

**DISEÑO DEL MANUAL DE PROCESOS, PROCEDIMIENTOS Y FUNCIONES
PARA LA DISTRIBUIDORA E IMPORTADORA C. I COFFEE INN DE LA
CIUDAD DE PEREIRA (RISARALDA)**

**ANDRÉS FELIPE AGUDELO GAVIRIA
PAULA ANDREA CASTAÑEDA TABARES
LAURA MARCELA ROJAS SALAZAR**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE TECNOLOGÍA
ESCUELA TECNOLOGÍA INDUSTRIAL
PEREIRA
2009**

**DISEÑO DEL MANUAL DE PROCESOS, PROCEDIMIENTOS Y FUNCIONES
PARA LA DISTRIBUIDORA E IMPORTADORA C. I COFFEE INN DE LA
CIUDAD DE PEREIRA (RISARALDA)**

**ANDRÉS FELIPE AGUDELO GAVIRIA
PAULA ANDREA CASTAÑEDA TABARES
LAURA MARCELA ROJAS SALAZAR**

Trabajo de grado para optar al título de Tecnólogo Industrial

**Director:
CARLOS JULIO ARROYAVE PELÁEZ
Ingeniero Industrial**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE TECNOLOGÍA
ESCUELA TECNOLOGÍA INDUSTRIAL
PEREIRA
2009**

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Pereira, 28 de mayo de 2009

*A Dios y a mi Familia
Porque sin Dios no hay nada
y la Familia lo es todo.*

Andrés

*A la vida, que cambió el rumbo de mi ser
A Dios, que me dio seres maravillosos,
A la persona que más admiro: mi madre
Al motor de mi vida: Manuela
A la razón de mi vida: César*

Laura

*A la vida que me dio la oportunidad de alcanzar un objetivo más,
A la persona más importante: mi madre.*

Paula Andrea

AGRADECIMIENTOS

Los autores desean agradecer y dar reconocimiento a cada una de las personas que hicieron posible realizar este trabajo, que los guiaron, apoyaron y brindaron su incondicional apoyo en cada una de las tareas y dificultades que se presentaron, la labor de cada uno de ellos fue de vital importancia para el correcto desarrollo y el éxito de este trabajo.

Al Ingeniero Carlos Julio Arroyave Peláez docente de la Universidad Tecnológica de Pereira quien siempre mostro preocupación y gran interés por la elaboración y buen desempeño de este proyecto, al señor Cesar Alberto Salazar Flores Gerente de la empresa C.I Coffee Inn empresa donde se llevo a cabo este trabajo, quien brindo un apoyo incondicional de manera amable, con gran sentido de colaboración, ayuda para todos los inconvenientes que fueron presentados, de igual manera a cada uno de los empleados que conforman la organización que de manera cordial, servicial prestaron toda su atención, ayuda y apoyo para hacer posible la preparación de este trabajo.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. ASPECTOS GENERALES	15
1.1 TÍTULO	15
1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.2.1 Planteamiento	15
1.2.2 Formulación	15
1.2.3 Sistematización	16
1.3 OBJETIVOS	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos	17
1.4 JUSTIFICACIÓN	17
1.5 MARCO DE REFERENCIA	18
1.5.1 Marco teórico	18
1.5.2 Marco situacional	27
1.5.3 Marco conceptual	27
1.6 HIPÓTESIS	31

1.7 VARIABLES	32
1.8 ASPECTOS METODOLÓGICOS	32
1.8.1 Clase y tipo de investigación	32
1.8.2 Población y muestra	33
1.8.3 Recolección de la información	34
2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	42
2.1 DESCRIPCIÓN, NATURALEZA Y USOS DEL PRODUCTO/SERVICIO	42
2.2 ANÁLISIS DE LA EMPRESA OBJETIVO	42
2.2.1 Reseña histórica	42
2.2.2 Análisis de la localización	44
2.2.3 Misión y Visión	44
2.2.4 Principios corporativos	45
2.2.5 Organigrama	48
2.2.6 Características de la empresa	49
2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA	51
2.3.1 Principales competidores: fortalezas y debilidades	51
2.3.2 Bienes o servicios sustitutos	52

2.3.3 Producción nacional y extranjera	53
2.4 ANÁLISIS DE PRECIOS DEL MERCADO	54
2.5 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO	55
2.5.1 Plan de medios Coffee Inn E.U.	58
2.5.1.2 Cronograma de actividades publicitarias Coffee Inn E.U.	63
2.6 PLAN DE COMPRAS	64
2.6.1 Materiales e insumos	64
2.6.2 Máquinas, enseres, equipos, tecnología	65
2.7 ASPECTO LEGAL	65
2.7.1 Tipo de empresa. Características. Gastos de constitución	65
2.7.2 Aspecto legal y responsabilidades	66
2.7.3 Estimación del precio del producto	68
2.8 CONCLUSIONES DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	69
3. ESTUDIO TÉCNICO Y OPERATIVO	71
3.1 ANÁLISIS DE NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	71
3.1.1 Personal requerido	71
3.1.2 Necesidades para el consumo y para el producto	71

3.2 MANUAL DE PROCESOS	73
3.2.1 Manual de procesos y procedimientos	74
3.2.2 Manual de funciones	120
3.3 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO Y OPERATIVO	156
4. CONCLUSIONES	157
5. RECOMENDACIONES	158
BIBLIOGRAFÍA	160
ANEXOS	162

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1 Manuales existentes en el puesto de Trabajo	35
Cuadro 2 Supervisión dentro del puesto de Trabajo	36
Cuadro 3 Funciones que desempeña bajo su responsabilidad	37
Cuadro 4 Indicadores aplicados a su puesto de trabajo	38
Cuadro 5 Informes acerca de su puesto de trabajo	39
Cuadro 6 Personas a cargo dentro de su puesto de trabajo	40

LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 1 Manuales existentes en el puesto de Trabajo	35
Gráfico 2 Supervisión dentro del puesto de Trabajo	36
Gráfico 3 Funciones que desempeña bajo su responsabilidad	37
Gráfico 4 Indicadores aplicados a su puesto de trabajo	38
Gráfico 5 Informes acerca de su puesto de trabajo	39
Gráfico 6 Personas a cargo dentro de su puesto de trabajo	41
Gráfico 7. Valores	46
Gráfico 8. Organigrama	48

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1 Población Objeto de Investigación	33
Tabla 2 Personal Administrativo	49
Tabla 3 Personal de Ventas	49
Tabla 4 Principales Competidores Fortalezas y Debilidades	52
Tabla 5 Producción Nacional	53
Tabla 6 Producción Extranjera	54
Tabla 7 Costo por millar (prensa)	60
Tabla 8 Emisoras Radiales	61
Tabla 9 Total Costos Campaña Publicitaria	62
Tabla 10 Cronograma de Actividades Publicitarias	63
Tabla 11 Materiales e Insumos	64
Tabla 12 Maquinas , Enseres, Equipos, Tecnología	65
Tabla 13 Estimación del Precio del Producto	68
Tabla 14 Personal Requerido	71
Tabla 15 Aseo	72
Tabla 16 Papelería	72

INTRODUCCIÓN

La administración del personal es hoy en día un factor prioritario dentro de las organizaciones puesto que de su buen uso depende en gran parte el óptimo funcionamiento de las empresas y su rápida adaptación a las condiciones cambiantes del medio que las rodea.

Es por esto que C.I Coffee Inn en busca de un mejoramiento de sus labores operativas y administrativas; desea aplicar conceptos de la administración de personal a su organización, con el fin de reestructurar y mejorar aspectos de la compañía en los que el capital humano tiene gran influencia; de esta manera los directivos de la empresa se muestran bastante interesados y apoyan este proyecto, viendo en esta una herramienta bastante importante para el futuro de esta organización.

C.I Coffee Inn es una empresa proyectada a crecer y cualificarse, estableciendo ajustes, determinando prioridades, optimizando los recursos, objetivos solo posibles mediante el desarrollo de alternativas organizacionales como la constitución de un manual de procesos, procedimientos y funciones.

Para el progreso eficiente de este proyecto se hace necesaria la colaboración activa de todos los participantes y actores que de una u otra manera influyen en el normal desarrollo de las actividades operativas de la comercializadora; es de esta manera como el proyecto conto con cada uno de ellos quienes brindaron información fundamental acerca de sus puestos de trabajo, para así complementar el proceso de direccionamiento estratégico que venía adelantando la organización, con el fin de adaptarla a las nuevas necesidades logísticas, operativas, y

administrativas en el marco de un nuevo modelo organizacional aplicado a las empresas contemporáneas.

El propósito central del Manual es el de suplir lo que se ha reconocido como la mayor de las falencias de la compañía; este instrumento permitirá al personal de la empresa tener un conocimiento claro y preciso de sus tareas, obligaciones y responsabilidades, permitiéndole así a los diferentes departamentos que constituyen la empresa, el desarrollo de una adecuada selección de personal que corresponda a los perfiles requeridos para desempeñar cada puesto de trabajo en particular, sirviendo así como un punto de partida para iniciar el proceso de cambio y organización.

La función específica de estos manuales es el de instruir a los miembros que la componen sobre los distintos aspectos antes mencionados, procurando minimizar el desconocimiento de las obligaciones de cada uno, la duplicación o superposición de funciones con el objetivo de mejorar la eficiencia y productividad de cada una de sus áreas, la realización y aplicación de un manual de procesos, procedimientos y funciones es la versión detallada de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad, responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen la estructura de la organización.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 TÍTULO

Diseño del Manual de Procesos, Procedimientos y Funciones para la descripción de cargos en la distribuidora C. I Coffee Inn en la ciudad de Pereira (Risaralda).

1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.2.1 Planteamiento. Las organizaciones están en la necesidad de enfocar las cosas de una manera innovadora con el fin de mejorar el nivel de vida de sus empleados y utilizar herramientas administrativas y operativas necesarias que contribuyan adecuadamente con el correcto desempeño en sus obligaciones laborales.

La empresa C.I Coffee Inn se preocupa por mejorar el ambiente de trabajo y es consciente que en este momento no se cuenta con los manuales de Procesos, Procedimientos y Funciones, lo cual implica que los cargos no tienen claramente definidas sus funciones, no existen elementos de medición y de evaluación para las mismas y es por esto que pueden presentarse dualidad de funciones en los puestos de trabajo e ineficiencia en las labores desarrolladas.

1.2.2 Formulación. ¿Cuál es la ventaja competitiva que adquiere la empresa C.I Coffee Inn con la elaboración y aplicación de los Manuales de Procesos, Procedimientos y Funciones a nivel administrativo y operacional a cada de los diferentes cargos que conforman su estructura organizacional?

1.2.3 Sistematización

- ¿Cuáles son los principales requisitos que deben tenerse en cuenta para llevar a cabo la elaboración de los manuales de proceso, procedimientos y funciones?
- ¿Cuáles son los procesos y funciones que deben identificarse para obtener la información requerida para la elaboración de los manuales de funciones, procesos y procedimientos?
- ¿Qué pasos se deben seguir para llevar a cabo la elaboración de los manuales de Procesos, Procedimientos y Funciones de manera que estos permitan una fácil y rápida identificación de los procesos y funciones a realizar dentro cada puesto de trabajo?
- ¿Cuál es la mayor motivación de C.I Coffee Inn para querer aplicar los Manuales de Procesos, Procedimientos y Funciones en su organización?
- ¿Qué cambios se presentan dentro de la estructura de la empresa C.I Coffee Inn con la aplicación y el desarrollo de los Manuales de Procesos, Procedimientos y Funciones?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General. Elaborar el Manual de Procesos, Procedimientos y Funciones para C.I Coffee Inn como un instrumento de apoyo que defina y establezca las funciones, responsabilidades, los tramos de control y canales de comunicación de todos los puestos de trabajo, para así normalizar todas las actividades y procedimientos que existen dentro de la empresa, de manera que se permita una funcionalidad administrativa adecuada dentro de la compañía.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Definir los objetivos y funciones de cada puesto y unidades administrativas con el fin de evitar sobrecargas de trabajo y duplicidad.
- Identificar las líneas de comunicación para lograr una adecuada interrelación entre las unidades administrativas integrantes de la institución.
- Identificar los diferentes procesos y procedimientos que se desarrollan dentro de la organización con el fin de establecer responsabilidades, frecuencias y tiempos.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La realización de los manuales de Procesos, Procedimientos y Funciones en C.I Coffee Inn ayuda a preparar a la empresa las responsabilidades y las funciones de los empleados. El objetivo primordial de estos manuales es describir con claridad todas las actividades de la empresa y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización. De esta manera, ayuda a evitar funciones y responsabilidades compartidas que no solo excede en pérdidas de tiempo sino también en la solución de responsabilidades entre los funcionarios de la empresa, o peor aun de una misma sección.

Aunque el manual de funciones es bastante conocido, es evidente que por sí solo no tiene una aplicación práctica en la empresa es necesario combinar una serie de elementos fundamentales que hacen de su implementación un proceso exitoso. En conclusión esta tarea sirve a la empresa para conocer mejor el funcionamiento interno por lo que respecta a la descripción de tareas, ubicación, requerimientos y puestos responsables de su ejecución, permite auxiliar la inducción del puesto al adiestramiento y la capacitación del personal ya que se

describen en forma detallada las actividades de cada puesto, es importante también para el análisis o revisión de los procedimientos del sistema.

Para establecer un sistema de información o bien modificar el ya existente; para uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria; para determinar en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores, como también aumentar la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.

1.5 MARCO DE REFERENCIA

1.5.1 Marco Teórico. Es adecuado en primera instancia definir de manera lo más sencilla posible algunos términos, que dada su importancia merecen claridad en su concepto y un significado más o menos unificado, tenemos los siguientes:

Manual: Un manual es una recopilación en forma de texto, que recoge en una forma minuciosa y detallada todas las instrucciones que se deben seguir para realizar una determinada actividad, de una manera sencilla, para que sea fácil de entender, y permita a su lector, desarrollar correctamente la actividad propuesta, sin temor a errores.

Proceso: Es la secuencia de pasos necesarios para realizar una actividad. Si al hablar del manual, decíamos que recopilaba las instrucciones para realizar una actividad, podemos definir de manera global que el manual es una recopilación de procesos.

Procedimiento: Para definirlo técnicamente, el procedimiento es “la gestión del proceso”. Es como cuando hablamos de administración y gestión administrativa; la

administración es el conjunto de pasos y principios, y la gestión es la ejecución y utilización de esos principios".¹

Es igualmente importante dar un de concepto acerca de lo que es un manual de procesos y procedimientos, para lo que es significativo el estudio de la siguiente definición:

"El manual de procesos y procedimientos, es una herramienta que permite a la Organización, integrar una serie de acciones encaminadas a agilizar el trabajo de la administración, y mejorar la calidad del servicio, comprometiéndose con la búsqueda de alternativas que mejoren la satisfacción del cliente".²

Después de aclarar y dar significado a los conceptos anteriores, se alista a formular cual es la importancia de estos en la organización y su incidencia en los resultados obtenidos por la misma.

Para el correcto funcionamiento de una empresa, existen ciertos procesos básicos, sin los cuales no sería posible sostenerse y mucho menos, crecer.

Un tecnólogo industrial es formado principalmente para realizar el siguiente ciclo: planear, organizar, dirigir y controlar. Podría decirse que este pensamiento es de la vieja escuela, sin embargo y por más teorías vanguardistas que surjan día a día sobre este concepto, se puede afirmar que existen factores que simplemente, no van a cambiar.

De nada sirve un paso sin el anterior. De nada sirve planear si no se ejecuta el plan. De nada sirve controlar algo que ni siquiera se ha podido implementar.

¹ Universidad Nacional de Colombia-2005. Manual de procesos y procedimientos-06/05/2009
http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%209/cap9_f.htm

² Jefatura de Control Interno-2008-Manual de procesos y procedimientos-08/05/2009.
http://www.fodesep.gov.co/nuevo/admin/imagenesWeb/4937MANUAL_PROCESOS_PROCEDIMIENTOS.pdf

Para esto es que los procesos se sistematizan y se simplifican. La posibilidad de error se reduce cada vez más en las empresas. Las cosas no se dejan simplemente al azar y los trabajadores no nacen aprendidos, se hacen.

Entonces se puede afirmar que: “El manual de procesos y procedimientos es mas importante de lo que aparenta ser, ya que no es simplemente una recopilación de procesos, sino también incluye una serie de estamentos, políticas, normas y condiciones que permiten el correcto funcionamiento de la empresa. Los manuales de procedimientos, son comparables con la constitución política de nuestra patria, ya que al igual que en esta, el manual de procedimientos reúne la normas básicas (y no tan básicas) de funcionamiento de la empresa, es decir el reglamento, las condiciones, normas, sanciones, políticas y todo aquello en lo que se basa la gestión de la organización”.³

En conclusión una organización en la que no se use de forma correcta o simplemente no se apliquen los manuales de procesos y procedimientos es susceptible de caer en los siguientes problemas:

“Confusión en las responsabilidades: Al no existir una definición y delimitación clara de las responsabilidades de cada departamento, no enfrentaremos a serios problemas de abuso de autoridad, irresponsabilidad e inclusive hostilidad entre departamentos y trabajadores, ya que si no hay nada definido, todo el mundo buscará el máximo de provecho con el mínimo esfuerzo (simulación de trabajo por ejemplo) y al momento de reclamos por incompetencia, todo el mundo le “echará la culpa al vecino.

No habrá normas establecidas: Lo cual representa una grave desventaja en el uso de la autoridad frente a la incompetencia o irresponsabilidad de los trabajadores.

³ Op. Cit.

Por ejemplo, el trabajador que llegue tarde, y si en el reglamento no especifica la hora de la llegada y la sanción por retrasos, el holgazán seguramente alegará falta de reglas, y dirá que “el no sabía.

No hay un control eficaz de las actividades: El manual de procedimientos permite controlar de manera ágil todos los procesos y procedimientos que se llevan a cabo en la empresa, lo cual facilita la toma de correctivos en el momento de presentarse una falla, porque enumera uno a uno los pasos que se realizan, lo cual simplifica al máximo el proceso de búsqueda del factor deficiente (el que causa la falla) y corregirlo. Cuando este no es aplicado, los procesos son vistos como un solo paso, y si algo “sale mal” seguramente deberá optarse por cambiar todo el proceso.

No hay un procedimiento establecido: Podríamos referirnos a la administración científica de Taylor que en resumidas cuentas dice que al analizar el proceso de producción y aplicar la administración científica, se puede obtener el máximo de bienestar⁴. Al no existir un procedimiento pre-establecido, (es decir al concepto de cada trabajador) habrá un gran desperdicio de recursos (unos trabajadores usarán demasiados y otros muy pocos) y una gran deficiencia en cuanto a efectividad (los distintos métodos utilizados por cada trabajador pueden no ser los más efectivos)⁵.

Lo que se quiere mediante la elaboración del manual es definir y describir las actividades, los procedimientos y los requisitos que deben cumplirse para realizar un trabajo a cabalidad. Así mismo sirve para medir el grado de responsabilidad y participación de los diferentes cargos en la compañía.

⁴ Chiavenato, Idalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Mexico 1987.

⁵ Op. Cit.

“Dentro de las principales utilidades del manual se tienen:

- Permite conocer el funcionamiento interno por lo que respecta a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución.
- Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal ya que describen en forma detallada las actividades de cada cargo.
- Sirve para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema.
- Interviene en la consulta de todo el personal.
- Que se desee emprender tareas de simplificación de trabajo como análisis de tiempos y delegación de autoridad.
- Para establecer un sistema de información o bien modificar el ya existente.
- Para uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria.
- Determina en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores.
- Facilita las labores de auditoría, análisis del control interno y su evaluación.
- Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.
- Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades.

- Construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos”.⁶

Se debe ser consciente que lo más difícil no sólo es montar una empresa en determinado sector del mercado en determinado momento, sino también mantenerla y que trascienda en el tiempo.

Esto último es una ardua tarea y que requiere el mayor de todos los esfuerzos de la organización, no sólo de las directivas y los altos ejecutivos, sino de todos y cada uno de los colaboradores e involucrados con el producto final. Para mantener una empresa ya constituida en un mercado que aparentemente puede ser a largo plazo como es “la distribuidora y comercializadora C.I Coffe Inn”, se debe preparar todo lo concerniente para que esta pueda ser autónoma y para que toda la organización se pueda acostumbrar a los cambios; sean estos planificables o sorpresivos.

A pesar de la importancia de la salud financiera de una empresa, también se le debe reconocer la gran importancia que tiene en la organización de una empresa tener al día una serie de documentos que enmarcan las actividades diarias de la compañía en sus procesos productivos. Estos documentos tienen diferentes nombres e incluso algunos son reunidos en uno solo. Tales documentos reúnen normas internas, procedimientos, reglamentos, directrices y formatos de los que todos los empleados deben tener conocimiento. Estos documentos permiten que una compañía pueda evolucionar independientemente de que sus dueños o accionistas principales permanezcan al tanto de la organización constantemente.

Con la implementación de unas reglas de juego claras y conocidas por todos los empleados, solo se requiere hacer un control de gestión básico para hacerle el

⁶José Palma-2006-Manual de procedimiento-15/03/2009 .
<http://www.monografias.com/trabajos13/mapro/mapro.shtml>

seguimiento a una compañía e ir haciendo los correspondientes correctivos para que los normales procesos de producción de la compañía no se detengan y toda la empresa se mantenga en sintonía.

EL MANUAL DE FUNCIONES Y LOS DEMÁS DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

Un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de los empleados de una compañía. El objetivo primordial del manual es describir con claridad todas las actividades de una empresa y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización⁷. De esta manera, se evitan funciones y responsabilidades compartidas que no solo redundan en pérdidas de tiempo sino también en la dilución de responsabilidades entre los funcionarios de la empresa, o peor aun de una misma sección.

Aunque el manual de funciones se muestra como un herramienta bastante importante en el desarrollo de las organizaciones, es evidente que por si solo no tiene una aplicación práctica en una empresa sino se combina con una serie de elementos fundamentales que hacen de su implementación un proceso exitoso.

Los elementos que complementan un manual de funciones para proceder a su implementación son los siguientes:

- Manual de funciones y responsabilidades.
- Manual de procedimientos y diligenciamiento de formatos.
- Estructura orgánica de la Empresa.
- Manual de normas administrativas.

⁷ Universidad nacional de Colombia-2005-Definición manual de funciones-06/05/2009
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/lecciones/capitulo3/funciones.htm>

- Delineamientos o directrices de contratación de Personal.
- Reglamento laboral.

Aunque no se ha mencionado, es primordial para implementar exitosamente todos los documentos en la realidad de la empresa, se requiere de un compromiso y un apoyo racional en todos los niveles de la organización. Es de recordar que no solo se requiere introducir en el proceso a todos los empleados de bajo nivel sino también a los empleados de más alto rango⁸, llámese gerentes, jefes de departamento, dueños, o accionistas administradores. Todos deben ser consientes de la importancia de estos documentos y también lo deben aplicar sin restricción alguna como miembros activos de la compañía. De no ser así, no vale la pena poner esfuerzos en un tema que de antemano no va a tener éxito.

- **CARACTERÍSTICAS DEL MANUAL**

También cobran elevada importancia ciertas características que es recomendable cumplir a la hora de redactar y aplicar estos documentos entre las que se pueden resaltar las siguientes:

Estos manuales deben estar escritos en lenguaje sencillo, preciso y racional que permita garantizar su aplicabilidad en las tareas y funciones del trabajador.

Deben estar elaborados mediante una metodología conocida que permita flexibilidad para su modificación y/o actualización mediante hojas intercambiables, de acuerdo con las políticas que emita la organización.

Los manuales de funciones, procesos y procedimientos deben contar una metodología para su fácil actualización y aplicación. El esquema de hojas

⁸ Monografias.com (japmalaga@star.com.pe)-2006-Manual de procedimiento-02/20/2009
<http://www.monografias.com/trabajos13/mapro/mapro.shtml#pre>

intercambiables permite acondicionar las modificaciones sin alterar la totalidad del documento. Cuando el proceso de actualización se hace en forma automatizada, se debe dejar registrada la fecha, tipo de novedad, contenido y descripción del cambio, versión, el funcionario que lo aprobó, y el del que lo administra, entre otros aspectos.

Los manuales deben ser dados a conocer a todos los funcionarios relacionados con el proceso, para su apropiación, uso y operación. Las dependencias de la organización deben contar con mecanismos que garanticen su adecuada difusión. Los manuales deben cumplir con la función para la cual fueron creados; y se debe evaluar su aplicación, permitiendo así posibles cambios o ajustes. Cuando se evalúe su aplicabilidad se debe establecer el grado de efectividad de los manuales en las dependencias de la organización⁹

• **APLICACIÓN DE LOS MANUALES**

La existencia del manual de procesos en la configuración de la organización permite facilitar la adaptación de cada factor de la empresa (tanto de planeación como de gestión) a los intereses primarios de la organización. “Se pueden identificar las siguientes funciones básicas del manual de procesos:

- El establecimiento de objetivos
- La definición de políticas, guías, procedimientos y normas.
- La evaluación del sistema de organización.
- Las limitaciones de autoridad y responsabilidad.
- Las normas de protección y utilización de recursos.
- La aplicación de un sistema de méritos y sanciones para la administración de personal.
- La generación de recomendaciones.
- La creación de sistemas de información eficaces.
- El establecimiento de procedimientos y normas.
- La institución de métodos de control y evaluación de la gestión.

⁹ Op. Cit.

- El establecimiento de programas de inducción y capacitación de personal.
- La elaboración de sistemas de normas y trámites de los procedimientos”.¹⁰

1.5.2 Marco Situacional. La empresa está ubicada en Colombia, en el municipio de Dosquebradas, (Risaralda) específicamente en las bodegas zona industrial la macarena, cuenta con grandes facilidades de acceso debido a la red vial del municipio; que se encuentra en buenas condiciones en esta área en especial lo que proporciona un acceso relativamente sencillo, ya sea desde Pereira, Santa Rosa, Manizales, Armenia o la misma Dosquebradas; este parque empresarial se destaca por ser un proyecto relativamente nuevo y que posee muelles de cargue y descargue muy necesarios para el correcto desarrollo de la actividad comercial de la organización.

