políticos	Regulaciones alimentarias: Bos Burger debe cumplir con las normativas y regulaciones gubernamentales relacionadas con la calidad y seguridad alimentaria.
	Impuestos: Las tasas impositivas, incluyendo impuestos sobre las ventas y otros gravámenes, pueden afectar los costos y márgenes de ganancia.
	Regulaciones sanitarias y de seguridad alimentaria: Cumplir con los estándares gubernamentales en cuanto a la preparación, manejo y almacenamiento de alimentos.

	• Políticas comerciales: Cambios en las políticas comerciales, aranceles y acuerdos internacionales que puedan afectar a la cadena de suministro de carne.
Factores Económicos	• Situación económica local: La salud económica de la zona rural-comercial de Sogamoso puede afectar el poder adquisitivo de los clientes y, por ende, el volumen de ventas.
	• Tasas de interés: Tasas de interés altas pueden aumentar los costos de endeudamiento para el negocio.
	• Recaudo de impuestos aplicados a la actividad comercial de la empresa, más impuestos de hacienda y uso de suelos
Factores Sociales	• Preferencias alimentarias: Bos Burger debe adaptarse a las preferencias alimentarias y culturales de los clientes.
	• Estilos de vida: Comprender los hábitos y estilos de vida de la comunidad ayudará a ajustar los horarios de operación y el menú.
	• Demografía: Considerar la edad, ingresos y composición demográfica de la población local.
Factores Tecnológicos	• Tecnología de punto de venta (POS): La realización de sistemas de POS eficientes puede mejorar la gestión de pedidos y la experiencia del cliente.
	• Automatización en la cocina: Implementar tecnologías que mejoren la eficiencia en la preparación de alimentos.

	• Aplicaciones de entrega y pedidos en línea: Aprovechar plataformas tecnológicas para expandir el alcance y comodidad del servicio.
Factores Ambientales	• Sostenibilidad en la cadena de suministro: Evaluación de proveedores y prácticas que minimicen el impacto ambiental.
	• Eficiencia energética: Adoptar tecnologías y prácticas que reduzcan el consumo de energía en las operaciones diarias.
	• Cambios climáticos: Fenómenos climáticos extremos pueden afectar la disponibilidad y costo de los productos frescos.
	• Norma ISO14001: Normativa de gestión de riesgos ambientales
	• Resolución 2184 de 2019: Código de implementación de colores para la separación de residuos.
Factores Legales	• Normativas laborales: Cumplir con las leyes laborales locales, incluyendo salarios mínimos y condiciones de trabajo.
	• Licencias y permisos: Obtener y renovar las licencias necesarias para operar el restaurante y distribuir alimentos.
	• Decretos para regulación sanitaria: Cumplir con los requisitos de los decretos para garantizar la calidad y el buen manejo de los alimentos, el control y buen manejo de productos cárnicos

Fuente: Elaboración propia.

8.5 BALANCE SCORE CARD

En la tabla 7 se presenta el resumen de la Balance Scorecard de Bos Burger, una herramienta de gestión estratégica utilizada para determinar y mejorar el

desempeño de la empresa. Este enfoque equilibrado analiza cuatro perspectivas clave: financiera, del cliente, de procesos internos y de aprendizaje y crecimiento. Al proporcionar una visión holística del desempeño organizacional, el Balance Scorecard ayuda a Bos Burger a ordenar sus tareas con la visión y estrategia de la empresa, mejorar la relación interna y externa, y monitorear el progreso hacia sus objetivos estratégicos. La Balance Score Card completa se puede ver en el Anexo C. Balance Score Card.

Tabla 7. Balance Score Card.

Perspectiva	Cod	Objetivos Estratégicos Generales	Indicador	Inductor
Perspectiva de Innovación y Aprendizaje	I1	Aumentar la eficiencia operativa de la plataforma virtual mediante la reducción del tiempo de resolución de problemas técnicos en un 15%	Reducción del porcentaje de error al utilizar la plataforma	Gerente de Marca
	I2	Aumentar la tasa de conversión publicitaria en un 15% en los próximos seis meses	Aumento significativo en las estrategias de marketing	Gerente de Marca
Perspectiva de los Procesos Internos	P1	Reducir el tiempo medio de respuesta ante incidencias operativas en un 20%	Reducción porcentual de incidentes/accidentes en los procesos	Administrador

	P2	Aumentar la productividad del equipo en un 10% en los próximos doce meses	Aumento gradual de productividad en tareas internas de la organización	Administrador Senior
Perspectiva de los Clientes	C1	Incrementar la participación en el plan de lealtad exclusivo en un 20%	Porcentaje de participación en el plan de lealtad exclusivo.	Gerente de Marca
	C2	Incrementar en un 15% las ventas de las nuevas opciones de menú introducidas	Porcentaje de ventas de nuevas opciones del menú.	Gerente de Marca
	C3	Aumentar en un 15% los clientes que están informados sobre las medidas medioambientales.	Porcentaje de clientes nuevos informados.	Gerente de Marca
Perspectiva Financiera	F1	Optimizar el manejo del inventario de cocina implementando medidas específicas para reducir los costos asociados en un 20%	Reducción porcentual de los costos asociados al inventario de cocina	Jefe de cocina
	F2	Lograr un aumento del 25% en los ingresos generados por eventos temáticos y	Aumento porcentual en los ingresos.	Gerente de Marca

		promociones relacionadas.		
	F3	Aumentar los ingresos un 10%, después de la implementación de mejoras en la infraestructura.	Aumento porcentual en los ingresos.	Gerente General

Fuente: Elaboración propia.

