

Diseño de procesos para el desempeño del personal de la Empresa Cristian Boutique II

Deisy Jasmín Cárdenas Fonseca

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Bogotá D.C.
2020

Diseño de procesos para el desempeño del personal de la Empresa Cristian Boutique II

Deisy Jasmín Cárdenas Fonseca

Director

Ernesto Rodríguez Moreno

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administración de Empresas

Bogotá D.C.

2020

Dedicatoria

El presente trabajo es dedicado principalmente a Dios por permitirme llegar al final de esta experiencia tan enriquecedora para mi vida por ser la guía de mi proceso y por brindarme la sabiduría y la fortaleza necesaria para cumplir esta meta.

A mis padres, Victor y Luz Dary les dedico este logro por que fueron la motivación y mi ejemplo a seguir para no desfallecer, muchas gracias por su apoyo, su paciencia, su amor y por cada esfuerzo que hicieron; mi manera de compensar ese esfuerzo tan grande es cumplirles su sueño de ver a su hija profesional, gracias por creer en mí.

A mi hermano, Maicol por apoyarme y darme ánimos, a Kiara, por tu compañía incondicional y por el tiempo sacrificado.

A ti Luciana, que, aunque no estuviste en el proceso, eres el pilar más grande de mi vida y el motivo más importante para seguirme superando y poderte brindar lo mejor de mí.

A mi compañera Leidy Ladino, mil gracias por tu compañía, por tus palabras de aliento, por ser mi mejor equipo de trabajo y mi mejor complemento.

Gracias, los amo.

Agradecimientos

Agradezco a la Universitaria Agustiniiana por brindarme el conocimiento y las herramientas necesarias a través de sus docentes en pro mi crecimiento profesional. A mi tutor Ernesto Rodriguez Moreno por su acompañamiento y el tiempo dedicado en la realización del presente trabajo.

Resumen

El presente trabajo tiene como finalidad determinar la situación actual que se presenta en la empresa CRISTIAN BOUTIQUE II, para ello se desarrolló un diagnóstico integral permitiendo identificar las áreas que necesitan intervención de mejora, se realizan diferentes visitas a la empresa, se lleva a cabo una entrevista al gerente general y encuestas a todo el staff de colaboradores para obtener un conocimiento más profundo sobre la operación, por lo tanto se encontró que el área a intervenir es el área de recursos humanos con énfasis a mejorar el desempeño del personal para ello se determinaron cinco procesos claves de esta área los cuales fueron manual de funciones, capacitación, evaluación de desempeño, selección y comunicación surgiendo la necesidad de implementar una propuesta de mejora, para ello se realizó la creación de una identidad corporativa, estructuración de un organigrama para establecer los niveles de jerarquización y líneas de mando, elaboración de los manual de funciones según el cargo, diseño de los procesos y procedimientos que facilitaran a los colaboradores el desarrollo de los mismos.

Palabras claves: Manual de funciones, comunicación, evaluación de desempeño, selección, capacitación, identidad corporativa.

Abstract

The present work has as purpose to determine the current situation that is presented in the company CRISTIAN BOUTIQUE II, for it was developed an integral diagnosis allowing to identify the areas that need intervention of improvement, different visits to the company are made, an interview to the general manager is carried out and surveys to all the staff to obtain a more deep knowledge on the operation, therefore it was found that the area to intervene is the area of human resources with emphasis to improve the performance of the personnel for it five key processes of this area were determined which were manual of functions, training, performance evaluation, selection and communication, and the need to implement a proposal for improvement arose. To this end, a corporate identity was created, an organizational chart was structured to establish the levels of hierarchy and lines of command, a functions manual was drawn up according to the position, and processes and procedures were designed to facilitate the development of the collaborators.

Keywords: Function manual, communication, performance evaluation, selection, training, corporate identity.

Tabla de contenidos

Introducción	12
Capítulo 1 Generalidades	14
Descripción de la empresa	14
Razón social.	14
Objeto social.	14
Reseña empresarial.	14
Servicios.....	15
Productos.....	15
Metodología diagnóstica del proyecto.....	16
Prediagnóstico del análisis de la situación general de la Empresa	18
Diagnóstico de la empresa por sector, área o proceso	19
Evaluación por proceso del área de recursos humanos	21
Plan de asesoría y mejora	29
Descripción del problema.....	29
Objetivos de la pasantía.....	30
Objetivo General.	30
Objetivos Específicos.....	30
Justificación de la pasantía	30
Marco Referencial	31
Marco Teórico.....	31
Marco legal.	37
Capítulo 2. Identidad corporativa.....	39
Misión empresarial	39
Visión empresarial.....	39

Valores Corporativos.....	39
Objetivos Corporativos.....	40
Organigrama	40
Capítulo 3. Manual de funciones, procesos y procedimientos	43
Manual de funciones.....	43
Proceso de evaluación de desempeño.....	51
Proceso de comunicación	56
Proceso de selección.....	59
Proceso de capacitación.....	63
Proceso de ventas.....	70
Proceso de producción y operaciones.....	73
Proceso de servicio al cliente.....	78
Proceso de finanzas y contabilidad.....	81
Conclusiones	84
Recomendaciones.....	85
Referencias	86
Anexos.....	89

Lista de tablas

Tabla 1. Norma para evaluar lista de verificación	17
Tabla 2. Lista chequeo del manual de funciones	21
Tabla 3. Lista chequeo de capacitación.....	22
Tabla 4. Lista chequeo de selección.....	23
Tabla 5. Lista chequeo de evaluación de desempeño.....	24
Tabla 6. Lista chequeo de comunicación	25
Tabla 7. Calificación obtenida por procesos del área de recursos humanos.	29

Lista de figuras

Figura 1. Diagrama de radar principal.....	16
Figura 2. Diagrama de radares que identifican las áreas.....	19
Figura 3. Grafica radar procesos del área de recursos humanos	27
Figura 4. Las tres etapas de las organizaciones en el transcurso del siglo xx.....	32
Figura 5. Proceso de selección de personal.....	35
Figura 6. Proceso de capacitación	35
Figura 7. Los tipos de cambios de conducta por medio de la capacitación	36
Figura 8. El proceso de la comunicación	36
Figura 9. Teoría x y teoría y: concepciones diferentes de la naturaleza humana.....	37
Figura 10. Organigrama	41
Figura 11. Manual de funciones del gerente general.....	44
Figura 12. Manual de funciones del diseñador de modas	45
Figura 13. Manual de funciones director de recursos humanos.....	46
Figura 14. Manual de funciones del contador	47
Figura 15. Manual de funciones de asesor comercial	48
Figura 16. Manual de funciones de operario.....	49
Figura 17. Manual de funciones de auxiliar de lavandería.....	50
Figura 18. Diagrama de flujo del proceso de evaluación de desempeño	52
Figura 19. Descripción del proceso de evaluación de desempeño	53
Figura 20. Formato de evaluación de desempeño	55
Figura 21. Diagrama de flujo del proceso de comunicación interna.....	57
Figura 22. Descripción del proceso de comunicación interna.....	58
Figura 23. Diagrama de flujo del proceso de selección	60
Figura 24. Descripción del proceso de selección	61
Figura 25. Formato del código del buen vestir.....	62
Figura 26. Diagrama de flujo del proceso de capacitación	64
Figura 27. Descripción del proceso de capacitación	65
Figura 28. Formato de capacitación del asesor comercial.....	66
Figura 29. Formato de capacitación del contador	67
Figura 30. Formato de capacitación del operario y auxiliar de lavandería	68

Figura 31. Formato de asistencia de la capacitación.....	69
Figura 32. Diagrama de flujo del proceso de ventas	71
Figura 33. Descripción del proceso de ventas.....	72
Figura 34. Diagrama de flujo del proceso de producción	74
Figura 35. Descripción del proceso de producción	75
Figura 36. Diagrama de flujo del proceso de operaciones	76
Figura 37. Descripción del proceso de operaciones.....	77
Figura 38. Ciclo del servicio	78
Figura 39. Ciclo del servicio	79
Figura 40. Formato de pqr's.....	80
Figura 41. Diagrama de flujo del proceso de finanzas y contabilidad	82
Figura 42. Descripción del proceso de finanzas y contabilidad	83

Introducción

En la actualidad las empresas se han dedicado a realizar mejoras en sus procesos para lograr la estandarización de estos y así lograr ser más competitivas y aumentar la producción a través de la eficiencia, es por ello por lo que a medida que pasan el tiempo las empresas se ven obligadas a tener estructurado todas sus áreas para que haya una mejor fluidez en la operación.

Uno de los factores claves de éxito en las empresas sin dejar de lado las demás áreas es el buen funcionamiento y estructuración del área de recursos humanos teniendo en cuenta que es un pilar importante que contribuye en el cumplimiento de los objetivos, esta área se pone en marcha gracias a las personas que lo conforman, sin embargo, para que los recursos humanos sean esenciales se debe realizar una selección apropiada, para formar y tener colaboradores idóneos que le brinden a la empresa competitividad y crecimiento, al centralizar esta área de manera adecuada le brinda a la compañía, un personal capacitado, mejor organización para que facilite la comunicación de acuerdo a los niveles jerárquicos, mayor compromiso y sentido de pertenencia asumiendo responsabilidades para cumplir con lo asignado y por último genera un ambiente laboral ameno.

Por lo tanto, el presente trabajo hizo énfasis en esta área teniendo en cuenta que para Cristian Boutique II es importante tener una expansión en el mercado con la apertura de nuevos puntos de venta, sin embargo, no cuenta con el personal idóneo, por lo cual mediante el desarrollo de esta pasantía profesional se realizaron varias visitas y por medio de instrumentos de recolección de información tales como la entrevista al gerente general y la encuesta al staff de colaboradores se obtuvo información detallada para identificar la situación de la compañía, posteriormente se realizó un diagnóstico integral para identificar los procesos que presentan falencias esta área los cuales son manuales de funciones, proceso de selección, proceso de capacitación, proceso de evaluación de desempeño y por último el proceso de comunicación.

En el presente trabajo se realizó la creación de los procesos para que el staff de colaboradores logren los objetivos corporativos de la empresa, se logró brindar una identidad corporativa a Cristian Boutique II mediante la creación de la misión, visión, valores y objetivos corporativos, creación del organigrama para la asignación de líneas de mando y comunicación, adicional se diseñó el manual de funciones para todo los cargos y por último se diseñó los formatos,

procedimientos de los procesos, con el fin de ayudar en pro del mejoramiento de la operación, y así mismo le dé la oportunidad a Cristian Boutique II tener un mayor cubrimiento en el mercado.

Capítulo 1 Generalidades

Descripción de la empresa

Razón social.

La empresa actualmente se denomina según la CCB (Cámara de Comercio de Bogotá) “Cristian Boutique II” con Nit 1030537601 -2, inscrita el 10 de julio de 2007, según número de matrícula 01719483. (CCB, 2019)

Objeto social.

El objeto social de la empresa bajo su actividad económica CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme) 7729 es alquiler y arrendamiento de otros efectos personales y enseres domésticos n.c.p. (no clasificado previamente, Cámara de Comercio de Bogotá) homologado (s) versión 4 AC. (CCB, 2019)

Reseña empresarial.

Fue fundada en el año 2007 por Cristian Alexander Villegas gerente general de la empresa Cristian Boutique II con el objetivo de ofrecer a sus clientes un servicio de alquiler de vestidos de gala; iniciando con escasos recursos económicos contando con diez vestidos de dama, ocho de caballeros, tres vestidos de novia y tres de quinceañeras y con solo tres colaboradores.

Más tarde gracias al crecimiento económico y laboral, hace la apertura de su segundo punto de venta en diciembre del mismo año de su origen, con cuatro personas laborando allí y ofreciendo ya no solo un servicio de alquiler sino también de venta y confección.

En el año 2010 ya cuenta con instalaciones más amplias adecuadas según la temática (línea de gala para hombres, mujeres y niños; línea quinceañera, línea novias), con material de trabajo diferenciable, pero adicional a ello decide dar un valor agregado a sus servicios ofreciendo a sus clientes una asesoría personal con conocimiento en diseño de modas lo cual generó en la empresa prestigio y calidad.

En la actualidad Cristian boutique II ofrece sus servicios en un punto de venta, cuenta con diez personas contratadas directamente y genera trabajo indirecto a quince personas; dentro de sus inventarios cuentan con más de 500 vestidos para dama, 450 trajes para caballero, 180 vestidos de quinceañeras, 210 vestidos de novia y valores agregados de accesorios complementarios de dama y caballero, con modernas instalaciones dispuestas a ofrecer el mejor ambiente laboral y atención a sus clientes. Por otra parte, maneja un plus y es el de ofrecer planes para cada evento, logrando así convenios con un SPA y con una casa de eventos entre otros.

Se evidencia que la empresa ha tenido un transcurso de trece años, cuando realizó la apertura de su portafolio no contaba con muchos recursos, sin embargo, actualmente su portafolio de servicios y productos es muy amplio el cual es:

Servicios.

- Asesoría de imagen y estilismo
- Alquiler usado y nuevo
- Venta sobre medida
- Sastrería
- Diseño y confección
- Servicio de Peluquería Spa Imagen y Figura (convenio)
- Servicio de Casa de eventos Sueños de Fantasía (convenio)

Productos.

- Vestidos de gala para dama y caballero
- Vestidos de quinceañeras
- Vestidos de novia
- Vestidos de Bautizo
- Vestidos de primera comunión
- Vestidos de pajecitos
- Accesorios para todo traje
- Camisas
- Zapatos para dama y caballero

Metodología diagnóstica del proyecto

Para el desarrollo del presente trabajo la metodología sobre la cual se ha basado es la mencionada por el autor Delgado (2009) el cual es el “diagnóstico empresarial UNICO de JICA (Agencia de Cooperación Internacional de Japón), metodología de intervención estandarizada que permite realizar un diagnóstico integral de las cinco áreas críticas de una organización, determinando cuales son las dos áreas principales que requieren mejora inmediata” (pág. 50).