Además de esto las instalaciones poseen vigilancia privada permanente y circuito cerrado de televisión para así monitorear tanto el personal, como los vehículos que ingresan al parque; las instalaciones además cuentan con alarmas contra robo y contra incendio, citofono y comunicación directa con la portería, autoridades y con la central de seguridad privada.

1.5.3 Marco Conceptual. Los siguientes, son algunos de los términos que se encontraron a lo largo de la realización del trabajo. Si bien, algunos de estos no quedan plasmados como tal, si fueron relacionados en las visitas realizadas a la distribuidora y comercializadora C.I Coffee Inn.

Términos tomados de:

Diccionario de Comercio Exterior

Autor: Jorge Deros.

¹⁰ Giovanni E. Gómez-2001-Manuales de procedimientos y su aplicación dentro del control interno-03/15/2009

<http://usuarios.lycos.es/Masterdeluniverso/glosacomexterior6.htm>

Glosario de términos y conceptos Businesscol.com

Autor: Businesscol.com

http://www.businesscol.com/productos/glosarios/glosario_comercio_exterior.html

- **ARANCEL DE ADUANAS:** Instrumento legal que comprende la nomenclatura para la clasificación oficial de las mercancías susceptibles de ser importadas territorio nacional o exportado del mismo o sometido a otros regímenes aduaneros, así como los gravámenes aplicables a las mismas y las restricciones u otros requisitos que deben ser cumplidos con motivo de las operaciones aduaneras.
- **ARANCELARIA, PARTIDA:** Epígrafe del arancel de aduanas que designa, bien una mercancía determinada, o bien una de mercancías afines. A las del primer tipo se les llama partidas específicas y a las del segundo, genéricas o residuales.
- **CARTA DE CRÉDITO:** Documento emitido por un banco y obtenido por el importador, en el que se autoriza a otro banco a abonar al exportador una suma específica de dinero, cuando el banco haya recibido el documento en que se garantiza que se han cumplido las condiciones estipuladas en la carta de crédito. Ejemplo: condiciones de venta, packing, fecha de envío, entre otros.
- **CERTIFICADO DE ORIGEN:** Documento expedido por la autoridad u órgano competente, para dar fe de que determinado artículo es producido, cosechado, etc., en determinada región o país; se utiliza con la finalidad de aprovechar ventajas impositivas o preferencias arancelarias.

- **CONOCIMIENTO DE EMBARQUE:** Documento en el que se establecen los términos contractuales del embarcador de la compañía de transporte con la que se envían los productos.
- **COSTO Y FLETE:** Término con que se expresa que el costo del valor y del flete de los artículos está incluido en el precio cotizado por el exportador. La adquisición y el costo del seguro corren por cuenta del exportador.
- **CUOTAS:** Límites establecidos por un país en el comercio internacional a la importación de bienes concretos.
- **DECLARACIÓN DE ADUANAS:** Acto por el cual el consignatario o exportador manifiesta a la aduana, su voluntad de realizar una operación aduanera.
- **DERECHO ARANCELARIO:** Impuesto indirecto establecido sobre las mercancías que entran (derechos de importación) o salen (derechos de exportación) de un territorio aduanero.
- **DESPACHO DE ADUANAS:** Entrega al importador de una mercancía por él importada, procedente del exterior, tras haber satisfecho el pago de los derechos arancelarios y los demás impuestos o gravámenes. Es sinónimo de "despacho a consumo" y de "desaduanamiento".
- **EMBALAJE:** Es lo que sirve para envolver o proteger las mercancías, pudiendo también cumplir otras funciones como son las de separar o individualizar los efectos, facilitar su movilización o transporte, permitir hacer marcas o señales de identificación con respecto a las mercaderías, evitar la dispersión o desaparición de éstas últimas, etc.

- **FLETE:** Precio pagado por el transporte de mercancías, tanto terrestre como marítimo o aéreo. Es el precio que cobra el transportista al usuario por la prestación del servicio de transporte.
- **GARANTÍA:** Obligación que se contrae a satisfacción de la autoridad aduanera, con el objeto de asegurar el pago de los gravámenes, tasas y demás tributos eventualmente exigibles, aplicados a la importación o exportación y tributos internos a que estén sujetas las mercancías, así como el cumplimiento de otras obligaciones contraídas con ella.
- **IMPORTACIÓN:** Es el acto o acción de introducir al territorio nacional, por las vías habilitadas (marítimas, aéreas, terrestres o bultos postales), mercancías procedentes del exterior, previo cumplimiento de los registros y formalidades pautadas en la Ley Orgánica de Aduanas, sus reglamentos y demás disposiciones correspondientes, vinculadas a la materia aduanera.
- **INCOTERMS:** Cláusulas del comercio internacional definidas por la Cámara Internacional de Comercio, con la pretensión de aclarar las obligaciones del vendedor y comprador en los contratos internacionales de compraventa, en cuanto a las condiciones de entrega de las mercancías.
- **MANIFIESTO DE IMPORTACIÓN:** Conjunto de documentos que para cada importación debe presentarse a la oficina aduanera con el objeto que se formalice el trámite de nacionalización de la mercancía que se importa.
- **NORMAS DE ORIGEN:** Leyes, reglamentos y procedimientos administrativos con arreglo a los cuales se determina el país de origen de un producto. De la decisión de la autoridad de aduanas acerca del origen de una partida de productos depende por ejemplo que ésta se incluya en un contingente, pueda

beneficiarse de una preferencia arancelaria, esté gravada con un derecho antidumping, etc. Esas normas varían de un país a otro.

- **PRECIO DE ENTRADA:** Precio de referencia para el cálculo de ciertos gravámenes a la importación.
- **PREFERENCIAS ADUANERAS:** Es una forma de integración, mediante la cual un conjunto de territorios aduaneros se conceden entre sí, una serie de ventajas aduaneras para determinados productos, no extensibles a terceros países debido a la suspensión internacionalmente aceptada de la Cláusula de la Nación más Favorecida. Dentro de este tipo de integración económica, podemos mencionar la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).
- **PREFERENCIAS ARANCELARIAS:** Reducciones totales o parciales que un país aplica a su arancel nacional, exclusivamente a favor de otro u otros países que son sus socios dentro de un determinado tipo de acuerdo (acuerdo de preferencias comerciales, sistema generalizado de preferencias, zona de libre comercio).
- **ZONA DE LIBRE COMERCIO:** Similar a la unión aduanera, pero cada país miembro mantiene su propia política comercial, incluso los aranceles a países ajenos al acuerdo.

1.6 HIPÓTESIS

Con la realización de los Manuales de Procesos, Procedimientos y Funciones para la empresa C.I Coffee Inn de la ciudad de Pereira, se brindara un instrumento de apoyo que defina y establezca las funciones, responsabilidades, tramos de control y canales de comunicación de todos los puestos de trabajo, con el fin de normalizar todas las actividades y procedimientos que existen dentro de la

empresa buscando la funcionalidad administrativa dentro de la compañía para llegar a cumplir con los estándares de calidad total.

1.7 VARIABLES

Para realizar la descripción de cargos dentro de la organización mediante el manual de Procesos, Procedimientos y Funciones es necesario conocer las siguientes variables:

- Número de Empleados
- Numero de Procesos
- Responsabilidades de cada cargo
- Jerarquización
- Función de cada cargo.

1.8 ASPECTOS METOLÓGICOS

1.8.1 Clase y tipo de investigación. La presente investigación es de carácter descriptivo y analítico, ya que su propósito es determinar rasgos que identifiquen las características principales de las funciones de cada cargo, con el fin de observar las principales debilidades y después proceder a la elaboración y adaptación de los manuales dentro de la empresa que cumplan con las exigencias de esta

Se realizó el registro y el análisis de la estructura actual de la organización mediante el tipo de investigación activa participativa, este es un estudio que surge a partir de un problema originado en la empresa ayudando a la búsqueda de la mejor solución para el nivel de vida laboral de las personas involucradas, se propone un esquema y estructura adecuado que proporcione a la empresa mejorar el clima organizacional y ayude a optimizar la productividad de la misma.

1.8.2 Población y muestra

- **Población**

La población objeto de investigación estará constituida por el personal de planta y administrativo de la empresa C.I Coffee Inn, que en su totalidad son 29 personas las cuales están distribuidas en las diferentes áreas, las cuales se mencionan a continuación:

Tabla 1. Población Objeto de Investigación

Cargo	# de Personas/Cargo
Asesores Comerciales	17
Facturación	1
Cartera	1
Bodega	2
Contabilidad/Contador	3
Entregador	1
Gerente	1

Fuente: Elaboración Propia

- **Muestra**

Para la obtención de datos importantes en el desarrollo del proyecto se realizó un instrumento de recolección de la información que fue tabulado y para hacer los respectivos análisis y toma de decisiones.

$$n: \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q} = \frac{1.96^2 \cdot 0.05 \cdot 0.95 \cdot 29}{0.05^2 \cdot (29-1) + (1.96^2 \cdot 0.05 \cdot 0.95)} = 20.9596$$

Donde:

$Z= 1.96$

$P= 0.05$

$E= 0.05$

$Q: 1-P = 0.95$

$N= 29$

El tamaño de la muestra está dado por la necesidad actual de la organización de incluir a todos los cargos dentro de los manuales.

De esta manera, para el desarrollo del trabajo se tuvo en cuenta que algunos cargos son ocupados por varias personas, razón por la cual no se hace necesario entrevistar, observar y analizar a todos, porque solo uno puede explicar en detalle las funciones pertenecientes al cargo; para obtener cada uno de los resultados realizamos observación a cada uno de los puestos de trabajo y el desempeño de cada empleado al realizar sus funciones.

Para realizar la muestra, fue utilizado el método proporcional, donde el tamaño en cada estrato de la muestra es proporcional a su tamaño en la población. Con la información obtenida, primero tabulamos cada una de las entrevistas, graficamos los resultados, analizamos cada una de las encuestas y los resultados que fueron recopilados fueron finalmente concluidos.

1.8.3 Recolección de la información. Para la realización y obtención de los datos para el desarrollo de este proyecto se aplicó un instrumento de medición de encuestas, las cuales fueron analizadas, evaluadas y tabuladas respectivamente.

Las funciones de cada puesto de trabajo fueron generadas de acuerdo al perfil de cada empleado de la organización, según las especificaciones dadas de acuerdo

a lo requerido por cada puesto de trabajo; para la descripción de cada proceso, procedimiento, cargo y su respectiva función fue necesario realizar encuestas, observación, evaluación del puesto de trabajo, de manera que se recopilaran los principales elementos y factores que permitieran hacer una evaluación analítica para así obtener los resultados necesarios para diseñar cada manual y de esta manera aplicarlo a cada puesto de trabajo.

ANALISIS ESTADISTICO DE LA ENCUESTA

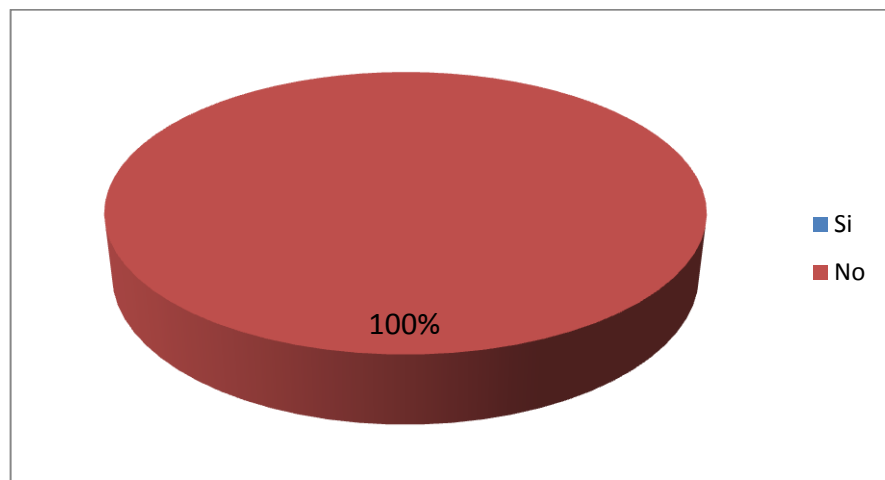
- ¿Utiliza usted dentro de su puesto de trabajo un manual de funciones?

Cuadro 1 ¿Utiliza usted dentro de su puesto de trabajo un manual de funciones?

Ítem	Cantidad	Participación %
Si	0	0
No	30	100
Total	30	100

Fuente: Trabajo de Campo

Gráfico 1 ¿Utiliza usted dentro de su puesto de trabajo un manual de funciones?



Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar en la tabla que el 100% de los empleados no maneja un manual de funciones dentro de su puesto de trabajo, por lo que se hace necesario implementar un manual dentro de cada puesto de trabajo.

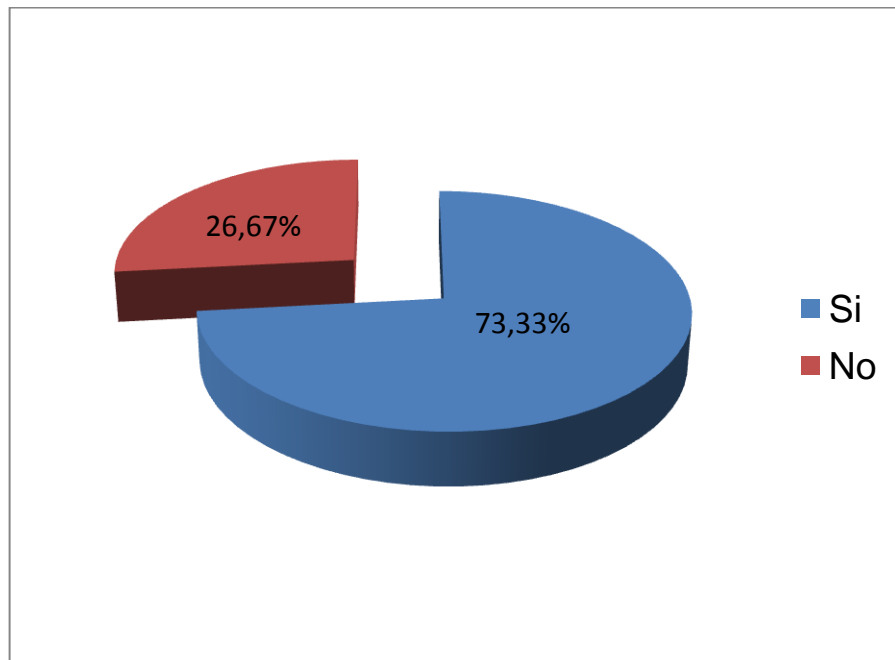
- ¿Es supervisado usted dentro de su puesto de trabajo?

Cuadro 2 ¿Es supervisado usted dentro de su puesto de trabajo?

Ítem	Cantidad	Participación %
Si	22	73,33%
No	8	26,67%
Total	30	100

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 2 ¿Es supervisado usted dentro de su puesto de trabajo?



Fuente: Elaboración Propia

Se observa en la tabla que el 73,33 % de los empleados de la empresa es supervisado dentro de su puesto de trabajo, y solo un 26,67 % no lo es. Esto quiere decir que gran parte de los empleados de la empresa son supervisados lo que generaría un trabajo de mayor calidad, pero no genera confianza y poder de autonomía pro parte de los empleados.

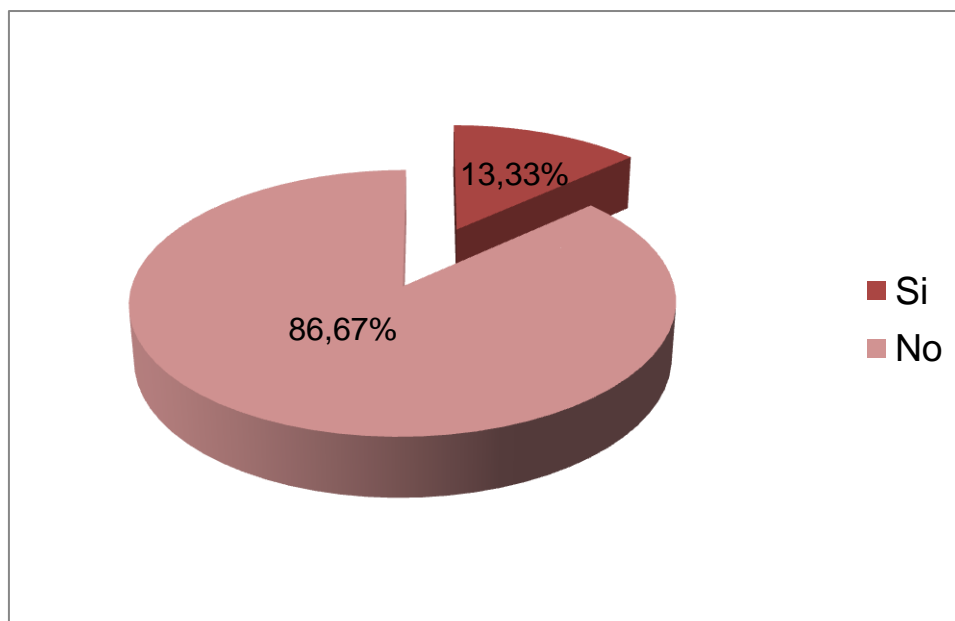
- ¿En las funciones que desempeña existen cargos bajo su responsabilidad?

Cuadro 3 ¿En las funciones que desempeña existen cargos bajo su responsabilidad?

Ítem	Cantidad	Participación %
Si	4	13,33%
No	26	86,67%
Total	30	100

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 3 ¿En las funciones que desempeña existen cargos bajo su responsabilidad?



Fuente: Elaboración Propia

Se observa en la tabla que el 86,67 % de los empleados no tienen dentro de las funciones que desempeñan cargos bajo su responsabilidad, y solo un 13,33% indica que dentro las funciones que realiza dentro de su puesto de trabajo si tiene a cargo personal bajo su responsabilidad; esto se genera ya que no hay muchos cargos dentro de la organización así que son muy pocos los que dependen de alguien que evalúe constantemente su trabajo desarrollado.

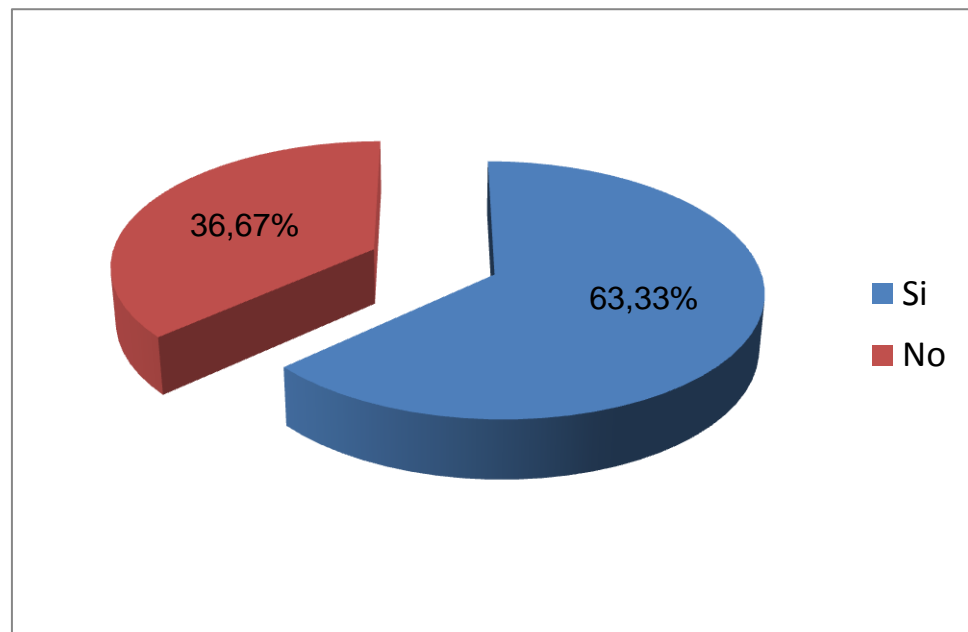
- ¿Existe algún tipo de indicadores que se apliquen a su puesto de trabajo?

Cuadro 4 ¿Existe algún tipo de indicadores que se apliquen a su puesto de trabajo?

Ítem	Cantidad	Participación %
Si	19	63,33%
No	11	36,67%
Total	30	100

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 4 ¿Existe algún tipo de indicadores que se apliquen a su puesto de trabajo?



Fuente: Elaboración Propia

Se observa en la tabla que el 63,33% de los empleados aplica indicadores a su puesto de trabajo, y solo un 36.67 % no de los empleados no los utilizan. Esto quiere decir que es mayor el número de empleados de la empresa C.I Coffee Inn que prefieren aplicar indicadores a su puesto de trabajo y de esta manera permitir una labor más eficiente del trabajo desempeñado.

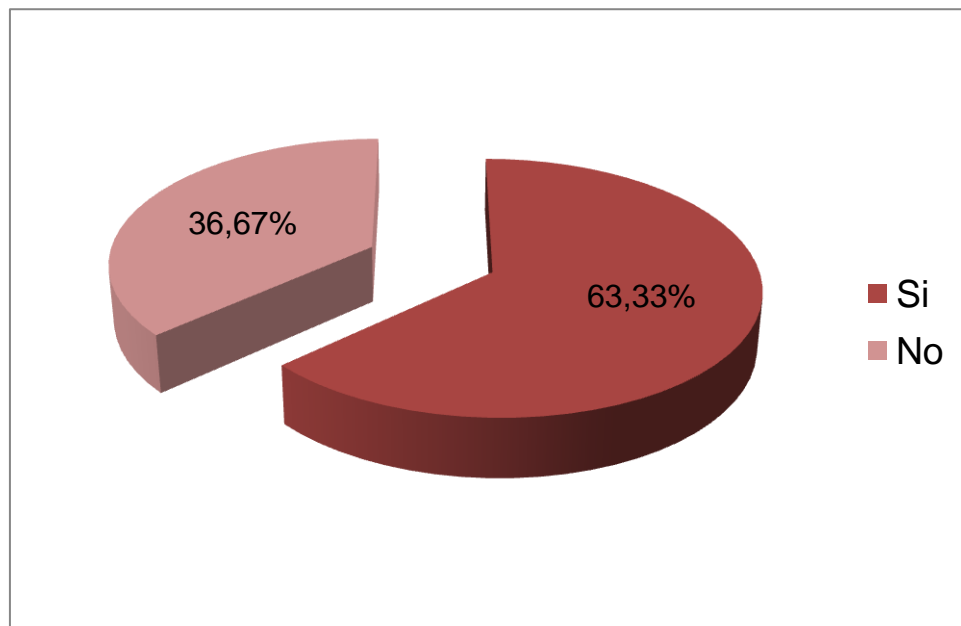
- ¿Presenta usted algún tipo de informe acerca de su puesto de trabajo?

Cuadro 5 ¿Presenta usted algún tipo de informe acerca de su puesto de trabajo?

Ítem	Cantidad	Participación %
Si	19	63,33%
No	11	36,67%
Total	30	100

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 5 ¿Presenta usted algún tipo de informe acerca de su puesto de trabajo?



Fuente: Elaboración Propia

Se observa en la tabla que el 63,33 % de los empleados de la empresa presenta informes acerca de su puesto de trabajo, y el 36,67 no lo presenta. Esto quiere decir que aunque es relativamente alto el porcentaje de empleados que lo presenta se hace indispensable que todos los empleados de la organización presenten informes ya que permiten un mejor análisis de las labores que realiza y que tan eficiente y eficaz es su trabajo y su desempeño para la empresa, además ayuda a la toma de decisiones dentro de la organización.

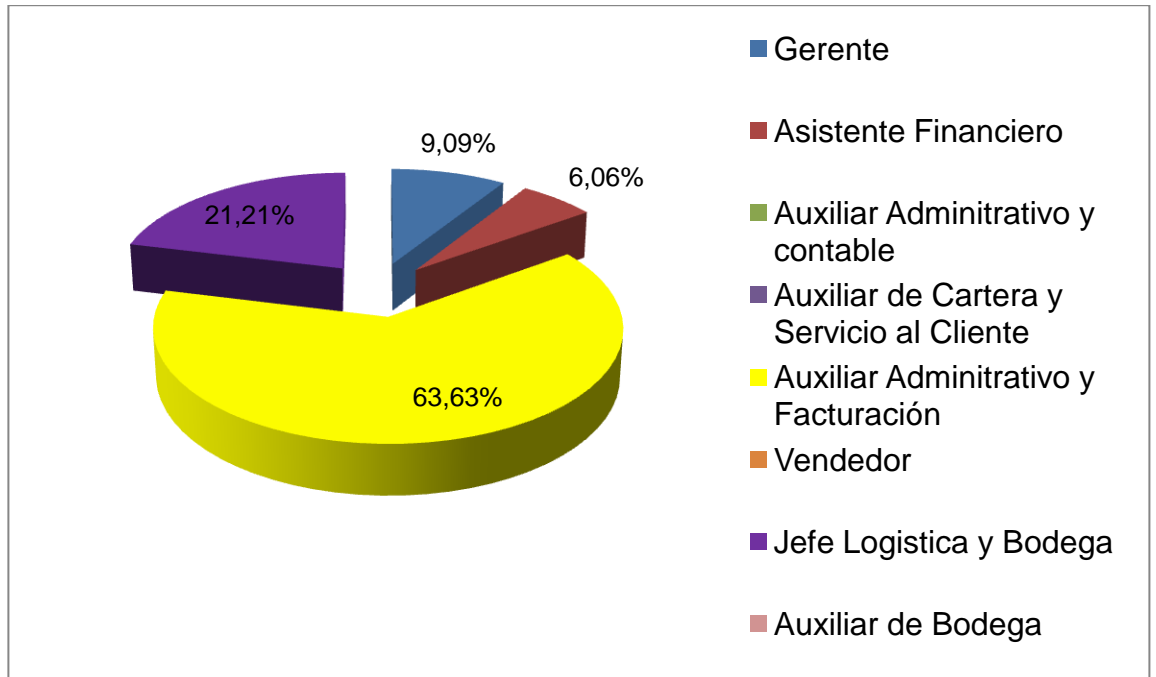
- ¿Cuántas personas tiene a cargo usted dentro de su puesto de trabajo?