8.5.1 Indicadores BSC

Teniendo en cuenta los indicadores del BCS, para la perspectiva de innovación y aprendizaje el indicador es muestra en la tabla 8. El indicador "Reducción del porcentaje de error al utilizar la plataforma" (I1.01) busca mejorar la eficiencia operativa de la plataforma virtual de BOS BURGER, reduciendo los errores técnicos en un 15%. Su responsable es el Gerente de Marca, y se mide mensualmente. Con una meta de al menos un 15% de reducción, este indicador evalúa el desempeño de la interfaz de servicio, asegurando una experiencia de usuario eficiente. Al reducir los errores, se apoya la misión de Bos Burger de ofrecer un servicio de alta calidad, mejorando la satisfacción y lealtad del cliente.

Tabla 8. Indicador de innovación y aprendizaje.

Nombre del indicador	Reducción del porcentaje de error al utilizar la plataforma
Código	I1.01
Objetivo	Aumentar la eficiencia operativa de la plataforma virtual mediante la reducción del tiempo de resolución de problemas técnicos en un 15%
Responsable del Indicador	Gerente de Marca
Nivel de comparación	Indicador Meta
Periodicidad de actualización	Mensual
Definición Operacional	Reducción del porcentaje de errores acumulados de la plataforma de servicio.

Unidad de medida	Porcentaje	
Meta	15%	
Resultado		I1.02 $\geq$ 15%
		7% < I1.02 < 12%
		I1.02 < 5%
Interpretación	Permite evaluar el desempeño de la interfaz dispuesta para el servicio.	

Fuente: Elaboración propia.

De igual forma el indicador para la perspectiva de procesos internos se puede ver en la tabla 9. El indicador "Reducción porcentual de incidentes/accidentes en los procesos" (P1.01) tiene como objetivo reducir en un 20% el tiempo medio de respuesta ante incidencias operativas. Responsable el Administrador, se mide mensualmente. Este indicador mide la reducción porcentual del tiempo de acción en caso de incidentes, con una meta de al menos un 20% de reducción. Permite evaluar la rapidez de reacción del personal ante incidentes en planta, garantizando mantener operaciones seguras y eficientes, mejorando la seguridad del personal y la continuidad del servicio. Este indicador, al reducir el tiempo de respuesta ante incidentes, minimiza interrupciones en la producción de platillos y asegura una gestión de inventario más fluida y segura, lo que apoya directamente los procesos misionales de la empresa.

Tabla 9. Indicador de procesos.

Nombre del indicador	Reducción porcentual de incidentes/accidentes en los procesos	
Código	P1.01	
Objetivo	Reducir el tiempo medio de respuesta ante incidencias operativas en 10 minutos	
Responsable del Indicador	Administrador	
Nivel de comparación	Indicador Meta	
Periodicidad de actualización	Mensual	
Definición Operacional	Reducción porcentual del tiempo de acción en caso de incidentes.	
Unidad de medida	Minutos	
Meta	Reducción de 10 minutos en el tiempo de respuesta.	
Resultado		P1.01 $\geq$ 10 minutos

		5 minutos < P1.01 < 10 minutos
		P1.01 < 5 minutos
Interpretación	Permite evaluar el tiempo de reacción del personal ante incidentes en planta.	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 10 se expone el indicador para la perspectiva de los clientes. El indicador "Porcentaje de participación en el programa de lealtad exclusivo" (C1.01) tiene como objetivo incrementar la participación en dicho programa en un 20% su responsable el Gerente de Marca y se mide trimestralmente. Este indicador mide el porcentaje de clientes que se inscriben en el programa de lealtad, con una meta de al menos un 20% de incremento. Permite evaluar qué porcentaje de clientes se ha inscrito en el programa de lealtad. Al aumentar la participación en el programa de lealtad, se apoya directamente el proceso misional de servicio al cliente, ya que fomenta una relación más cercana y continua con los clientes, mejorando su satisfacción y fidelidad. Esto se traduce en un servicio al cliente más personalizado y efectivo, con promociones y beneficios exclusivos que enriquecen la experiencia del cliente y fortalecen su vínculo con Bos Burger.

Tabla 10. Indicador de clientes.

Nombre del indicador	Porcentaje de participación en el programa de lealtad exclusivo.	
Código	C1.01	
Objetivo	Incrementar la participación en el programa de lealtad exclusivo en un 20%	
Responsable del Indicador	Gerente de Marca	
Nivel de comparación	Indicador Meta	
Periodicidad de actualización	Trimestral	
Definición Operacional	Porcentaje de clientes que se inscriben en el programa de lealtad.	
Unidad de medida	Porcentaje	
Meta	20%	
Resultado		F1.01 ≥ 20%
		15% < F1.01 < 20%
		F1.01 < 15%

Interpretación	Permite evaluar qué porcentaje de clientes se ha inscrito en el programa de lealtad.
-----------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

Por último, para la perspectiva financiera el indicador mostrado en la tabla 11, que además sirve de apoyo para el proceso misional de gestión de inventario. El objetivo del indicador "Reducción porcentual de los costos asociados al inventario de cocina" (F1.01) es optimizar el manejo del inventario para reducir los costos en un 20%. Esto se logrará mejorando la gestión de inventarios, capacitando al personal en técnicas de manejo eficiente y analizando datos de inventario para ajustar compras y uso de insumos. La reducción de estos costos apoya la misión de Bos Burger de ofrecer productos de alta calidad a precios competitivos, mejorando la eficiencia operativa, asegurando la sostenibilidad financiera y fortaleciendo la capacidad de respuesta a las fluctuaciones del mercado. La meta se monitoreará mensualmente, asegurando una mejora continua en el proceso.

Tabla 11. Indicador financiero.

Nombre del indicador	Reducción porcentual de los costos asociados al inventario de cocina	
Código	F1.01	
Objetivo	Optimizar el manejo del inventario de cocina implementando medidas específicas para reducir los costos asociados en un 20%	
Responsable del Indicador	Jefe de cocina	
Nivel de comparación	Indicador Meta	
Periodicidad de actualización	Mensual	
Definición Operacional	Porcentaje de reducción de los costos del inventario de la cocina.	
Unidad de medida	Porcentaje	
Meta		
Resultado		F1.01 $\geq$ 20%
		15% < F1.01 < 20%
		F1.01 < 15%
Interpretación	Se puede observar el porcentaje de reducción de los costos.	