Esta metodología se compone por los siguientes pasos:

1. Prediagnóstico del análisis de la situación general de la empresa.
2. Diagnóstico de la empresa por sector, área o proceso.
3. Evaluación detallada por sector, área o proceso débil.
4. Elaboración del Plan de asesoría y mejora.

Según el autor Delgado (2009) “La organización se concibe como un sistema con cinco áreas fundamentales en un diagrama de radar principal” (pág. 52). Estas áreas son:

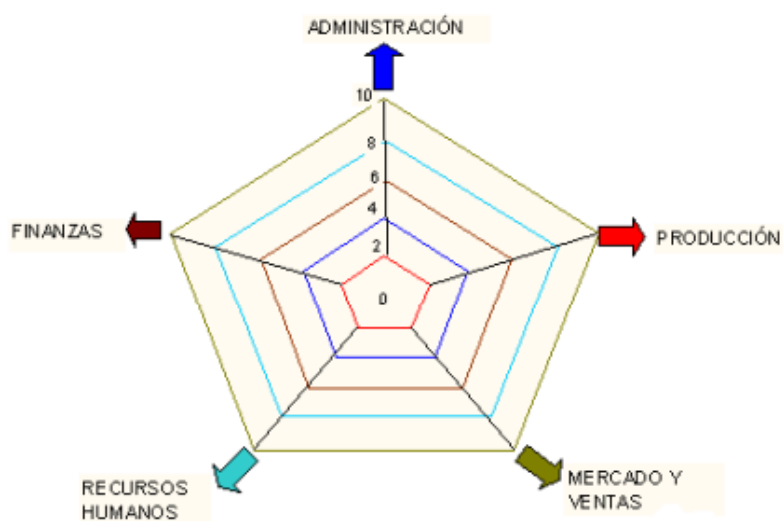


Figura 1. Diagrama de radar principal. Delgado (2009, pág. 54)

Teniendo en cuenta los pasos de esta metodología, en el primer paso vamos a realizar un preanálisis en la empresa Cristian Boutique II para saber el estatus de esta, para esto se debe recolectar información de todas las áreas y encontrar factores claves de constitución, identidad corporativa, portafolio de productos y servicios, análisis del sector, volumen de demanda, competidores entre otros.

En el segundo paso, diagnóstico de la empresa por sector, área o proceso el foco principal es obtener información más detallada sobre la empresa mediante entrevistas y encuestas, esto con el fin de realizar un análisis más profundo sobre el desarrollo interno que ha tenido la empresa en pro de la ejecución del cumplimiento de los objetivos.

Sin embargo, luego de realizar el diagnóstico la empresa se centrará en el área principal que requiere mejora. Luego de recopilar los datos se procederá a realizar un listado de chequeo para verificar su cumplimiento y se realizará una calificación a través de la siguiente norma de evaluación que menciona el autor Delgado (2009)

Tabla 1.

Norma para evaluar lista de verificación

PUNTUACIÓN	NIVEL DE PROFUNDIDAD			
	%	CUMPLIMIENTO	MEDIO	ALTO
4	Se cumple de 76% a 100%	Alto	Estado en el que los documentos, las actividades, los tangibles y los resultados son los óptimos.	Se conoce y se aplica en su totalidad, en alto grado, siempre, formal y por escrito; se actualiza en forma constante; lo conoce todo el personal; consolidado; eficiente en su totalidad.
3	Se cumple de 51% a 75%	Medio-Alto	Cuando se tienen los documentos, se realizan las actividades y los tangibles y resultados son suficientes y con posibilidades de mejorar.	Se tiene por escrito de manera formal, no se actualizan, casi siempre, lo uso pero no en su totalidad, está por consolidarse.
2	Se cumple de 26% a 55%	Medio	Cuando se tienen los documentos, las actividades se realizan parcialmente, pero los tangibles y resultados no son verificables.	Se cuenta con ello y se lleva a cabo de manera informal, sí pero no se lleva a la práctica, a veces eficiente.
1	Se cumple de 1% a 25%	Bajo	Cuando los documentos y actividades son informales e improvisados, pero no hay tangibles y resultados.	No se utiliza, parcialmente por escrito en algunos puntos, casi desconocido por el personal, poco, casi nulo, si pero no actualizado
0	Se cumple en 0%	Nulo	Es una omisión de documentos, tangibles, actividades y resultados.	No, es informal, desconocimiento del personal, no existe, ninguno, lo desconoce, no lo hace.
NO APLICA	Cuando una pregunta no tiene forma de evaluarse, se cancela y no se contabiliza para la calificación.			

Nota: Tomado de tesis de maestría. Delgado (2009, pág. 54)

En el tercer paso se realiza la evaluación detalla por cada elemento que contenga esta área, en este proceso lo que se desea encontrar son los elementos que tienen menor puntuación de acuerdo con los datos recolectados y el resultado del diagrama de radar para dar relevancia y generar mejoras a los procesos que presentan inconsistencias, falencias, que no se realizan de la manera adecuada o que se encuentran ausentes.

Por último, tenemos el paso de plan de asesoría donde se exponen las diferentes herramientas y procesos de mejoramiento para que estas mismas sean aplicadas por la empresa.

Prediagnóstico del análisis de la situación general de la Empresa

Para identificar el diagnóstico en la empresa y lograr obtener información veraz y eficiente se realizó una entrevista (ver anexo 1) a Cristian Alexander Villegas gerente general de la empresa Cristian Boutique II siendo la herramienta más efectiva para permitir identificar y conocer la situación que se presenta en cada una de las áreas de la empresa y así evidenciar los principales problemas que presenta actualmente.

Para la recolección de datos, se utilizó el método de entrevista estructurada la cual tenía por objeto recopilar información cualitativa y adicional conocer detalles específicos de cada una de las áreas, las preguntas y las respuestas según el autor Cauas (s.f.): “se formulan y recogen de manera estructurada en un cuestionario con variadas preguntas, la mayoría de ellas cerradas, con alternativas de respuestas preestablecidas y redactadas en función de los diversos objetivos que pueda tener la investigación” (pág. 50).

De acuerdo con la entrevista (ver anexo 1) realizada al señor Villegas (2019) gerente de la empresa nos indica que el área que necesita intervención de mejora es el área de recursos humanos ya que actualmente no tiene establecido un control y dirección sobre la misma, lo que ocasiona una alta rotación de personal, inconsistencias con el servicio al cliente, reprocesos, deshonestidad de los colaboradores, desconocimientos de las responsabilidades y roles que tiene cada uno; adicional la falta de capacitación que tienen algunos colaboradores, lo que afecta gravemente el valor agregado a sus servicios que es ofrecer a sus clientes una asesoría personal con conocimiento en diseño de modas lo cual género en la empresa prestigio y calidad, por lo tanto al no tener un departamento solido e idóneo no le ha permitido expandirse en el mercado.

A su vez, se realizó una encuesta (ver anexo 2) a todos los colaboradores para conocer la perspectiva que tiene cada uno frente a su cargo, las preguntas se realizaron con respuesta múltiple para tener una información más detallada, se utilizó el método de encuesta social descriptiva que de acuerdo con el autor Cauas (s.f.): “es un conjunto de técnicas específicas destinadas a recoger, procesar y analizar características que se dan en personas de un colectivo determinado” (pág. 41). Por lo tanto, la información recolectada contenía respuestas que permitían conocer cada una de las opiniones de cada colaborador.

Diagnóstico de la empresa por sector, área o proceso

Teniendo en cuenta que el área a intervenir es la de recursos humanos se realizó un análisis de los cinco elementos que conforman esta área, según el autor Delgado (2009) “Estos radares específicos se evalúan de la misma forma en que se evalúa el radar general para así valorar los aspectos cualitativos de modo que pueden detectarse las áreas con mayores problemas y seleccionar los problemas que deben remediarse” (pág. 54).

El radar del área de recursos humanos expuesto por este autor es el siguiente:

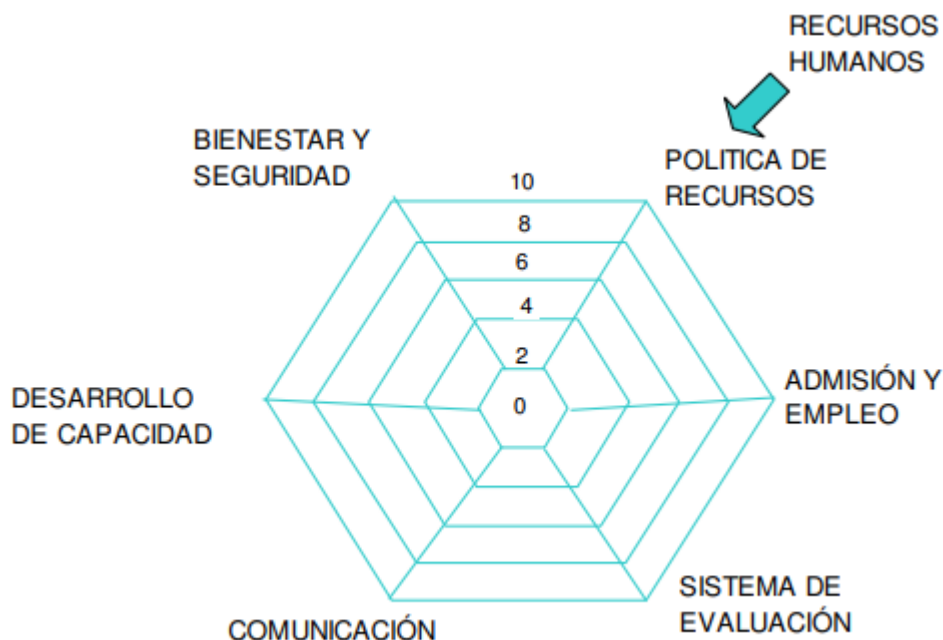


Figura 2. Diagrama de radares que identifican las áreas. Delgado (2009, pág. 55)

Para realizar el diagnóstico del área de recursos humanos de la empresa Cristian Boutique II se tuvo en cuenta los siguientes procesos:

- Manual de funciones
- Capacitación
- Selección
- Evaluación de desempeño
- Comunicación

De acuerdo a las entrevistas y encuestas realizadas en la empresa Cristian Boutique II se identificó para el área de recursos humanos la ausencia de manuales de funciones que determinen las actividades, cargos establecidos, responsabilidades, entre otros puesto que se visualiza

desorden, inconsistencias con el servicio al cliente, mala comunicación entre compañeros, teniendo en cuenta esta falencia también se identificó que la empresa no posee la estructura de un organigrama que determine una jerarquía y línea de mando lo que ocasiona que no haya una fluidez en la comunicación interna.

En las encuestas realizadas se evidencia que la mayoría de los colaboradores no superan una antigüedad de seis meses por lo que se presenta una alta rotación de personal, adicional la mayoría de ellos han ingresado por referencias personales de los colaboradores existentes o de amigos, por lo tanto, se refleja que no hay un proceso de selección lo que genera que haya un ingreso de personal que posiblemente no cumpla con el perfil que se requiere para el cargo.

Por otro lado, el proceso de evaluación de desempeño en la empresa Cristian Boutique II no se realiza ningún seguimiento y control sobre esta actividad por lo tanto no se tiene conocimiento si los colaboradores son los idóneos para el cargo, actualmente se realiza retroalimentaciones a los colaboradores según la inconsistencia que haya ocurrido en el momento, este proceso nos ayuda a medir el cumplimiento de las funciones de tiene cada colaborador según su cargo.

Y por último y no la menos importante, tenemos el proceso de capacitación pues según las encuestas lo colaboradores realizan su labor de manera empírica pues no hay proceso de capacitación sólido, lo que ocasiona una falta de conocimiento sobre las funciones y el rol dentro de la empresa.

Cada uno de estos elementos presentan falencias por la falta de documentos formales y formatos que sustenten cada proceso, es por ello por lo que no permite un crecimiento interno de la empresa como la posible extensión en el mercado.

Evaluación por proceso del área de recursos humanos

Se realiza una lista de chequeo en la cual se mencionan actividades, documentos de cada proceso del área de recursos humanos y se da una calificación cualitativa de la siguiente manera:

- B. Está bien, se cumple, se desarrolla, se tiene establecido y o implementado;
- X. No se hace, no se tiene no se ejecuta, está ausente, se desarrolla mal.
- R. cuando se tiene de manera media, es informal, esta medianamente adelantado y/o realizado.

Para obtener las calificaciones y posterior a ello ubicarlas en el radar se obtienen de la división del número de ítems con marcación B, sobre el total de los ítems identificados de cada proceso del área.

Tabla 2.

Lista chequeo del manual de funciones Cristian Boutique II.

LISTA CHEQUEO DEL MANUAL DE FUNCIONES		
	Descripción	Calificación
1.	¿Se evidencia el manual de funciones?	X
2.	¿Se realiza la actualización de manual de funciones anualmente?	X
3.	¿Se evidencia los perfiles de cargo de acuerdo con el manual de funciones?	X
4.	¿Las funciones son las apropiadas según los roles?	X
5.	¿Se manejan indicadores de cumplimiento de las funciones?	X
6.	¿Están definidas las responsabilidades de cada proceso?	R
7.	¿Manejan flujogramas de procesos y funciones?	X
8.	¿los trabajadores tienen conocimiento de las funciones que desempeñan o que deben desempeñar?	R
9.	¿Se supervisa y controla el cumplimiento del desarrollo de las funciones?	R
10.	¿Se generan acciones disciplinarias por el incumplimiento de las funciones?	B
11.	¿En el manual de funciones tienen en cuenta los requisitos de formación académica y experiencia en el cargo?	X

12.	¿Se tiene estipulado la delegación de funciones externas a las estipuladas en el manual de funciones?	X
13.	¿En el manual de funciones se menciona el objetivo de cada cargo?	X
14.	¿En el manual de funciones se tienen estipuladas las relaciones jerárquicas o de mando?	X
Total, buenas		1
Total, malas		10
Total, regulares		3

Nota: Autoría propia (2020)

La lista de chequeo del proceso del manual de funciones evidencia que, de los catorce ítems identificados, uno cumple que se hace de forma correcta y se refiere específicamente a la aplicación de las acciones disciplinarias por el incumplimiento de las funciones, diez no se ejecutan y los tres restantes se tienen de manera media. Para conocer el porcentaje que ocupará en el radar se divide uno en catorce, arrojando el valor de 0.071 al hacer directamente la conversión se multiplica por 100%, lo cual da como resultado final 7,1%, con dicha cifra se observa que este proceso tiene falencias con documentos, actividades y elementos que se encuentran ausentes.