Cuadro 6 ¿Cuántas personas tiene a cargo usted dentro de su puesto de trabajo?

Ítem	Cantidad	Participación (%)
Gerente	3	9.09
Asistente Financiero	2	6.06
Auxiliar Administrativo y Contable	0	
Auxiliar Cartera y Servicio al Cliente	0	
Auxiliar Administrativo y Facturación	21	63.63
Vendedor	0	
Jefe Logística y Bodega	7	21.21
Auxiliar de Bodega	0	
Total	33	100

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 6 ¿Cuántas personas tiene a cargo usted dentro de su puesto de trabajo?



Fuente: Elaboración Propia

Se observa que en la Organización al ser relativamente pequeña se observa que los puestos de trabajo que tiene personas a su cargo son pocos, lo que facilita las comunicaciones y la toma de decisiones; el Auxiliar Administrativo y Facturación es la persona que tiene más colaboradores a su cargo al tener que velar por el buen desempeño de la fuerza de ventas, por lo cual sería interesante que el Auxiliar de Cartera y Servicio al Cliente le colaborara más decididamente, con el fin de evitar represamiento de información y se mejorara la capacidad de respuesta.

2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.1 DESCRIPCIÓN, NATURALEZA Y USOS DEL PRODUCTO/SERVICIO

El manual de funciones y procedimientos es un componente del sistema de control interno, el cual se crea para obtener una información detallada, ordenada, sistemática e integral que contiene todas las instrucciones, responsabilidades e información sobre políticas, funciones, sistemas y procedimientos de las distintas operaciones o actividades que se realizan en una organización; que sirve para desarrollar adecuadamente las actividades de cada empleado, estableciendo responsabilidades a los encargados de las todas las áreas, generando información útil y necesaria, estableciendo medidas de seguridad, control y autocontrol y objetivos que participen en el cumplimiento con la función empresarial.

2.2 ANÁLISIS DE LA EMPRESA OBJETIVO

2.2.1 Reseña Histórica. C.I Coffee Inn es una Comercializadora Internacional con sede en Pereira que nace jurídicamente en Enero 2 de 2003, con el objeto de materializar una idea concebida por su Socio Gestor en el Plan de Estudios de la Maestría de Administración Económica y Financiera de la Universidad Tecnológica de Pereira, la cual en esencia pretendía dotar a la zona de un instrumento que permitiera ubicar en los mercados internacionales parte de la oferta exportadora de bienes y servicios de la Eco Región del Eje Cafetero, en especial la de cafés especiales, utilizando para ello el canal de los Coffee Shops.

Su nombre COFFEE INN, pretende generar en los clientes un posicionamiento y recordación, y marcar una diferencia frente a la competencia incisamente concebida como lo era OMA, Juan Valdez, Starbucks, entre otros.

Después de permanecer por un tiempo como una idea, en Julio 7 de 2006 se da inicio operacionalmente a la empresa, para lo cual se decide apostarle a la distribución de productos a través del Canal Tradicional o más conocido como TAT, el cual subsiste y crece frente a la llegada de las grandes superficies, comercializando inicialmente productos nacionales, en una amplia zona del Eje Cafetero.

Para mediados de 2007 se amplía el objeto social de la empresa y se toma la decisión de crear y comercializar una marca propia de sardina y atún, con nombre INDELMAR, fabricados e importados del Ecuador.

Ahora en su objeto social se han establecido nuevas líneas que amplían su campo de acción para permitir que la empresa se siga consolidando en el cambio de servicios, sector de gran crecimiento a nivel regional y nacional, especialmente en el campo de las asesorías y consultarías en cualquier área del conocimiento, representación y/o gestión comercial de personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, análisis de información estratégica, organizaron y operación de bases de datos, actividades de logística y mantenimiento y reparación de maquinaria y equipos.

En su plan de expansión hacia el futuro, está la de exportar productos asociados con la Gobernanza Forestal y servicios de salud y turísticos, aprovechando la gran oferta local de alta competitividad, la cual es muy atractiva en los mercados internacionales y ha logrado un importante reconocimiento en calidad y precio.

2.2.2 Análisis de la localización. La empresa cuenta con una ubicación privilegiada desde el punto de vista estratégico, pues su localización resulta de fácil acceso al estar establecida en una zona industrial que es muy visitada, y tiene gran flujo de vehículos. Las vías de acceso son completamente pavimentadas y señalizadas, lo cual facilita la movilización en cualquier tipo de transporte, pues a este lugar es posible llegar tanto en servicio público (taxi, bus) como en automóvil particular o motocicleta. Así mismo, la empresa Coffee Inn cuenta con facilidades para la carga y descarga de los contenedores que llegan diariamente y los cuales son el medio de abastecimiento para el correcto desarrollo de su negocio. Estos muelles no sólo prestan este servicio, sino que además propician un ahorro de tiempo y esfuerzo.

Entre las facilidades que la empresa ofrece, figuran varios parqueaderos debidamente vigilados y demarcados para el uso exclusivo de sus clientes, el acceso para los vehículos que vienen de ciudades aledañas, especialmente del Norte del Valle, se facilita bastante, gracias a las buenas condiciones de las vías, como la Avenida 30 de Agosto, la Variante el Pollo la Romelia donde el tráfico es generalmente fluido.

2.2.3 Misión y Visión. Fueron establecidos de acuerdo al direccionamiento estratégico desarrollado por la empresa.

- **Misión:** Somos una empresa importadora y comercializadora de productos de consumo masivo en la base de la pirámide, que garantiza un precio justo para el consumidor final, con productos de calidad, mediante la disminución de intermediarios, con presencia permanente, atención personalizada y oportuna y alto compromiso de todo el equipo de colaboradores.

- **Visión:** Ser en el 2010 los líderes regionales en la comercialización de productos importados de consumo popular a través del canal tradicional, en volumen de transacciones, en atención oportuna y en la incorporación de las Tecnologías de Información y Comunicación a nuestros procesos.

2.2.4 Principios Corporativos

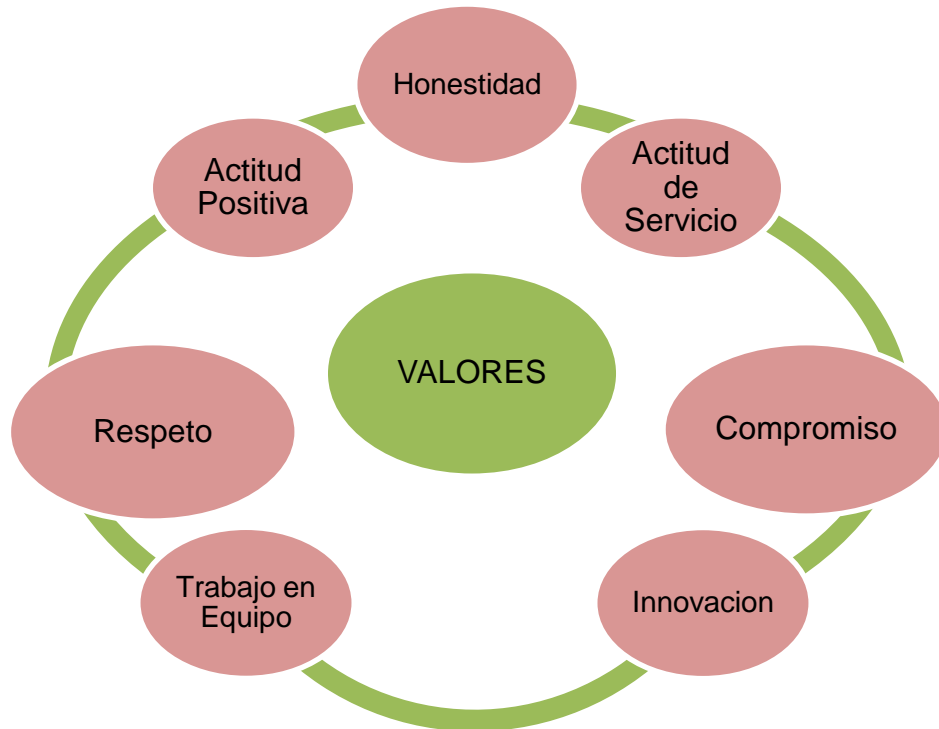
“Fueron establecidos de acuerdo al direccionamiento estratégico de la empresa”

- **Asociación:** Trabajamos de la mano con nuestros clientes, compañeros y proveedores en asociaciones recíprocamente benéficas, no sólo económicamente sino en pro del desarrollo de la región.
- **Cumplimiento:** Buscamos siempre el cumplimiento de los objetivos propuestos, midiendo la satisfacción del cliente, el nivel de servicio postventa y la calidad de la recompra.
- **Crecimiento:** Implementamos políticas y estrategias que promuevan un crecimiento continuo y rentable.
- **Tecnología:** Nos comprometemos a manejar siempre las últimas tecnologías, con el ánimo de mejorar y mantener el nivel de servicio al cliente y la eficiencia a nivel interno.
- **Calidad:** Buscaremos siempre la disminución de costos sin afectar la calidad de los artículos ni del servicio.
- **Precios Competitivos:** Ofreceremos siempre a nuestros clientes un estándar de precios que cumplan con sus expectativas y garanticen satisfacción total.

Valores: (EFICACIA)

“Fueron establecidos por la empresa de acuerdo al desarrollo del direccionamiento estratégico de la empresa”

Grafico 7 Valores



Fuente: Elaboración propia

Objetivos:

“Fueron establecidos por la empresa de acuerdo al desarrollo del direccionamiento estratégico de la empresa”

- Agrupar a los fabricantes de productos de consumo popular para generar economías de escala en la comercialización a través del canal T. A. T., con el propósito de contribuir al mejoramiento operacional, económico, técnico, comercial y social de los fabricantes.

- Velar por la preservación y continuidad en el mercado de los distribuidores canal T.A.T.
- Hacer un trabajo en el mercado natural de los distribuidores de canal T.A.T con el fin de fortalecerlos competitivamente y ofrecerles ventajas diferenciadoras en el mercado.
- Mediante el manejo adecuado e innovador de la logística, buscar oportunidades de crecimiento.
- Lograr las condiciones más favorables para el desarrollo del mercado de sus aliados, entorno y de los tenderos dentro de un concepto de responsabilidad social empresarial.
- Mantener una base de datos actualizada de nuestros clientes para determinar diferentes estrategias de penetración de mercados.

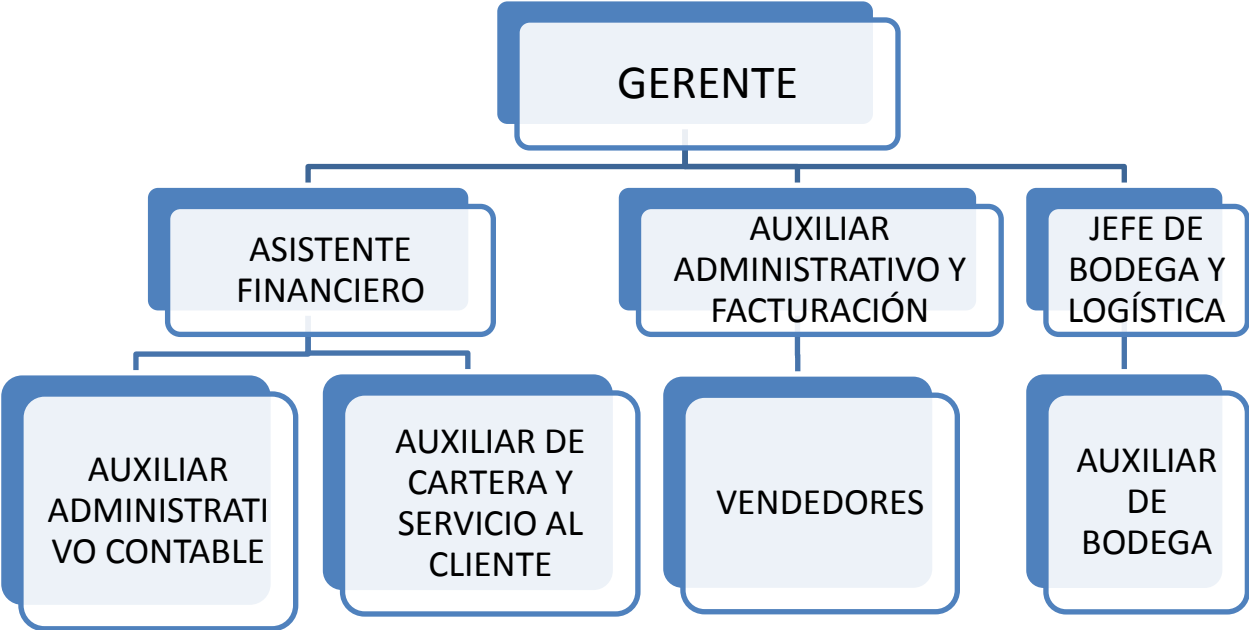
Objetivo Empresarial:

“Fueron establecidos por la empresa de acuerdo al desarrollo del direccionamiento estratégico de la empresa”

Garantizar un nivel de distribución óptimo, para cada uno de los productos, llegando al volumen de ventas que permita tener el equilibrio para las partes.

2.2.5 Organigrama

Grafico 8 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

2.2.6 Características de la Empresa: Estructura empresarial.

- Personal Administrativo:

Tabla 2 Personal Administrativo

CARGO	Nº DE FUNCIONARIOS
Gerente	1
Asistente Financiero	1
Auxiliar Administrativo y Facturación	1
Auxiliar Administrativo y Contable	1
Auxiliar Cartera y Servicio al Cliente	1
Jefe de Bodega y Logística	1
Auxiliar de Bodega	1
Conductores	3
Ayudantes de entrega	3
Total personal	13

Fuente: Elaboración Propia

- Personal de Ventas:

Tabla 3 Personal de Ventas

COBERTURA GEOGRAFICA	Nº DE REPRESENTANTES
Pereira T.A.T	6
Manizales T.A.T	3
Armenia T.A.T	5
Total T.A.T	14
Mayoristas Pereira	1
Mayoristas Manizales	1
Mayoristas Armenia	1
Superetes Pereira	1
Total Vendedores Mayoristas	4
Poblaciones de Risaralda	1
Poblaciones del Quindío	1
Total Vendedores Foráneos	2
Supervisor de ventas T.A.T	1
Total personal ventas	21
TOTAL PERSONAL EMPRESA	34

Fuente: Elaboración Propia

➤ **Canales de ventas**

- Tiendas
- Mayoristas
- Delikatessen
- Fondas
- Panaderías
- Chazas
- Rapitiendas
- Salsamentarías
- Mini mercados
- Misceláneas
- Cafeterías
- Droguerías
- Estanquillos
- Colegios
- Abarroteros (en las poblaciones)

➤ **Casas Comerciales Representadas y marcas de productos**

- IMPORTACION PROPIA (Enlatados marca Indelmar)
- UNIBOL S.A. (Papeles Higiénicos y Servilletas).
- PRODUSA S.A. (línea sanitaria).
- RESPIN S.A (Conservas)
- COEXITO S.A. (Pilas alcalinas y carbón).
- SUPER DE ALIMENTOS S.A. (Dulcería
- INDUSTRIAS LA VICTORIA S.A. (Féculas de Maíz y derivados)
- MARCHEN S.A (Detergentes, Jabones de lavar)
- HENKEN S.A (Desodorantes, Tintes y Shampoo para el cabello)
- DUQUESA (Aceites, Sólidos y Margarinas).

➤ OPERACIÓN COMERCIAL

- Todas las ventas de la empresa se realizan en un sistema de preventa.
- Tiempo de entrega 48 horas.
- Las ventas se realizan el 100% de contado en el canal T.A.T.
- Toda la operación se centraliza en la ciudad de Pereira.
- El cubrimiento de las ciudades en el canal T.A.T se realiza de la siguiente manera.
- El Área está dividida en 6 grandes zonas.
- Cada zona es trabajada un día en la semana.
- Cada zona está dividida en 6 rutas que a su vez es atendida por un vendedor.
- Esto permite que el trabajo se haga en bloque para así tener un mejor cubrimiento de la ciudad y el trabajo de distribución de la empresa sea el ideal.
- Las zonas de Mayoristas se realiza el cubrimiento con una visita semanal
- Las zonas viajeras se visitan Quincenalmente.

2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.3.1 Principales Competidores: Fortalezas y Debilidades. Para analizar el mercado este debe verse de forma global y de este modo establecer cuáles son, tanto las oportunidades, debilidades y fortalezas propias de la compañía; como las de los competidores, con el fin de mejorar las falencias de la empresa y explotar al máximo las debilidades de otras empresas en competición; de esta forma también adoptar ciertas conductas empresariales que podrían ser catalogadas como fortalezas.

Es así como se tomaron seis competidores y se llevo a cabo un análisis detallado de lo que son sus fortalezas y debilidades más importantes con el fin de superponerlas a las de la organización y detectar problemas susceptibles de mejora y con gran valor diferenciador con respecto a estas.

Tabla 4 Principales Competidores Fortalezas y Debilidades

Competencia	Fortaleza	Debilidad
Meals de Colombia S.A.	Liderazgo en programas de educación y alianzas con más de 20 instituciones educativas, acompañándolas en su proceso de gestión y mejoramiento continuo.	Fallos en el sistema de distribución por subcontratación de algunos medios de transporte.
Central Mayorista De Alimentos (Mercasa).	La implementación de programas que permitan convertir todo su desperdicio en abono orgánico y beneficiar así y de manera directa a los cultivadores.	Producen alrededor de 120 toneladas de desperdicios, que eventualmente van a parar a un relleno sanitario.
Carrefour	Poseen una gran infraestructura y un personal altamente capacitado.	Genera altos costos de funcionamiento y es una organización completamente centralizada.
Importadora y Distribuidora Unipric Ltda.	Son filiales de una cadena de supermercados que cuenta con más de 15 puntos de venta. Tienen posibilidades de crecimiento y expansión a largo plazo.	Es una empresa relativamente joven. Su tamaño aún no sobrepasa las transacciones mayores a 6.000 euros. Esto puede significar un problema a nivel patrimonial.
Unilever Andina Colombia	Es una organización descentralizada, con presencia en muchos países. Su portafolio es de los más fuertes del mercado, pues cuenta con marcas muy reconocidas.	Problemas legales, tales como demandas por matanza indebida de ganado y destrucción de la selva tropical en otros países.

Fuente: Elaboración Propia

2.3.2 Bienes o Servicios Sustitutos. Actualmente en el mercado nacional, existe una competencia muy fuerte, especialmente en aquellos productos correspondientes a la canasta familiar. Así mismo, se ve reflejado que la mayoría

de estos productos cuentan con características de calidad que los vuelven sustitutos para el caso de la empresa. Es entonces cuando empieza la carrera por atraer clientes y sobre todo, por mantenerlos.

A continuación, se listan aquellos productos que se consideran directamente relacionados a Coffee Inn por su capacidad de sustitución o reemplazo, que los clientes puede consumir como alternativa:

- Carne de Pollo / Res / Cerdo – en lugar de la sardina
- Salchicha / Chorizo / Hamburguesa – en lugar del atún
- Detergente Líquido – en lugar de en polvo o en barra
- Chocolates – en lugar de bananas o gomas
- Papel Higiénico con Olor – en lugar del papel higiénico sencillo

2.3.3 Producción Nacional y Extranjera

Tabla 5 Producción Nacional

Razón Social	Ciudad	Teléfono	Correo Electrónico
Almacenes Éxito S.A.	Medellín	(4) 3396565	contacto@almacenesexito.com
Mercasa	Pereira	(6) 3205414	mercasa@mercasaph.com
FPC Global Group S.A.	Cali	(2) 5573984	clientes@globalgroup.net
Impocoma Ltda	Armedia	(6) 2414728	Impocoma.ltda@codinet.net.co

Fuente: Elaboración Propia

Estas son algunas de las empresas dedicadas a la importación de productos que representan la competencia más directa. Dada la ubicación geográfica de Coffee Inn y de la posición estratégica en el denominado “Triángulo del Café”, conformado por los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío, se incluyen también empresas que residen en dicha zona, pues las posibilidades de desplazamiento por parte de los clientes y los proveedores son innumerables

Producción Extranjera

Tabla 6 Produccion Extranjera

Razón Social	País	Teléfono	Correo Electrónico
ABM C.A.	Venezuela	0261-7499385	info@distribuidoraabm.com
Feximba S.A.	Ecuador	(593) 02 2907512	contacto@feximba.com
Omega 21 SAc	Perú	51 1 225 8236	omega21@dirperu.com.pe

Fuente:Elaboracion Propia

Estas empresas extranjeras representan una competencia indirecta, pues están ubicados en países fronterizos. Sin embargo, también pueden verse como una posibilidad de negocio, pues mediante contacto con ellos se puede ampliar el mercado y llegar a otros países. Estas empresas (entre medianas y grandes) son líderes en alimentos, enlatados y otros productos. También funcionan como exportadoras - comercializadoras y manejan un nivel de importaciones muy elevado.

2.4 ANÁLISIS DE PRECIOS DEL MERCADO

1. Precio mínimo de venta del producto de la empresa: \$1950 (Gomas Trululú)
2. Precio máximo de venta del producto de la empresa: \$4320 (Detergente)
3. Precios de la competencia:
 - Atún Van Camps: \$2900
 - Sardina de Tomate Van Camps: \$2950
 - Detergente Ariel: \$5380
 - Detergente Barra Fab: \$1240
 - Pasabocas Beso de Negra: \$3730
 - Brownie Arequipe Six Pack: \$6000
 - Papel Higiénico Familia: \$12860

Estos son algunos de los precios manejados por la competencia (Carrefour). Como se puede apreciar, los precios de Coffee Inn son muy competitivos, por eso cuentan con altas probabilidades de crecimiento y expansión.

Sin embargo, también se debe tener en cuenta que los portafolios de productos de dichas empresas cuentan con miles de referencias y los canales de abastecimiento y distribución son completamente sistematizados. Por eso, la idea de Coffee Inn para conseguir y mantener un posicionamiento estratégico es recurrir a aquellos medios tradicionales con el ánimo de conseguir una mayor rotación con altos niveles de venta.

2.5 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO

Para el diseño del canal de distribución, Coffee Inn mezcla dos criterios básicos, como lo es el Criterio Geográfico y el Método de la Carga de Trabajo, dado que el producto producido y comercializado busca satisfacer una necesidad fisiológica como lo es la alimentación. Adicionalmente, dado el número de cuentas, por la segmentación de los clientes y la cantidad de entregas.

Mediante ciertos análisis, se concluye que el método a utilizar para establecer territorios de ventas se basa en el concepto de “ciudad”, ya que se toma una concentración urbana y se utilizan canales que son intermediarios entre la empresa y el consumidor. Se toma como referencia los dos tipos de áreas ciudadanas: la urbanizada, que comprende todas las personas que viven en condiciones urbanas y la metropolitana, debido a que los productos sólo se venderán en Pereira, siendo esta la ciudad con mayor desarrollo económico y social del departamento de Risaralda.

Dentro de los sub - territorios establecidos, se encuentran los siguientes, los cuales, dentro del plan de acción, son los que se pretenden atacar en el año 2008:

Zona A: Comprende de la Calle 12 (Viaducto) hasta la Calle 44 y desde la Avenida del Río hasta la Avenida 30 de Agosto. Esta es considerada la zona principal para desarrollar esta actividad económica, dadas las características de los productos ofrecidos. Cabe anotar que en este sub – territorio se encuentra la mayor concentración de tiendas de barrio, supermercados y minimercados.

Adicionalmente, el target de la organización está constituido por barrios, distribuidos de la siguiente forma:

Zona B: BARRIOS: ALFONSO LÓPEZ, LA REBECA, BERLÍN

Zona C: BARRIOS: GAVIOTAS, BOSTON, CIUDAD JARDIN, PROVIDENCIA, LA LORENA, UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA.

Zona D: BARRIOS: EL POBLADO, SAMARIA, VILLA DEL PRADO, SAN NICOLÁS, NIZA.

Zona E: BARRIOS: MARAYA, EL JARDÍN I Y II, NARANJITO, AVENIDA DE LAS AMÉRICAS.

Zona F: BARRIOS: CORALES, GAMMA, BELMONTE.

Zona G: BARRIO CUBA

Abarcando fundamentalmente las tiendas de barrio y los autoservicios y apoyados en datos suministrados por la Cámara de Comercio de Pereira, el número aproximado de clientes quedaría distribuido de la siguiente manera:

Zona A: 34 clientes, constituidos así: 24 mini mercados
5 supermercados
5 tiendas

Zona B: 25 clientes, todos correspondientes a tiendas.

Zona C: 26 clientes, distribuidos así: 20 tiendas
6 mini mercados

Zona D: 35 clientes, representados así: 20 tiendas
15 mini mercados

Zona E: 18 clientes, constituidos así: 15 tiendas
3 mini mercados

Zona F: 21 clientes, distribuidos así: 12 mini mercados
9 tiendas

Zona G: 35 clientes, constituidos así: 20 tiendas
15 mini mercados

- **ASIGNACIÓN DE RUTAS**

En todas las zonas del territorio (Pereira), se realiza el tipo de ruta “cuadrícula”, con el cual se puede ampliar la frecuencia de las entregas. Adicionalmente, facilita la comunicación entre los vendedores y los consumidores. Coffee Inn busca “barrer” sus territorios, para que de esta manera, nuestros clientes (llámese tienda, mini mercado o supermercado) cuenten con la mejor atención, los mejores precios y la mejor calidad que sólo sus productos pueden ofrecer.

- **ESTRATEGIA PUBLICITARIA COFEE INN E.U.**

El vínculo emocional que la empresa desea establecer con sus consumidores, por medio de la marca, se denomina “Top of Mind”, el cual se eligió porque resulta ser uno de los principales elementos en el proceso de toma de decisiones de compra. Adicionalmente, se considera que el nivel de recordación, y la lealtad a la marca son elementos diferenciadores entre productos competitivos y aquellos que solo sobreviven.

También se sabe que en una economía de transición como la nuestra, existen notables cambios en el comportamiento de los consumidores; esto da como resultado un mayor esfuerzo por parte de las empresas y de los publicistas, que con autenticidad, reflejan el sentir de quienes quieren adquirir productos de excelente calidad.