Fuente: Elaboración propia.

8.6 MATRIZ DE PARTES INTERESADAS

En el marco de la norma ISO 9001:2015, el reconocimiento y gestión de las partes interesadas es esencial para el éxito y la sostenibilidad de una empresa. En el caso de Bos Burger, un restaurante comprometido con la excelencia en la calidad de sus productos y servicios, es fundamental reconocer y comprender las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas pertinentes.

Las partes interesadas de Bos Burger incluyen, entre otros, a los clientes, proveedores, empleados, propietarios, autoridades regulatorias y la comunidad local. Cada grupo influye en la operación y reputación del restaurante. Los clientes buscan una experiencia gastronómica satisfactoria, los proveedores deben entregar ingredientes de alta calidad y en tiempo, los colaboradores requieren un ambiente laboral seguro y motivador, y las autoridades regulatorias esperan el cumplimiento de las normativas vigentes.

Al adherirse a los principios de la ISO 9001:2015, Bos Burger se compromete a establecer un sistema de gestión de calidad que no solo cumpla con los requerimientos legales y reglamentarios, sino que también asegure la satisfacción de todas las partes interesadas, contribuyendo así a la mejora continua y al éxito sostenido del restaurante. A continuación, en la tabla 12 se presenta la matriz de partes interesadas.

Tabla 12. Matriz de partes interesadas.

Parte Interesada	Necesidades y Expectativas	Requisitos	Estrategias de Bos Burger
Clientes	Productos de alta calidad, servicio excelente, ambiente limpio y agradable, precios justos	Productos frescos y de calidad, atención rápida y amable, instalaciones limpias y atractivas, precios competitivos	Implementar estándares de calidad estrictos para alimentos y servicios, capacitar al personal, mantener instalaciones limpias y atractivas, realizar

			encuestas de satisfacción.
Empleados	Ambiente de trabajo seguro, salarios justos, oportunidades de desarrollo, reconocimiento	Seguridad en el lugar de trabajo, salarios competitivos, formación y desarrollo profesional, programas de incentivos	Proporcionar capacitación y oportunidades de desarrollo profesional, garantizar condiciones laborales seguras, establecer programas de reconocimiento y recompensas.
Proveedores	Pagos puntuales, relaciones comerciales justas, volumen constante de pedidos	Contratos claros, cronogramas de pago definidos, comunicación constante, expectativas de calidad	Establecer acuerdos claros de pago, mantener comunicación constante y transparente, evaluar regularmente el rendimiento de los proveedores.
Propietarios	Rentabilidad, crecimiento sostenible, buena reputación del negocio	Informe financiero periódico, estrategias de crecimiento, mantenimiento de la reputación	Implementar estrategias de crecimiento sostenibles, asegurar un retorno de inversión adecuado, mantener altos estándares de calidad y servicio.
Autoridades Regulatorias	Cumplimiento de normativas de salud, seguridad alimentaria, y laborales	Documentación de cumplimiento, auditorías regulares, adherencia a normativas locales e internacionales	Cumplir con cada una de las regulaciones locales, nacionales e internacionales, realizar auditorías internas y externas periódicas, mantener

			documentación y registros adecuados.
Comunidad Local	Impacto positivo en la comunidad, empleo local, prácticas sostenibles	Participación en eventos comunitarios, contratación de personal local, iniciativas de sostenibilidad	Participar en iniciativas comunitarias, contratar personal local, implementar prácticas de sostenibilidad ambiental y social.

Fuente: Elaboración propia.

8.7 RESEÑA HISTORICA

Bos Burger, una empresa que nació en 2018 como una modesta hamburguesería en la ciudad de Sogamoso, ha experimentado un notable crecimiento y transformación desde su inicio. Fundada con la visión de ofrecer deliciosas hamburguesas de alta calidad, Bos Burger pronto se destacó en el mercado local por su enfoque en ingredientes frescos y sabores auténticos.

En un giro estratégico en 2020, Bos Burger sorprendió a sus clientes al ampliar su menú para incluir cortes de carne de primer nivel. Este cambio no solo demuestra la suficiencia de la organización para adecuarse a las demandas del mercado, sino también su compromiso con la excelencia gastronómica. La incorporación de cortes de calidad elevó aún más la reputación de Bos Burger, atrayendo a una clientela más amplia y consolidando su posición como referencia en la escena gastronómica de Sogamoso.

Desde entonces, Bos Burger ha mantenido su compromiso con la frescura, la calidad y la innovación culinaria. Su enfoque en productos de oferta de primera categoría ha consolidado su posición como una de las empresas más respetadas en la ciudad.

8.8 MISIÓN

La misión fue creada y fundamentada basándose en las preguntas de la tabla 13, buscando que se den cumplimiento a los requisitos de la norma ISO 9001:2015. La organización ya contaba con una misión, pero que no se acoplaba a los requisitos de la norma, es por eso por lo que fue reformulada.

Tabla 13. Preguntas para la creación de la misión.