Tabla 3.

Lista chequeo de capacitación Cristian Boutique II.

LISTA CHEQUEO DE CAPACITACIÓN		
	Descripción	Calificación
1.	¿Existe el diagrama de proceso de contratación?	X
2.	¿Se evidencia formato de capacitación?	X
3.	¿Existe un cronograma de capacitación?	X
4.	¿Se evidencia el registro de las actividades de capacitación?	X
5.	¿Existe un proceso de inducción al inicio de la contratación?	R
6.	¿Se evidencia un cronograma de inducción?	X
7.	¿Existe un formato de inducción?	X
8.	¿Se evidencia si los procesos de inducción permiten que se conozca la entidad y todo lo relacionado con el desarrollo de sus funciones?	B
9.	¿Se maneja un periodo de prueba referente a la capacitación?	B

10.	¿Se manejan indicadores para medir el nivel de aprendizaje posterior a la capacitación?	X
11.	¿De acuerdo con el resultado de indicadores de capacitación se realiza la implementación de acciones de mejora?	X
12.	¿Tienen identificada la persona apta para dictar una capacitación?	R
13.	¿Se tienen estipulados tiempos de duración de la capacitación?	B
Total, buenas		3
Total, malas		8
Total, regulares		2

Nota: Autoría propia (2020)

La Tabla 3 de chequeo de capacitación cuenta con trece ítems en total, arroja que tres elementos se encuentran de forma correcta, por otro lado, se observan ocho ítems nulos y por último dos que se realizan de forma media.

La operación para este caso debemos dividir tres en trece y el resultado es 0,23 y al multiplicarlo por 100% nos da 23,1%. Evidenciando que esta área también requiere de revisión e implementación de acciones de mejora.

Tabla 4.

Lista chequeo de selección Cristian Boutique II.

LISTA CHEQUEO DE SELECCIÓN		
	Descripción	Calificación
1.	¿Existe proceso de selección?	X
2.	¿Existe el diagrama de proceso de selección?	X
3.	¿La empresa realiza análisis sobre los requerimientos de personal para el desarrollo de sus planes, programas, proyectos o procesos?	B
4.	¿Se evidencia el seguimiento y/o verificación que realiza el proceso a las contrataciones?	R
5.	¿Se evidencia que existe una correcta selección y evaluación de los colaboradores para cumplir con los requisitos del proceso?	R

6.	¿Se evidencia la definición de los requisitos que debe cumplir el aspirante según la vacante a proveer?	B
7.	¿Se realiza entrevistas y pruebas psicotécnicas?	R
8.	¿Se tienen estipulados y firmados los contratos?	B
9.	¿Se hace la entrega de dotación al personal?	X
10.	¿Existe archivo y seguimiento de documentación de todo el historial de contrataciones?	R
Total, buenas		3
Total, malas		3
Total, regulares		4

Nota: Autoría propia (2020)

En la lista de chequeo del proceso de selección podemos identificar diez ítems de los cuales tres cumplen, adicional tenemos tres elementos que no cumplen que no se tienen ni se ejecutan y por último tenemos cuatro elementos que están medianamente realizados. Al realizar la operación para saber el porcentaje que ocupa este proceso en el radar lo hacemos de la siguiente manera:

Dividimos tres en diez y el resultado es 0,30 y al multiplicarlo por 100% nos da 30%. Este proceso es uno de los que no necesitan intervención al 100% pero si debemos implementar mejoras a los ítems que no cumplen y terminar de desarrollar los elementos que están de forma media.

Tabla 5.

Lista chequeo de evaluación de desempeño Cristian Boutique II

LISTA CHEQUEO DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO		
	Descripción	Calificación
1.	¿Los colaboradores asumen las responsabilidades y definen metas de trabajo?	R
2.	¿Se evidencia formulario de evaluación de desempeño?	X
3.	¿Se evidencia el completo diligenciamiento de los formularios de evaluaciones de desempeño de los colaboradores?	X
4.	¿Se evidencia la capacitación en evaluación de desempeño?	R

5.	La empresa revisa periódicamente (anualmente) el desempeño de sus colaboradores	R
6.	¿Existen políticas para realizar la evaluación de desempeño?	X
7.	¿Existe archivo y seguimiento de documentación de todo el historial de las evaluaciones de desempeño?	X
8.	¿De acuerdo con el resultado de la evaluación de desempeño se realiza retroalimentación?	B
9.	¿Existe un plan de incentivos y recompensas por buen desempeño?	B
10.	¿Se generan autoevaluaciones por parte de los colaboradores?	X
Total, buenas		2
Total, malas		5
Total, regulares		3

Nota: Autoría propia (2020)

En el proceso de evaluación de desempeño se tienen diez ítems en total, de los cuales los ítems que no cumplen prevalecen por encima de los elementos buenos en este caso son cinco elementos que no se tienen y no se ejecutan, dos ítems con calificación buena y tres elementos que se realizan de manera media.

La operación para ubicar en el radar este proceso nos arroja como resultado: dos dividido en diez = 0.20 por 100% = 20%, evidenciando también falencias en este proceso que requieren de intervención ya que es muy importante saber el desempeño de los colaboradores y si están cumpliendo con el desarrollo de todas sus funciones en pro del cumplimiento de los objetivos de cada cargo.

Tabla 6.

Lista chequeo de comunicación Cristian Boutique II.

LISTA CHEQUEO DE COMUNICACIÓN		
	Descripción	Calificación
1.	¿Existen diferentes canales de comunicación en la empresa?	B
2.	Se evidencia direccionamiento, niveles de autoridad y comunicación establecida	R

3.	Existe un organigrama constituido	X
4.	Hay buena comunicación con los compañeros de trabajo	B
5.	Se tiene establecido la visión, misión, valores y objetivos organizacionales	X
6.	Se comunica a los colaboradores sobre la visión, misión, valores y objetivos organizacionales	X
7.	¿Se monitorea el clima organizacional?	B
8.	¿Existen canales de comunicación que permiten tener en cuenta las sugerencias de las personas que participan en el proceso para su mejoramiento?	B
9.	¿Existe un proceso de PQRS para los colaboradores?	B
10.	¿Implementan acciones de mejora para intervenir los PQRS?	B
Total, buenas		6
Total, malas		3
Total, regulares		1

Nota: Autoría propia (2020)

Por último, la Tabla 1Tabla 6 la lista de chequeo de comunicación está conformada también por diez ítems en este proceso podemos observar que es uno de los más completos pues tiene seis elementos que cumplen y se están desarrollando, por otro lado, tenemos tres ítems que están nulos y necesitan de intervención de mejora y de calificación regular solo contamos con un elemento. Al realizar el cálculo seis dividido en diez no da como resultado 0.6 al multiplicarlo por 100% nos da 60%.

Teniendo en cuenta cada puntuación obtenida por las listas de chequeo del área de recursos humanos, para la empresa Cristian Boutique II se obtiene el siguiente radar:

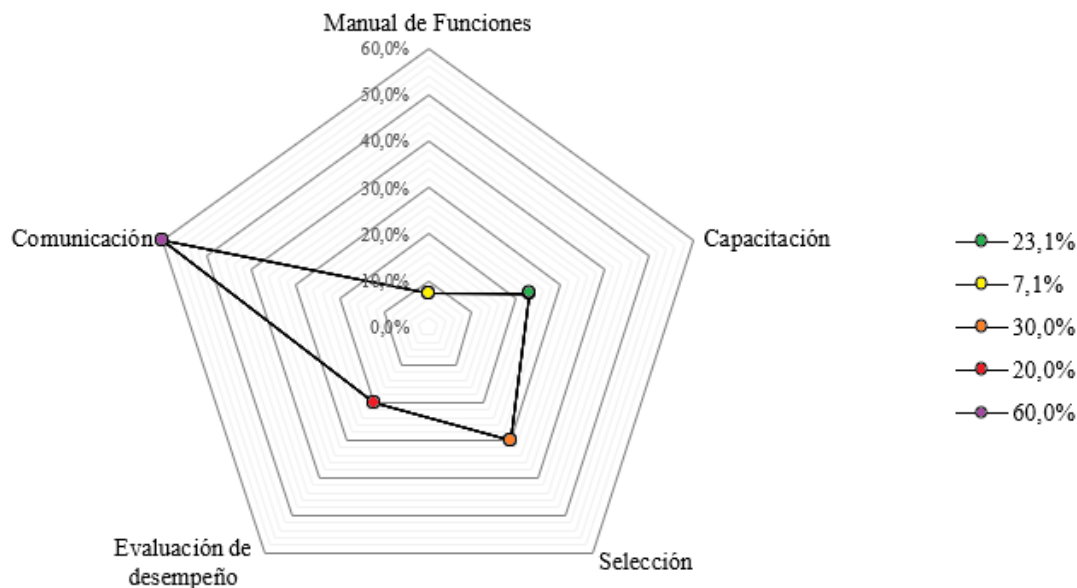


Figura 3. Grafica radar procesos del área de recursos humanos Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

En la **Figura 3** del radar de los cinco procesos del área de recursos humanos de la empresa Cristian Boutique II permite evidenciar tres procesos que tienen falencias y ausencias en los documentos y actividades y es por esto por lo que su cumplimiento es bajo pues se encuentran dentro de los porcentajes del 1% al 25%, los cuales son el manual de funciones, evaluación de desempeño y capacitación.

Por lo tanto, en esta pasantía una de las mejoras que se va a implementar es el diseño de manual de funciones ya que es un factor clave que permite de manera eficaz la realización del trabajo, según la autora Orozco (2008) menciona lo siguiente sobre su importancia:

El manual de funciones y procedimientos es una herramienta técnica y procedimental necesaria para la administración del talento humano vinculado a cada uno de los cargos por grupos ocupacionales. Contiene en forma ordenada y sistemática, información sobre aspectos organizacionales necesarios para la mejor ejecución del trabajo, se establecen las funciones y requisitos de los cargos que conforman la planta global de personal y la correspondencia entre los objetivos y la misión institucional. (pág. 13).

Por otro lado, tenemos la evaluación de desempeño (ED) el cual se va a diseñar el proceso y procedimientos y el formato de evaluación para implementarla al staff de colaboradores de manera periódica, sin embargo, es relevante mencionar la importancia y las ventajas que esta ofrece al área

de recursos humanos, para la autora Prieto (2014) esta evaluación es una herramienta por lo que indica los puntos positivos que esta brinda:

- Un sistema serio de Evaluación de Desempeño le permite la oportunidad al Gerente de evaluar los procedimientos de Gestión de Talento Humano, desde el mismo momento de la selección del personal, pasando a la inducción a la empresa, inducción en el cargo, procedimiento de estímulos, compensaciones, de ascensos y promociones. Siendo evaluados en forma críticos todos estos procesos, se obtendrá información invaluable para determinar en qué procesos es requeridos hacer cambios estructurales en la organización. (pág. 15).
- La ED tiene dentro de sus fines proveer a la organización, un modelo de gestión del Talento Humano que permita identificar dentro de la organización que colaboradores no cuentan con el nivel de experticia e idoneidad que se puede requerir en algunos cargos sensibles, de la misma manera, identificar aquellos que cuentan con competencias superiores a las requeridas en sus cargos actuales. (pág. 15)
- La ED permite mejorar los niveles de comunicación de la empresa, al establecer en forma conjunta, supervisor y colaborador las metas del siguiente periodo evaluable. La retroalimentación será una oportunidad para evaluar la eficiencia de los procesos y acordar la manera como estos deben ser direccionados para que generen más desarrollo. (pág. 15)

Por último, tenemos el proceso de capacitación el cual es importante implementar ya que se debe tener el personal idóneo para lograr los objetivos de la empresa, pero para ello la empresa debe brindar a sus colaboradores un programa de capacitación para reforzar las falencias que se presentan, los autores Rodríguez & Morales (2008) mencionan la importancia del proceso de capacitación en las empresas modernas:

En la actualidad, época de grandes cambios y requerimientos de competitividad, la capacitación se vuelve vital para las empresas modernas, ya que el desarrollo integral de sus trabajadores los convierte en elementos preparados mental, emocional y técnicamente para satisfacer de manera directa las necesidades de los consumidores. Esto les dará prestigio, reconocimiento y un mejor rendimiento a los empleados, empleadores y a las propias negociaciones en que se desenvuelven. Y aquí es donde las organizaciones deben tomar la decisión sobre la capacitación de su personal a todos los niveles y verla como una inversión a futuro y no como un gasto, que es como desafortunadamente la mayoría de los patrones se refieren a ella. (pág. 2)

Tabla 7.

Calificación obtenida por procesos del área de recursos humanos.

Elementos	Puntuación
Manual de Funciones	7,1%
Capacitación	23,1%
Selección	30,0%
Evaluación de desempeño	20,0%
Comunicación	60,0%

Nota: Autoría propia (2020)

Plan de asesoría y mejora

Se plantea brindarle a la empresa Cristian Boutique II herramientas para que obtenga el personal idóneo. El diseño y creación de manuales de funciones y procesos le permitirá mejorar las actividades del personal y evitar inconsistencias en la operación.