Teniendo en cuenta los resultados del estudio, sobre la empresa y su mercado, la campaña publicitaria debe resaltar de portafolio de productos, sus atributos de:

- Precios
- Nutrición
- Calidad

De acuerdo a los objetivos publicitarios planteados se utilizó una publicidad intensiva y masiva, reforzando la imagen del producto y a su vez la de la empresa.

Los medios impresos y la radio serán los elementos publicitarios utilizados en dentro de la campaña.

2.5.1 Plan de medios Coffee Inn E.U. Dada la naturaleza de los productos, no es conveniente enfocarse en una estrategia publicitaria muy costosa. Así mismo, se decidió no publicitar en un medio de tal alcance como lo es la televisión, pues los

productos solo se distribuyen a nivel de la ciudad. Una de las ventajas competitivas son los planes publicitarios, estos deben ser agresivos e intensivos si lo que se quiere es el posicionamiento de la marca Coffee Inn. Es por ello que se ha optado por construir un plan de medios que vaya acorde con la etapa del ciclo de vida de los productos, en este caso, como empresa se decidió por la implementación de varios medios impresos (prensa, revistas, catálogos y apoyo exterior) así como por la radio. Se optó que su alcance es justo lo que se necesita para la introducción de la marca, adicionalmente, los costos son aceptables y la flexibilidad en su manejo son de vital importancia para la compañía.

- **Objetivo General:** La meta primordial con este plan de medios consiste en la introducción al mercado regional de todos los productos, los cuales buscan la satisfacción de todos sus consumidores. Buscando que mediante varias estrategias publicitarias, Coffee Inn logre posicionarse como una importadora reconocida y que mediante dichas estrategias, los consumidores identifiquen una imagen corporativa idónea que no se basa tanto en la segmentación del público sino en brindar un producto de altísima calidad.
- **Mercado Objetivo de de Coffee Inn E.U.:** El territorio, como se ha mencionado en varias ocasiones, es la ciudad de Pereira, la cual cuenta con 488.839 habitantes (DANE). Sin embargo y dada la segmentación que se ha realizado y en base al diseño de los subterritorios, se concluyó que el alcance real de los productos será, inicialmente del 30%, teniendo en cuenta que solo se tomó aquellos que tengan la suficiente capacidad adquisitiva como para adquirir uno de los productos importados por Coffee Inn.
- **Continuidad:** Este plan de medios está presupuestado para un período de seis (6) meses, tiempo durante el cual, la campaña desarrollará una pulsación constante y una frecuencia intensiva, para que una vez terminada esta, los

productos pasen de una etapa introductoria a una etapa de crecimiento que garantice la continuidad de la marca.

COSTO POR MILLAR (PRENSA):

Tabla 7 Costo por millar (Prensa)

	La Tarde	El Diario del Otún	El Tiempo
Costo Anuncio	184.000	165.000	210.000
Audiencia	400.000	300.000	450.000
CPM	\$460	\$550	\$467

Fuente: Elaboración Propia

Datos obtenidos: 16 -17-18/03/2009

Lugar: Pereira/Risaralda

Medio: Visita a instalaciones / vía telefónica

Dado que el plan de medios está planeado para seis meses, el descuento en todas las publicaciones es del 70% a partir del tercer mes. El presupuesto total para los seis meses de campaña publicitaria en los periódicos, quedaría de la siguiente manera:

LA TARDE: \$1'435.200

EL DIARIO DEL OTÚN: \$1'287.000

EL TIEMPO: \$1'638.000

- **Plegables y Tarjetería:** Elaborados por la Litografía Bolívar. Para un período de seis meses imprimiremos un total de 10.000 plegables, donde estará representado el portafolio de productos de Coffee Inn, con sus respectivos precios. Además, se imprimirán 5.000 tarjetas de presentación de la empresa, con las cuales, los distribuidores y personal en general, podrán conformar un engranaje de la promoción del producto.

COSTO PLEGABLES: 10.000 x \$400 = \$4'000.000

COSTO TARJETAS: 5.000 x \$200 = \$1'000.000

- **Revista El Acierto:** Es una revista de diaria circulación, que basa principalmente en la publicación de anuncios clasificados sin algún costo. La ubicación de un anuncio de una página completa (20cm. x 22 cm.) tiene un costo de \$50.000. Coffee Inn la implementará 2 veces por semana (sábado y domingo). A partir del cuarto mes se presenta un descuento del 55%, quedando presupuestado de la siguiente manera:

COSTO DE LOS PRIMEROS 4 MESES: \$50.000 x 16 = \$800.000

COSTO DE LOS ÚLTIMOS 2 MESES: \$22.500 x 8 = \$180.000

- **Vallas y Pendones:** La idea es ubicar una valla mediana en las principales tiendas de la ciudad. Para esto, elegimos 20 de las más reconocidas. Cada valla, de aproximadamente un metro por un metro, tiene un costo de \$30.000.

COSTO DE LAS 40 VALLAS (Medianas): \$30.000 x 20 = \$600.000

- **Emisoras Radiales:**

Tabla 8 Emisoras Radiales

CONCEPTO	LA MEGA	RUMBA STEREO	LOS 40 PRINCIPALES
Valor Anuncio (Mes)	\$200.000	\$180.000	\$190.000
Descuento (50%)	\$100.000	\$90.000	\$95.000
Costo Total 6 Meses	\$500.000	\$450.000	\$490.000

Fuente; Elaboración Propia

Datos obtenidos: 16 -17-18/03/2009

Lugar: Pereira/Risaralda

Medio: Visita a instalaciones / vía telefónica

- **Total Costos de la Campaña Publicitaria**

Tabla 9 Total Costos de la Campaña Publicitaria

Prensa:	\$4'360.200
Material Litográfico:	\$6'580.000
Radio:	\$1'440.000
Total:	\$ 12 ' 380.200

Fuente: Elaboración Propia

**2.5.1.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PUBLICITARIAS COFEE INN E.U.
(PERIODO: SEIS MESES)**

Tabla 10 Cronograma de Actividades Publicitarias

SOPORTES POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN:	DECISIONES TIPO DE CAMPAÑA, ALCANCE, FRECUENCIA, IMPACTO Y PASONES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM	OCTUBR	NOVIEM	DICIEMB
PRENSA							
	Continuidad: 2 veces por semana (sábado y domingo)						
LA TARDE	Alcance: 70% del MO por seis meses de campaña Frecuencia: 1 exposición (1 anuncio por día) Impacto: 10 impactos Pulsación: 1 por emisión						
	Continuidad: 2 veces por semana (sábado y domingo)						
EL DIARIO DEL OTÚN	Alcance: 60% del MO por seis meses de campaña Frecuencia: 1 exposición (1 anuncio por día) Impacto: 7 impactos Pulsación: 1 por emisión						
	Continuidad: 2 veces por semana (sábado y domingo)						
EL TIEMPO	Alcance: 80% del MO por seis meses de campaña Frecuencia: 1 exposición (1 anuncio por día) Impacto: 12 impactos Pulsación: 1 por emisión						

LA MEGA	Alcance: 65% del MO por seis meses de campaña Frecuencia: 20 exposiciones Impacto: 15 impactos Pulsación: 2 x programa						
RUMBA ESTÉREO	Continuidad: diaria Alcance: 80% del MO por seis meses de campaña Frecuencia: 25 exposiciones Impacto: 18 impactos Pulsación: 3 x programa						
LOS 40 PRINCIPALES	Continuidad: diaria Alcance: 70% del MO por seis meses de campaña Frecuencia: 20 exposiciones Impacto: 15 impactos Pulsación: 2 x programa						

Fuente: Elaboración Propia

2.6 PLAN DE COMPRAS

2.6.1 Materiales e Insumos

Tabla 11 Materiales e Insumos

Materia Prima	Ciudad	Costo (\$)
Gasolina	Pereira	\$ 7830
Diesel	Pereira	\$ 6500
Líquido de Frenos	Pereira	\$ 4000
Suncho y grapas	Pereira	\$11500/100Und.
Cajas	Pereira	\$200/Und.
Bolsas	Pereira	\$20/Und.
Estibas	Pereira	\$10000

Fuente: Elaboración Propia

2.6.2 Máquinas, Enseres, Equipos, Tecnología

Tabla 12 Máquinas, Enseres, Equipos, Tecnología

Maquinas, Equipos Enseres y Muebles	Proveedores	Ciudad	Costos Unitarios (\$)
4 Computadores marca Dell con monitor pantalla plana de 15,4”.	Dell	Pereira	\$1.808.000
1 Portátil COMPAQ Presario F506LA HP Pavilion	Alkosto	Pereira	\$1.500.000
Sillas para Oficina(7)	Distrioficina	Pereira	\$80.000
Calculadoras de Mesa(2), Financiera(1)	Alkosto HP Victoria	Pereira	\$20.000 \$ 250.000
Camión KIA k2700 2001	Particular	Pereira	\$40.000.000
camión chevrolet npr estaca 1994		Bogotá	\$35.000.000

Fuente: Elaboración Propia

2.7 ASPECTO LEGAL

2.7.1 Tipo de Empresa. Características. Gastos de constitución. El señor Juan Guillermo Salazar Pineda asumiendo el papel de socio constituyente decide en la fecha julio 7 del año 2006 crear la empresa COFFE INN E.U; decide generar esta empresa de tipo unipersonal basándose en el capital que poseía en el momento y dadas las facilidades que se le dan a este tipo de empresas al momento de su constitución y tomando en cuenta que este deseaba empezar una pequeña empresa con el ánimo de posicionarla y expandirla sin mayores inversiones; es de esta manera como mediante la expedición de escritura pública

y registro mercantil en la ciudad de Pereira, nace “COFFE INN E.U.” como iniciativa de negocio, foco de oportunidades y alternativas de progreso para sí mismo y sus familiares al apoyarse en estos para el manejo y administración de la organización, y dando suficientes y claras explicaciones acerca de la finalidad de este negocio, con una enumeración lo más clara posible acerca de las actividades mercantiles que iba a realizar, y de este mismo modo nombrar detenidamente el monto del capital y los bienes aportados especificando su valor.

2.7.2 Aspecto Legal y Responsabilidades. Las empresas unipersonales de que trata el Código de Comercio, se les aplicará el régimen previsto en el Estatuto Tributario para las sociedades de responsabilidad limitada.

La empresa unipersonal deberá declarar los ingresos provenientes de la venta de bienes y la comercialización de estos y los costos y gastos asociados a dichos ingresos sin interesar si el servicio se presta en el exterior o dentro del país.

El impuesto a la renta deberá ser liquidado a la tarifa del 35 por ciento sobre la renta líquida gravable. Podrá descontarse del impuesto a la renta el valor de las retenciones en la fuente que le hayan sido practicadas durante el año gravable

Por los años gravables 2004, 2005 y 2006, la empresa unipersonal deberá pagar una sobretasa equivalente al 10 por ciento del impuesto neto de renta determinado por cada año gravable

De otra parte, la empresa unipersonal será responsable del impuesto a las ventas que se genere por la venta de bienes y su comercialización. Por cada venta que realice, deberá expedir una factura discriminando el valor del impuesto (16 por ciento del valor de la operación).

En la declaración bimestral del impuesto a las ventas, la empresa unipersonal deberá: (I) declarar los impuestos generados; (II) descontar los impuestos pagados en la adquisición de bienes corporales muebles o servicios, o en las importaciones, siempre que las adquisiciones o importaciones constituyan costo o gasto en la liquidación del impuesto a la renta y se destinen a operaciones

gravadas con impuesto a las ventas; y (III) Llevar el monto del impuesto a las ventas que le hubiere sido retenido durante el período gravable, como menor valor del saldo a pagar o mayor valor del saldo a favor.

La empresa unipersonal será contribuyente del impuesto de timbre, siempre que suscriba contratos cuya cuantía supere los 56.684.000 pesos (valor año 2004). El impuesto se causaría la tarifa del 1.5 por ciento sobre la cuantía del contrato. No obstante lo anterior, no se causará el impuesto de timbre si el contratista presenta por escrito una oferta mercantil y el contratante la acepta mediante la emisión de una orden de compra de servicios o de bienes, según el caso.

La empresa unipersonal será sujeto pasivo del impuesto de industria y comercio en Pereira por la venta y comercialización de sus bienes.

El impuesto se deberá liquidar a la tarifa de 9.66 pesos por cada 1.000 pesos del ingreso bruto que obtenga. En la declaración bimestral del impuesto de industria y comercio, la empresa unipersonal deberá declarar los ingresos provenientes de la comercialización y venta de bienes de la canasta familiar y deberá llevar el monto del impuesto que se le hubiere retenido como un abono al pago del impuesto a su cargo.

La presentación de las declaraciones tributarias por impuestos y retenciones del orden nacional y el pago de los respectivos impuestos deberán efectuarse dentro de los plazos y en los lugares que indique el Gobierno Nacional.

La presentación de las declaraciones tributarias por impuestos distritales y el pago de los respectivos impuestos deberán efectuarse dentro de los plazos y en los lugares que indique el Gobierno Distrital.

2.7.3 Estimación del Precio del Producto

Tabla 13 Estimación del Precio del Producto

PRODUCTO	PRESENTACION	PRECIO MAXIMO	PRECIO MINIMO	PRECIO DE LA EMPRESA
Sardina	125gr	\$1670	\$1311	\$890
Papel higiénico	24 unid	\$14620	\$14100	\$12.850
Servilletas	200 unid	\$1530	\$1260	\$936
Toallas higiénicas	10unid	\$1820	\$1467	\$1560
Protectores	15 unid	\$2889	\$2722	\$1920
Pañales	30 unid	\$12556	\$11733	\$8184
Chocolate	10 unid	\$3225	\$2728	\$2587
Café	250gr	\$4689	\$3388	\$2290
Gomas	100 unid	\$6035	\$5420	\$5870
Arveja	600gr	\$5850	\$5850	\$2650
Arveja con zanahoria	300gr	\$1860	\$1790	\$1526
Compota	113gr	\$2100	\$1530	\$1080
Frijoles	580gr	\$3800	\$3600	\$3021
Mentas	50 unid	\$2250	\$2240	\$1900
Chicles	100 unid	\$2150	\$1820	\$1325
Mayonesa	400gr	\$3970	\$3780	\$3529
Mermelada	200gr	\$1790	\$1680	\$1585
Salsa de tomate	400gr	\$4570	\$3850	\$3529
Salsa de ají	400gr	\$2800	\$2600	\$2280
Aceite	1000ml	\$9800	\$7520	\$6537
Margarina	250gr	\$3300	\$2700	\$1328
Betún	30gr	\$2420	\$2324	\$2071
Detergente	2700gr	\$18300	\$16450	\$12340
Azúcar	454gr	\$2820	\$2800	\$2800
Acondicionador	400ml	\$6320	\$6320	\$6110
Palette	178ml	\$7940	\$7500	\$5141
Shampoo	100ml	\$4620	\$4620	\$3271
Aguardiente	2000ml	\$24280	\$23900	\$18497
Limpia vidrios	360gr	\$3050	\$2660	\$1662
Galletas taco	3x1	\$2890	\$2590	\$1540
Refresco	330ml	\$2620	\$2540	\$1660
Avena	1000gr	\$4900	\$4050	\$3480
Gelatina	50gr	\$1050	\$850	\$685
Espagueti	250gr	1780	\$1700	\$1755

Fuente: Elaboración Propia

2.8 CONCLUSIONES DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- Al momento de realizar el estudio sobre el consumidor promedio de la ciudad de Pereira, se descubrió que este se caracteriza por ser receptivo al cambio, notándose una alta sensibilidad en la moda, gustos, sitios de diversión, preferencias, para lo cual los intereses de penetración del mercado son muy favorables.
- A pesar de las situaciones exógenas, a nivel económico, social y político, que nos rodean al ser un país en vía de desarrollo, se confirma que es necesario fomentar el espíritu emprendedor dentro de los estudiantes, ya que estos son llamados a ejercer un liderazgo en el cambio de nuestra sociedad, más aún en el campo de los servicios.
- Para ingresar a un mercado tan competido como es el de alimentos y poder hacer frente a empresas tan poderosas como Carrefour, Éxito y Alkosto, es necesario establecer un plan de acción basado en elementos claves como la calidad y el conocimiento del producto por parte del cliente.
- Un manual de funciones y procedimientos es una herramienta que logra facilitar no solo el conocimiento sino también delimitar el campo de acción de todas las personas dentro de las empresas. No se debe depender de conocimientos empíricos o de memoria para mantener un negocio andando.
- La publicidad es un instrumento vital a la hora de dar a conocer la empresa. El único problema es el nivel de costos. Esto puede evitarse gracias a la frecuencia y al alcance de las campañas. No se necesita un gran despliegue publicitario para transmitir una idea, si esta es lo suficientemente poderosa.

- Las necesidades de bienes e insumos son relativamente pocas a ya que la organización no produce bienes sino que los comercializa; entonces las necesidades principales de insumos serian aquellas que tengan que ver con el parque automotor.
- En la organización están grabados numerosos gastos, producto de la actividad comercial de la empresa, entre los cuales se destaca la importación, los de representación de tipo legal o por manejo de la gestión de los productos que comercializa la empresa.
- Es de relativa importancia para la empresa el manejo que se les da a las compras, y se basa en un plan estructurado de acuerdo a las necesidades de la organización, en dependencia de la gerencia y contabilidad, siendo plasmados en el plan corporativo.
- C.I Coffee Inn cuenta con una capacidad instalada suficiente que el permite cumplir eficientemente con los requerimientos del cliente, realizando de forma eficaz todas las actividades plasmadas en el plan estratégico corporativo.
- La organización es de tipo unipersonal lo cual facilita la realización de trámites y la toma de decisiones al interior de la organización, además de agilizar el flujo de información al gerente y el socio e inversionista.
- La organización cuenta con una gran variedad de precios por debajo de las grandes cadenas de supermercados, además de su excelente calidad, competitividad permite la fidelizacion del cliente, expandiendo así su mercado.

3. ESTUDIO TECNICO Y OPERATIVO

3.1 ANÁLISIS DE NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

3.1.1 Personal Requerido

Tabla 14 Personal Requerido

Cargo	No / Cargo
Gerente	1
Asistente Administrativo y Financiero	1
Auxiliar Administrativo y Contable	1
Auxiliar de Cartera y Servicio al Cliente	1
Auxiliar de Bodega y de Logística	6
Supervisor	1
Vendedor	10

Fuente: Elaboración Propia

3.1.2 Necesidades para el consumo y para el producto/servicio

- **ASEO**

“Estos datos se obtuvieron realizando observaciones y cuando se aplicaron las entrevistas previas a cada uno de los empleados”

Tabla 15 Aseo

Materia Prima	Proveedor	Ciudad	Características Técnicas
Detergente	Proveedor Propio	Pereira	5 litros
Espojas	Proveedor Propio	Pereira	1 Paquete de 4/Udes
Jabón Líquido	Proveedor Propio	Pereira	10 litros
Ambientadores	Proveedor Propio	Pereira	20 pastillas
Limpiones	Proveedor Propio	Pereira	1 Paquete de 4/Udes

Fuente: Elaboración Propia

- **PAPELERIA**

“Estos datos se obtuvieron realizando observaciones y cuando se aplicaron las entrevistas previas a cada uno de los empleados”

Tabla 16 Papelería

Materia Prima	Proveedor	Ciudad	Características Técnicas
Resmas (Papel)	Dispapeles	Pereira	100 hojas tamaño carta(hojas blancas)
Facturas	Dispapeles	Pereira	Talonario de 100.
Rollos de Impresión	Dispapeles	Pereira	Paquetes de 10 rollos. (5 cms)
Borradores	Papelería Mundial	Pereira	10 unidades faber-castell.
Lapiceros	Papelería Mundial	Pereira	Kilométrico retractil.
Marcadores	Papelería Mundial	Pereira	Sharpie por 10 uds.
Resaltadores	Papelería Mundial	Pereira	Pelikan por 10 uds.
Cartuchos	Tintas y Tintas	Pereira	Cartucho para impresora lexmark.

Fuente: Elaboración Propia

3.2 MANUAL DE PROCESOS

MAPA DE PROCESOS



3.2.1 Manuales de Procesos y Procedimientos

Revision:1

Fecha: Mayo

Pagina:1 de 2



PROCESO SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD		
OBJETIVO	RESPONSABLE	PARTICIPAN
Establecer una cultura de trabajo en equipo y mejoramiento continuo permitiendo el desarrollo integral del sistema de gestión de calidad de la empresa	Gerencia	Gerente Responsables de procesos Asistente administrativo
<p>ALCANCE</p> Buscar el normal desarrollo de este sistema al interior de la organización con el ánimo de garantizar que los procesos relacionados con este cumplan los requisitos exigidos por el cliente, y minimicen al máximo sus inconformidades, elevando cada vez más su satisfacción.		
POLÍTICAS DE OPERACIÓN:		
<ul style="list-style-type: none"> • Encaminar todos los esfuerzos de la organización en la mejora de los procesos internos con el fin de cumplir a cabalidad los objetivos establecidos en la misión y visión de la empresa. • Una atención al cliente eficiente y eficaz, mediante la aplicación de herramientas que permitan a esta empresa estar cada vez más comprometida con sus clientes. • Involucrar a los clientes como parte básica del desarrollo de la actividad económica que realiza esta organización. • Mediante la utilización eficiente, efectiva y responsable de los recursos con que cuenta la empresa en pro de la satisfacción de los clientes. • Presentación de informes en los que se plasmen los logros obtenidos, y demás indicadores de gestión en la organización. • Se realizan revisiones programadas con el fin de garantizar que los objetivos y los medios plasmados en el plan estratégico corporativo van de la mano del sistema de gestión de calidad y están actuando de manera conjunta y aumentando la efectividad del sistema. 		



Revision:1

Fecha: Mayo

Pagina:2 de 2

CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTO	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo Jefe de Bodega Jefe de Contabilidad Auxiliar de sistemas 	<ul style="list-style-type: none"> Procedimientos documentados Plan de direccionamiento estratégico. 	<p>Formulación de acciones preventivas correctivas y de mejora.</p> <p>Informe de quejas y reclamos y sugerencias.</p> <p>Informes de Mejora de la satisfacción del cliente.</p> <p>Consolidar información y hacer seguimiento.</p>	<p>Establecer procedimientos documentados que permitan el desarrollo integral del Sistema de Gestión de Calidad de la empresa, de manera que se le pueda dar cumplimiento efectivo a los requerimientos hechos por los clientes, y buscar la permanente satisfacción de estos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Plan estratégico corporativo 	<ul style="list-style-type: none"> Todos los Procesos. Socio(s) gestor 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente
<ul style="list-style-type: none"> Cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Recepción de quejas, reclamos y sugerencias. 			<ul style="list-style-type: none"> Soluciones dadas a los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de los procesos. Clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Líder de cada proceso.
<ul style="list-style-type: none"> Responsable de Procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> Resultados de indicadores de satisfacción/servicio al cliente. 			<ul style="list-style-type: none"> Acciones de tipo preventivo o correctivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Todos los procesos. Gerente. 	<ul style="list-style-type: none"> Los responsables de los procesos.
<ul style="list-style-type: none"> Todos los procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> Resultados del plan de desarrollo y mejora continua del sistema de gestión de calidad según los indicadores de gestión. 			<ul style="list-style-type: none"> Soluciones aplicadas a cada proceso. 	<ul style="list-style-type: none"> Clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo. Líder de cada proceso.
<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Resultados de encuestas de satisfacción del cliente. 			<ul style="list-style-type: none"> Acciones de tipo preventivo y correctivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Todos los Procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Líder de cada proceso.
<ul style="list-style-type: none"> Gerente. 	<ul style="list-style-type: none"> Solicitudes de auditoría. 					
<ul style="list-style-type: none"> Cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Resultados de retroalimentación con el cliente. 					



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PROCESO: Sistema de Gestión de Calidad.

OBJETIVO DEL PROCESO: Establecer procedimientos documentados que permitan el desarrollo integral del sistema de gestión de calidad de la empresa.

DEPENDENCIA: Gerencia.

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
1	Planteamiento del direccionamiento estratégico de la organización, teniendo en cuenta los recursos necesarios para su normal desarrollo y puesto en consideración por parte del socio gestor.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. 	<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico Corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Acta firmada por el socio gestor donde revisa y aprueba. Copia de acta de la reunión y plan estratégico cooperativo a archivo.
2	Control, verificación y vigilancia de los requisitos a cumplir de los productos antes de ser despachados y entregados al cliente de manera que se pueda cumplir con las necesidades, expectativas y satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente y Jefe de Bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas de satisfacción al cliente. Registro Documentado del producto no conforme. 	<ul style="list-style-type: none"> Planilla de consolidado con los resultados proyectados de la tabulación de las encuestas a los clientes. Cartas y solicitudes de clientes. Copia de acta de la reunión y plan estratégico corporativo a archivo
3	Proporcionar los recursos necesarios de personal, tecnología de instalaciones de manera que se garantice el buen funcionamiento de la comercializadora y la satisfacción de las necesidades del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente 	<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico Corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Cartas y solicitudes de los clientes. Documentos de Gestión Empresarial.



Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:2 de 2

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
4	Realizar proyecciones con miras a expandir el mercado, mediante la firma de nuevos contratos y el desarrollo de nuevos proyectos servicios y productos por iniciativa propia u ofrecimiento verbal o por solicitud de empresas.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Vendedores 	<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico Corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Cartas y solicitudes de los clientes.
5	Asumir la responsabilidad y dirección del sistema de gestión de la calidad, y su mejora continua, mediante su participación activa en todos los procesos.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente 	<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico Corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Copia archivo Plan Estratégico Corporativo.
6	Velar por el funcionamiento general de la comercializadora y su permanencia en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente 	<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico Corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Copia Archivo Plan Estratégico Corporativo.
7	Coordinar supervisar la elaboración y presentación, correcta y oportuna de los trámites legales a los que está obligada la comercializadora.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente 	<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico Corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Copia Archivo Plan Estratégico Corporativo.
8	Presentación y realización de trámites legales a los que está obligada la comercializadora.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico Corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Copia Archivo Plan Estratégico Corporativo. Registro de trámites y facturas de todas las actividades legales que realiza la empresa.