Nuestra identidad y razón de ser	
¿Quiénes somos?	Somos una organización dedicada a la excelencia en la cocina de producción, especializándonos en cortes de carne de primer nivel y derivados. Nos esforzamos por ofrecer experiencias culinarias excepcionales a través de la calidad de nuestros productos.
¿Cuáles son los productos o servicios más importantes de la compañía?	Bos Burger ofrece una selección única hamburguesas artesanales y platillos elaborados con cortes finos de carne, siempre buscando fusionar sabores con la tradición culinaria. Además, brindamos opciones para satisfacer diferentes preferencias alimenticias, asegurando una experiencia satisfactoria para todos.
¿Quiénes son los clientes de la compañía?	Nuestros clientes son amantes de la buena comida que busca experiencias gastronómicas auténticas. Desde aquellos que buscan una salida casual hasta los aficionados de la alta cocina.
	Incorporamos tecnologías de vanguardia en nuestras operaciones para asegurar la eficiencia

¿Cuál es la tecnología básica con la que cuenta la compañía?	de la producción y mantener la frescura de nuestros productos. Desde técnicas de cocción avanzadas y la automatización de procesos en el servicio al cliente.
¿Cuáles son las fortalezas y ventajas competitivas claves de la compañía?	Calidad inigualable: utilizamos cortes de carne de primer nivel certificada. Innovación culinaria: Exploramos constantemente nuevas combinaciones de sabores y técnicas culinarias para ofrecer experiencias únicas. Compromiso con la sostenibilidad: Nos esforzamos por obtener ingredientes de origen sostenible, contribuyendo al bienestar del medio ambiente.
¿Cuáles son las actitudes y hábitos que los clientes esperan ver de la compañía?	Se espera que nuestros clientes encuentren en Bos Burger un lugar acogedor donde puedan disfrutar de una experiencia culinaria única. Además, valoramos el servicio al cliente, buscando superar las expectativas de cada visita fomentando una experiencia positiva que haga que los clientes regresen

Fuente: Elaboración propia

El resultado de las preguntas dadas para la formulación arroja el siguiente resultado:

Bos Burger es una organización que brinda la excelencia en la cocina de producción, destacándose por sus hamburguesas artesanales y platillos elaborados con cortes de carne de primer nivel. Nuestros clientes, amantes de la buena comida, buscan experiencias gastronómicas auténticas, desde salidas casuales hasta

aficionados de la alta cocina. Buscamos distinguirnos por la inigualable calidad de nuestros cortes certificados, la innovación culinaria mediante nuevas combinaciones de sabores y técnicas, y nuestro compromiso con la sostenibilidad al obtener ingredientes de origen sostenible. En Bos Burger, ofrecemos un lugar acogedor donde los clientes pueden disfrutar de experiencias culinarias únicas, respaldadas por un servicio al cliente excepcional que supera sus expectativas, fomentando así visitas recurrentes.

8.9 VISIÓN

Al igual que como se formuló la misión, para la visión se plantearon las siguientes preguntas, expuestas en la tabla 14, garantizando que se den cumplimiento a los requisitos de la norma ISO 9001:2015. Bos Burger al igual que con la misión, ya contaba con una visión, pero que no se acoplaba a los requisitos de la norma, es por eso por lo que fue reformulada.

Tabla 14. Preguntas para la creación de la visión.

¿Cuáles son los principales desafíos que asumimos para el futuro de la organización en los próximos 2 años?	Bos Burger enfrenta desafíos clave en los próximos dos años, como adaptarse a las cambiantes preferencias y necesidades de los clientes, la necesidad de opciones de carne más sostenibles, competir en un mercado saturado y la resistencia de la cadena de suministro ante posibles interrupciones. La adopción de nuevas tecnologías, la gestión eficaz de datos y el cumplimiento normativo también son importantes junto con una gestión eficaz del talento para mantener la calidad del trabajo. Estos desafíos brindan oportunidades para la innovación y el desarrollo.

¿Cuáles son los aspectos fundamentales que queremos mejorar o consolidar en los próximos dos años?	En los próximos dos años, Bos Burger busca consolidar su posición en el mercado mediante mejoras clave. El enfoque incluye mejorar continuamente la experiencia del cliente a través de la innovación, en cuanto al menú y servicios personalizados, la consolidación de prácticas sostenibles en la cadena de abastecimiento de carne, el uso de tecnologías para aumentar la eficiencia operativa, la continua innovación en productos, el fortalecimiento de estrategias de marketing y posicionamiento de marca, la mejora y la preservación de los estándares de calidad, y la atención especial a la gestión de talento para promover un ambiente laboral positivo y el desarrollo continuo del equipo. Estos esfuerzos están diseñados para asegurar la excelencia operativa y la adaptabilidad de Bos Burger en un mercado dinámico
¿En qué queremos ser líderes?	Bos Burger busca liderar en la industria gastronómica y de distribución de carne destacándose en varios frentes. Nuestra aspiración incluye ser pioneros en innovación gastronómica, líderes en sostenibilidad y responsabilidad social, referentes en la experiencia del cliente, destacarnos en la implementación de tecnologías para eficiencia operativa, mantener los estándares en calidad y seguridad alimentaria por lo alto, liderar en el posicionamiento de marca a través de estrategias innovadoras, y ser reconocidos como referentes en el desarrollo del talento, cultivando un ambiente laboral positivo y ofreciendo oportunidades de crecimiento para nuestro equipo. Estos objetivos reflejan nuestro compromiso de no solo alcanzar la excelencia, sino

	de liderar en aspectos fundamentales que definen nuestro éxito en la industria.
¿Cómo nos vemos como negocio en los próximos dos años?	En los próximos dos años, Bos Burger se visualiza como un referente indiscutible en la industria gastronómica y de distribución de carne. Nos proyectamos como líderes en innovación, siendo reconocidos por la introducción constante de experiencias gastronómicas vanguardistas. Afirmamos nuestra posición de liderazgo en sostenibilidad, desarrollando prácticas responsables a lo largo de toda la cadena de abastecimiento y ofreciendo opciones de carne éticas y respetuosas con el medio ambiente. Aspiramos a ser la opción preferida para los clientes en términos de experiencia, brindando un servicio excepcional y personalizado. Nos vemos como pioneros en la aplicación de tecnologías emergentes para optimizar la eficiencia operativa y como un estándar en calidad y seguridad alimentaria. Nuestra marca se fortalecerá aún más a través de estrategias de marketing innovadoras y colaboraciones estratégicas. En el ámbito interno, nos proyectamos como líderes en el desarrollo del talento, cultivando un ambiente laboral óptimo y positivo y ofreciendo oportunidades.