Por último, realizar toda la documentación, flujogramas de proceso y manuales de procedimientos de selección, evaluación de desempeño, capacitación y comunicación para el cumplimiento de los estándares del área de recursos humanos.

Descripción del problema

La empresa Cristian Boutique II desea tener mayor cubrimiento en el mercado con la apertura de nuevos puntos de ventas, sin embargo, es importante cumplir con el personal idóneo, no obstante, no se cuenta con ello.

Por consiguiente, para obtener un departamento eficiente e idóneo se requiere de una estructura organizacional, procesos establecidos de contratación y selección, determinación de funciones y procesos que permitan tener un personal adecuado para mitigar la alta rotación de personal, inconsistencias con los clientes, disminución en las ventas, reprocesos o desconocimientos en los mismos.

Con base a lo anterior se plantea los siguientes interrogantes: ¿Qué procesos se deben diseñar para que el personal logre los objetivos corporativos de la de la empresa Cristian Boutique II? ¿Qué elementos orientan la identidad corporativa que permitan alinear las diferentes actividades de los colaboradores de la empresa? ¿Qué documentos se requieren para que los colaboradores asuman sus roles y responsabilidades en cumplimiento de sus funciones en la organización?

Objetivos de la pasantía

Objetivo general.

Diseñar procesos para que el personal logre los objetivos de la Empresa Cristian Boutique II.

Objetivos específicos.

1. Crear la identidad corporativa que contenga sus valores, misión y visión empresarial y la estructura organizacional que oriente en los colaboradores un mejor desempeño.
2. Elaborar flujogramas, manual de procesos, procedimientos, manual de funciones que permitan determinar los roles y responsabilidades de los colaboradores en las diferentes actividades.

Justificación de la pasantía

De acuerdo con lo mencionado por la autora Vellejo (2015): “Administrar el talento humano se convierte cada día en algo indispensable para el éxito de las organizaciones” (pág. 30). Es aquí donde esta área se vuelve un factor clave para incidir en el personal, la productividad, orden, responsabilidad en las funciones asignadas, desempeño de los colaboradores, entre otros factores incidiendo en la totalidad de los resultados de la organización.

Por otro lado, el talento humano depende de aspectos como la cultura organizacional, estructura organizacional, talentos y competencias. “En cualquiera de estos escenarios la gestión del talento humano está conformada por las personas y las organizaciones [...] La administración del talento humano debe perseguir la optimización de habilidades de las personas, participación, creatividad y mejoramiento continuo” (Prieto, 2013, pág. 20).

Es por ello por lo que es importante contar con un talento humano sólido para que permita la extensión y crecimiento de esta; en la empresa Cristian Boutique II se identificó oportunidades para establecer estrategias de mejora en el área de recursos humanos como el diseño de un manual de funciones, que este enfocado en pro del mejoramiento de la operación, y le dé la oportunidad a Cristian Boutique II tener un mayor cubrimiento en el mercado.

Por lo tanto, el presente trabajo tiene como finalidad implementar una propuesta de mejora en la empresa Cristian Boutique II, diseñando un manual de funciones y procesos para que sea utilizado como una herramienta y así permita establecer lineamientos para el correcto desempeño de todos los cargos y a su vez sean cumplidos cada uno de los objetivos de la empresa.

Marco referencial

Marco teórico.

Teoría de las relaciones humanas. Esta teoría es fundamental para argumentar el presente trabajo, puesto que permite evidenciar el impacto que esta ocasión al recurso humano, lo cual permitió que actualmente en las organizaciones el talento humano fuera tomado como un pilar importante, es por ello por lo que el autor Gallaga (2009) define esta teoría de la siguiente manera:

La teoría de las relaciones humanas (también denominada escuela humanística de la administración), desarrollada por Elton Mayo y sus colaboradores, surgió en los Estados Unidos como consecuencia inmediata de los resultados obtenidos en el experimento de Hawthorne [...] La teoría de las relaciones humanas surgió de la necesidad de contrarrestar la fuerte tendencia a la deshumanización del trabajo, iniciada con la aplicación de métodos rigurosos, científicos y precisos, a los cuales los trabajadores debían someterse forzosamente. (pág. 8).

En consecuencia lo mencionado con respecto a los recursos humanos según el autor Chiavenato (2011) dice que los recursos humanos “son las personas que ingresan, permanecen y participan en la organización, sea cual sea su nivel jerárquico o su tarea, los recursos humanos se distribuyen por niveles: nivel institucional de la organización, nivel intermedio y nivel operacional” (pág. 81).

En cuanto al tema de organización, el autor Chiavenato (2011) define como “un sistema de actividades conscientemente coordinadas de dos o más personas” (pág. 6). Como sabemos las organizaciones son cambiantes a lo largo del tiempo, en cuanto a cambio de procesos, modificación de servicios y productos de acuerdo a las necesidades de la demanda, introducción de nueva tecnología, cambios en la estructura entre otros, es por ello que en el siglo XX las organizaciones pasaron por tres etapas, las cuales son mencionadas por el autor Chiavenato (2011):

	Industrialización clásica	Industrialización neoclásica	Era de la información
Periodo	1900-1950	1950-1990	1990-
Estructura organizacional predominante	Funcional, burocrática, piramidal, centralizada, rígida e inflexible. Énfasis en las áreas.	Matricial y mixta. Énfasis en la departamentalización por productos, servicios u otras unidades estratégicas de negocios.	Fluida y flexible, totalmente descentralizada. Énfasis en las redes de equipos multifuncionales.
Cultura organizacional	Teoría X. Orientada al pasado, a las tradiciones y a los valores. Énfasis en el mantenimiento del <i>statu quo</i> . Valor a la experiencia.	Transición. Orientada al presente y a lo actual. Énfasis en la adaptación al ambiente.	Teoría Y. Orientada al futuro. Énfasis en el cambio y en la innovación. Valora el conocimiento y la creatividad.
Ambiente organizacional	Estático, previsible, pocos cambios y graduales. Pocos desafíos ambientales.	Intensificación de los cambios. Los cambios se dan con mayor rapidez.	Cambiante, imprevisible, turbulento.
Modo de tratar a las personas	Personas como factores de producción inertes y estáticos, sujetos a reglas y reglamentos rígidos que los controlen.	Personas como recursos organizacionales que necesitan ser administrados.	Personas como seres humanos proactivos, dotados de inteligencia y habilidades, que deben ser motivados e impulsados.
Visión de las personas	Personas como proveedoras de mano de obra.	Personas como recursos de la organización.	Personas como proveedoras de conocimiento y competencias.
Denominación	Relaciones industriales.	Administración de recursos humanos.	Gestión del talento humano.

Figura 4. Las tres etapas de las organizaciones en el transcurso del siglo XX. Chiavenato (2011, pág. 9)

A raíz de la trazabilidad de las tres etapas por la que han pasado las organizaciones se tienen en cuenta seis elementos importantes que estas deben tener como son la estructura organizacional, la cultura organizacional, ambiente organizacional, modo de tratar a las personas, visión de las personas y denominaciones estos elementos ha sido relevantes ya que en el transcurso por cada periodo han tenido cambios con el fin de mejorar la operación de las organizaciones y el crecimiento de los colaboradores. Por consiguiente teniendo en cuenta la creación de organizaciones se debe tener una cultura corporativa o cultura organizacional como se menciona líneas arriba, esta cultura “representa las normas informales, no escritas, que orientan el comportamiento de los miembros de una organización en el día a día y que dirigen sus acciones en la realización de los objetivos organizacionales” (Chiavenato, 2011, pág. 84).

Teniendo en cuenta que esta es la base para la toma de decisiones está conformada por los siguientes elementos:

Misión organizacional que este caso para los siguientes autores Torres Laborde & Jaramillo Naranjo (2015) la definen de la siguiente manera:

La dirección o propósito de la empresa de la cual se ejecuta el trabajo, pues responde a las preguntas ¿Quiénes somos? Y ¿para dónde vamos? [...] La misión por lo general, va tras un sueño o un propósito que se define en la visión. (pág. 26).

Por otro lado, el autor Chiavenato (2011) define la misión como: “el papel de la organización dentro de la sociedad en la que se encuentra y significa su razón de ser y de existir” (pág. 20).

También tenemos la visión organizacional que hace parte de la cultura corporativa en este caso el autor Chiavenato (2011) dice que la visión “se refiere a aquello que la organización desea ser en el futuro” (pág. 21). Es decir que corresponde al sueño del emprendedor, a donde desea llevar su empresa en un determinado tiempo, para ello se deben estipular metas y objetivos.

Por último, tenemos los objetivos y metas los cuales son “los marcadores de dirección y determinan las decisiones de la administración y los criterios que se usan en la medición de los resultados” (Torres Laborde & Jaramillo Naranjo, 2015, pág. 28)

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente otro de los factores importantes es el organigrama de la empresa, pues es una representación gráfica de la estructura de una empresa mostrando las líneas de mando y comunicación, asignación de funciones, niveles jerárquicos, canales de comunicación, para la autora Mano (2009) los organigramas “son sistemas de organización que se representan en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas y graficas de organización” (pág. 4).

Con base a lo anterior el organigrama genera la asignación de cargos y funciones por lo tanto el aporte del autor Chiavenato (2011) al manual de funciones es la definición del puesto de trabajo el indica que “se integra por todas las actividades que desempeña una persona, que pueden agruparse en un todo unificado y que ocupa una posición formal en el organigrama de la empresa” (pág. 172). Uno de los elementos que conforma el manual de funciones es el diseño del cargo, el cual es la descripción de las cualidades, competencias, conocimientos y habilidades, en conclusión, el objetivo de diseñar el perfil de cargo es para establecer quien cumple con las expectativas para ejecutar el cargo de manera óptima.

“El diseño del puesto es la especificación del contenido del puesto, de los métodos de trabajo y de las relaciones con los demás puestos, con objeto de satisfacer los requisitos tecnológicos, organizacionales, sociales y personales de su ocupante” (Chiavenato, 2011, pág. 172).

Por otro lado, este autor Chiavenato (2011, pág. 172) menciona que diseñar un puesto de trabajo significa establecer cuatro condiciones fundamentales las cuales son:

- El conjunto de tareas u obligaciones que desempeña el ocupante (contenido del puesto).
- Como efectuar ese conjunto de tareas u obligaciones (métodos y procedimientos de trabajo).
- A quien reporta el ocupante del puesto (responsabilidad), es decir, relación con su jefatura.

- A quien supervisa o dirige el ocupante del puesto (autoridad), es decir, relación con sus subordinados.

Adicional existen tres enfoques de los cuales se pueden diseñar los cargos de las organizaciones los cuales son:

- El modelo clásico los autores Torres Laborde & Jaramillo Naranjo (2015) lo definen de la siguiente manera: “Su énfasis es en la tarea y en la máxima eficiencia posible, define métodos estandarizados, otorga incentivos salariales por producción y fragmenta el trabajo” (pág. 14).
- Modelo de relaciones humanas o humanista los autores Torres Laborde & Jaramillo Naranjo (2015) lo definen de la siguiente manera: “El énfasis recae en la interacción entre las personas y grupos sociales, en el ambiente de trabajo cohesionado y agradable en el cual se debe realizar la tarea, e intervalos de tiempo libres, que bien podría considerarse un enfoque precursor” (pág. 14).
- Modelo situacional o contingente los autores Torres Laborde & Jaramillo Naranjo (2015) lo definen de la siguiente manera: “Contempla tres elementos a saber: las personas, la tarea y la estructura de la organización. Se base en el dinamismo, el cambio continuo, el desarrollo personal de quien ocupa el cargo y el desarrollo tecnológico de la tarea” (pág. 15).

Según los autores Torres Laborde & Jaramillo Naranjo (2015) definen el perfil del cargo como “la descripción de las cualidades, habilidades, conocimientos, competencias y en general de los atributos que debe poseer quien lo ejecute”

A medida que las organizaciones se van estructurando se van generando los procesos que se concentran en las áreas, para el presente trabajo se va a hacer énfasis en los procesos de selección, capacitación, evaluación de desempeño y comunicación, estos elementos hacen parte el área de recursos humanos.

Antes de explicar cada proceso, se debe definir ¿Qué es un proceso? en este caso el autor Maldonado (2011) dice que, “un proceso puede ser definido como un conjunto de actividades interrelacionadas entre sí que, a partir de una o varias entradas de materiales o información, dan lugar a una o varias salidas también de materiales o información con valor añadido” (pág. 1). Es por ello la importancia de establecer procesos ya que esto ayuda a que el flujo de la actividad se haga de una manera eficiente y eficaz.

El proceso de selección Chiavenato (2011) lo define de la siguiente manera: “la selección busca entre los candidatos reclutados a los más adecuados para los puestos que existen en la empresa, con la intención de mantener o aumentar la eficiencia y el desempeño del personal, así como la eficacia de la organización” (pág. 169).

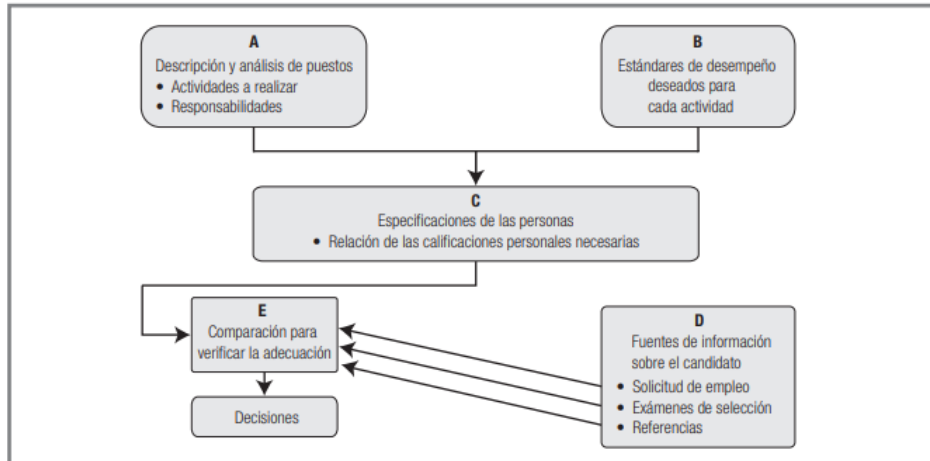


Figura 5. Proceso de selección de personal. Chiavenato (2011, pág. 170)

El proceso de capacitación el autor Chiavenato (2011) indica que “la capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos” (pág. 386).