Revisó
 Firma:

Aprobó
 Firma:



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROCESO DE COMPRAS DE PEDIDOS Y VIGILANCIA

OBJETIVO	RESPONSABLE	PARTICIPAN
<p>Describir las actividades necesarias para efectuar las compras, de manera que los bienes y servicios adquiridos sean acordes a las necesidades de la organización, cumplan con las características requeridas en el momento, se hagan en las cantidades demandadas, en el lugar conveniente y precios favorables.</p>	<p>Gerente</p>	<p>Gerencia, Asistente Administrativo, Auxiliar Administrativo, Jefe de Bodega, Jefe contabilidad.</p>
<p>ALCANCE Establecer un sistema que asegure que los pedidos adquiridos cumplen con los requerimientos especificados; tomado en cuenta el planteamiento coherente de criterios que permitan una selección adecuada de sub-contratista y proveedores, y un sistema que permita la elaboración de las órdenes de compra; asegurando que los pedidos sean producto de las necesidades reales de la empresa.</p>		

POLÍTICAS DE OPERACIÓN:

- La dependencia gestora se encarga de la verificación de la compra antes de que esta sea integrada a la bodega; sin importar el proveedor o el sistema de contratación utilizado.
- La dependencia responsable del proceso de compras tiene como política, el recomendar a los colaboradores encargados del manejo y gestión de inventarios realizar una adecuada señalización de los pedidos en el momento de ingresarlos al inventario del almacén.
- Mantener actualizado el plan de compras de la empresa, evitando y anticipando posibles desabastecimientos.
- Evaluación constante de los proveedores y proceso actualizado de retroalimentación con estos.
- Los pedidos que no necesiten de almacenaje alguno deben ser entregados directamente a la oficina, dependencia, o persona encargada de dicho pedido.
- Criterios claros y definidos acerca de productos fuera de estándares o disconformes que hagan parte de las compras realizadas.



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Todos los procesos 	<ul style="list-style-type: none"> Estudios de conveniencia y oportunidad en las compras 	Compras Vigilancia del producto comprado	Establecer pautas claras, eficientes y responsables para el análisis de necesidades, estudio de capacidades financieras, estudio de proveedores, toma de pedidos, control de calidad de pedidos realizados, e incorporación y distribución de bienes y servicios recibidos	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de plan de compras Listado Maestro de Proveedores Especificaciones y requerimientos de bienes y servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> Todos los Procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. Jefe de Bodega Gerente
<ul style="list-style-type: none"> Contabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Estudio previo de recursos disponibles en el presupuesto 			<ul style="list-style-type: none"> Observaciones sobre términos de compra y contratación de posibles proveedores 		<ul style="list-style-type: none"> Jefe contabilidad
<ul style="list-style-type: none"> Proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> Ofertas Documentos con especificaciones del producto o servicio 			<ul style="list-style-type: none"> Evaluación y selección de ofertas. Realización y perfeccionamiento de contratos Evaluación de desempeño y análisis de datos históricos de los proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> Plan de compras y suministros. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo. Asistente Contable.
<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico Corporativo 	<ul style="list-style-type: none"> Políticas de Compra. Planilla de compras, especificaciones: (precio, fecha de entrega, cantidad y características de calidad, promociones y descuentos) 			<ul style="list-style-type: none"> Realización de pedidos 		



Revision:1
 Fecha: Mayo
 Pagina:3 de 3

CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTO	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Jefe de bodega 	<ul style="list-style-type: none"> Inspección y verificación de características o requerimientos del producto comprado 	<p>Compras</p> <p>Vigilancia de producto comprado</p>		<ul style="list-style-type: none"> Registro de productos no conformes. Registro de inventarios. Registro de entrada de productos (cantidad, tipo, proveedores, fecha, precio, hora) Formatos de devolución de mercancías. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerencia y Plan de Compras. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo y Facturación. Jefe de bodega
	<ul style="list-style-type: none"> Registro de productos no conformes 			<ul style="list-style-type: none"> Devolución de producto no conforme. 		
<ul style="list-style-type: none"> Todos los procesos 	<ul style="list-style-type: none"> Retroalimentación de los resultados obtenidos. 			<ul style="list-style-type: none"> Informes sobre el cumplimiento de metas, y objetivos del plan de compras, y análisis de indicadores de gestión del proceso de compras 	<ul style="list-style-type: none"> Todos los procesos 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo Jefe de bodega
<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico Corporativo 	<ul style="list-style-type: none"> Informes sobre el cumplimiento de metas, y objetivos del plan de compras 			<ul style="list-style-type: none"> Acciones correctivas, preventivas, planes de mejoramiento de compras. Recomendaciones a los procesos, informes de evaluación y seguimiento del proceso de compras. 		



Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:1 de 2

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PROCESO: Compras de Pedidos y Vigilancia.

OBJETIVO DEL PROCESO: Describir las actividades necesarias para efectuar las compras.

DEPENDENCIA: Gerencia, Asistente Administrativo, Auxiliar Administrativo y de facturación, Auxiliar de Bodega y Logística.

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
1	Identificación de la necesidad de mercancías de los diferentes productos, para determinar los pedidos que se debe realizar a cada proveedor.	<ul style="list-style-type: none"> • Asistente Administrativo. • Jefe de Bodega • Gerente 	<ul style="list-style-type: none"> • Listado Maestro de Proveedores. • Especificaciones para la realización de Pedidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidado de Compras. • Registros de Inventarios.



Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:2 de 2

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
2	Realización de Pedidos	<ul style="list-style-type: none"> Gerente y Jefe de Bodega. Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Listado maestro de proveedores. Planilla de compras, especificaciones: (precio, fecha de entrega, cantidad y características de calidad, promociones y descuentos. 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidado de compras. Registro de inventarios. Factura de Compras.
3	Inspección al producto comprado y verificación de los requisitos de conformidad de este.	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega. Auxiliar de Bodega 	<ul style="list-style-type: none"> Especificaciones para la compra de productos. Control de servicio o producto no conforme. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro de consolidados de productos no conforme. Registro de inventarios. Registro de entrada de productos (cantidad, tipo, proveedores, fecha, precio, hora)
4	Devolución de producto no conforme.	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de bodega 	<ul style="list-style-type: none"> Especificaciones para la compra de productos. 	<ul style="list-style-type: none"> Formato de devolución de mercancías.
5	Ingreso de pedido al sistema de mercancías e inventarios con el fin contar con disponibles de facturación.	<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Aplicativo Maestro. 	<ul style="list-style-type: none"> Listado maestro o consolidado de entrega de mercancías.

Revisó

Firma:

Aprobó

Firma:



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROCESO DE PEDIDOS Y COMERCIALIZACION		
OBJETIVO	RESPONSABLE	PARTICIPAN
<p>Establecer un procedimiento que describa todas las actividades realizadas para prestar un servicio y atención al cliente adecuado, que permita garantizar la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, mediante atención personalizada, oportuna y eficiente; siempre con productos de la más alta calidad; esto con el fin de incrementar la participación en el mercado de la organización.</p>	Gerente	Gerente, Asistente Administrativo, Auxiliar Administrativo, Jefe de Bodega, Jefe contabilidad, Representante de Ventas, Supervisor, Auxiliar de Sistemas.
<p>ALCANCE El proceso va desde el momento que se toma el pedido, y se registra en el sistema, se envía la información, y los requerimientos a las diferentes áreas funcionales de la empresa, hasta la retro alimentación o el servicio post venta.</p>		
POLÍTICAS DE OPERACIÓN:		
<ul style="list-style-type: none"> • Prestar una adecuada y oportuna atención al cliente, cumpliendo con todas las necesidades y características que este requiera. • Realizar visitas a los clientes en horarios oportunos de manera que se preste un excelente servicio y el cliente se sienta satisfecho con la labor realizada por el representante de ventas. • Entregar el producto final en las mejores condiciones de manera que se cumpla con todos los estándares de calidad exigidos por el cliente. • Hacer seguimiento y análisis de todos los pedidos realizados por los clientes. • Es política de pedidos y comercialización, generar en sus colaboradores una preocupación constante por el bienestar de sus clientes, y un marcado interés por encontrar nuevos clientes e incursionar en nuevos mercados. • Análisis minucioso de los pedidos con el fin de evitar al máximo posibles disconformidades, anormalidades o demoras en la toma, despacho o entrega de los pedidos. • Realizar estudios detallados del historial crediticio o de los hábitos de pago que tengan sus clientes, con el fin de facilitar el proceso. 		



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico Corporativo 	<ul style="list-style-type: none"> Directrices y políticas de gestión estratégica de servicio al cliente en la toma de pedidos. 	<p>Eficiente servicio a la hora de realizar la toma de pedidos (tiempo oportuno, buen servicio al cliente, conformidad de las expectativas del producto o servicio que se presta)</p> <p>Toma de pedidos.</p>	<p>Llevar a la organización los requerimientos de bienes y servicios de los clientes de manera que se puedan cumplir sus expectativas en el menor tiempo posible, mediante la obtención de información clara y concisa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Implementación de estrategias y planes de capacitación para Representantes de Ventas. Manual del vendedor. Identificar y establecer estrategias de mercadeo para penetrar a nuevos mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> Representante de Ventas 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo
<ul style="list-style-type: none"> Listado maestro clientes 	<ul style="list-style-type: none"> Tarjeta única por cliente. Historial compras clientes. 			<ul style="list-style-type: none"> Registro programado de visitas a clientes (cronograma de visitas). 		<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo Representante de Ventas.
<ul style="list-style-type: none"> Registro programado de visitas a clientes 	<ul style="list-style-type: none"> Visita a clientes actuales y potenciales 			<ul style="list-style-type: none"> Órdenes de compra 		<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo Representante de Ventas.
<ul style="list-style-type: none"> Cientes 	<ul style="list-style-type: none"> Requerimientos del cliente 			<ul style="list-style-type: none"> Formatos diligenciados con toma de pedidos. Reportes de compra. Consolidado de pedidos por cliente. 		<ul style="list-style-type: none"> Representante de Ventas.



Revision:1
 Fecha: Mayo
 Pagina:3 de 9

CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Representante de Ventas. Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Formatos diligenciados con toma de pedidos. Reportes de compra. Consolidado de pedidos por cliente. 			<ul style="list-style-type: none"> Órdenes de compra Formato de salida de producto en bodega 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega Auxiliar de Bodega 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega
<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega 	<ul style="list-style-type: none"> Descomprimir órdenes de compra. Formatos de salida de producto en bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> PROCESAMIENTO DE PEDIDOS 	<p>Darle un manejo eficiente al procesamiento de los pedidos recibidos de modo que estos lleguen a pasar rápidamente por las dependencias de la empresa y así darle oportuna solución a los requerimientos de los clientes</p>	<ul style="list-style-type: none"> Hojas de ruta y distribución de pedidos 	<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Supervisor.
<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de ventas por vendedores. 			<ul style="list-style-type: none"> Consolidado ventas por vendedor. Informes de venta y análisis del comportamiento de pedidos frente a las visitas. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo Representante de Ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo Supervisor



Revision:1
 Fecha: Mayo
 Pagina:4 de 9

CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo Supervisor 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidado ventas por vendedor. Órdenes de compra Formato de salida de producto en bodega 			<ul style="list-style-type: none"> Generación de consolidado por ruta, donde los pedidos son grabados en el sistema. 		<ul style="list-style-type: none"> Auxiliar de sistemas.
<ul style="list-style-type: none"> Auxiliar de sistemas. 	<ul style="list-style-type: none"> Documentos consolidados de pedidos por ruta/cliente. 			<ul style="list-style-type: none"> Impresión de Facturas. 	<ul style="list-style-type: none"> Auxiliar Contable. Asistente Administrativo. Jefe de Bodega. Supervisor 	<ul style="list-style-type: none"> Supervisor Asistente Administrativo. Auxiliar de Sistemas.
<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidado de facturas. 			<ul style="list-style-type: none"> Consolidados por rutas para el despacho de mercancía. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega. Auxiliares de Bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. Jefe de Bodega.



Revision:1
 Fecha: Mayo
 Pagina:5 de 9

CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. Jefe de Bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha consolidada para el despacho de mercancías donde se especifique cantidad y principales características. 	<ul style="list-style-type: none"> SEPARACION Y ENVÍO DE PEDIDOS 	<p>Para aumentar la eficiencia del sistema y buscando minimizar los tiempos de espera e inconformidades presentadas en los pedidos despachados la organización da gran importancia a la adecuada clasificación embalaje y despacho de los pedidos, para así minimizar tiempos improductivos de la empresa y de sus clientes, y evitar quejas y reclamos que estos pudieran hacer</p>	<ul style="list-style-type: none"> Cargue de mercancías en los vehículos para posterior entrega. 	<ul style="list-style-type: none"> Conductor. Auxiliar de Bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega. Auxiliar de Bodega.



CARACTERIZACION DE PEDIDOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. Jefe de Bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha consolidada para el despacho de mercancías donde se especifique cantidad y principales características. 	<ul style="list-style-type: none"> SEPARACION Y ENVÍO DE PEDIDOS 	<p>Para aumentar la eficiencia del sistema y buscando minimizar los tiempos de espera e inconformidades presentadas en los pedidos despachados la organización da gran importancia a la adecuada clasificación embalaje y despacho de los pedidos, para así minimizar tiempos improductivos de la empresa y de sus clientes, y evitar quejas y reclamos que estos pudieran hacer</p>	<ul style="list-style-type: none"> Cargue de mercancías en los vehículos para posterior entrega. 	<ul style="list-style-type: none"> Conductor. Auxiliar de Bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega. Auxiliar de Bodega.



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega. Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Documento con rutas de entrega a los despachadores de manera que sea óptimo el servicio que se presta. 	<ul style="list-style-type: none"> ENTREGA DE MERCANCIAS 	<p>Optimizar los tiempos de entrega de pedidos, cumpliendo cada uno de los requerimientos, teniendo como meta cero devoluciones por parte de los clientes y que no exista inconformidad con el producto de entrega y así poder esperar el cumplimiento oportuno por parte de los clientes del pago de la mercancía entregada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Entrega de mercancías a los clientes, justo a tiempo y de acuerdo a los requerimientos especificados por cada uno. 	<ul style="list-style-type: none"> Conductor. Auxiliar de Bodega. Entregadores. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega. Auxiliar de Bodega.
<ul style="list-style-type: none"> Auxiliar de Bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Recibo por dinero de la mercancía entregada a los clientes una vez comparada y aceptada la entrega del producto final. 			<ul style="list-style-type: none"> Entrega de dinero o devoluciones a la bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega. Auxiliar de Bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega. Asistente Administrativo. Auxiliar de Bodega.



CARACTERIZACION DE PROCESOS

Revision:1
 Fecha: Mayo
 Pagina:8 de 9

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Entregador. Jefe de Bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Formato diligenciado con anotación de las devoluciones y entregas satisfactorias. 	<ul style="list-style-type: none"> ENTREGA DE MERCANCIAS. 		<ul style="list-style-type: none"> Consolidado directo a archivar con todas las devoluciones, y entregas exitosas. 	<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. Jefe de Bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo.



Revision:1
 Fecha: Mayo
 Pagina:9 de 9

CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrega de dineros y facturas canceladas a la gerencia. 	<ul style="list-style-type: none"> PAGOS 	<ul style="list-style-type: none"> Recaudación del dinero de entrega de mercancías, con el fin de optimizar los recursos financieros de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrega de dineros y facturas al departamento de contabilidad. Cuadre de dineros y facturas canceladas. 	<ul style="list-style-type: none"> Departamento de Contabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Jefe contabilidad.

Revisó

Firma:

Aprobó

Firma:



Revision:1
 Fecha: Mayo
 Pagina:1 de 3

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

- PROCESO:** Pedidos y Comercialización.
- OBJETIVO:** Establecer un procedimiento documentado que describa las actividades necesarias para prestar el servicio y atención al cliente, que permita garantizar la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, mediante atención personalizada y productos de calidad.
- DEPENDENCIA:** Representante de ventas, supervisor, auxiliar administrativo y de facturación, auxiliar de bodega y logística, ayudante de bodega, entregador, conductor, gerencia.
- SUBPROCESO:** Toma de Pedidos
- OBJETIVO DEL SUBPROCESO:** Llevar a la organización los requerimientos de bienes y servicios de los clientes de manera que se puedan cumplir sus expectativas en el menor tiempo posible, mediante la obtención de información clara y concisa.

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
1	Prestación adecuada y oportuna del servicio al cliente, realizando de acuerdo a las necesidades de mercancía que este requiere.	<ul style="list-style-type: none"> Representante de Ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Formato de toma de pedidos. Documento de gestión empresarial. Manual del vendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> Dispositivo Móvil de Captura.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
2	Visita al Cliente	<ul style="list-style-type: none"> Representante de Ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Tarjeta única por el cliente Formato de pedidos Manual del vendedor Registro programado de visitas a clientes. Historial compras clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Dispositivo Móvil de Captura.
3	Ofrecimiento de productos, presentación productos que se encuentran en existencia, definiendo sus características (precio unitario, sistema embalaje, promociones, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> Representante de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro inventario. Manual del vendedor Registro programable de visitas a clientes (cronograma de visitas). 	<ul style="list-style-type: none"> Dispositivo Móvil de Compras
4	Toma de pedidos o reporte de no compra.	<ul style="list-style-type: none"> Representante de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> Talonario toma de pedidos. Cronograma de visitas a clientes. Encuestas de satisfacción cliente (resultados) Manual del vendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> Dispositivo Móvil de Compras



Revisado:1
Fecha: Mayo
Página:3 de 3

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
5	Consolidado de pedidos y de reportes de no compra en tiempo real.	<ul style="list-style-type: none">Representante de ventas.	<ul style="list-style-type: none">Consolidado de pedidos.Reportes de no compra.Talonario de toma de pedidos	<ul style="list-style-type: none">Dispositivo Móvil de Captura.

Revisó

Firma:

Aprobó

Firma:



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

SUBPROCESO: Procesamiento de Pedidos.

OBJETIVO DEL SUBPROCESO: Darle un manejo eficiente al procesamiento de los pedidos recibidos de modo que estos lleguen a pasar rápidamente por las dependencias de la empresa y así darle oportuna solución a los requerimientos de los clientes.

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
1	Descomprimir pedidos e impresión hoja por rutas.	<ul style="list-style-type: none"> Asistente administrativo Representante de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Hoja de rutas. Consolidado de pedidos Aplicativo de gestión empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> Dispositivo Móvil de Captura. Reporte consolidado del aplicativo de gestión empresarial Informe de ventas por vendedores.
2	Análisis de informes de venta. Análisis del comportamiento de pedidos frente a las visitas.	<ul style="list-style-type: none"> Supervisor. 	<ul style="list-style-type: none"> Historial de la ruta Reporte de pedidos por vendedor. Registro de control de pedidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Reporte del aplicativo de gestión empresarial.
3	Entrega de pedidos a sistemas, (consolidados por vendedor y talonarios de pedidos)	<ul style="list-style-type: none"> Supervisor Auxiliar de sistemas. 	<ul style="list-style-type: none"> Talonarios toma de pedidos. Registro de control de pedidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidado talonarios de pedidos. Consolidado ventas por vendedor.



Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:2 de 2

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
4	Generación de consolidado por ruta, donde los pedidos son grabados en el sistema.	<ul style="list-style-type: none"> Auxiliar de sistemas. 	<ul style="list-style-type: none"> Hojas de ruta. Consolidado de talonarios de pedidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Aplicativo de gestión empresarial.
5	Impresión de facturas.	<ul style="list-style-type: none"> Auxiliar de sistemas. 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidado de talonarios de pedidos. Hojas de rutas. 	<ul style="list-style-type: none"> Aplicativo de gestión empresarial. Facturas.
6	Traslado de consolidado y facturas a bodega.	<ul style="list-style-type: none"> Auxiliar de sistemas Jefe de bodega. 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidado por rutas. 	<ul style="list-style-type: none"> Facturas Consolidado de pedidos.

Revisó

Firma:

Aprobó

Firma:



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

SUBPROCESO: Separación y Envío de los Pedidos

OBJETIVO DEL SUBPROCESO: Para aumentar la eficiencia del sistema y buscando minimizar los tiempos de espera e inconformidades presentadas en los pedidos despachados la organización da gran importancia a la adecuada clasificación embalaje y despacho de los pedidos, para así minimizar tiempos improductivos de la empresa y de sus clientes, y evitar quejas y reclamos que estos pudieran hacer

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
1	Separación de mercancías, se procede seleccionar las mercancías para el cargue, teniendo en cuenta las cantidades y presentaciones. En el caso de encontrar agotados se procede a reportarlos a la auxiliar de sistemas para confrontar las fases.	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de bodega • Auxiliar de bodega • Auxiliar sistemas 	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidado de pedidos • Facturas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicativo de gestión empresarial.
2	Cargue de la mercancía a los vehículos, y entrega de las mercancías a él entregador, para su correspondiente despacho.	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de bodega • Auxiliar bodega • Entregador 	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidado de pedidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicativo de gestión empresarial.

Revisó

Aprobó

Firma:

Firma:



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROCESO DE IMPORTACIONES.		
OBJETIVO	RESPONSABLE	PARTICIPAN
<p>Establecer claramente los pasos a realizar al interior de la organización para importar productos del extranjero con el ánimo de comercializarlos en nuestro país, e instaurar patrones concretos para la nacionalización de nuestros productos, en los cuales estén claramente plasmados los convenios o contratos establecidos en el extranjero, procedimientos, tramites y responsabilidades para nacionalizar estos bienes, de manera que esta sea otra herramienta competitiva para la empresa.</p>	<p>Gerente Representante Legal COFFEE INN</p>	<p>Gerente, Asistente Administrativo, Jefe Contabilidad, Representante Legal, Sociedad Certificadora, Exportador, Empresa Transportadora.</p>
<p>ALCANCE</p> <p>Abarcar todos los trámites y procedimientos necesarios para la importación de bienes desde el extranjero, desde el inicio del proceso hasta la nacionalización y ubicación de estos en las instalaciones de la empresa; para facilitar así su comercialización al interior de nuestras fronteras. En sí, se busca coordinar, supervisar y controlar todo el proceso, las actividades y entes que intervienen en este.</p>		
POLÍTICAS DE OPERACIÓN:		
<ul style="list-style-type: none"> • Reducir y simplificar los procesos y documentación necesaria para realizar las importaciones, para así reducir al máximo los tiempos improductivos y los gastos invertidos a este proceso. • Encomendar al Gerente y al Representante Legal de los procesos de importación, y de esa manera facilitar trámites ante las entidades aduaneras. • Dar competencia para la negociación de embarques traídos del extranjero solamente al gerente de la organización. • Inscribir frente a entidades aduaneras al Gerente de la organización y Representante Legal como únicos representantes de la empresa facultados para adelantar trámites por concepto de importación y nacionalización de bienes. • Seleccionar cuidadosamente los proveedores en el extranjero, sociedades certificadoras, y empresas transportadoras ya que cobran vital importancia a lo largo de todo el proceso de importación y nacionalización de los productos. • Delegar ciertas obligaciones y responsabilidades en el proceso de importación al Representante Legal de la empresa, para así minimizar tramites y proporcionarle a este proceso toda la atención y el tiempo necesario. 		



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha con especificaciones y características del producto a importar. 	IMPORTACION	Adoptar de forma eficiente un serie de pasos que permitan a la organización, lograr importar de forma exitosa y evitando sobre costos, demoras, y de acuerdo a los tramites, tributos y procedimientos establecidos por la leyes aduaneras en Colombia,	<ul style="list-style-type: none"> Registro sanitario, autorización e inscripción 	<ul style="list-style-type: none"> INVIMA 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo
	<ul style="list-style-type: none"> Radicado del Número de Identificación Tributaria (NIT) en las Oficinas Regionales o Seccionales del INCOMEX. 			<ul style="list-style-type: none"> Formulario "Registro de Importación - Hoja Principal". Registro de Aprobación de la importación. 	<ul style="list-style-type: none"> INCOMEX 	
	<ul style="list-style-type: none"> Solicitud de carta de crédito giro al Intermediario Financiero 			<ul style="list-style-type: none"> Formato Declaración de Cambio Desprendibles de giro de las divisas 	<ul style="list-style-type: none"> Bancos Intermediario Financiero 	
	<ul style="list-style-type: none"> Ficha con especificaciones y características del producto a importar Contrato con Sociedad Certificadora 			<ul style="list-style-type: none"> Certificado de Inspección expedido por Sociedad Certificadora. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Sociedad Certificadora
<ul style="list-style-type: none"> Sociedad Certificadora Exportador 	<ul style="list-style-type: none"> Certificado de Inspección expedido por Sociedad Certificadora. Desprendibles de giro de las divisas 			<ul style="list-style-type: none"> Formato de Declaración de envío de pedidos. Factura comercial y lista de empaque. 	<ul style="list-style-type: none"> Sociedad Certificadora Exportador 	
<ul style="list-style-type: none"> Empresa Transportadora 	<ul style="list-style-type: none"> Manifiesto de carga 			<ul style="list-style-type: none"> Hoja de ruta. Registro de llegadas y salidas, tiempos de entrega, estado de la carga, fletes y gastos. 	<ul style="list-style-type: none"> Oficina de Administración de Aduanas Gerente Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Empresa Transportadora



Revision:1
 Fecha: Mayo
 Pagina:3 de 3

CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Oficina de Administración de Aduanas 	<ul style="list-style-type: none"> Formatos de nacionalización de mercancías 			<ul style="list-style-type: none"> Declaración Andina de Valor en Aduana. "Declaración de Importación" 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Representante Legal COFFEE INN 	<ul style="list-style-type: none"> Oficina de Administración de Aduanas.
<ul style="list-style-type: none"> Gerente Representante Legal COFFEE INN 	<ul style="list-style-type: none"> Declaración de Importación 			<ul style="list-style-type: none"> Desprendible para pago de tributos aduaneros. Registro de liberación de mercancía. Declaración de Importación con timbre y sello de recibido y autorizado. 	<ul style="list-style-type: none"> Oficina de Administración de Aduanas. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Representante Legal COFFEE INN

Revisó
 Firma:

Aprobó
 Firma:



Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:1 de 3

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PROCESO: Importaciones

OBJETIVO DEL PROCESO: Introducir de manera eficiente y efectiva mercancías procedentes del extranjero, al territorio nacional para permanecer en él indefinidamente y en libre disposición de la organización, cancelando oportunamente los tributos aduaneros del caso, y cumpliendo con el procedimiento legal previsto para tal causa; buscando el beneficio futuro de la empres mediante una distribución y comercialización de un determinado bien.