Fuente: Elaboración propia

Luego de la recopilación de la información proporcionada, la visión se planteó de la siguiente manera:

Bos Burger se enfrenta a desafíos significativos en los próximos dos años, como la adaptación a las preferencias cambiantes del consumidor y la competencia en un mercado saturado. Para consolidar su posición como meta en el 2029, la empresa

se centrará en mejorar la experiencia del cliente, implementar prácticas que contribuyan con la sostenibilidad en la cadena de suministro, adoptar tecnologías para aumentar la eficiencia operativa y fortalecer estrategias de marketing. Con la aspiración de liderar en innovación, sostenibilidad y experiencia del cliente, Bos Burger busca convertirse en un referente en la industria gastronómica y de distribución de carne, destacándose en calidad, seguridad alimentaria, posicionamiento de marca y desarrollo del talento.

8.9 VALORES CORPORATIVOS

La organización no contaba con valores corporativos adaptados a un sistema de gestión de calidad, consecuente a esto, junto con la alta gerencia de la organización se plantearon los siguientes:

- **Calidad excepcional:** La investigación constante de la excelencia en todos los productos y servicios ofrecidos, garantizando que cada aspecto de la experiencia del cliente supere las expectativas.
- **Pasión por la gastronomía:** Un profundo amor y entusiasmo por el arte culinario, reflejado en la creación de platos innovadores y deliciosos, y en la promoción de una cultura que celebran los alimentos de alta calidad.
- **Hospitalidad y servicio de primera clase:** Un compromiso inquebrantable para proporcionar una experiencia excepcional al cliente, caracterizada por la amabilidad, la atención personalizada y el cuidado de cada detalle para que los clientes se sientan valorados y bienvenidos.
- **Sostenibilidad y responsabilidad ambiental:** La implementación de prácticas ecológicas y sostenibles en todas las operaciones, minimizando el impacto ambiental y contribuyendo activamente al cuidado del medio ambiente para las generaciones del futuro.

- **Innovación constante:** Un enfoque continuo en la creatividad y la mejora, buscando siempre nuevas ideas, tecnologías y métodos para mantenerse a la vanguardia y ofrecer experiencias únicas y mejoradas a los clientes.
- **Integridad y transparencia:** La adhesión a los más altos estándares éticos y morales, asegurando que todas las acciones y decisiones se realicen de manera honesta, abierta y con responsabilidad.
- **Compromiso con la comunidad:** La dedicación a contribuir positivamente a la comodidad y bienestar de la comunidad de la zona a través de iniciativas, apoyo a causas sociales y participación en el desarrollo comunitario.
- **Estilo sofisticado:** La creación de un entorno elegante y de buen gusto, donde cada elemento, desde la decoración hasta la presentación de los platos, refleja un sentido de refinamiento y clase.
- **Ambiente acogedor:** La creación de un entorno cálido y agradable que invita a los clientes a relajarse y disfrutar, haciendo que se sientan cómodos y como en casa.

8.10 POLÍTICA INTERNA DE LA ORGANIZACIÓN

Para el desarrollo idóneo de la planeación estratégica y al encontrar que la organización no cuenta con una política interna organizacional, esta se planteó dentro del diseño del SGC basando esto en los principios de liderazgo, enfoque al cliente, compromiso de las personas, mejora y el principio de toma de decisiones basada en evidencia con el fin de mantener los lineamientos deseados por la alta gerencia de la empresa y para que el sistema de gestión pueda alcanzar su propósito de manera más adecuada, dando como resultado lo siguiente:

En Bos Burger, nos comprometemos a mantener un ambiente de trabajo colaborativo y respetuoso, donde cada empleado es valorado y se fomenta su crecimiento profesional. Promovemos la transparencia, la ética y la responsabilidad en todas nuestras acciones y decisiones. Nuestra política interna se basa en la

igualdad de oportunidades, la formación continua y el reconocimiento al desempeño. Buscamos constantemente la mejora de nuestros procesos y prácticas, asegurando la protección y confianza de nuestro equipo. Juntos, trabajamos para alcanzar la excelencia operativa y brindar un servicio excepcional a nuestros clientes.

8.11 POLÍTICA DE CALIDAD

Con el uso de la planeación estratégica la política de calidad fue planteada de acuerdo con los principios de liderazgo, enfoque al cliente, compromiso de las personas y mejora, ya que la organización no contaba con esta. La política de calidad quedó definida de la siguiente manera:

En Bos Burger, estamos comprometidos a brindar platillos de alta calidad y un servicio superior que satisfaga las expectativas de nuestros clientes. Nos dedicamos a mejorar continuamente nuestros procesos, garantizando la seguridad y la frescura de nuestros productos. Valoramos las capacidades y deseo de aprender de nuestro personal, fomentando una cultura de calidad y responsabilidad. Nuestra meta es lograr la máxima satisfacción de nuestros clientes y mantener un estándar superior en cada aspecto de nuestra organización cumpliendo con la reglamentación legal que nos compete y asegurando la inocuidad de los productos alimenticios por medio de las buenas prácticas de manufactura.

8.12 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

Bos Burger reconoce la importancia de establecer objetivos claros y medibles para asegurar el crecimiento y el éxito continuo de la organización. Hasta la fecha, la empresa no contaba con un conjunto formal de objetivos que guiaran sus operaciones y su enfoque hacia la calidad. Sin embargo, tras una revisión exhaustiva de sus prácticas y la consideración de los principios fundamentales de

la norma ISO 9001, Bos Burger ha definido una serie de objetivos estratégicos que le permitirán mejorar continuamente y satisfacer las expectativas de sus clientes.

- Garantizar que todos nuestros productos cumplan con los estándares de calidad y frescura más altos, satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes.
- Alcanzar y continuar con gran satisfacción por parte del cliente mediante la excelencia en el servicio y la atención personalizada.
- Implementar un enfoque de mejorar continuamente en los procesos, fomentando la cultura de innovar y la eficiencia operativa.
- Mantener los más altos estándares de seguridad e higiene en todas nuestras instalaciones y procesos para garantizar un entorno seguro tanto para empleados como para clientes.
- Explorar y aprovechar oportunidades de expansión en nuevos mercados, aumentando nuestra presencia y reconocimiento de marca.
- Adoptar prácticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental de nuestras operaciones, contribuyendo positivamente a la comunidad y al entorno.