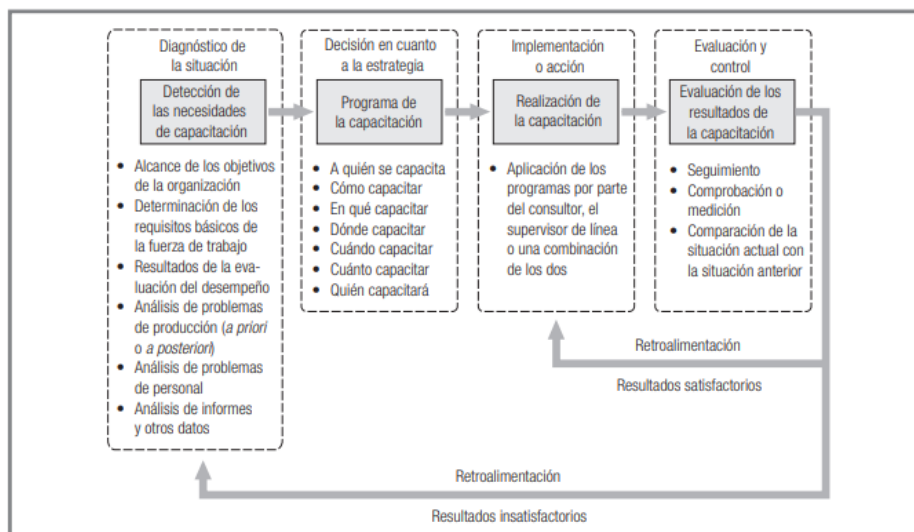


Figura 6. Proceso de capacitación. Chiavenato (2011, pág. 390)

Adicional este autor menciona que el proceso de capacitación puede incluir cuatro formas de cambio de conducta los cuales son:

- Trasmisión de información.
- Desarrollo de habilidades.
- Desarrollo o modificación de actitudes.
- Desarrollo de conceptos

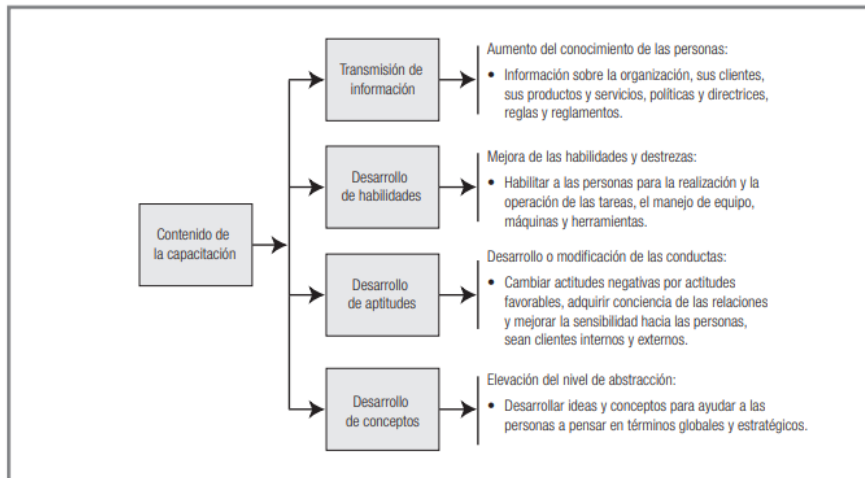


Figura 7. Los tipos de cambios de conducta por medio de la capacitación. Chiavenato (2011, pág. 387)

Proceso de evaluación de desempeño se define de la siguiente manera “es una apreciación sistemática de cómo cada persona se desempeña en un puesto y de su potencial de desarrollo futuro. Toda evaluación es un proceso para estimular o juzgar el valor, la excelencia y las cualidades de una persona” (Chiavenato, 2011, pág. 243).

Proceso de comunicación según el autor Chiavenato (2011) “La comunicación es la transferencia de información o de significado de una persona a otra. Dicho de otra forma, es el proceso por el cual se transmite información y significados de una persona a otra” (pág. 50).

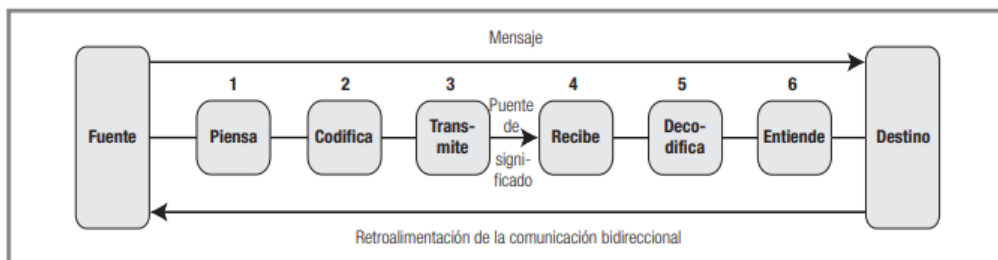


Figura 8. El proceso de la comunicación. Chiavenato (2011, pág. 61)

Por otro lado está la teoría X y la teoría Y de McGregor que nos ayuda observar como la administración ha venido evolucionando, el autor Chiavenato (2011) la define de la siguiente manera: “dos concepciones opuestas de administración basadas en suposiciones acerca de la naturaleza humana: la tradicional (teoría x) y la moderna (teoría y)” (pág. 88).

Teoría X	Teoría Y
1. A los seres humanos no les gusta el trabajo y tenderán a evitarlo, siempre que ello sea posible.	1. El trabajo puede ser una fuente de satisfacción o de sufrimiento, dependiendo de ciertas condiciones.
2. Toda organización tiene objetivos, cuyo logro requiere que se obligue, se controle y hasta se amenace con castigos a las personas que en ella trabajan para que sus esfuerzos se encaminen hacia la consecución de esos objetivos.	2. El control externo y las amenazas de castigo no son los únicos medios para estimular y dirigir los esfuerzos. Las personas pueden ejercer el autocontrol y autodirigirse, si pueden ser convencidas de comprometerse a hacerlo.
3. El ser humano prefiere ser dirigido, en vez de dirigir.	3. Las recompensas en el trabajo se hallan ligadas a los compromisos asumidos.
4. El ser humano procura evitar las responsabilidades siempre que sea posible.	4. Las personas pueden aprender a aceptar y asumir responsabilidades.
5. El hombre común es, relativamente, poco ambicioso.	5. La imaginación, la creatividad y el ingenio se hallan en la mayoría de las personas.
6. Las personas se preocupan sobre todo por su propia seguridad y bienestar.	6. El potencial intelectual del ser humano normal está lejos de ser utilizado en su totalidad.

Figura 9. Teoría x y teoría y: concepciones diferentes de la naturaleza humana. Chiavenato (2011, pág. 90)

Marco legal.

Con el propósito de sustentar el presenta trabajo en el marco legal, se identifican los siguientes decretos y normas legales:

Decreto 770 de 2005. "Por el cual se establece el sistema de funciones y de requisitos generales para los empleos públicos correspondientes a los niveles jerárquicos pertenecientes a los organismos y entidades del Orden Nacional, a que se refiere la Ley 909 de 2004" (Ministerio de Educación Nacional - República de Colombia, 2005, pág. 1).

Decreto 785 de 2005. “Por el cual se establece el sistema de nomenclatura y clasificación y de funciones y requisitos generales de los empleos de las entidades territoriales que se regulan por las disposiciones de la Ley 909 de 2004” (Ministerio de Educación Nacional - República de Colombia, 2005, pág. 1).

Decreto 2539 de 2005. “Por el cual se establecen las competencias laborales generales para los empleos públicos de los distintos niveles jerárquicos de las entidades a las cuales se aplican los

decretos ley 770 y 785 de 2005” (Ministerio de Educación Nacional - República de Colombia, 2005, pág. 1).

Decreto 2772 de 2005. “Por el cual se establecen las funciones y requisitos generales para los diferentes empleos públicos de los organismos y entidades del orden nacional y se dictan otras disposiciones” (Ministerio de Educación Nacional - República de Colombia, 2005, pág. 1).

Artículo 54 de la Constitución Política de Colombia.

Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y capacitación profesional y técnica a quienes lo requieran El Estado debe propiciar la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar y garantizar a los minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud. (Constitución Política de la República de Colombia, 1991).

Ley 872 de 2003. “Por la cual se crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios” (Ministerio de Educación Nacional - República de Colombia, 2003)

Capítulo 2. Identidad corporativa

Misión empresarial

En la empresa Cristian boutique II no existe una misión definida sin embargo para construir la misión de la empresa se tuvo en cuenta los siguientes comentarios que menciona el gerente general en la entrevista (ver anexo 1), el señor Villegas (2019) indica que quiere ser una empresa comprometida, satisfacer las necesidades de sus clientes ofreciéndoles una tendencia innovadora con diseños exclusivos, además de ello tener crecimiento, ser distinguido en nombre y servicio para así cumplir las expectativas establecidas por cada uno de los clientes.

Por lo tanto, la misión que se propone es la siguiente:

“Somos una empresa comprometida, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes ofreciéndoles una tendencia innovadora con diseños exclusivos y de garantía, además de ello con generar crecimiento, distinción en nombre, generación de marca y servicio para así cumplir las expectativas establecidas por cada uno de nuestros clientes.”

Visión empresarial

De la misma manera la empresa no tiene visión publicada, pero de acuerdo con la entrevista (ver anexo 1) realizada al señor Villegas (2019), se toma en cuenta lo mencionado para construir la visión, en este caso el indica ser una empresa líder en el año 2025 reconocida a nivel nacional en tendencia de moda, distinguirse por su calidad, creando una marca propia, proporcionando a sus clientes los elementos necesarios para satisfacer sus necesidades, brindándoles alternativas profesionales y tendientes.

De acuerdo con lo anterior se propone la siguiente visión:

“Ser una empresa para el año 2025 de referencia, líder en confección, alquiler y distribución de moda con diseños exclusivos, en continuo crecimiento, con presencia a nivel nacional, que se distinga por proporcionar una calidad de atención y servicio excelente a sus clientes.”

Valores corporativos

No existen, sin embargo, en la entrevista el empresario Villegas (2019), menciona los siguientes valores.

Responsabilidad. En Cristian boutique II la mejor muestra de responsabilidad es el cumplimiento y eficiencia hacia los clientes y colaboradores por medio de cualquier procedimiento que se desee efectuar en la empresa para el mejoramiento continuo.

Disciplina. Cumplir con las metas propuestas, siendo constantes, mejorando y reforzando los procedimientos.

Calidad. Cada día realizan una mejora continua a los productos y al servicio al cliente, para generar un gran desarrollo de la empresa.

Honestidad. Todo lo que se realiza en la empresa es con un alto nivel de transparencia.

Seguridad y confianza. Personal calificado, capacitado y unos productos de calidad, que generan un servicio de total excelencia.

Compromiso. Implicación de un trabajador que desea contribuir con los objetivos propuestos por la empresa.

Sentido de Pertenencia. Identificación y posesión de un colaborador en querer desenvolverse de la mejor manera alcanzando el éxito personal como el empresarial.

Están bien presentados ya que son un conjunto de principios sobre los cuales la empresa basa su ética y responsabilidad social, aunque entre más valores contemple la organización asume más responsabilidades.

Objetivos corporativos

En Cristian Boutique no tienen estructurados sus objetivos corporativos sin embargo en la entrevista (ver anexo 1) con el señor Villegas (2019) menciona que sus objetivos se centran en obtener reconocimiento a nivel nacional, creación de su marca propia como Tennis o Studio F, adicional reestructurar los procesos donde se evidencian falencias para que haya una mejor transición en su operación, por consiguiente los siguientes son la propuesta que se realiza para los objetivos corporativos para Cristian boutique II.

- Garantizar la prestación del servicio por su alta calidad y diseños únicos.
- Mantener nuestros productos acordes a la vanguardia de la moda basada en las necesidades de nuestros clientes.
- Contar con el personal idóneo, competente y comprometido.
- Generar estrategias que faciliten el mejoramiento de los procesos y crecimiento en el mercado nacional.

Organigrama

La compañía no cuenta con un diseño organizacional definido, ni plasmado en algún documento. De acuerdo con la entrevista (ver anexo 1) con el señor Villegas (2019), se difiere un diseño de estructura simple, presenta una mínima diferenciación de procesos y pocos niveles jerárquicos, la

coordinación se logra a través de un único responsable que realiza una supervisión directa, para el caso concreto es el gerente (ver **Figura 10**).

La planta de personal de Cristian boutique II en la actualidad está conformada por diez personas que trabajan directamente entre ellas una asesoría contable que es externa, sin embargo, a través de los diferentes escenarios con el gerente el señor Villegas (2019), se evidenció la necesidad de sugerir la creación del área o departamento financiero ya que él no tiene el control sobre los estados financieros de la compañía, y el contador es ajeno a la operación de la boutique.

Adicional cuenta con 15 personas indirectamente, que no se encuentran en la planta de la Boutique, pero se requiere de su mano de obra indirecta, para realizar actividades de producciones extensas como cortes, bordeado y coser prendas.