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
1	Realización de trámites ante la entidad correspondiente del registro sanitario, la autorización o la inscripción.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha con especificaciones y características del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro INVIMA
2	Trámite del Registro o Licencia de Importación.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Radicación de la cédula de ciudadanía o del Número de Identificación Tributaria (NIT) en las Oficinas Regionales o Seccionales del INCOMEX. 	<ul style="list-style-type: none"> formulario "Registro de Importación - Hoja Principal". Radicación del formulario en las Oficinas Regionales o Seccionales del INCOMEX. Registro de Aprobación de la importación por parte del INCOMEX.



Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:1 de 2

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
3	Pago de la importación.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Solicitud de apertura de carta de crédito o de giro al Intermediario Financiero. 	<ul style="list-style-type: none"> Formato Declaración de Cambio Desprendibles de giro de las divisas anticipado o dentro del plazo estipulado.
4	Contratación de Sociedad Certificadora que se encargue de la inspección de la mercancía en el país de despacho.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha con especificaciones y características del producto a importar. 	<ul style="list-style-type: none"> Certificado de Inspección expedido por Sociedad Certificadora.
5	Despacho de la mercancía hacia puerto colombiano, por parte del exportador, luego del visto bueno de la Sociedad Certificadora Contratada, y la aprobación del Gerente de los documentos de importación.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Sociedad Certificadora Exportador 	<ul style="list-style-type: none"> Certificado de Inspección expedido por Sociedad Certificadora. 	<ul style="list-style-type: none"> Formato de Declaración de envío de pedidos. Factura comercial y lista de empaque.
6	Elaboración del Manifiesto de Carga para la verificación de ésta por parte de la Administración de Aduanas, realizado por la empresa transportadora.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Empresa Transportadora 	<ul style="list-style-type: none"> Hoja de ruta. Registro de llegadas y salidas, tiempos de entrega, estado de la carga, fletes y gastos. Certificado de Inspección expedido por Sociedad Certificadora. Ficha con especificaciones y características del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> Manifiesto de Carga
7	Realización de trámites para la Nacionalización de la mercancía.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Representante Legal COFFEE INN 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha con especificaciones y características del producto. Certificado de Inspección expedido por Sociedad Certificadora. 	<ul style="list-style-type: none"> "Declaración Andina de Valor en Aduana". "Declaración de Importación"



Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:1 de 3

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
8	Presentación de la Declaración de Importación en la entidad financiera autorizada para cancelar los tributos aduaneros correspondientes; y en el depósito de Aduana, para que esos sean grabados en el sistema informático de la aduana. También la presentación de los documentos que sustentan la importación con el objetivo de que se deje libre la mercancía y quede a disposición de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente • Representante Legal COFFEE INN 	<ul style="list-style-type: none"> • "Declaración de Importación" 	<ul style="list-style-type: none"> • "Declaración de Importación" con el autoadhesivo que contiene el número de la declaración, timbre y sello de recibido y autorizado. • Certificado de Inspección expedido por Sociedad Certificadora. • Manifiesto de Carga. • Ficha con especificaciones y características del producto.

Revisó

Firma:

Aprobó

Firma:



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROCESO FINANCIERO		
OBJETIVO	RESPONSABLE	PARTICIPAN
<p>Administrar, diseñar, organizar, ejecutar y controlar toda la información de tipo contable de la organización de la manera mas oportuna y eficaz, de manera que esta se convierta en una herramienta fundamental para la toma de decisiones y el desarrollo de planes, estrategias y programas de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente • Auxiliar Administrativo y Contable 	<p>Gerente, Asistente Administrativo, Auxiliar Administrativo y Contable,</p>
<p>ALCANCE</p> <p>Este proceso debe abarcar todas las dependencias de la organización, y debe ser reflejo de la situación de la organización en general; Desde la emisión de estados financieros y realización de informes para las directivas hasta los procesos más sencillos que maneja la empresa en su contabilidad rutinaria, en general todas las operaciones financieras y contables de la organización.</p>		
POLÍTICAS DE OPERACIÓN:		
<ul style="list-style-type: none"> • La realización de pagos de cualquier índole deben ser informados con anticipación a Gerencia, y están sujetos a la previa autorización de Gerente. • Los pagos a proveedores serán realizados previo autorización y en vista del cumplimiento de la totalidad de requisitos. • El control es un proceso anexo a todas las actividades financieras en la empresa con el fin de velar por el cabal cumplimiento de los objetivos propuestos en el plan estratégico corporativo. • Los pagos en efectivo o mediante cheques se realizara siempre mediante la firma del documento que de evidencia de el estado de recibido por parte del beneficiario del mismo. • El área encargada de la gestión financiera de la organización debe procurar la actualización y capacitación constante de sus colaboradores y aplicativos de trabajo, esto con el objetivo de conocer de primera mano los cambios de las normatividades legales vigentes, y de los desarrollos tecnológicos o de conocimientos aplicados a esta área. • Los informes para presentar a las Gerencia deben estar de acuerdo a los plazos de entrega, y estos deben contener toda la información contable recogida durante ese periodo de tiempo. • El área financiera le da particular atención al cumplimiento, diseño y control del presupuesto establecido para el normal funcionamiento de la organización; y es de esa manera como busca el ahorro y la optimización de los recursos financieros de la empresa. • Se encarga de el estudio de posibles necesidades de inversión en la empresa luego de recibir las iniciativas por escrito. 		



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL SUBPROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Todos los procesos 	<ul style="list-style-type: none"> Solicitudes de disponibilidad de recursos a contabilidad. 	FINANCIERO	<p>Realizar un reconocimiento de todo el entorno financiero de la organización, a partir de la información contable recibida, administrada, y controlada, por el área financiera, y así de acuerdo a estos datos generar planes de contingencia frente a posibles fallas, o estudiar posibles proyectos de inversión que se puedan llevar a cabo, siempre en busca de la optimización de los recursos de la empresa, y el mejoramiento continuo de esta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Destinación de Recursos económicos 	<ul style="list-style-type: none"> Todos los procesos 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Auxiliar Administrativo y Contable
<ul style="list-style-type: none"> Plan estratégico corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de planeación de gastos y compromisos legales de la comercializadora 			<ul style="list-style-type: none"> Plan Financiero 		<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Auxiliar Administrativo y Contable Asistente Administrativo
<ul style="list-style-type: none"> Plan financiero. Presupuesto de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Registros históricos de ventas. Registro de trámites y facturas. 			<ul style="list-style-type: none"> Plan de Proyección de ventas 		<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Auxiliar Administrativo y Contable
<ul style="list-style-type: none"> Todos los procesos 	<ul style="list-style-type: none"> Plan financiero. Plan estratégico corporativo 			<ul style="list-style-type: none"> Plan de pagos 	<ul style="list-style-type: none"> Proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Auxiliar Administrativo y Contable
<ul style="list-style-type: none"> Plan financiero 	<ul style="list-style-type: none"> Fecha de pago de nomina Fecha de pago de aportes y parafiscales. 			<ul style="list-style-type: none"> Plan financiero. Pagos grabados en sistema de computo contable 	<ul style="list-style-type: none"> Todos los procesos 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Auxiliar Administrativo y Contable
<ul style="list-style-type: none"> Auxiliar Administrativo y Contable. Asistente administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Asientos contables y registros y registros financieros de la comercializadora. Estados Financieros. Registros de pagos. Obligaciones Financieras(cuentas) 			<ul style="list-style-type: none"> Informes de estado financiero. Estados Financieros. 		<ul style="list-style-type: none"> Auxiliar Administrativo y Contable



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PROCESO: Financiero.

OBJETIVO: Establecer un procedimiento documentado que describa en forma general las actividades necesarias para desarrollar el proceso financiero de COFFEE INN, con el fin de elaborar y organizar toda la información contable de la comercializadora y de los clientes de manera oportuna y eficaz.

DEPENDENCIA: Gerente, Asistente Administrativo, Asesoría Contable, Auxiliar Contable, Auxiliar de caja.

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
1	Planeación de los gastos y compromisos legales de la comercializadora.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente 	<ul style="list-style-type: none"> Plan estratégico corporativo. Registro de trámites de facturas 	<ul style="list-style-type: none"> Plan Financiero.
2	Asignación de los recursos para actividades de tipo legal y gastos de funcionamiento de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente 	<ul style="list-style-type: none"> Plan estratégico corporativo. Registro de trámites y facturas. 	<ul style="list-style-type: none"> Plan financiero.
3	Proyección de ventas, se realiza basándose en registros históricos de ventas, de manera que se garantice el pago a los proveedores y el pago de las responsabilidades legales e impuestos de la comercializadora.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente 	<ul style="list-style-type: none"> Registros históricos de ventas. Registro de trámites y facturas. 	<ul style="list-style-type: none"> Plan financiero y presupuesto de ventas.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:2 de 3

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
4	Realización de pagos de cualquier índole, previa autorización de la gerencia quien destinara los recursos monetarios para efectuarlos	<ul style="list-style-type: none"> Gerente 	<ul style="list-style-type: none"> Plan estratégico corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Comprobante de ingresos. Plan Financiero.
5	Administración de la nomina.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Auxiliar contable 	<ul style="list-style-type: none"> Plan estratégico corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Plan financiero.
6	Realizar los asientos contables y registros financieros de la comercializadora.	<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo Auxiliar Contable 	<ul style="list-style-type: none"> Estados Financieros. Recibos egresos- ingresos. Caja y consignaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Plan financiero. Sistema de cómputo.



Manual de Procedimientos

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
7	Control de pago a proveedores, gastos y pagos realizados. También seguimiento constante al pago puntual de los compromisos legales y obligaciones financieras de la comercializadora.	<ul style="list-style-type: none">Gerente	<ul style="list-style-type: none">Estados FinancierosRecibos egresos- ingresos	<ul style="list-style-type: none">Plan financieroSistema de cómputo contable.

Revisó

Aprobó

Firma:

Firma:



Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:1 de 1

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PROCESO: Financiero

PROCEDIMIENTO: Pagos.

OBJETIVO DEL SUBPROCESO: Recaudación del dinero de entrega de mercancías, con el fin de optimizar los recursos financieros de la organización.

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
1	Entrega de dineros a la gerencia, al terminar el cuadro de los vehículos el jefe de bodega entrega el total de dinero a la gerencia, junto con las facturas canceladas.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente • Jefe de bodega 	<ul style="list-style-type: none"> • Facturas 	<ul style="list-style-type: none"> • Facturas • Recibo de cajas

Revisó

Aprobó

Firma:

Firma:



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROCESO SELECCIÓN DE PERSONAL.		
OBJETIVO	RESPONSABLE	PARTICIPAN
<p>Establecer en la empresa una gestión más eficaz por parte de la gerencia donde se forman unas políticas que se constituyen con la finalidad de seleccionar el recurso humano, de una manera justa, formal, transparente, y donde los colaboradores que se requieran para esta labor cumplan con los requisitos y características que se adecuen al puesto.</p>	Gerente	Gerente, Asistente Administrativo.
<p>ALCANCE El proceso va desde que se genera una vacante en algún puesto dentro de la organización, se pasa un informe al gerente del personal solicitando los requerimientos y las necesidades que este debe tener, de manera que se haga una previa convocatoria, donde se procede a entregar una orden con la solicitud de empleo de los aspirantes y sus previas aspiraciones al cargo que desean ocupar, y más tarde se realizan las entrevistas a cada uno con las respectivas fichas técnicas y test de personalidad y de esta manera se realiza la selección del personal.</p>		
POLÍTICAS DE OPERACIÓN:		
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad de programar y coordinar el proceso operativo de selección del personal. • El personal a ser contratado deberá presentar los exámenes de selección indicados por la dirección. • Responsabilidad para evaluar los exámenes psicológicos de los candidatos propuestos. • Recibir todos los documentos por parte de los aspirantes, revisarlos, evaluarlos, y aprobarlos para hacer la respectiva selección. 		



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL PROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Departamento que solicite la vacante. 	<ul style="list-style-type: none"> Solicitud de necesidades y requerimientos de la vacante solicitada. 	<p>Análisis y descripción del puesto de trabajo a cubrir.</p> <p>Reclutamiento.</p> <p>Preselección.</p> <p>Selección.</p>	<p>Encontrar aspirantes que sean idóneos y reúnan todas las capacidades y requisitos que se necesitan para cada cargo de forma que se llegue a satisfacer completamente los requerimientos exigidos por cada perfil de cada cargo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Autorización para abrir convocatoria. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Responsable por el departamento.
<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Responsable por el departamento. Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Fichas con requerimiento del puesto. 			<ul style="list-style-type: none"> Formatos diligenciados de fichas con requerimientos de la vacante, previamente analizados. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Asistente Administrativo. 	
<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrega de formato de solicitud de empleo para conocer aspiraciones del aspirante. 			<ul style="list-style-type: none"> Formato diligenciado por el aspirante. 	<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. Responsable por departamento. Gerente. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente.
<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Responsable por el departamento. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista previa a los candidatos seleccionados. 			<ul style="list-style-type: none"> Análisis de los datos y calificación previa a la entrevista. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Responsable por el departamento. 	
<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Registros tabulados de la entrevista previa. 					<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de las técnicas más adecuadas de acuerdo a la vacante existente.



CARACTERIZACION DE PROCESO

PROVEEDORES	ENTRADAS	SUBPROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL PROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro con aprobación de recursos y tiempos de realización para la puesta en marcha el proceso de selección 	Evaluación del candidato. Informe con los posibles seleccionados		<ul style="list-style-type: none"> Realización de entrevistas y aplicación de técnica elegida para la selección del personal idóneo para la vacante; 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Responsable por el departamento. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Responsable por el departamento.
<ul style="list-style-type: none"> Responsable por el departamento. Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro con el resultado de las pruebas de los test realizados. 			<ul style="list-style-type: none"> Selección del personal preliminar consignado por las pruebas aplicadas. 		
<ul style="list-style-type: none"> Aspirante a la vacante. 	<ul style="list-style-type: none"> Documentos con referencias (personales y académicas) 			<ul style="list-style-type: none"> Análisis de los documentos entregados. Formulario de solicitud de empleo. 		
	<ul style="list-style-type: none"> Formatos diligenciados por el aspirante a la vacante. 			<ul style="list-style-type: none"> Selección preliminar de aspirantes a los cargos vacantes. 		



CARACTERIZACION DE PROCESOS

PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCESOS	OBJETIVO DEL SUBPROCESO	SALIDAS	CLIENTES	RESPONSABLE DEL PROCESO
<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Responsable por el departamento. 	<ul style="list-style-type: none"> Registros con los análisis evaluados por el jefe inmediato. 			<ul style="list-style-type: none"> Selección final de aspirantes a los cargos vacantes 	<ul style="list-style-type: none"> 	
<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Responsable por el departamento. 	<ul style="list-style-type: none"> Acta con el resultado de los aspirantes elegidos. 			<ul style="list-style-type: none"> Contratación. 	<ul style="list-style-type: none"> Aspirantes a la vacante. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Responsable por el departamento. Asistente Administrativo.
<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. Responsable por el departamento. 	<ul style="list-style-type: none"> Registros de inducciones y capacitaciones realizadas para nuevos colaboradores 			<ul style="list-style-type: none"> Proceso de inducción para nuevos empleados 		<ul style="list-style-type: none"> Responsable por el departamento. Empleado que antes ocupaba este cargo.

Revisó
 Firma:

Aprobó
 Firma:



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PROCESO: Selección de Personal

OBJETIVO: Se busca encontrar aspirantes que sean idóneos y reúnan todas las capacidades y requisitos que se necesitan para cada cargo de forma que se llegue a satisfacer completamente los requerimientos exigidos por cada perfil de cada cargo.

DEPENDENCIA: Gerente, Asistente Administrativo.

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
1	Definir necesidades y requerimientos de personal en determinadas áreas de la organización a partir de desvinculaciones o retiros voluntarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente. • Jefe Contable. • Jefe de Bodega. • Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memorando de requisición de personal. • Formato de Requisición de personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitudes de vinculación de nuevo personal. • Memorando de recibido y aprobado de solicitud de la vinculación.
2	Análisis de vacantes	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente. • Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de requerimientos del puesto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formatos diligenciados de fichas con requerimientos de la vacante.



Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:2 de 6

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
3	Realización y análisis de fichas con requerimientos con datos históricos sobre los cargos, funciones, experiencia, eventos o resultados e información general tomada de cada uno de los cargos existentes en la organización.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Hojas de vida de los colaboradores que se desempeñaron anteriormente en la vacante. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro histórico de eventos relacionados con cada cargo.
4	Entrega de formato de solicitud de empleo a los aspirantes con el fin de conocer los datos generales del aspirante, el sueldo que aspira, trabajos anteriores, dirección, entre otros más.	<ul style="list-style-type: none"> Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Formato de solicitud de empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> Formatos diligenciados por el aspirante a la vacante.
5	Realización de entrevistas previas a los aspirantes.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Matriz de calificación de entrevista previa. 	<ul style="list-style-type: none"> Registros con resultados tabulados de la entrevista previa.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
6	Elección de las técnicas de selección más adecuada de acuerdo a la vacante existente, de manera que estas nos puedan dar mejores luces acerca del desempeño futuro del aspirante.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente. • Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Test psicométricos. • Test de personalidad • Técnicas de simulación. • Pruebas de conocimiento y capacidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memorando, con aprobación de recursos y tiempos de realización para puesta en marcha de proceso de selección de personal.
7	Realización de entrevistas y aplicación de técnica elegida para la selección del personal idóneo para la vacante; en esta etapa se buscara el acompañamiento de un profesional que posea mayor competencia en esta área.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente. • Profesional o especialista 	<ul style="list-style-type: none"> • Test psicométricos. • Test de personalidad • Técnicas de simulación. • Pruebas de conocimiento y capacidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha individual de selección que proporciona el resultado de los test realizados.



Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:4 de 6

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
8	Análisis de referencias (personales y académicas) y pasado laboral de los aspirantes	<ul style="list-style-type: none"> • Asistente administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formatos de solicitud de empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formatos diligenciados por el aspirante a la vacante y resultados obtenidos de la comprobación de la información.
9	Selección preliminar de aspirantes a los cargos vacantes.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente. • Jefe Contable. • Jefe de Bodega. • (sea el caso) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha individual de selección que proporciona el resultado de los test realizados. • Registros con resultados tabulados de la entrevista previa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expedientes individuales con los resultados obtenidos por el análisis del jefe inmediato de cada vacante.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
10	Selección final de aspirantes a los cargos vacantes	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Jefe de departamento (según sea el caso) 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha individual de selección que proporciona el resultado de los test realizados. Registros con resultados tabulados de la entrevista previa. Expedientes individuales con los resultados obtenidos por el análisis del jefe inmediato de cada vacante. 	<ul style="list-style-type: none"> Memorando con los resultados que arroje las reunión, y los aspirantes que fueron elegidos. Expedientes con la información pormenorizada de los aspirantes escogidos y sus resultados obtenidos a lo largo de todo el proceso de selección.
11	Contratación	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Asistente administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha de requerimientos del puesto. Expedientes con la información pormenorizada de los aspirantes escogidos y sus resultados obtenidos a lo largo de todo el proceso de selección. 	<ul style="list-style-type: none"> Contrato de vinculación al trabajo para nuevos empleados.



Revisado:1
 Fecha: Mayo
 Página:6 de 6

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍTEM	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTACIÓN APLICABLE	REGISTROS
12	Realización de exámenes médicos nuevos empleados con el fin de determinar la elegibilidad del empleado para seguro de vida de grupo, de salud y de invalidez.	<ul style="list-style-type: none"> Asistente administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Contrato de vinculación al trabajo para nuevos empleados 	<ul style="list-style-type: none"> Resultados de exámenes médicos, con copia a expedientes de cada empleado
13	Control del proceso de selección.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente. Jefe de Bodega y Logística Asistente Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Relaciones de desempeño de nuevos empleados o análisis de resultados obtenidos a partir de actividades realizadas por empleados en periodo de prueba. 	<ul style="list-style-type: none"> Registros de evaluaciones periódicas que se le hacen al nuevo empleado.
14	Realización de proceso de inducción para nuevos empleados	<ul style="list-style-type: none"> Asistente administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Plan estratégico corporativo 	<ul style="list-style-type: none"> Registros de inducciones y capacitaciones realizadas para nuevos colaboradores.


Aprobó

Revisó

Firma:

Firma:

3.2.2 Manual de Funciones

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	12/05/09
		Versión:	1
		Página:	1 de 5
	GERENTE Y REPRESENTANTE LEGAL	Vigente a partir de:	Mayo

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

1. **DENOMINACIÓN DEL CARGO:** GERENTE Y REPRESENTANTE LEGAL
2. **ÁREA:** Directiva
3. **CARGO AL CUAL REPORTA:** Junta Directiva
4. **CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN:** Todos los cargos
5. **NÚMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA:** 0

II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1. OBJETIVO

Ejecución de labores de dirección general, formulación de políticas institucionales y adaptación de planes, programas, proyectos, control en la administración y gestión de C.I Coffee Inn, primera autoridad ejecutiva. Depende del socio Gestor. Debe dirigir y controlar las actividades administrativas y operativas, suscribir los actos administrativos y contratos; evaluar y controlar el funcionamiento general de la comercializadora y orientar el desarrollo de las demás funciones conforme a las disposiciones legales, estatutarias reglamentarias.

2. FUNCIONES DEL CARGO

1. Realizar la gestión necesaria para lograr el desarrollo de la Empresa, de acuerdo con los planes y programas establecidos, teniendo en cuenta los perfiles que hay dentro de la organización, las características del entorno y las condiciones internas de la empresa.
2. Velar por la utilización eficiente de los recursos, técnicos, financieros y talento humano de la entidad y por el cumplimiento de metas y programas aprobados por la Junta Directiva.
3. Liderar y velar por el cabal cumplimiento del proceso administrativo en cada uno de los niveles de administración y operación de la comercializadora.
4. Ejercer supervisión y control sobre las unidades administrativas, operativas y de ventas sobre los programas y proyectos de la comercializadora.
5. Dirigir el funcionamiento general de la comercializadora y presentar al respecto los informes requeridos de la junta de socios.
6. Dirigir la Empresa, manteniendo la unidad de procedimientos e intereses en torno a la misión y objetivos.

7. Cumplir y hacer cumplir las normas legales, estatutarias y reglamentarias vigentes y ejecutar las decisiones tomadas por la junta de socios.
8. Velar por el cumplimiento de las leyes y reglamentos que rigen la Empresa.
9. Presentar a la junta de socios el proyecto de presupuesto de rentas y gastos de la comercializadora ejecutarlo una vez sea expedido por dicho ente.
10. Suscribir los contratos y convenios y expedir los actos que sean necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la comercializadora, acogiéndose a las disposiciones legales vigentes.
11. Velar por la preservación y acrecentamiento del patrimonio material, y económico de la comercializadora.
12. Promover la adaptación y adopción de las normas técnicas y modelos orientados a mejorar la calidad y eficiencia en la prestación de los servicios.
13. Promover la adaptación y adopción de las normas técnicas y modelos orientados a mejorar la calidad y eficiencia en la prestación de los servicios.
14. Establecer, desarrollar y liderar permanentemente el sistema de control interno ajustándolo a las características de la institución y de su entorno.
15. Nombrar, designar y remover el personal de la comercializadora con arreglo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, excepto el contador y el revisor Fiscal.
16. Designar delegados o representantes de la comercializadora ante las instituciones con las cuales ella tenga relaciones.
17. Liderar la puesta en marcha de un sistema de información que soporte la gestión de la Empresa en sus procesos técnicos y administrativos.
18. Aplicar las sanciones disciplinarias que le corresponden por ley o por reglamento.
19. Expedir los manuales de funciones, requisitos y procedimientos administrativos.
20. Revisión de trámites oficiales, y control de costos.
21. Nombrar y remover los funcionarios bajo su dependencia, de acuerdo con las normas que rigen para las diferentes categorías de empleos.

<p>22. Desarrollar objetivos, estrategias y actividades conducentes a mejorar las condiciones laborales, el clima organizacional, la salud ocupacional y el nivel de capacitación y entrenamiento, y en especial ejecutar un proceso de educación continua para todos los funcionarios de la Entidad.</p> <p>23. Dirigir y fomentar las relaciones comerciales nacionales e internacionales de la comercializadora.</p> <p>24. Las demás que le correspondan conforme al código de comercio, las leyes y a los estatutos de la comercializadora.</p>
--

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página 3 de 3
GERENTE		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional en el área administrativa, mercadeo y financiero. 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Dos (2) años en el manejo gerencial y administrativo o en cargos similares. 	
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Poseer un título universitario (Ingeniería industrial, administración de empresas, tecnología industrial o carreras afines). • Tener reconocida trayectoria en mercadeo y ventas. • Estar en ejercicio de los derechos civiles y políticos. • Tener conocimiento y manejo adecuado acerca de políticas gubernamentales, en lo que se refiere al desarrollo económico, comercio laboral y financiero. • Conocimiento de los distintos canales que existen para la distribución regional como nacional. 	


CONOCIMIENTOS BASICOS Y ESCENCIALES (APTITUDES Y ACTITUDES)	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de las normas y procesos técnicos, y administrativos y financieros de la comercializadora. • Persona altamente comprometida con el logro de los objetivos, esta debe ser una persona leal, discreta y honesta. • Habilidades para resolver problemas y tomar decisiones. • Habilidades para planear, programar, coordinar, controlar y evaluar su trabajo. • Conocimientos amplios en contabilidad y estadística. • Conocimientos suficientes en software para el procesamiento de textos, realización de hojas de cálculo y presentaciones; de igual manera conocimiento en el uso de software administrativo y contable. • Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal. • Habilidades para trabajar en equipo. • Actitudes y comportamiento de servicio, compañerismo, colaboración, tacto, tolerancia y flexibilidad aprendizaje, compromiso con la institución, adaptación a la dinámica y los cambios internos del área y de la comercializadora. • Conocimientos básicos en archivo y correspondencia. • Habilidades en digitación.
--	---

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
GERENTE		4 de 5
IV. RESPONSABILIDADES		
POR INFORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el manejo de la información operacional y administrativa y financiera de la comercializadora. • Alta por el acceso que debido a la naturaleza de su cargo tiene hacia información altamente confidencial e importante. 	