8.13 ALCANCE DEL SGC

Bos Burger es un restaurante especializado en ofrecer hamburguesas gourmet y una variedad de productos alimenticios de alta calidad. Nos dedicamos a proporcionar una experiencia gastronómica excepcional que satisface las expectativas de nuestros comensales. Tenemos con un equipo comprometido y capacitado, así como con instalaciones modernas que garantizan un ambiente limpio y agradable para nuestros comensales.

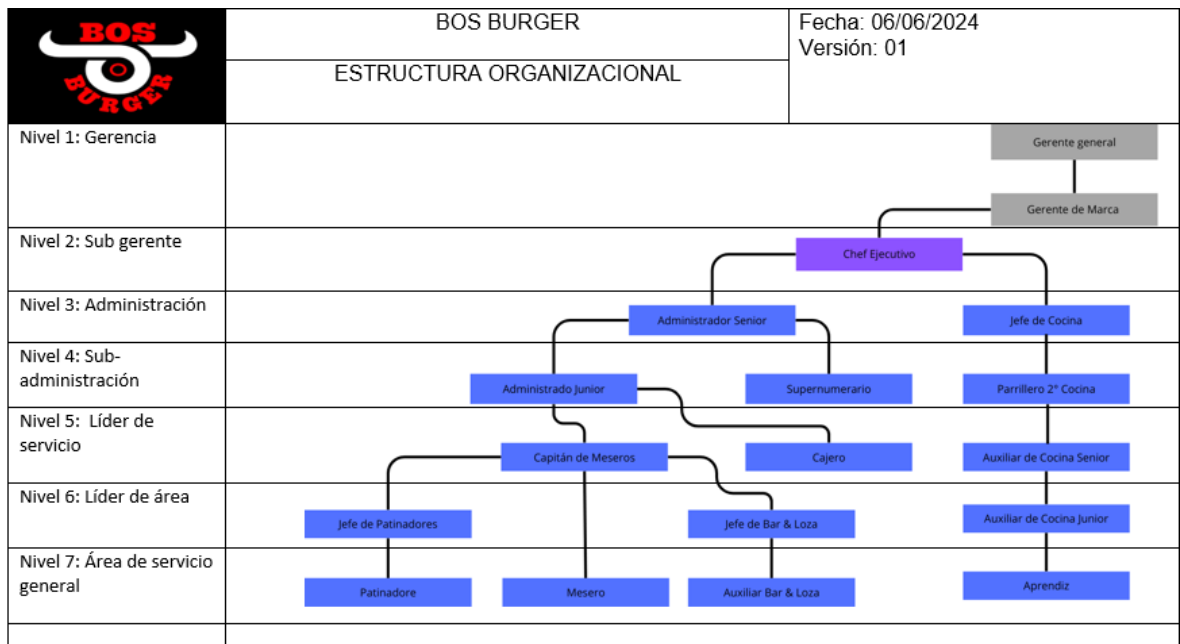
Operamos principalmente en la ciudad de Sogamoso, siendo reconocidos por nuestra dedicación a la calidad, servicio al cliente y prácticas sostenibles. Bos Burger se enfoca en mantenerse a la vanguardia de las innovaciones del mercado y las preferencias de los clientes para ofrecer siempre productos innovadores y de alta calidad.

Este alcance del restaurante Bos Burger incluye los procesos relacionados con la preparación de platillos, servicio al cliente y gestión de inventario. Nuestro sistema abarca también el cumplimiento de todos los requisitos legales y reglamentarios aplicables a cada proceso misional en específico y está alineado con los estándares de la norma ISO 9001:2015.

8.14 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de Bos Burger se diseñó de manera que tuviera niveles para una fácil comprensión de los cargos, basándose en la jerarquía de acuerdo al nivel de escolaridad requerida para el puesto y la importancia de cada uno, teniendo en cuenta el papel que desarrolla en la organización. Se puede observar en la ilustración 2.