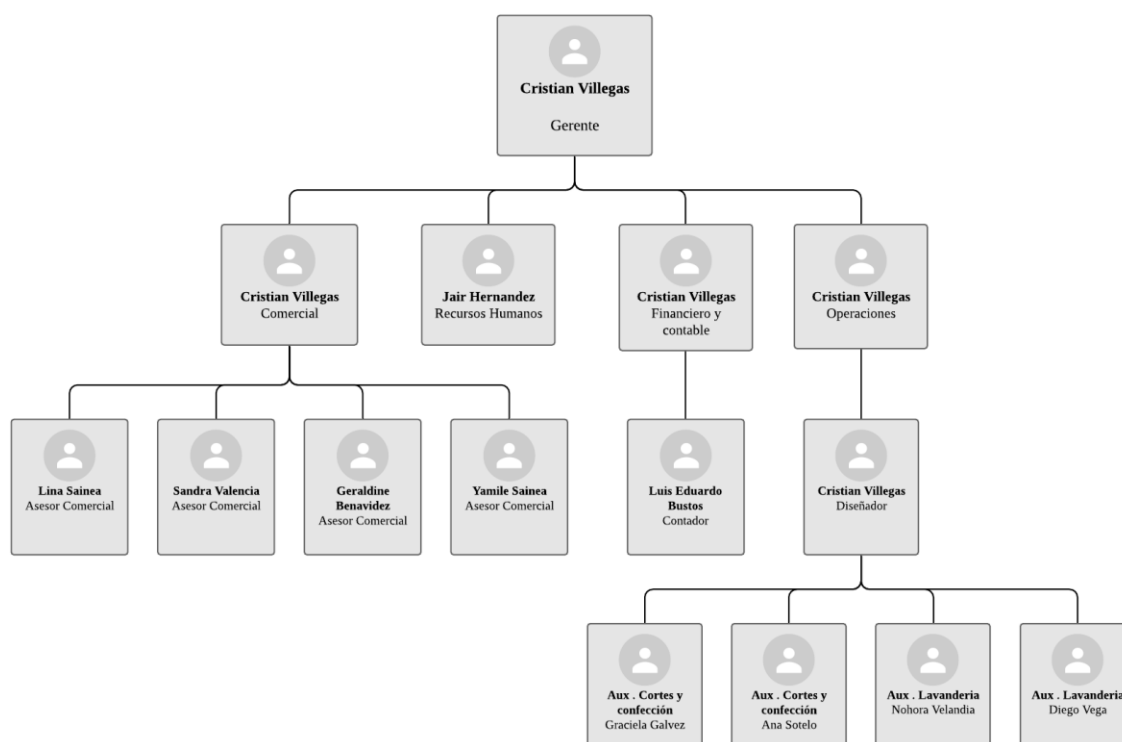


Figura 10. Organigrama Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

De acuerdo con las visitas realizadas a la empresa y lo platicado con el gerente general su conformación de la planta de persona se describe de la siguiente manera:

El gerente general de la empresa tiene como función principal ejecutar los planes comerciales de la boutique, adicionalmente es el encargado de formar las estrategias de posicionamiento a nivel nacional. Por otra parte, es el diseñador de algunas de las prendas de vestir.

Los colaboradores del área comercial son los que asesoran a los clientes, toman medidas, realizan el protocolo de documentos para el alquiler y ventas y finalmente ejecutan el servicio.

Por otra parte, el area de recursos humanos se encarga de reclutar y motivar a todo el equipo de colaboradores, basándose en una forma de selección empírica y la empatía que genere con el prospecto

Para el área operativa que es la más importante, se encuentran cuatro personas que son dos costureros y dos personas que realiza el proceso de lavandería, donde los costureros son los encargados de la confección de moldes, marcado, cortado y armado de las piezas además de hacer uso adecuado de los materiales.

Por su parte en la lavandería se recibe, selecciona y clasifica de acuerdo con textura y color las prendas a ser lavadas, atendiendo al tratamiento que debe ser aplicado en cada una de las prendas, allí también se desmancha mediante la utilización de productos adecuados para tal fin.

Capítulo 3. Manual de funciones, procesos y procedimientos

Manual de funciones

En Cristian Boutique II no se evidencia manuales de funciones para sus colaboradores es por ello por lo que uno de los factores importantes de mejora que se puede implementar es el diseño de funciones y responsabilidades específicas de acuerdo con el cargo que desempeña cada colaborador debido a que todos realizan diferentes funciones diarias sin tener claridad de cuáles son sus responsabilidades específicas dentro de la empresa.

Para el área de recursos humanos, el jefe inmediato y para los colaboradores se obtiene la posibilidad de mantener información veraz sobre las responsabilidades de cada cargo de la empresa, facilita la información para la toma de decisiones, permite distinguir las funciones de cada cargo para exigir y realizar seguimiento a cada colaborador, favorece el proceso de evaluación, capacitación, comunicación interna y selección.


	MANUAL DE FUNCIONES	VERSION 1. ABRIL 2020
		CODIGO: CB - DYC - 02
		PAGINA 1 DE 1
		Fecha de diligenciamiento:
IDENTIFICACION DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO	Gerente General	
DEPARTAMENTO	Gerencia	
JEFE INMEDIATO	No aplica	
OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Dirigir las actividades generales de la empresa, logrando así el cumplimiento de los objetivos basados misión y visión.		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS DEL CARGO		
1. Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.		
2. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.		
3. Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.		
4. Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.		
5. Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.		
6. Conocer y aplicar el código de ética y demás directrices emitidas por la empresa para garantizar la independencia, imparcialidad y objetividad de su actuación.		
7. Acatar las condiciones establecidas por la empresa en los códigos de ética, políticas y demás documentos que velan por la independencia, imparcialidad y objetividad.		
8. Reportar las novedades presentadas en el ejercicio de sus labores diarias.		
9. Cumplir con las políticas y normas establecidas por la compañía.		
10. Las demás señaladas en la organización y las disposiciones que determine la organización, o que le sean delegadas por la Gerencia General y/o Gerencia de Operaciones.		
PERFIL REQUERIDO		
EDUCACIÓN	Título de formación profesional	
EXPERIENCIA LABORAL	Tres años de experiencia en cargo administrativos	
COMPETENCIAS GENERALES DEL CARGO		
Orientación al logro resultados	Liderazgo	Organización al trabajo
Planeación al trabajo	Emprendimiento	Iniciativa
Adaptabilidad al cambio	Comunicación asertiva	Capacidad de negociación
FIRMAS		
_____		_____
JEFE DE RECURSOS HUMANOS		GERENTE GENERAL

Figura 11. Manual de funciones del gerente general de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


	MANUAL DE FUNCIONES	VERSION 1. ABRIL 2020
		CODIGO: CB - DYC - 02
		PAGINA 1 DE 1
		Fecha de diligenciamiento:
IDENTIFICACION DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO	Diseñador de moda	
DEPARTAMENTO	Departamento de operacional	
JEFE INMEDIATO	No aplica	
OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Diseñar modelos exclusivos de acuerdo a los requisitos de los clientes.		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS DEL CARGO		
1. Definir todos los aspectos para iniciar el diseño, como el público objetivo o el segmento de población a quién va dirigida la colección		
2. Realizar propuestas de diseño, bocetos y prototipos		
3. Diseñar y confeccionar prendas de alta costura.		
4. Supervisar el patronaje y la producción		
5. Estar al día de las últimas tendencias en moda y materiales textiles		
6. Garantizar que las fechas de entrega sean respetadas.		
7. Supervisar el lanzamiento y la comercialización de la colección		
PERFIL REQUERIDO		
EDUCACIÓN	Título de formación profesional	
EXPERIENCIA LABORAL	Cinco años de experiencia en cargos contables	
COMPETENCIAS GENERALES DEL CARGO		
Habilidades de comunicación	Creatividad	Expresión gráfica
Excelentes aptitudes creativas	Innovador	
Responsabilidad	Interés en moda y tendencias	
FIRMAS		
_____		_____
JEFE DE RECURSOS HUMANOS		GERENTE GENERAL

Figura 12. Manual de funciones del diseñador de modas de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

	MANUAL DE FUNCIONES		VERSION 1. ABRIL 2020
			CODIGO: CB - DYC - 02
			PAGINA 1 DE 1
			Fecha de diligenciamiento:
IDENTIFICACION DEL CARGO			
NOMBRE DEL CARGO	Subgerente Administrativo / Jefe de Recursos humanos		
DEPARTAMENTO	Administración		
JEFE INMEDIATO	Gerente General		
OBJETIVO GENERAL DEL CARGO			
Realizar las actividades relacionadas con los procesos del buen manejo y utilización del recurso humano dentro de la compañía tales como: Supervisión al personal, contrataciones, capacitaciones, servicio al cliente, entre otras.			
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS DEL CARGO			
1. Realizar la convocatoria y selección de personal requerido por la empresa			
2. Mantener ordenado el archivo de hojas de vida y documentos de los empleados			
3. Realizar las afiliaciones pertinentes a cada empleado			
4. Coordinar inducciones y capacitaciones			
5. Elaborar los contratos laborales de cada empleado			
6. Elaborar todos los documentos referentes a los colaboradores de la empresa			
7. Velar por el bienestar de las personas que laboran en la empresa			
8. Evaluar junto con los directores de cada área el desempeño de cada empleado			
9. Elaborar el manual de funciones de cada puesto así como el perfil y actitudes requeridas para cada cargo			
10. Todas las demás funciones encargadas por las directivas de la empresa			
PERFIL REQUERIDO			
EDUCACIÓN	Título de formación profesional en administración de empresas o administración de		
EXPERIENCIA LABORAL	Dos años de experiencia en cargos contables		
COMPETENCIAS GENERALES DEL CARGO			
Liderazgo	Ética	Innovación / mejora continua	
Pensamiento estratégico	Alto nivel de inteligencia emocional	Empoderamiento	
Compromiso	Trabajo en equipo	Impacto e influencia	
FIRMAS			
_____		_____	
JEFE DE RECURSOS HUMANOS		GERENTE GENERAL	

Figura 13. Manual de funciones director de recursos humanos de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


	MANUAL DE FUNCIONES	VERSION 1. ABRIL 2020
		CODIGO: CB - DYC - 02
		PAGINA 1 DE 1
		Fecha de diligenciamiento:
IDENTIFICACION DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO	Contador	
DEPARTAMENTO	Financiero	
JEFE INMEDIATO	Gerente general	
OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
<p>Analizar la información contable, verificando su exactitud a fin de garantizar una contabilidad confiable y oportuna para la empresa</p>		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS DEL CARGO		
1. Mantener actualizada la información de cartera		
2. Elaborar y remitir las facturas en base a la información otorgada por el área de bodega		
3. Establecer relaciones gana-gana entre clientes y empresa ofreciendo un servicio de calidad y oportuno		
4. Mantener actualizado y organizado el archivo de su área		
5. Llevar a cabo todos los procesos pertinentes en el tiempo indicado		
6. Entregar informe del estado general de la empresa		
7. Mantener al día informes y pagos tributarios		
8. Realizar liquidación de nomina		
9. Hacer presupuestos de ingresos, costos y flujos de caja		
10. Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.		
PERFIL REQUERIDO		
EDUCACIÓN	Título de formación profesional en contaduría publica	
EXPERIENCIA LABORAL	Dos años de experiencia en cargos contables	
COMPETENCIAS GENERALES DEL CARGO		
Integridad	Comportamiento profesional	Compromiso
Objetividad	Ético	Honestidad
Confidencialidad	Responsabilidad	Habilidades intelectuales
FIRMAS		
_____		_____
JEFE DE RECURSOS HUMANOS		GERENTE GENERAL

Figura 14. Manual de funciones del contador de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


	MANUAL DE FUNCIONES	VERSION 1. ABRIL 2020
		CODIGO: CB - DYC - 02
		PAGINA 1 DE 1
		Fecha de diligenciamiento:
IDENTIFICACION DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO	Asesor Comercial	
DEPARTAMENTO	Departamento comercial	
JEFE INMEDIATO	Gerente General / Subgerente administrativo	
OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Garantizar el volumen de ventas y desarrollo de estrategias de mercado en la busca constante de la satisfacción de los clientes.		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS DEL CARGO		
1. Definir, proponer, coordinar y ejecutar las políticas de comercialización orientadas al logro de una mayor y mejor posición en el mercado.		
2. Definir y proponer los planes de marketing, y venta de la Empresa.		
3. Implementar un adecuado sistema de venta de servicios a cargo de la empresa y de terceros a nivel nacional		
4. Consolidar el presupuesto anual del área Comercial y controlar su ejecución.		
5. Controlar que los objetivos, planes y programas se cumplan en los plazos y condiciones establecidos.		
6. Conocer y aplicar el código de ética y demás directrices emitidas por la empresa para garantizar la independencia, imparcialidad y objetividad de su actuación.		
7. Acatar las condiciones establecidas por la empresa en los códigos de ética, políticas y demás documentos que velan por la independencia, imparcialidad y objetividad.		
8. Reportar las novedades presentadas en el ejercicio de sus labores diarias.		
9. Cumplir con las políticas y normas establecidas por la compañía.		
10. Las demás señaladas en la organización y las disposiciones que determine la organización, o que le sean delegadas por la Gerencia General y/o Gerencia de Operaciones.		
PERFIL REQUERIDO		
EDUCACIÓN	Titulo de formación profesional Administración de empresas, negocios, mercadeo.	
EXPERIENCIA LABORAL	Dos años de experiencia en cargo similares	
COMPETENCIAS GENERALES DEL CARGO		
Empatia	Compromiso	Capacidad resolutive
Responsabilidad	Orientación a objetivos y resultados	Habilidad negociadora
Proactividad	Habilidades de comunicación	Emprendimiento
FIRMAS		
<hr style="width: 200px; margin: 0 auto;"/>		<hr style="width: 200px; margin: 0 auto;"/>
JEFE DE RECURSOS HUMANOS		GERENTE GENERAL

Figura 15. Manual de funciones de asesor comercial de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