POR ARCHIVOS Y REGISTROS	<ul style="list-style-type: none"> Normal por los informes que le son presentados por el personal de la comercializadora y en los cuales se plasma la realidad de la empresa.
POR BIENES	<ul style="list-style-type: none"> Alta por el control y responsabilidad que tiene sobre los activos fijos de la comercializadora.
POR DINERO	<ul style="list-style-type: none"> Alta por tener firma autorizada en bancos, y ser responsable de las decisiones que se toman con respecto al uso, administración y distribución de los dineros que ingresan a la comercializadora.
OTRAS	<ul style="list-style-type: none"> El gerente es una de las personas con más responsabilidades dentro de la organización por su permanente relación con los clientes, proveedores, gremios y demás entidades, es indispensable tener buenas relaciones humanas, un amplio conocimiento de la empresa y de todos los sistemas que en esta operan, es por ende el representante de la imagen de la empresa en cualquier lugar donde se encuentre. Se encarga de ejercer supervisión y control sobre todo el personal administrativo y operativo que afecte en la calidad de los productos y servicios que ofrece la empresa.

V. ENTORNO DEL CARGO		
1. RELACIONES DEL CARGO CON EL EXTERIOR DE LA EMPRESA		
CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Asociados	Solución de inconvenientes	Periódicamente
Gerentes de empresas asociadas y no asociadas	Negociaciones y convenios	Diariamente
2. RELACIONES DEL CARGO CON EL INTERIOR DE LA EMPRESA		
CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Con todos los cargos de la comercializadora	Revisión del cumplimiento de la misión, las metas y los objetivos	Diariamente
Junta directiva y socio gestor	Responder por el adecuado manejo administrativo, financiero, comercial y operativo de la comercializadora.	Periódicamente

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
----------------	---------------	---------------

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	12/05/09
		Versión:	1
		Página:	1 de 5
	ASISTENTE FINANCIERO	Vigente a partir de:	Mayo

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: ASISTENTE FINANCIERO 2. ÁREA: Administrativa 3. CARGO AL CUAL REPORTA: Gerente 4. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Auxiliar de cartera y servicio al cliente / Auxiliar administrativo contable 5. NÚMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0

II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. OBJETIVO <p>Asistir a la Gerencia en tareas administrativas, financieras y contables, como también colaborar en la empresa, con el propósito de optimizar la gestión financiera de la comercializadora. Se responsabilizará tanto de la parte operativa, como del análisis e implementación de procesos y procedimientos en el área financiera.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 2. FUNCIONES DEL CARGO <ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar y asegurar la correcta ejecución de los cierres contables 2. Registro de los libros contables sistematizados a través de Excel u otro programa. 3. Contabilización de pagos de clientes y a proveedores. 4. Conciliaciones bancarias y gestión de tareas de Tesorería. 5. Suministrar la información de archivo a las diferentes aéreas o personas debidamente autorizadas, llevando el control cuando estos documentos salgan del archivo, mediante el Formato de Entrega. 6. Mantener actualizado el control de estos formatos a fin de garantizar un adecuado flujo de los documentos. 7. Recibir los valores correspondientes a las ventas realizadas de contado.

8. Recibir los valores correspondientes a los recaudos hechos por los transportadores y los vendedores sobre las ventas a credito.
9. Recibir los reportes de las devoluciones realizadas.
10. Realizar, el cuadro de caja correspondiente.
11. Recibir, grabar y procesar los recibos provisionales de caja.
12. Recibir y procesar las notas de crédito.
13. Elaborar y recibir las consignaciones diarias.
14. Realizar los pagos previstos en efectivo, con previa aprobación del gerente
15. Desembolsar los préstamos autorizados a los colaboradores de la empresa, con previa aprobación del gerente.
16. Cuando la función le sea asignada, debe llevar el control de la caja menor, el fondo renovable y avances de dinero.

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página 3 de 5
ASISTENTE FINANCIERO		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachillerato en cualquier en modalidad. 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Un (1) año en cargos similares. 	
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Acreditar acciones de capacitación básica en sistemas de información automatizados (software de oficina, procesador de texto, hojas de cálculo) y otros relacionados con su trabajo, por un mínimo de ochenta horas. 	


CONOCIMIENTOS BASICOS Y ESCENCIALES (APTITUDES Y ACTITUDES)	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa y creatividad. • Habilidades para programar, organizar, controlar y evaluar su trabajo. • Habilidades para trabajar en equipo. • Habilidades en relaciones humanas y relaciones públicas. • Actitudes y comportamiento de servicio, compañerismo, colaboración, tacto, tolerancia, flexibilidad, aprendizaje, compromiso con la institución y el área, adaptación a la dinámica y a los cambios internos del área y de la comercializadora. • Habilidades en digitación. • Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal.
--	---

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
ASISTENTE FINANCIERO		4 de 5
III. RESPONSABILIDADES		
POR INFORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el manejo de la información operacional y administrativa y financiera de la comercializadora. • Alta por el acceso que debido a la naturaleza de su cargo tiene hacia información altamente confidencial e importante. 	
POR ARCHIVOS Y REGISTROS	<ul style="list-style-type: none"> • Normal por los informes que le son presentados por el personal de la comercializadora y en los cuales se plasma la realidad de la empresa. 	
POR BIENES	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el control y responsabilidad que tiene sobre los activos fijos de la comercializadora. 	
POR DINERO	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por tener firma autorizada en bancos, y ser responsable de las decisiones que se toman con respecto al uso, administración y distribución de los dineros que ingresan a la comercializadora. 	
OTRAS	<ul style="list-style-type: none"> • El gerente es una de las personas con más responsabilidades dentro de la organización por su permanente relación con los clientes, proveedores, gremios y demás entidades, es indispensable tener buenas relaciones humanas, un amplio conocimiento de la empresa y de todos los sistemas que en esta operan, es por ende el representante de la imagen de la empresa en cualquier lugar donde se encuentre. 	

	<ul style="list-style-type: none"> Se encarga de ejercer supervisión y control sobre todo el personal administrativo y operativo que afecte en la calidad de los productos y servicios que ofrece la empresa.
--	--

V. ENTORNO DEL CARGO		
1. RELACIONES DEL CARGO CON EL EXTERIOR DE LA EMPRESA		
CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Clientes	Solución de inconvenientes, contabilización y actualización de pagos.	Diariamente
Entidades Bancarias	Negociaciones, pagos, conciliaciones y convenios.	Diariamente
2. RELACIONES DEL CARGO CON EL INTERIOR DE LA EMPRESA		
CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Gerente	Entrega, análisis y revisión de consolidados de ventas, tesorería y cartera; notas de crédito, consignaciones bancarias, devoluciones, pagos en efectivo, desembolsos por concepto de préstamos a los colaboradores y cierres contables.	Diariamente
Fuerza de ventas	Revisar estado de cartera, ventas a crédito y de contado; realizar ajustes correspondientes.	Periódicamente
Con todos los cargos de la comercializadora	Para realizar desembolsos de préstamos en efectivo.	Periódicamente

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
----------------	---------------	---------------

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	12/05/09
		Versión:	1
		Página:	1 de 5
	AUXILIAR ADMINISTRATIVO CONTABLE	Vigente a partir de:	Mayo

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: ASISTENTE ADMINISTRATIVO CONTABLE 2. ÁREA: Administrativa 3. CARGO AL CUAL REPORTA: Gerente / Asistente Financiero 4. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Todos los cargos 5. NÚMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0

II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO
1. OBJETIVO
<p>Realizar actividades de apoyo administrativo con el objeto de facilitar la emisión de comunicación e información requerida por la Gerencia, presentar apoyo en las actividades administrativas, contables, financieras y operativas que se desarrollan en las distintas áreas de la comercializadora.</p>
2. FUNCIONES DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar y asegurar la correcta ejecución de los cierres contables 2. Registro de los libros contables sistematizados a través de Excel u otro programa. 3. Contabilización de pagos de clientes y a proveedores. 4. Conciliaciones bancarias y gestión de tareas de Tesorería. 5. Suministrar la información de archivo a las diferentes aéreas o personas debidamente autorizadas, llevando el control cuando estos documentos salgan del archivo, mediante el Formato de Entrega. 6. Mantener actualizado el control de estos formatos a fin de garantizar un adecuado flujo de los documentos. 7. Recibir los valores correspondientes a las ventas realizadas de contado.

8. Recibir los valores correspondientes a los recaudos hechos por los transportadores y los vendedores sobre las ventas a crédito.
9. Recibir los reportes de las devoluciones realizadas.
10. Realizar, el cuadro de caja correspondiente.
11. Recibir, grabar y procesar los recibos provisionales de caja.
12. Recibir y procesar las notas de crédito.
13. Elaborar y recibir las consignaciones diarias.
14. Realizar los pagos previstos en efectivo, con previa aprobación del gerente
15. Desembolsar los préstamos autorizados a los colaboradores de la empresa, con previa aprobación del gerente.
16. Cuando la función le sea asignada, debe llevar el control de la caja menor, el fondo renovable y avances de dinero.

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página 3 de 6
AUXILIAR ADMINISTRATIVO CONTABLE		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachillerato en cualquier modalidad. 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Un (1) año en cargos similares. 	
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Acreditar acciones de capacitación básica en sistemas de información automatizados (software de oficina, procesador de texto, hojas de cálculo) y otros relacionados con su trabajo, por un mínimo de ochenta horas. 	


CONOCIMIENTOS BASICOS Y ESCENCIALES (APTITUDES Y ACTITUDES)	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa y creatividad. • Habilidades para programar, organizar, controlar y evaluar su trabajo. • Habilidades para trabajar en equipo. • Habilidades en relaciones humanas y relaciones públicas. • Actitudes y comportamiento de servicio, compañerismo, colaboración, tacto, tolerancia, flexibilidad, aprendizaje, compromiso con la institución y el área, adaptación a la dinámica y a los cambios internos del área y de la comercializadora. • Habilidades en digitación. • Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal.
--	---

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
AUXILIAR ADMINISTRATIVO CONTABLE		4 de 5
IV. RESPONSABILIDADES		
POR INFORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el manejo de la información producto de registros de los libros contables, facturaciones, tesorería y conciliaciones con los bancos. • Alta por el acceso que debido a la naturaleza de su cargo tiene hacia información altamente confidencial e importante como estadísticas, bases de datos y estados de cartera y contables. 	
POR ARCHIVOS Y REGISTROS	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el registro de recaudos en el software contable de la empresa. • Alta por manejo, actualización, control de archivo y envío de estos documentos a las diferentes áreas o personas de la organización. • Alta por los informes que le son presentados por la fuerza de ventas y los transportadores de la comercializadora. • Alta por realización, análisis y almacenaje de los registros de reportes de devoluciones, ventas a crédito y a contado. 	
POR BIENES	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el control y responsabilidad que tiene sobre los activos fijos bajo su supervisión. 	
POR DINERO	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por recibir valores correspondientes a recaudos o títulos valores por ventas. 	
OTRAS	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar asesoramiento y soporte a la gerencia en temas administrativo/contables. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar trámites en diferentes entidades bancarias. • Colaborar en la atención de clientes (internos y externos) y proveedores. • El auxiliar contable deberá realizar de manera sistemática libros de contabilidad e informes que permitan al auxiliar administrativo llevar un manejo adecuado de sus activos.
--	---

V. ENTORNO DEL CARGO		
1. RELACIONES DEL CARGO CON EL EXTERIOR DE LA EMPRESA		
CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Clientes	Solución de inconvenientes, contabilización y actualización de pagos.	Diariamente
Entidades Bancarias	Negociaciones, pagos, conciliaciones y convenios.	Diariamente
2. RELACIONES DEL CARGO CON EL INTERIOR DE LA EMPRESA		
CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Gerente	Entrega, análisis y revisión de consolidados de ventas, tesorería y cartera; notas de crédito, consignaciones bancarias, devoluciones, pagos en efectivo, desembolsos por concepto de préstamos a los colaboradores y cierres contables.	Diariamente
Fuerza de ventas	Revisar estado de cartera, ventas a crédito y de contado; realizar ajustes correspondientes.	Periódicamente
Con todos los cargos de la comercializadora	Para realizar desembolsos de préstamos en efectivo.	Periódicamente

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
----------------	---------------	---------------

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	12/05/09
		Versión:	0
		Página:	1 de 5
	AUXILIAR DE CARTERA Y SERVICIO AL CLIENTE	Vigente a partir de:	Mayo

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: AUXILIAR DE CARTERA Y SERVICIO AL CLIENTE 2. ÁREA: Administrativa 3. CARGO AL CUAL REPORTA: Gerente / Asistente financiero 4. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Ninguno 5. NÚMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0

II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. OBJETIVO <p>Generar la información financiera requerida por los usuarios internos y externos de la comercializadora, Ampliar las funciones administrativas, de cartera, y facturación con respecto a la atención al cliente. Dirección de correspondencia, registro de archivo y gestiones administrativas de carácter secretarial que propician el buen funcionamiento de la dependencia.</p> 2. FUNCIONES DEL CARGO <ol style="list-style-type: none"> 1. Reportar las moras de cartera a los vendedores, con copia a la gerencia. 2. Realizar semanalmente el reporte de la rotación de cartera a gerencia. 3. Recibir los valores correspondientes a los recaudos hechos por la fuerza de venta y los transportadores, comparando los valores con los saldos existentes y los recibos provisionales. 4. Revisar en forma semanal y en compañía de los colaboradores de ventas, el estado de cartera, realizando los ajustes correspondientes, que servirán de insumo en la expedición de las notas crédito. 5. Mantener actualizadas las estadísticas, bases de datos, y estados de cartera. 6. Registros de gastos, manejo de cartera, elaboración de reportes, facturación, y conciliaciones bancarias. 7. Resolver los pedidos que soliciten ser grabados en el aplicativo correspondiente.

8. Recibir, entregar y radicar la correspondencia que entra o llega a la comercializadora.
9. Atender al público en general, personal y telefónicamente, suministrando la información requerida y recibiendo los mensajes respectivos, entregando o recibiendo la información o documentos solicitados y hacer los trámites administrativos que ello demande.
10. Imprimir los consolidados correspondientes.
11. Colaborar con el gerente en la programación y ejecución de las actividades de la comercializadora.
12. Gestión de cobranza telefónica.
13. Transcribir correspondencia, actas, circulares, contratos, informes, documentos en general y toda aquella documentación que requiera digitación.
14. Preparar respuesta de correspondencia de rutina. Incluye redactar cartas y documentos de la comercializadora, según sea requerido.
15. Llevar registro de citas y reuniones a las cuales debe asistir la gerencia e informar día y hora de cumplimiento y ocurrencia; y cancelar las que le sean ordenadas.
16. Elaborar los pedidos de elementos requeridos para el normal funcionamiento de la oficina.
17. Prestar su colaboración en el reemplazo durante la ausencia de otros auxiliares.

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página 3 de 5
AUXILIAR DE CARTERA Y SERVICIO AL CLIENTE		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachillerato en cualquier en modalidad. 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Un (1) años en cargos similares. 	


<p style="text-align: center;">REQUISITOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tener reconocida trayectoria en mercadeo y ventas. • Acreditar acciones de capacitación básica en sistemas de información automatizados (software de oficina, procesador de texto, hoja electrónica) y otros relacionados con su trabajo, por un mínimo de ochenta horas. • Acreditar acciones de capacitación en servicio al cliente.
<p style="text-align: center;">CONOCIMIENTOS BASICOS Y ESCENCIALES (APTITUDES Y ACTITUDES)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa y creatividad. • Habilidades para programar, organizar, controlar y evaluar su trabajo. • Habilidades para trabajar en equipo. • Habilidades de atención al público. • Actitudes y comportamiento de servicio, compañerismo, colaboración, tacto, tolerancia, flexibilidad, aprendizaje, compromiso con la institución y el área, adaptación a la dinámica y a los cambios internos del área y de la comercializadora. • Conocimientos y habilidades en organización y logística de eventos. • Habilidades en digitación. • Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal. • Destrezas en atención al público. • Habilidades para planear, programar, coordinar, controlar y evaluar su trabajo.

<p style="text-align: center;">ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO</p>		<p style="text-align: center;">Página</p>
<p style="text-align: center;">AUXILIAR DE CARTERA Y SERVICIO AL CLIENTE</p>		<p style="text-align: center;">4 de 5</p>
<p style="text-align: center;">IV. RESPONSABILIDADES</p>		
<p style="text-align: center;">POR INFORMACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el manejo de la información producto de registros de gastos, cartera, facturaciones y conciliaciones con los bancos. • Alta por el acceso que debido a la naturaleza de su cargo tiene hacia información altamente confidencial e importante como estadísticas, bases de datos y estados de cartera. 	

POR ARCHIVOS Y REGISTROS	<ul style="list-style-type: none"> Alta por la captura de recaudos en la plataforma de la entidad bancaria, y sus respectivos registros consolidados. Alta por el registro de recaudos en el software contable de la empresa. Alta por la emisión de solicitudes, tablas de amortizaciones, estados de cuentas, listados de documentos de pago pendientes. Alta por los informes que le son presentados por la fuerza de ventas y los transportadores de la comercializadora. Alta por registros de los listados de los deudores.
POR BIENES	<ul style="list-style-type: none"> Alta por el control y responsabilidad que tiene sobre los activos fijos bajo su supervisión.
POR DINERO	<ul style="list-style-type: none"> Alta por recibir valores correspondientes a recaudos o títulos valores por ventas.
OTRAS	<ul style="list-style-type: none"> Encargarse de ejercer supervisión y control sobre todo el personal que conforma la fuerza de ventas de modo que no se vea en ningún momento comprometida la calidad o la satisfacción del cliente.

V. ENTORNO DEL CARGO		
1. RELACIONES DEL CARGO CON EL EXTERIOR DE LA EMPRESA		
CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Cientes	Solución de inconvenientes, cobranzas, toma de pedidos o quejas y reclamos.	Diariamente
Gerentes de empresas asociadas y no asociadas	Negociaciones y convenios	Diariamente
2. RELACIONES DEL CARGO CON EL INTERIOR DE LA EMPRESA		
CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Gerente	Entrega, análisis y revisión de consolidados de ventas y cartera; correspondencia, actas, circulares, contratos e informes, registro de citas o reuniones a las que deba asistir el gerente.	Diariamente
Fuerza de ventas	Revisar estado de cartera, y realizar ajustes correspondientes.	Periódicamente

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
----------------	---------------	---------------

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	25/08/03
		Versión:	1
		Página:	1 de 5
	AUXILIAR ADMINISTRATIVO Y FACTURACION	Vigente a partir de:	Mayo

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: AUXILIAR ADMINISTRATIVO Y FACTURACION 2. ÁREA: Administrativa 3. CARGO AL CUAL REPORTA: Gerente 4. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Vendedores 5. NÚMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0

II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. OBJETIVO <p>Ampliar las funciones administrativas, de cartera y facturación en lo referente a la atención al público Elaboración de presupuestos, gestión y seguimiento de pedidos; facturación; compras a proveedores, bases de datos y email; comunicaciones con clientes y proveedores, manejo de correspondencia, control de archivo y aquellos trámites administrativos de carácter secretarial que propicien el buen funcionamiento de la empresa.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 2. FUNCIONES DEL CARGO <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar los registros digitales de las operaciones recibidas en el área de ventas. 2. Adelantar las gestiones necesarias para garantizar la provisión de insumos, muestras y apoyos necesarios para el funcionamiento adecuado del equipo de ventas; incluye participar en las gestiones de cotización y compra cuando sea requerido. 3. Realizar el control de entrada de facturas de proveedores y clientes. 4. Controlar el cumplimiento de las zonas de ventas del personal a su cargo. 5. Revisar en las zonas de trabajo el cumplimiento de la programación, haciendo el seguimiento necesario. 6. Verificar la calidad del trabajo realizado por el personal a cargo, haciendo los correctivos necesarios en los pedidos antes de su entrega a facturación.

7. Imprimir el consolidado correspondiente.
8. Imprimir el rango de las facturas del vendedor
9. Elaboración de facturas.
10. Llevar registros y estadísticas de los desempeños de la fuerza de ventas.
11. Realizar capacitaciones pertinentes al portafolio de productos.
12. Consultar y mantener disponible el registro actualizado de la información, procesos y procedimientos a su cargo.
13. Suministrar la información de archivo a las diferentes áreas o personas debidamente autorizadas, llevando el control cuando estos documentos salgan del archivo, mediante el formato de entrega.
14. Organizar la información, alimentar la base de datos y participar de su sistematización.
15. Mantener actualizadas las estadísticas, bases de datos, las tareas, las actividades, y procesos específicos relacionados con el cargo.
16. Procesar los pedidos que requieran ser garbados en el aplicativo correspondiente.
17. Codificar todos los documentos, organizarlos y archivarlos, según el sistema establecido.
18. Mantener actualizado el control de estos formatos a fin de garantizar un adecuado flujo de los documentos.
19. Archivar los diferentes documentos e información que se tramitan en la dependencia.
20. Reportar las novedades del personal al jefe inmediato.
21. Informar oportunamente sobre necesidades de mantenimiento y/o reparaciones o sobre insumos requeridos para la adecuada prestación del servicio.
22. Guardar en los sitios asignados las carpetas y demás documentos utilizados.
23. Recibir los documentos que llegan a la dependencia para su trámite.

24. Analizar solicitudes de permisos del personal a cargo y concederlos según criterios o normas establecidas por la comercializadora.

25. Colaborar en labores de digitación cuando sea requerido.

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página 3 de 5
AUXILIAR ADMINISTRATIVO Y FACTURACION		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachillerato en cualquier modalidad. 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Un (1) año en cargos similares. 	
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Acreditar acciones de capacitación básica en sistemas de información automatizados (software de oficina, procesador de texto, hojas de cálculo) y otros relacionados con su trabajo, por un mínimo de ochenta horas. • Acreditar acciones de capacitación en servicio al cliente. 	
CONOCIMIENTOS BASICOS Y ESCENCIALES (APTITUDES Y ACTITUDES)	<ul style="list-style-type: none"> • Decisión y creatividad • Destrezas para proyectar, establecer, controlar y valorar su trabajo. • Conocimientos y destrezas en organización de eventos. • Habilidades para trabajar en equipo. • Destrezas en relaciones humanas, y relaciones públicas. • Destrezas en atención al público. • Cualidades y comportamientos de servicio, compañerismo, colaboración, tacto, tolerancia, flexibilidad, aprendizaje, compromiso con la institución y el área, adaptación a la dinámica y a los cambios internos del área y de la comercializadora. • Destrezas en digitación. • Prácticas para comunicarse en forma escrita y verbal. 	

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
AUXILIAR ADMINISTRATIVO Y FACTURACION		4 de 5
IV. RESPONSABILIDADES		
POR INFORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el manejo de la información producto de los registros y las estadísticas consolidadas de acuerdo al desempeño del equipo de ventas. • Alta por el acceso que debido a la naturaleza de su cargo tiene hacia información altamente confidencial e importante como estadísticas, bases de datos de clientes y facturaciones. 	
POR ARCHIVOS Y REGISTROS	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el registro digital de las operaciones realizadas en el área de ventas de la comercializadora. • Alta por manejo, codificación, actualización, control de archivo y envío de estos documentos a las diferentes áreas o personas de la organización de acuerdo al sistema establecido. • Alta por manejo de informes consolidados de ventas y facturaciones. • Alta por realización, análisis y almacenaje de los registros de facturaciones por clientes, y rangos de facturas por vendedores. 	
POR BIENES	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el control y responsabilidad que tiene sobre los activos fijos bajo su supervisión. 	
POR DINERO	<ul style="list-style-type: none"> • Baja al no recibir dineros ni títulos valores. 	
OTRAS	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar trámites administrativos relacionados con el área. • Atender consultas sobre Facturación de clientes. • Colaborar en la atención de clientes (internos y externos) y proveedores. 	

V. ENTORNO DEL CARGO


1. RELACIONES DEL CARGO CON EL EXTERIOR DE LA EMPRESA

CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Clientes	Solución de inconvenientes y analizar conceptos a facturar.	Diariamente
Proveedores	Negociaciones y gestiones de cotización y compra de insumos.	Periódicamente

2. RELACIONES DEL CARGO CON EL INTERIOR DE LA EMPRESA

CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Gerente	Entrega, análisis y revisión de consolidados de ventas, devoluciones, novedades, correo y email, capacitaciones programadas, y entrega de consolidados en donde se establezca: pedidos, cliente, zona, valor, y vendedor.	Diariamente
Fuerza de ventas	Revisar niveles de ventas y facturación; cumplimiento, programación y análisis de las zonas de trabajo, estudio de desempeño y permisos; de acuerdo a esto realizar ajustes correspondientes.	Diariamente
Con todos los cargos de la comercializadora	Para adelantar procesos administrativos, y de archivo; según sea el caso.	Periódicamente

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
----------------	---------------	---------------

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	12/05/09
		Versión:	1
		Página:	1 de 5
	VENDEDOR	Vigente a partir de:	Mayo

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: VENDEDOR 2. ÁREA: Administrativa 3. CARGO AL CUAL REPORTA: Auxiliar Administrativo y Facturación 4. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Ninguno 5. NÚMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 17

II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. OBJETIVO <p style="text-align: center;">Coordinar y atender todas las actividades relacionadas con la comercialización de los productos de la empresa en el mercado, con el fin de fidelizar la clientela existente y buscar nuevos clientes que ayuden a aumentar el nivel de las ventas, de modo que se mantengan los ingresos y se genere una mayor rentabilidad para la organización.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 2. FUNCIONES DEL CARGO <ol style="list-style-type: none"> 1. Vender los productos de la empresa en el orden de prioridades establecidas por la organización. 2. Dar a conocer los productos comercializados por la organización a los clientes, informando oportuna y detalladamente sus características, precios y disponibilidad. 3. Prestar atención a las opiniones de los compradores y brindar un servicio eficiente de atención al cliente. 4. Brindar adecuada y oportuna información a los clientes sobre promociones y descuentos en las mercancías ofrecidas por la empresa, novedades sobre precios y condiciones de compra, y cambios significativos en la empresa. 5. Realizar oportunamente las visitas pautadas con los clientes (activos y/o potenciales).