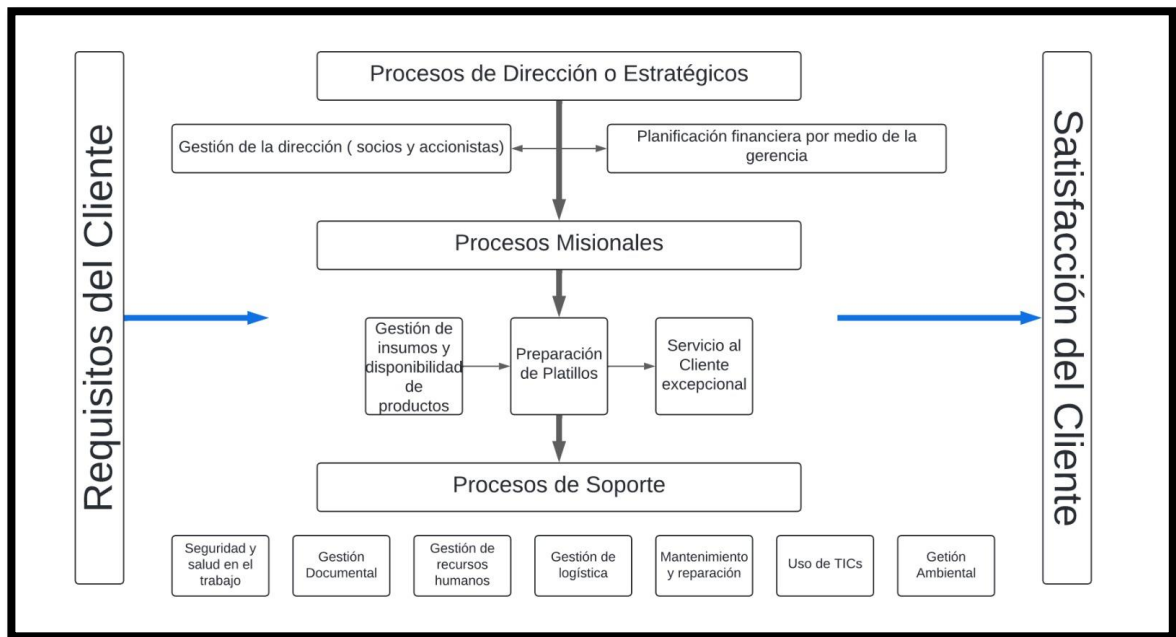
Ilustración 2 Estructura Organizacional



8.15 MAPA DE PROCESOS

El mapa de procesos de Bos Burger visualiza y organiza las actividades esenciales del restaurante, destacando los procesos de dirección, operativos y de soporte, para asegurar eficiencia y cumplimiento con la norma ISO 9001:2015, también se busca garantizar un producto que satisfaga o supere las expectativas del cliente. En la ilustración 3 se puede observar

Ilustración 3. Mapa de procesos



8.16 CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS

La caracterización de procesos en Bos Burger define y detalla cada actividad clave, estableciendo responsabilidades, recursos y métricas, asegurando así un funcionamiento coherente y eficiente alineado con la norma ISO 9001:2015 esto para los procesos misionales de manejo de inventario, producción de platillos y servicio al cliente. Este se puede observar en el Anexo D. Caracterización de procesos.

8.17 MATRIZ DE RIESGOS

La matriz de riesgos del restaurante Bos Burger es una herramienta clave para identificar, evaluar y tomar las acciones pertinentes contra los riesgos potenciales que pueden afectar la operación y el éxito del establecimiento, la misma se puede mostrar en su totalidad en el Anexo E. Matriz de riesgos.

8.18 PROGRAMA DE AUDITORIA

Cómo punto extra se decidió diseñar un programa de auditorías basado en la caracterización de los procesos anteriormente expuesta, El formato proporcionará a la empresa tener una herramienta con la cual esta pueda asegurar que sus procesos, controles y sistemas se vayan a cumplir a cabalidad.

El formato proporcionará los objetivos que esta busca cumplir, el alcance, bajo qué criterio se desarrollará y el cronograma de las auditorias, el programa de la auditoria se puede ver en el Anexo F. Programa de auditoría.

8.19 PLAN DE AUDITORIA

Para que la organización realice un seguimiento a sus procesos se diseñó el siguiente plan de auditoría, este cuenta con las horas a las que se va a realizar, los procesos a auditar, los numerales, entre otros, es importante resaltar que este formato es de suma importancia ya que es la guía tanto para los auditores como para los auditados, definiendo el objetivo de la auditoria, su tiempo, el equipo auditor y su metodología. Se puede observar en el Anexo G. Plan de auditoría.

8.20 LISTA DE VERIFICACIÓN

Para ejercer control sobre los ítems que se van a auditar, esta herramienta es esencial dentro de la auditoria ya que sirve para asegurar que todos los aspectos relevantes sean evaluados de manera sistemática y que nada se pase por alto. Dentro de la lista de verificación se podrán encontrar el proceso a evaluar, el auditor, la fecha, las preguntas de verificación que irán ligadas al desarrollo de la

metodología y al cumplimiento del numeral de la norma que se esté auditando en el proceso, esto se puede ver en el Anexo H. Lista de verificación.

8.21 RIESGOS DE LA AUDITORIA

Dentro de la auditoria se pueden contemplar diversos riesgos, como, por ejemplo: falta de cumplimiento del calendario de auditorías, falta de independencia en los auditores, falta de identificación de oportunidades entre otros. Diseñando así una matriz de riesgos de la auditoria que le proporcionará a la empresa un formato que permitirá identificar y gestionar los riesgos que se pueden presentar, así mismo, poder asegurar que la auditoria arroje resultados fiables y útiles, se podrá ver en el Anexo I. Riesgos de la auditoria.

9 CONCLUSIONES

La formulación de un diagnóstico inicial de acuerdo con los requisitos de la norma ISO 9001:2015 permitió identificar áreas críticas que requieren mejoras en la gestión de calidad en Bos Burger. Este diagnóstico fue crucial para entender las debilidades y fortalezas del restaurante, proporcionando una base sólida para el desarrollo de estrategias de mejora específicas. La identificación de estas áreas críticas facilitó un enfoque dirigido y eficiente hacia la optimización de los procesos misionales y el cumplimiento de los estándares de calidad.

Un análisis detallado del contexto organizacional y la implementación de estrategias de acuerdo con las políticas de la alta dirección y las expectativas de las partes interesadas permitieron un enfoque eficaz de la gestión estratégica en Bos Burger. Iniciativas como la modernización del sistema de pedidos en línea, la formación continua de los empleados y campañas publicitarias innovadoras han optimizado la eficiencia operativa y la eficacia general de la organización.

La realización de la planificación estratégica correspondiente al SGC, utilizando como referencia la norma ISO 9001:2015, permitió a Bos Burger establecer objetivos claros y alcanzables para la mejora continua. Esta planificación estratégica incluyó la modernización de sistemas, formación continua del personal y la implementación de campañas publicitarias innovadoras, lo que se espera resultar en una mayor eficiencia operativa y una mejora significativa en la calidad de los servicios ofrecidos. La planificación también ayuda que todos los esfuerzos estuvieran alineados con la misión y visión del restaurante, fortaleciendo su posición competitiva en el mercado.

La definición de la caracterización de los procesos misionales y el análisis de riesgos con respecto a la norma ISO 9001:2015 permitió a Bos Burger obtener una comprensión detallada y estructurada de cada etapa del proceso de producción, desde la gestión del inventario hasta el servicio al cliente. Esto no solo busca

garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad, sino también optimizar el uso de recursos y minimizar riesgos. El análisis de riesgos facilitó la identificación de posibles amenazas y la implementación de estrategias efectivas para mitigarlas, asegurando la continuidad y seguridad de las operaciones y la calidad constante de los productos ofrecidos.