	MANUAL DE FUNCIONES	VERSION 1. ABRIL 2020
		CODIGO: CB - DYC - 02
		PAGINA 1 DE 1
		Fecha de diligenciamiento:
IDENTIFICACION DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO	Operario	
DEPARTAMENTO	Operaciones	
JEFE INMEDIATO	Gerente General / Subgerente administrativo	
OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Garantizar la entrega de los productos y/o servicios en los tiempos pactados y con estandar de calidad del 100%, contribuyendo con a satisfaccion de los clientes.		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS DEL CARGO		
1. Coordinar con compras, adquisición de materiales y para el mantenimiento de los equipos.		
2. Gestionar todas las actividades competentes para el desarrollo correcto de todas las actividades de producción.		
3. Vigilar el proceso en la elaboración del producto que cumpla con la planificación prevista.		
4. Establecer el control de calidad de cada lote de producción		
5. Controlar que los objetivos, planes y programas se cumplan en los plazos y condiciones establecidos.		
6. Operar dentro de las instrucciones recibidas y de acuerdo con los procedimientos establecidos.		
7. Acatar las condiciones establecidas por la empresa en los códigos de ética, políticas y demás documentos que velan por la independencia, imparcialidad y objetividad.		
8. Reportar las novedades presentadas en el ejercicio de sus labores diarias.		
9. Cumplir con las políticas y normas establecidas por la compañía.		
10. Las demás señaladas en la organización y las disposiciones que determine la organización, o que le sean delegadas por la Gerencia General y/o Gerencia de Operaciones.		
PERFIL REQUERIDO		
EDUCACIÓN	Titulo en formación Profesional Administración de empresas, logística	
EXPERIENCIA LABORAL	Dos años de experiencia en cargo similares	
COMPETENCIAS GENERALES DEL CARGO		
Responsabilidad	Capacidad resolutive	Trabajo en equipo
Organización en el trabajo	Innovador / mejora continua	Creatividad
Compromiso	Iniciativa	Habilidad de comunicación.
FIRMAS		
_____		_____
JEFE DE RECURSOS HUMANOS		GERENTE GENERAL

Figura 16. Manual de funciones de operario de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


	MANUAL DE FUNCIONES	VERSION 1. ABRIL 2020
		CODIGO: CB - DYC - 02
		PAGINA 1 DE 1
		Fecha de diligenciamiento:
IDENTIFICACION DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO	Auxiliar de Lavandería	
DEPARTAMENTO	Operaciones	
JEFE INMEDIATO	Gerente General / Subgerente administrativo	
OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Garantizar la entrega de los productos y/o servicios en los tiempos pactados y con estandar de calidad del 100%, contribuyendo con a satisfaccion de los clientes.		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS DEL CARGO		
1. Clasificar y controlar las prendas sucias entregadas por los clientes		
2. Realizar selección de las prendas para su debido proceso de lavado.		
3. Separar las prendas que presentan algún tipo de desperfecto para repararlas si es posible.		
4. Lavado, secado, planchado, plegado de las prendas previamente lavadas.		
5. Distribuir y organizar todas las prendas a sus lugares respectivos.		
6. Asegurar la disponibilidad y buen estado de todas las prendas.		
7. Llevar un inventario de los suministros y anunciar si hay agotados para su requerimiento de compra.		
8. Limpieza de las instalaciones de lavandería.		
PERFIL REQUERIDO		
EDUCACIÓN	Titulo en formacion Bachiller	
EXPERIENCIA LABORAL	6 meses de experiencia o similares.	
COMPETENCIAS GENERALES DEL CARGO		
Responsabilidad	Capacidad resolutive	Trabajo en equipo
Organización en el trabajo	Innovador / mejora continua	Creatividad
Compromiso	Iniciativa	Habilidad de comunicación.
FIRMAS		
_____		_____
JEFE DE RECURSOS HUMANOS		GERENTE GENERAL

Figura 17. Manual de funciones de auxiliar de lavandería de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

Proceso de evaluación de desempeño

En Cristian Boutique II no se evidencia el proceso, procedimiento y formato de evaluación de desempeño es por ello por lo que uno de los factores importantes de mejora que se puede implementar en el área de recursos humanos es la implementación de la evaluación de desempeño, que sea aplicada a sus colaboradores cada seis meses y así llevar seguimiento y control para poder generar planes de acción de mejora en las falencias que se estén presentando.

A continuación, en las Figuras **Figura 18**, **Figura 19** y **Figura 20** se presenta el diagrama de flujo del proceso con su respectivo procedimiento y formato para realizar la evaluación de desempeño:

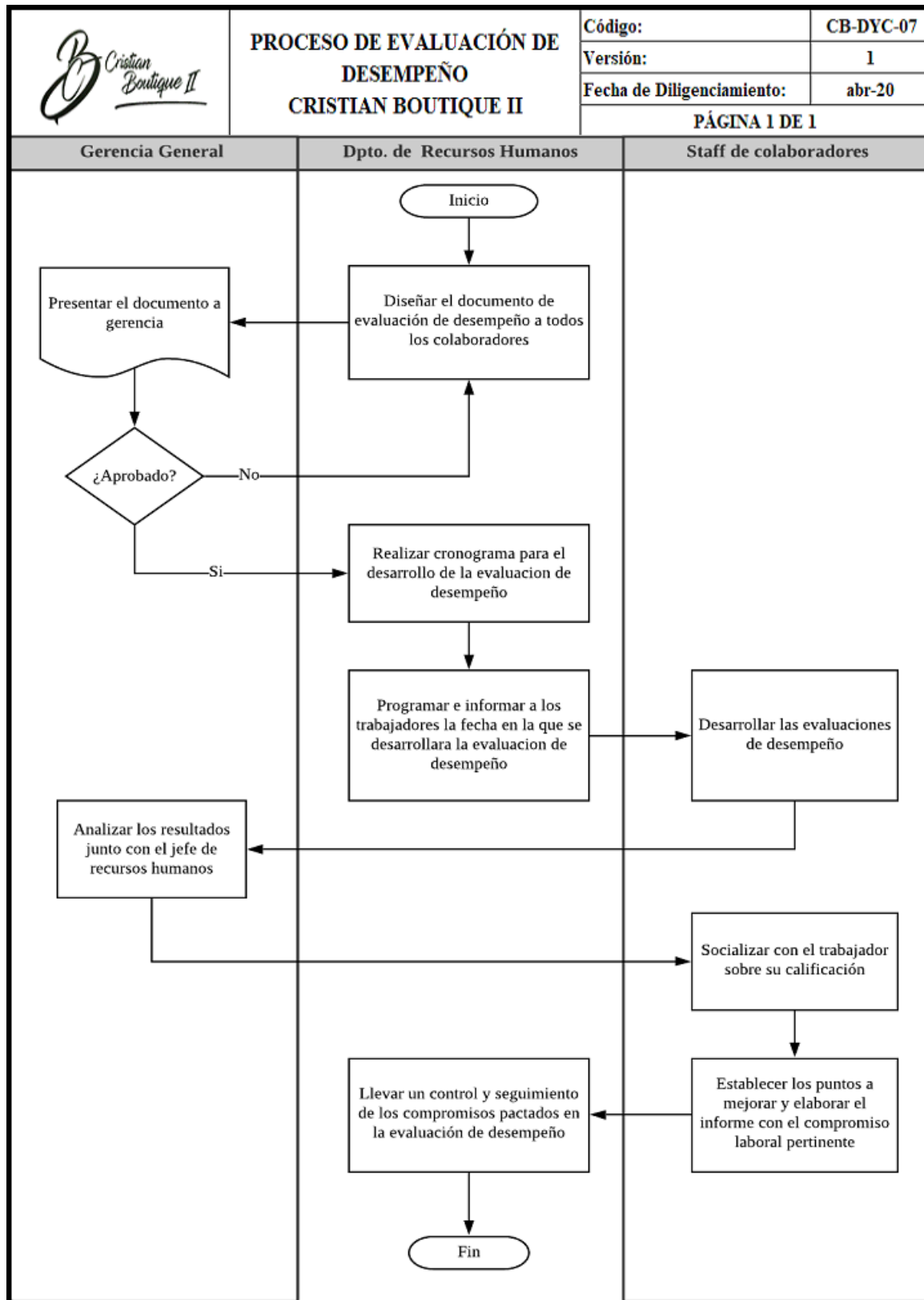


Figura 18. Diagrama de flujo del proceso de evaluación de desempeño en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)



		PROCESO DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO CRISTIAN BOUTIQUE II		Código:	CB-DYC-07
				Versión:	1
				Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
				PÁGINA 1 DE 1	
Gerencia General	Dpto. de Recursos humanos	Staff de colaboradores	Procedimiento		
	Inicio				
	Diseñar el documento de evaluación de desempeño a todos los colaboradores		El jefe de recursos humanos debe generar el instrumento que permita conocer la falta de conocimientos, habilidades y competencias de los colaboradores.		
Presentar el documento a gerencia			Se presenta la propuesta a gerencia del diseño que se utilizara para evaluar a los trabajadores.		
¿Aprobado por gerencia?			SI - Se procede con el proceso NO - Se retrocede a la actividad #1		
	Realizar cronograma para el desarrollo de la evaluación de desempeño		El jefe de recursos humanos programa las fechas para realizar las evaluación de desempeño a todos los colaboradores.		
	Programar e informar a los trabajadores la fecha en la que se desarrollara la evaluación de desempeño		El jefe de recursos humanos se encargará de informar a todos los colaboradores de la Boutique la fecha en que se llevará la evaluación de desempeño.		
		Desarrollar las evaluaciones de desempeño	Realizar las evaluaciones de desempeño a todo el staff de colaboradores según el cronograma organizado.		
Analizar los resultados junto con el jefe de recursos humanos			Generar estadísticas de resultados sobre las evaluaciones de desempeño para identificar si esta cumpliendo o no con los objetivos del cargo y está contribuyendo en pro de los objetivos de las organizaciones		
		Socializar con el colaborador sobre su calificación	Realizar una retroalimentación relacionado con el desempeño del colaborador y su calidad de trabajo adicional si este cumple con todo lo solicitado hacer el reconocimiento para incentivarlos a ser mejor cada día.		
		Establecer los puntos a mejorar y elaborar el informe con el compromiso laboral pertinente	Se realiza un informe final sobre la calificación obtenida e informando los compromisos pactados.		
	Llevar un control y seguimiento de los compromisos pactados en la evaluación de desempeño		El jefe de recursos humanos debe hacer seguimiento y registro de las evaluaciones de desempeño y adicional calificar el grado de cumplimiento en la próxima evaluación de desempeño.		
	Fin				

Figura 19. Descripción del proceso de evaluación de desempeño en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO CRISTIAN BOUTIQUE II		Código:	CB-DYC-01
			Versión:	1
			Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
			PÁGINA 1 DE 2	
Identificación del trabajador				
Nombres completos del trabajador				
Fecha de contratación				
Fecha desde que ocupa el actual Rol				
Correo electrónico				
Nombres completos del supervisor				
Objetivos corporativos:				
<ul style="list-style-type: none"> • Prestar el servicio de venta y alquiler a nivel nacional. • Apertura nuevos puntos de ventas, para tener mayor cubrimiento en el mercado. • Ser reconocidos como una empresa que ofrece la más alta calidad en sus productos. • Atender en el menor tiempo posible las peticiones de los clientes para generar en ellos confianza y brindar apoyo para cualquier inquietud con base a el producto y/o servicio ofrecido. • Generar estrategias de mejora a los procesos que presentan inconsistencias, para generar mayor producción y competitividad en el mercado. • Proporcionar un ambiente laboral que permita el crecimiento del talento humano, como fuente de servicio y productividad. 				
Competencias				
Planificación y Organización:				
Establece un curso de acción sistemático para que uno mismo y los demás logren objetivos, determinen prioridades y asignen recursos de manera efectiva.				
Necesita Mejorar <input type="checkbox"/>	Cumple <input type="checkbox"/>	Excede las Expectativas <input type="checkbox"/>		
Comentarios:				
Gestión del cambio / mejora continua:				
Reconoce la necesidad de cambio para mejorar los procesos, el enfoque, los servicios, los productos para mantenerse al día con las necesidades cambiantes del negocio. Facilita e innova enfoque de trabajo y cambio. Responde con confianza a un entorno laboral cambiante.				
Necesita Mejorar <input type="checkbox"/>	Cumple <input type="checkbox"/>	Excede las Expectativas <input type="checkbox"/>		
Comentarios:				
Enfoque en el cliente:			Tiene	
un fuerte deseo de atender las necesidades del cliente. Contribuye en gran medida al éxito general del negocio e implica asegurar que la compañía ponga en primer lugar a satisfacción de sus clientes. Mantiene relaciones efectivas con el cliente y un programande servicio.				
Necesita Mejorar <input type="checkbox"/>	Cumple <input type="checkbox"/>	Excede las Expectativas <input type="checkbox"/>		
Comentarios:				


	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO CRISTIAN BOUTIQUE II	Código:	CB-DYC-01
		Versión:	1
		Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
		PÁGINA 2 DE 2	
Orientación al resultado: Ser persistente y mostrar perseverancia en el logro de resultados concretos y tangibles por responsabilidad personal; obtener resultados óptimos de las situaciones y estar listo para actuar y mostrar tenacidad en caso de obstáculos o resistencia.			
Necesita Mejorar <input type="checkbox"/>		Cumple <input type="checkbox"/>	
Excede las Expectativas <input type="checkbox"/>			
Comentarios:			
Responsabilidad / Calidad de Trabajo: Se responsabiliza a sí mismo y a los demás por las acciones y el desempeño. Muestra disposición, cuando sea apropiado, para delegar tareas o responsabilidades a otros, al equipo o dentro de la empresa para lograr metas y objetivos de manera más efectiva. Todos los requerimientos y tareas se completan a tiempo y anticipan cómo se pueden agregar recomendaciones proactivas para mejorar la calidad de la tarea o tarea.			
Necesita Mejorar <input type="checkbox"/>		Cumple <input type="checkbox"/>	
Excede las Expectativas <input type="checkbox"/>			
Comentarios:			
Comunicación / Influencia: Habilidad para comunicarse efectivamente, influenciar y motivar a otros. Escucha de manera efectiva y demuestra comprensión acerca de lo que se ha comunicado. Proporciona retroalimentación directa y accionable y no evita conversaciones difíciles.			
Necesita Mejorar <input type="checkbox"/>		Cumple <input type="checkbox"/>	
Excede las Expectativas <input type="checkbox"/>			
Comentarios:			
Conducir a resultados: Aumenta los estándares de rendimiento e impulsa un rendimiento excepcional relacionado con los objetivos corporativos tanto para el departamento como para la compañía. Actúa de manera decisiva ante los problemas y brinda soluciones impactantes. Establece objetivos que son estratégicos y vinculados a los objetivos corporativos. A menudo piensa globalmente, no solo localmente.			
Necesita Mejorar <input type="checkbox"/>		Cumple <input type="checkbox"/>	
Excede las Expectativas <input type="checkbox"/>			
Comentarios:			
Resumen: Resultado Final			
Necesita Mejorar <input type="checkbox"/>		Cumple <input type="checkbox"/>	
Excede las Expectativas <input type="checkbox"/>			
Comentarios Jefe Inmediato:			
Comentarios Empleado:			
Firma del Supervisor: _____ Fecha: _____			
Firma del Empleado: _____ Fecha: _____			

Figura 20. Formato de evaluación de desempeño de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

Proceso de comunicación

El proceso de comunicación interna en Cristian boutique II es fundamental para lograr una comunicación asertiva interna y proyectar una imagen confiable, sin embargo, actualmente no cuenta con el proceso estructurado, el conducto que se lleva internamente en la empresa es donde el colaborador se dirige directamente a Cristian Villegas gerente de la Boutique, es por ello que no se logra cumplir ningún nivel jerárquico de comunicación, lo que implica que el gerente tenga más responsabilidades de las que tiene.