6. Mantener a los clientes informados sobre posibles demoras de entrega y cualquier otro tipo de cambio significativo en las operaciones de compra y venta de productos.
7. Establecer las posibles necesidades de material promocional o soporte técnico en su zona de ventas, e informarlas por escrito, con cantidad, tipo de evento y costo de la operación.
8. Realizar y presentar oportunamente informes consolidados de consumos por cliente en su zona.
9. Llevar un control adecuado de los formularios y procedimientos necesarios para formalizar y registrar las operaciones de venta.
10. Elaborar informes periódicos sobre novedades de la competencia en su zona.
11. Realizar informes periódicos sobre quejas, reclamos y novedades de sus clientes.
12. Apoyar y capacitar al cliente con demostraciones de los productos y su utilización.
13. Actuar como instructor de otros vendedores cuando la organización así lo requiera.


ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
VENDEDOR		3 de 5
III. REQUISITOS DEL CARGO		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachillerato en cualquier en modalidad. 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Un (1) año en cargos similares. 	
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Acreditar acciones de capacitación básica en sistemas de información automatizados (software de oficina, procesador de texto, hojas de calculo) y otros relacionados con su trabajo, por un mínimo de ochenta horas. • Acreditar acciones de capacitación básica en mercadeo y servicio al cliente. 	

CONOCIMIENTOS BASICOS Y ESCENCIALES (APTITUDES Y ACTITUDES)	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa y creatividad • Habilidades para trabajar en equipo. • Habilidades en relaciones humanas y relaciones públicas. • Habilidades de atención al público. • actitudes y comportamientos de servicio, compañerismo, colaboración, tacto, tolerancia, flexibilidad, aprendizaje, compromiso con la institución y el área, adaptación a la dinámica y a los cambios internos del área y de la comercializadora. • Habilidades en digitación. • Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal. • Habilidad de negociación muy desarrollada. • Proactivo y emprendedor.
--	--

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
VENDEDOR		4 de 5
IV. RESPONSABILIDADES		
POR INFORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el manejo de la información producto de los registros y las estadísticas consolidadas niveles de consumo de clientes. • Alta por el acceso que debido a la naturaleza de su cargo tiene hacia información importante como estadísticas, bases de datos de clientes y facturaciones, tiempos de entrega, demoras, promociones, descuentos, condiciones de compra y posibles cambios de precio en las mercancías. 	
POR ARCHIVOS Y REGISTROS	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el registro digital de las operaciones realizadas en el área de ventas de la comercializadora. • Alta por manejo, codificación, actualización, control de documentos, facturación y envío de estos a la organización de acuerdo al sistema establecido. • Alta por manejo de informes consolidados de ventas y facturaciones. • Media al prepara informes con pronósticos de ventas en función de su área asignada. 	
POR BIENES	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el control y responsabilidad que tiene sobre los activos fijos bajo su supervisión. 	
POR DINERO	<ul style="list-style-type: none"> • Baja al no recibir dineros ni títulos valores. 	

OTRAS	<ul style="list-style-type: none"> • Respetar los itinerarios de visitas a los clientes previamente trazados en su zona. • Realizar tareas que estimulen el cobro de la cartera en función de cumplir con las metas fijadas por la empresa. • Asistir de manera puntual a las reuniones de trabajo a que fuera convocado. • Presentarse puntualmente a las charlas o cursos de capacitación a los que fuera convocado por la organización. • Dar un uso adecuado a la información recopilada en el transcurso de su trabajo. • Colaborar en la atención de clientes (internos y externos) y proveedores.
--------------	--

V. ENTORNO DEL CARGO		
1. RELACIONES DEL CARGO CON EL EXTERIOR DE LA EMPRESA		
CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Clientes	Solución de inconvenientes y analizar conceptos a facturar, tiempos de entrega, precios, promociones, condiciones de compra y posibles cambios en los precios.	Diariamente
2. RELACIONES DEL CARGO CON EL INTERIOR DE LA EMPRESA		
CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Auxiliar administrativo y facturación	Revisar niveles de ventas y facturación; cumplimiento de la programación y análisis de las zonas de trabajo; Estudio y revisión de consolidados de ventas, devoluciones y novedades.	Diariamente
Con todos los cargos de la comercializadora	Para adelantar procesos administrativos, y de archivo; según sea el caso.	Periódicamente
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	12/05/09
		Versión:	1
		Página:	1 de 5
	JEFE DE BODEGA Y LOGISTICA	Vigente a partir de:	Mayo

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: JEFE DE BODEGA Y LOGISTICA 2. ÁREA: Administrativa 3. CARGO AL CUAL REPORTA: Gerente 4. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Auxiliar de bodega 5. NÚMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 0

II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. OBJETIVO <p style="text-align: center;">Coordinar y controlar todas las acciones y operaciones en la bodega de la empresa, Hacer seguimiento diario de recepciones y despachos de productos y órdenes de compra, Visualizar y monitorear stock que mantienen los contratistas en sus bodegas.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 2. FUNCIONES DEL CARGO <ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar y ejecutar las políticas de manejo (entrada y salida) de mercancías en la bodega con el fin de llevar un control de los inventarios de los mismos. 2. Recibir, revisar e ingresar al sistema las mercancías que han sido devueltas por los clientes, tanto no recibidas como por averías. 3. Adoptar mecanismos eficientes para la conservación de los inventarios para evitar deterioro o pérdida de los mismos. 4. Controlar la elaboración de los documentos que sirven de base para la incorporación contable de las compras para organizar el archivo financiero de la institución. 5. Velar por la entrega oportuna y adecuada de las mercancías que estén facturadas a los clientes con el fin de evitar contratiempos en el desarrollo de las labores cotidianas.

6. Verificar que los cargues estén de acuerdo con las facturas y con el consolidado con el fin de llevar control sobre salidas de mercancías de la bodega.
7. Incluye recoger y entregar las mercancías o bienes adquiridos, verificando el cumplimiento de las características de especificación en la requisición o la orden de compra
8. Controlar que las mercancías que ingresen a la bodega cumplan especificaciones de calidad y cantidad en la orden de compra.
9. Elaborar en el primer mes de cada año el inventario de mercancías, en el que se contraste físico contra documental y realizando los ajustes correspondientes.
10. Coordinar con los entregadores el cargue correspondiente a cada despacho.
11. Realizar seguimiento y acompañamiento al ayudante de bodega, reportando cualquier irregularidad a la gerencia.
12. Las entradas de almacén son organizadas y clasificadas de acuerdo a su tamaño, peso y cantidad.
13. Realizar en forma periódica la verificación de los inventarios individuales, reportando a gerencia las inconsistencias entre lo físico y lo documental, dejando registro de artículos agotados y dañados.
14. Los documentos de entrada y salida de mercancías son clasificados y archivados diariamente.
15. Realizar informe mensual de las entradas, salidas y stop, con su respectiva valorización y entregarla a la gerencia administrativa y financiera
16. Controlar el ingreso y la salida del personal de bodega, repuestos, equipos, entre otros, que se efectúen por medio de la puerta de la empresa.
17. Controlar el préstamo, reposición y revisión de estado de la herramienta de mantenimiento
18. Archivar los diferentes documentos e información que se tramitan en la dependencia.

<p>19. Controlar el inventario, la reposición y el estado de la herramienta de las rutas.</p> <p>20. Controlar y almacenar adecuadamente los equipos propiedad del cliente manteniendo al día el inventario.</p> <p>21. Suministrar la información de archivo a las diferentes áreas o personas debidamente autorizadas, llevando el control cuando estos documentos salgan del archivo, mediante el formato de entrega.</p> <p>22. Mantener actualizado el control de estos formatos a fin de garantizar un adecuado flujo de documentos.</p> <p>23. Guardar en los sitios asignados las carpetas y demás documentos utilizados durante el día.</p> <p>24. Colaborar en labores de digitación cuando sea requerido en las actividades del archivo</p> <p>25. Conservar los archivos según los procedimientos.</p>
--

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
AUXILIAR DE BODEGA		3 de 6
III. REQUISITOS DEL CARGO		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Bachillerato en cualquier en modalidad. 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> Un (1) año en cargos similares. 	
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> Acreditar acciones de capacitación básica en técnicas de inventario y otros relacionados con su trabajo. 	
CONOCIMIENTOS BASICOS Y ESCENCIALES (APTITUDES Y ACTITUDES)	<ul style="list-style-type: none"> Iniciativa y creatividad Habilidades para trabajar en equipo. Habilidades en relaciones humanas y relaciones públicas. Habilidades de atención al público. Actitudes y comportamientos de servicio, compañerismo, colaboración, tacto, tolerancia, flexibilidad, aprendizaje, compromiso con la organización y el área, adaptación a la dinámica y a los cambios internos del área y de la comercializadora. Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal. 	

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página 4 de 6
JEFE DE BODEGA Y LOGISTICA		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachillerato en cualquier en modalidad. 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Un (1) año en cargos similares. 	
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Acreditar acciones de capacitación básica en sistemas de información automatizados (software de oficina, procesador de texto, hojas de cálculo), técnicas de archivo, técnicas de inventario, software de inventarios físicos y otros relacionados con su trabajo, por un mínimo de ochenta horas. • Acreditar acciones de capacitación en servicio al cliente. 	
CONOCIMIENTOS BASICOS Y ESCENCIALES (APTITUDES Y ACTITUDES)	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa y creatividad • Habilidades para programar, organizar, controlar y evaluar su trabajo y el de los colaboradores. • Habilidades para trabajar en equipo. • Habilidades en relaciones humanas y relaciones públicas. • Habilidades de atención al público. • actitudes y comportamientos de servicio, compañerismo, colaboración, tacto, tolerancia, flexibilidad, aprendizaje, compromiso con la institución y el área, adaptación a la dinámica y a los cambios internos del área y de la comercializadora. • Habilidades en digitación. • Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal. 	

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página 5 de 6
JEFE DE BODEGA Y LOGISTICA		
IV. RESPONSABILIDADES		
POR INFORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el manejo de la información producto de los inventarios realizados en la bodega, niveles de compra e información particular de clientes y proveedores. • Alta por el acceso que debido a la naturaleza de su cargo tiene hacia información altamente confidencial e importante como estadísticas, bases de datos de clientes, proveedores y bienes almacenados en la bodega. 	
POR ARCHIVOS Y REGISTROS	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el registro digital de las operaciones realizadas en el área de bodega de la comercializadora. • Alta por manejo, codificación, actualización, control de archivo y envío de estos documentos a las diferentes áreas o personas de la organización de acuerdo al sistema establecido. • Alta por manejo de informes consolidados de órdenes de compra y facturas. • Alta por realización, análisis y almacenaje de los registros de órdenes de compra y facturaciones por clientes. 	
POR BIENES	<ul style="list-style-type: none"> • Alta por el control y responsabilidad que tiene sobre los activos fijos bajo su supervisión. • Alta al recibir, almacenar y entregar adecuadamente los pedidos tanto a los clientes externos como a los internos. 	
POR DINERO	<ul style="list-style-type: none"> • Baja al no recibir dineros ni títulos valores. 	
OTRAS	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir las disposiciones del sistema de gestión de calidad. • controlar el inventario, la reposición y el estado de la herramienta de las rutas. • Colaborar en la atención de clientes (internos y externos) y proveedores. 	

V. ENTORNO DEL CARGO

1. RELACIONES DEL CARGO CON EL EXTERIOR DE LA EMPRESA

CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Clientes	Solución de inconvenientes y contestación de dudas a los clientes acerca de las mercancías enviadas y facturadas, así como sobre tiempos de entrega.	Diariamente
Proveedores	Negociaciones y gestiones sobre tiempos de entrega y logística de las mercancías.	Periódicamente


2. RELACIONES DEL CARGO CON EL INTERIOR DE LA EMPRESA

CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Gerente	Entrega, análisis y revisión de consolidados de entradas, salidas y stock de inventario en la bodega; devoluciones, novedades, y tiempos de entrega a clientes y de proveedores.	Periódicamente
Auxiliar de bodega	Para controlar, y velar por la adecuada disposición de las mercancías en la bodega, los tiempos de entrega a los clientes, además los cargues y descargues correspondientes a cada despacho	Diariamente
Con todos los cargos de la comercializadora	Para adelantar procesos administrativos, y de archivo; según sea el caso.	Periódicamente

Elaborado por:

Revisado por:

Aprobado por:

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	12/05/09
		Versión:	1
		Página:	1 de 4
AUXILIAR DE BODEGA		Vigente a partir de:	Mayo

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. DENOMINACIÓN DEL CARGO: AUXILIAR DE BODEGA 2. ÁREA: Administrativa 3. CARGO AL CUAL REPORTA: Jefe de bodega y logística 4. CARGO DE LAS PERSONAS QUE LE REPORTAN: Ninguno 5. NÚMERO DE CARGO CON LA MISMA DENOMINACIÓN DENTRO DEL ÁREA: 6

II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. OBJETIVO <p>Participar en la recepción, almacenamiento y entrega de mercancías, para las diferentes dependencias de la organización o para los clientes externos de la empresa, clasificando y ordenando los productos en la bodega según los métodos y procedimientos establecidos en la organización, además de la mano del jefe de bodega realizar consolidados con las mercancías ingresadas y sacadas de la bodega, basándose en lo datos establecidos en los inventarios.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 2. FUNCIONES DEL CARGO <ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar los pedidos de mercancías y ubicarlos de acuerdo a los puntos de entrega. 2. Colaborar con el Jefe de bodega en la custodia y adecuada distribución de las mercancías solicitadas por los clientes. 3. Participar en la realización de los inventarios físicos en la bodega y realizar su comparación con los consolidados anteriores. 4. Realizar las entregas de pedidos a los diferentes clientes 5. Recibir y verificar las devoluciones de mercancías y reintegrar estos productos a la bodega adecuadamente según sea el caso. 6. Entregar a los clientes las mercancías debidamente revisados y embalados, además recoger la firma de comprobante de recibido una vez entregado el pedido. 7. Ingreso de elementos a la bodega producto de compras generales. 8. Elaboración del comprobante de ingreso de mercancía a la bodega.

<p>9. Elaboración de comprobantes de salida de mercancías.</p> <p>10. Cumplir con las demás funciones que le asigne el Jefe de Bodega y que estén de acuerdo con la naturaleza de su cargo.</p>

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
ASISTENTE FINANCIERO		2 de 4
IV. RESPONSABILIDADES		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Bachillerato en cualquier en modalidad. 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> Un (1) año en cargos similares. 	
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> Acreditar acciones de capacitación básica en técnicas de inventario y otros relacionados con su trabajo. 	
CONOCIMIENTOS BASICOS Y ESCENCIALES (APTITUDES Y ACTITUDES)	<ul style="list-style-type: none"> Iniciativa y creatividad Habilidades para trabajar en equipo. Habilidades en relaciones humanas y relaciones públicas. Habilidades de atención al público. Actitudes y comportamientos de servicio, compañerismo, colaboración, tacto, tolerancia, flexibilidad, aprendizaje, compromiso con la organización y el área, adaptación a la dinámica y a los cambios internos del área y de la comercializadora. Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal. 	

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
ASISTENTE FINANCIERO		3 de 4
IV. RESPONSABILIDADES		
POR INFORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Media por el acceso que debido a la naturaleza de su cargo tiene hacia información confidencial e importante como horarios de despachos, valores de carga, cantidades de mercancías, bases de datos de clientes, proveedores y bienes almacenados en la bodega. 	
POR ARCHIVOS Y REGISTROS	<ul style="list-style-type: none"> Media por la elaboración de informes acerca de mercancías que ingresan, salen o son devuelta al área de bodega de la comercializadora. Media por la realización y cotejo del inventario físico de mercancías y su respectivo informe. 	

<p>POR BIENES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alta al recibir, almacenar y entregar adecuadamente los pedidos del almacén, mantener en orden y aseo las diferentes áreas de la bodega. • Alta al ser el encargado de utilizar adecuadamente el vehículo de la organización para el apropiado traslado de de las mercancías de la empresa; y de igual forma velar por el mantenimiento oportuno del mismo. • Alta al ser el responsable de velar por la seguridad de las mercancías transportadas. • Media al estar encargado de revisar el vehículo antes de su movilización, para garantizar un eficiente servicio de transporte y responder por el equipo de carretera, herramientas asignadas y demás elementos que se encuentren en el inventario del vehículo.
<p>POR DINERO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Baja al no recibir dineros ni títulos valores.
<p>OTRAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir las disposiciones del sistema de gestión de calidad. • Dar puntual cumplimiento a las normas de transito y las demás normas que apliquen a el normal desarrollo de su trabajo.

V. ENTORNO DEL CARGO

1. RELACIONES DEL CARGO CON EL EXTERIOR DE LA EMPRESA

CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Clientes	Solución de inconvenientes, así como sobre tiempos de entrega y estado de los pedidos.	Diariamente
Proveedores	Sobre tiempos de entrega y logística en general, cargue y descargue de las mercancías.	Diariamente

2. RELACIONES DEL CARGO CON EL INTERIOR DE LA EMPRESA

CON QUIEN	PARA QUÉ	FRECUENCIA
Jefe de bodega y logística	Entrega y revisión de comprobantes de entradas, salidas, devoluciones y stock de inventario de mercancías en la bodega; novedades, y tiempos de entrega a clientes y de proveedores.	Diariamente

Elaborado por:

Revisado por:

Aprobado por:

3.3 Conclusiones del Estudio Técnico y Operativo

- En el análisis de la comparación de los productos se nota que después de realizar un estudio de campo en la comparación de precios y calidad en diferentes mercados, la organización ofrece productos muy conocidos, de trayectoria y marcas que son representativas para el hogar de cualquier persona, sobresaliendo la empresa ya que ofrece productos a muy buen precio, accesible a todo tipo de personas sin importar su estrato social, y que al ser comparados con otros los de la empresa son mejores y a un excelente precio, lo que incentiva a seguir creciendo y a prestar un mejor servicio.
- Se identificó una serie de necesidades de materias primas e insumos para el normal funcionamiento de la organización, y sin las cuales se dificultaría la realización correcta de todas las actividades al interior de la organización, fallas que se verían reflejadas en una disminución bastante significativa de la capacidad de servicio al cliente.
- Se identificó que una de las fortalezas de esta organización radica en el capital humano que esta posee, al contar con personal bastante capacitado, con experiencia, responsables, y que se apropian de las actividades propias de sus cargos.
- En la empresa se muestra una estructura en la cual se presentan bien definidas las actividades, responsabilidades y niveles de mando, esta estructura si bien no genera problemas o dificultades para la organización no se presenta tampoco como un elemento que genere cierta ventaja o valor agregado a los procesos de la organización.
- El manual propuesto muestra la situación actual de la organización, y sirve de radiografía de análisis de tareas, actividades, funciones y procedimientos en la empresa.

4. CONCLUSIONES

- ◆ Este manual de funciones especifica, las funciones que debe realizar cada trabajador dentro de su puesto de trabajo, y las responsabilidades por las cuales tiene que responder, así mismo queda plasmado dentro de los manuales de procedimientos, todas las actividades que se estén realizando dentro de la organización.
- ◆ Manejar la información dentro de una organización se ha vuelto hoy en día cada vez más importante y se ha convertido en un recurso organizacional necesario y estratégico para la toma de decisiones, es por esto que se plasma en cada una de las actividades tanto de los funcionarios, como de los procesos y procedimientos que existe en la organización, de manera que se incremente la productividad y eficiencia de la empresa al conocer el desarrollo, manejo y aplicación.
- ◆ Con la elaboración de la caracterización de todos los procesos quedo estandarizado la labor que debe cumplir cada uno de los funcionarios, los principales responsables por cada proceso los principales documentos que deben quedar registrados para el cumplimiento de las necesidades y se facilita el manejo, desarrollo y análisis que tiene la empresa y el crecimiento a nivel operacional que se puede obtener al aplicar cada uno de los manuales.

5. RECOMENDACIONES

- Es importante brindar especial atención a los aspectos administrativos y organizacionales de la empresa; ya que estos son los que van a consolidar a la compañía como una organización sólida que sea competente y perdure en el tiempo, a la hora de enfrentar los retos del mercado hacia el futuro es de esta forma como el direccionamiento estratégico realizado en C.I Coffee Inn marco el surgimiento de una nueva etapa en la vida de la compañía, para la cual sería importante que se continuase con este proceso, con el fin de establecer y mejorar todos los aspectos, tanto operacionales como administrativos, esto con el fin de desarrollar de manera eficiente el sistema de gestión de la calidad al interior de la organización, proyectado a la certificación.
- Es recomendable también que esta organización exprese una motivación mucho más amplia hacia la innovación y la expansión de su mercado, mediante esfuerzos mucho más grandes y decididos en cuanto a la inversión tanto en infraestructura, como en capacitación para sus empleados.
- Es importante que las directivas de esta compañía doblen esfuerzos en pro del normal desarrollo de las actividades de la comercializadora con respecto a un mercado actual creciente, mediante más inversión en la planta, de modo que esta, este mejor y más preparada para un aumento en el nivel operativo de la compañía, lo que permita generar un crecimiento de la empresa y el poder ofrecer cada día más productos y de mejor calidad.

- En la compañía cada empleado deberá tener claro, cuales sus responsabilidades y tareas, dejando constancia que esté realizando cada una de las labores establecidas por los manuales; por lo que se hace necesario que cada uno tenga en cuenta las especificaciones y requerimientos que debe cumplir de acuerdo a lo desarrollado después de la investigación que fue realizada.
- Es de vital importancia realizar vigilancia y seguimiento continuo a todos los procesos involucrados para el desarrollo, manejo y función de ser de la empresa, de manera que con la realización de los manuales se brinde una herramienta diferenciadora que incremente la productividad de la organización y sea una fortaleza con la que cuente la empresa para que más adelante pueda convertirse en una oportunidad que le permita a la organización implementar estrategias y desarrollar un plan de acción que haga más fuerte y competitiva a la comercializadora dentro del mercado.

BIBLIOGRAFIA

Businesscol.com-2008-Glosario de términos y conceptos Businesscol.com-03/20/2009

http://www.businesscol.com/productos/glosarios/glosario_comercio_exterior.html

C.I Multiservicios de ingeniería-2004-Manual de calidad-03/10/2009

<http://www.multinsa.com/manualversioncliente.pdf>

Chiavenato, Idalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Mexico 1987.

Chiavenato, Idalberto, Administración del Recurso Humano, Bogotá Editorial Mc GRAW HILL, 1990.

Dirección general de rentas Provincia de la Pampa Argentina-2003-Manual de funciones-02/23/2009

<http://www.dgr.lapampa.gov.ar/institucional/pdf/MANUAL%20DE%20FUNCIONES.pdf>

El rincón del vago-2006-Manual de organización-06/05/2009

http://html.rincondelvago.com/manual-de-organizacion_2.html

El rincón del vago-2006-Proceso de selección de personal-02/25/2009

<http://html.rincondelvago.com/proceso-de-seleccion-de-personal.html>

Giovanni E. Gómez-2001-Manuales de procedimientos y su aplicación dentro del control interno-03/15/2009

<http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/manproc.htm#mas-autor>

Jefatura de control interno-2008-Manual de procesos y procedimientos-08/05/2009

http://www.fodesep.gov.co/nuevo/admin/imagenesWeb/4937MANUAL_PROCESO_S_PROCEDIMIENTOS.pdf

Jorge Deros-2004-Diccionario de Comercio Exterior-03/20/2009

<http://usuarios.lycos.es/Masterdeluniverso/glosacomexterior6.htm>

José A. Contreras-2008-Las premisas y el marco normativo actual de la legislación, en materia de trabajo, en las universidades y en la UAEM-02/15/2009

<http://www.joseacontreras.net/ServProfCarrUAEM/page11.htm>

José Palma-2006-Manual de procedimiento-15/03/2009
<http://www.monografias.com/trabajos13/mapro/mapro.shtml>

Pontificia universidad javeriana Cali-2006-Centro de educación continua-
02/15/2009
http://www.puj.edu.co/cec/5221_3406.htm

Monografias.com (japmalaga@star.com.pe)-2006-Manual de procedimiento-
02/20/2009
<http://www.monografias.com/trabajos13/mapro/mapro.shtml#pre>

Universidad Nacional de Colombia-2005-manual de procesos y procedimientos-
06/05/2009
http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%209/cap9_f.htm

Universidad Nacional de Colombia-2005-Definición manual de funciones-
06/05/2009
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/lecciones/capitulo3/funciones.htm>

Zully González S-2002-Administración de recursos humanos-02/23/2009
<http://unamosapuntes3.tripod.com/user/rechuma/tesiszully.htm>

**ANEXO A. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE LA INFORMACION
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA
ESCUELA DE TECNOLOGIA INDUSTRIAL**

Objetivo: Determinar el grado de aceptación para la implementación del Manual de Funciones y Procedimientos en la empresa “C.I Coffee In”.

1. ¿Cuáles son sus principales funciones dentro de la empresa?

2. ¿Cuáles son sus funciones secundarias dentro de la empresa?

3. ¿Utiliza usted dentro de su puesto de trabajo un manual de funciones?

Si _____ No_____

4. ¿Dentro del puesto que usted desempeña existe algún proceso de control?

Si_____ No_____ Cual_____

5. ¿Es supervisado usted dentro de su puesto de trabajo?

Si_____ No_____

6. ¿En las funciones que usted desempeña existen cargos bajo su responsabilidad?

Si_____ No_____

7. ¿Existen algún tipo de indicadores que se apliquen a su puesto de trabajo?

Si_____ No_____ De que tipo_____

8. ¿Presenta usted algún tipo de informes acerca de su puesto de trabajo?

Si_____ No_____

9. ¿Cuántas personas tiene a cargo usted dentro de su puesto de trabajo?

10. ¿Cree usted que es importante la implementación de una manual de funciones y procedimientos dentro de la empresa?