La caracterización del proceso de producción de platillos en Bos Burger permite una comprensión detallada y estructurada de cada etapa, constatando que se satisfagan los patrones de calidad, se optimicen los recursos, y se minimicen los riesgos, lo cual resulta en una producción más eficiente y en la producción de platillos de alta calidad que satisfacen consistentemente las expectativas de los comensales.

La implementación de la matriz de riesgos en el restaurante Bos Burger resultó ser una herramienta importante para una gestión eficaz y proactiva de los riesgos potenciales. Este enfoque no solo permitió identificar y priorizar las amenazas más críticas, sino que también facilitó la creación de estrategias efectivas para mitigarlas. Al comprobar constantemente y actualizar periódicamente esta matriz, Bos Burger garantiza la protección de sus recursos, la seguridad de sus empleados y clientes y la calidad constante de su servicio.

El plan de auditoría propuesto para Bos Burger, específicamente en el proceso misional de producción de platillos es un paso estratégico hacia la optimización y el fortalecimiento del sistema de gestión de calidad del restaurante. El propósito del plan es utilizar un enfoque sistemático basado en la norma ISO 9001:2015 para evaluar y mejorar continuamente los procesos centrales de la organización y garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad y las expectativas de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

ARIAS, C y ÁVILA, E. Establecimiento e implementación del Sistema Integrado de Gestión de Calidad, Seguridad y Salud en el Trabajo en la empresa N.M.C. Publicidad e Impresos. Universidad Santo Tomás. Bogotá. 2023.

ARIAS, C y ROJAS, M. Implementación del sistema de gestión integrada de calidad, y SST (Colombia) en la empresa palmeras Cararabo S.A. Universidad Santo Tomás. Bogotá. 2023.

Decreto 614 de 1984, por el cual se determinan las bases para la organización y administración de Salud Ocupacional en el país. 1984.

Decreto 1500 de 2007. 2007.

Decreto 2613 de 2022, por el cual se fija el salario mínimo legal para el año 2023. 2022.

Decreto 3074 de 1997, Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones.

DEMING, Edwards. Calidad, Productividad y Competitividad la salida de la crisis. 1986. https://www.academia.edu/37495998/Fuera_de_crisis_deming

GÓMEZ, D y MENDOZA, S. Implementación del sistema de gestión integrado de Gestión de la Calidad, Ambiente, Seguridad y salud en el trabajo en la empresa OSM COLOMBIA S.A.S. Universidad Santo Tomás. Bogotá. 2023.

ICONTEC. PB 38 Compendio normas fundamentales sobre la gestión de la calidad y documentos de orientación para su aplicación. 2019.

Invima. Resolución 2674 de 2013 - Buenas Prácticas de Manufactura para la Industria de Alimentos. 2013.
<https://www.invima.gov.co/resolucion-2674-de-2013>.

Invima. Registro Sanitario Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos. 2021. <https://www.invima.gov.co/registro-sanitario>

Iso. Familia ISO 9000 Gestión de la calidad. 2009.
<https://www.iso.org/iso-9001-quality-management.html>

Iso. Normal ISO 9001: 2015 Sistemas de gestión de la calidad. 2015
<https://www.iso.org/iso-9001-quality-management.html>

ISO 14001, sistema de gestión ambiental. 2015.

KOTLER, Philip. Fundamentos de marketing. 2017.
[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundament
os%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)

Ley 1562 de 2012, por la cual se modifica el sistema de riesgos laborales y se dedican otras disposiciones en materia de salud ocupacional. 2012.
[https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Ley-
1562-de-2012.pdf](https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Ley-1562-de-2012.pdf)

Ministerio del Trabajo de Colombia. Normatividad. 2022.
<https://www.mintrabajo.gov.co/normatividad>.

PORTER, ME. La ventaja competitiva de las naciones. Revisión de negocios de Harvard. 1990.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Eficiencia de recursos. 2020.
[https://www.unenvironment.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-
do/standard-setting](https://www.unenvironment.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/standard-setting)

REINA, D. Implementación del sistema integrado de gestión bajo la NTC ISO 9001:2015 y la NTC ISO 45001:2018 en la empresa HGIO S.A.S. Universidad Santo Tomás. 2023.

(S/f). Gov.co. Recuperado el 4 de noviembre de 2023

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%203075%20DE%201997.pdf

Organización Internacional de Normalización (ISO). Norma ISO 9001:2015. Ginebra: ISO. 2015.

10 ANEXOS

Anexo A. Tabla de diagnóstico

[Tabla de diagnostico.xlsx](#)

Anexo B. Matriz DOFA

[MATRIZ DOFA BOS \(3\).xlsx](#)

Anexo C. Balance Score Card

[balance_scard v.1.0 BOS \(4\).xlsx](#)

Anexo D. Caracterización de procesos

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1dIPWB_CuSBdcCmxx5UNUf6zgKzxM8Rj-zN51f5EZfZA/edit?usp=sharing

Anexo E. Matriz de Riesgos

[Matriz de riesgos.xlsx](#)

Anexo F. Programa de auditoria

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1BpyawIRSS6qR8AOE6jxy8-k62xegJpgG0PIL8Ng7ZVY/edit?usp=sharing>

Anexo G. Plan de auditoría

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1oNzY0fE9gVgTdYRQEloqDXe0b0uuwKoKCCVgsUB939s/edit?usp=sharing>

Anexo H. Lista de Verificación

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1yarl4TLwXEw3Y1fzocm3Y5Vt2wKV8ECzDmYnP8punBg/edit?usp=sharing>

Anexo I. Riesgos de la Auditoría

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1va3PFdvqiN9dteYG0SKmil41FxXb5fsHHfmR_n-GQPQ/edit?usp=sharing