Mediante la creación del área de recursos humanos se pretende potencializar la comunicación por lo tanto a continuación se presenta el diagrama de flujo del proceso con su respectivo procedimiento.

En este proceso el responsable puede ser cualquiera, teniendo en cuenta que la comunicación se puede presentar del gerente hacia todo el staff de colaboradores o en específico puede ir a una sola persona, sin embargo, también existe el escenario que la comunicación se pueda dar desde algún colaborador de cualquier departamento hacia el gerente o el resto de los compañeros.

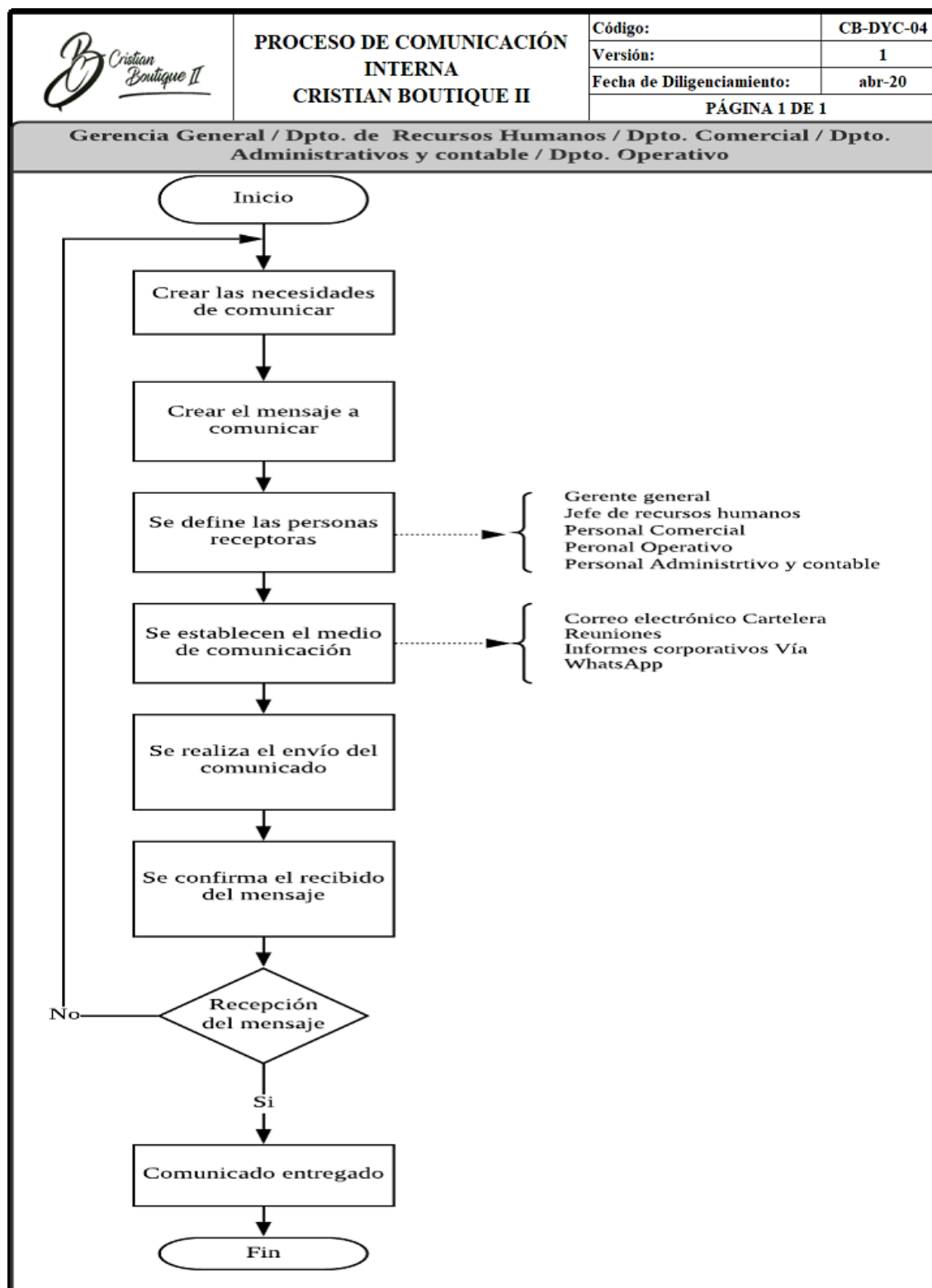


Figura 21. Diagrama de flujo del proceso de comunicación interna en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


	PROCESO DE COMUNICACIÓN CRISTIAN BOUTIQUE II	Código:	CB-DYC-04
		Versión:	1
		Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
		PÁGINA 1 DE 1	
Gerencia General / Dpto. de Recurso Humanos / Dpto. Comercial / Dpto. Administrativo y contable / Dpto. Comercial	Procedimiento		
Inicio			
Crear las necesidades de comunicar	Se establece la necesidad de informar un comunicado desde los diferentes Dptos. de la empresa hacia los demás colaboradores.		
Crear el mensaje a comunicar	Creación del mensaje a comunicar el cual debe estar relacionado con la empresa.		
Se define el emisor que va a comunicar la información	Se determina la persona que va a enviar el comunicado, en este caso puede ser emitido desde la gerencia general, subgerente y/o jefe de recursos humanos, Dpto. comercial, Dpto. administrativo y contable o Dpto. de operaciones		
Se define las personas receptoras	A quien va dirigido el comunicado, en este caso puede ir dirigido a una sola persona o el staff de colaboradores, según el motivo de la comunicación.		
Se establecen el medio de comunicación	Los medios de comunicación es Cristian Boutique II son correo electrónico, cartelera, reuniones, informes corporativos y vía WhatsApp		
Se realiza el envío del comunicado	Se realiza el envío del comunicado según el medio comunicación elegido y a la persona o personas receptoras que deben estar involucradas en el mensaje.		
Se confirma el recibido del mensaje	SI - Confirmar si las personas receptoras recibieron el mensaje y si fue claro, en caso de que no se realiza una retroalimentación. NO - Iniciamos nuevamente el proceso de comunicación para realizar el envío del mensaje modificando el medio de comunicación o acercándose directamente al receptor		
Comunicado entregado	Cierre del proceso de comunicación, en esta actividad el comunicado es entregado a los destinatarios.		
Fin			

Figura 22. Descripción del proceso de comunicación interna en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

Proceso de selección

Una de las principales problemáticas que presenta la empresa Cristian Boutique II se derivan de no realizar un correcto proceso de selección de personal y no definir con eficacia los perfiles que actualmente está solicitando la empresa, es de suma importancia la implementación de un proceso de selección debido a que este es un factor fundamental para crear un equipo competitivo y que a su vez aporte valor y crecimiento a la empresa.

A continuación, en la **Figura 23** se presente el diagrama de flujo del proceso de selección y en la **Figura 24** su procedimiento, adicional se propone un código de buen vestir ya que la imagen de la boutique es fundamental debido a ello los colaboradores deben estar siempre a la moda con un atuendo innovador ya que es un reflejo de la actividad que se realiza allí.

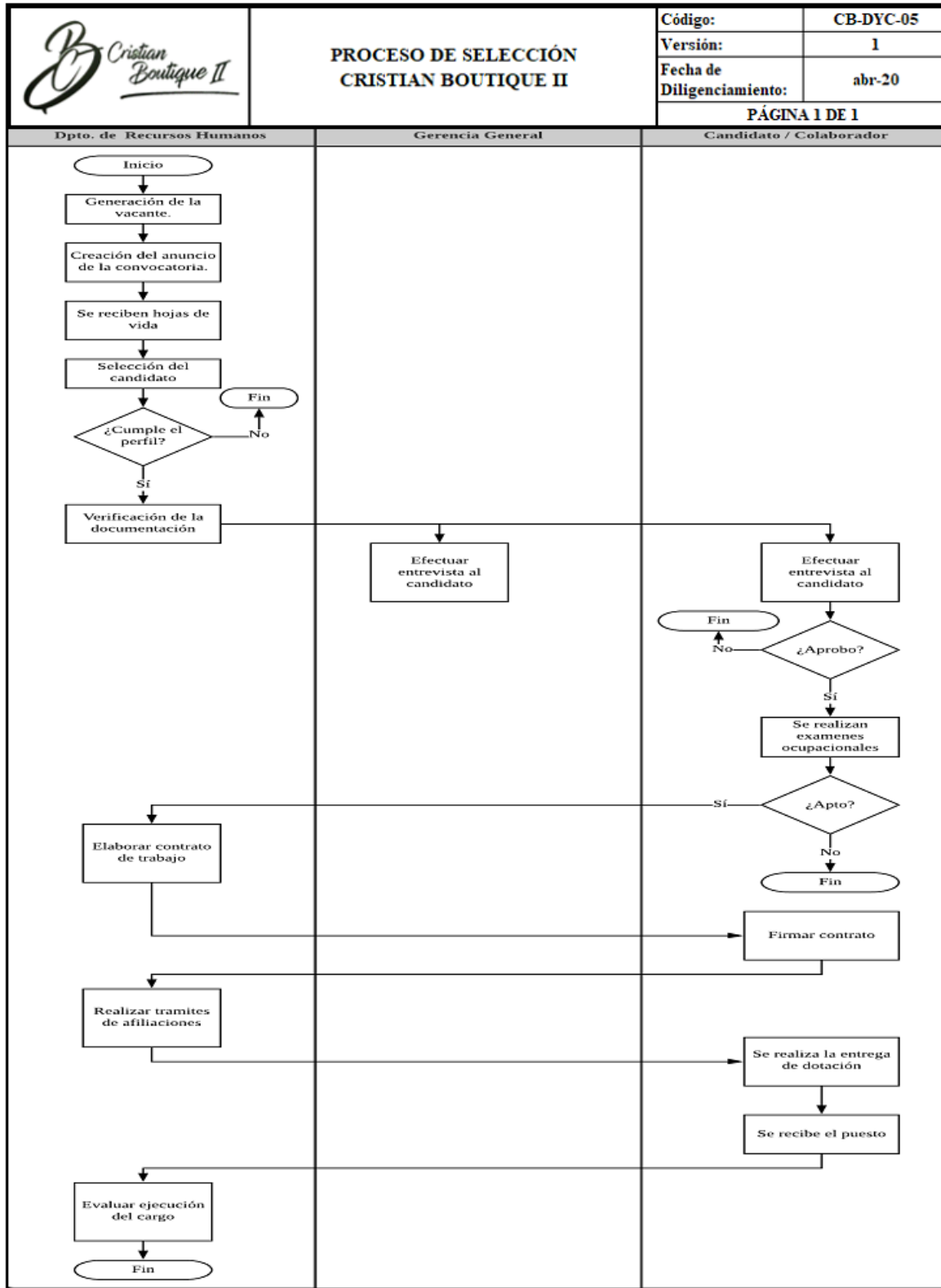


Figura 23. Diagrama de flujo del proceso de selección en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

		PROCESO DE SELECCIÓN CRISTIAN BOUTIQUE II		Código:	CB-DYC-05
				Versión:	1
				Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
				PÁGINA 1 DE 1	
Dpto. de Recursos humanos	Gerencia General	Candidato / Colaborador	Procedimiento		
Inicio					
Generación de la vacante.			Se detecta la necesidad de contratar personal y se genera la vacante según el cargo a requerir.		
Creación del anuncio de la convocatoria.			Se genera la publicación de la convocatoria por redes sociales y anuncios publicitarios, realizando el requerimiento según el cargo.		
Se reciben hojas de vida			Se recibe hojas de vida, se analizan y se seleccionan las que más apliquen a los requisitos del cargo.		
Selección del candidato			Según las hojas de vidas recibidas se seleccionan los candidatos que cumplan la necesidad de cargo y estén más cerca al perfil requerido.		
¿Cumple el perfil?			SI - Continúa con el proceso NO - Se finaliza el proceso		
Verificación de la documentación			Se verifica que toda la información entregada por el candidato sea real, se realiza confirmación de referencias laborales y personales, documentación legal entre otros.		
	Efectuar entrevista al candidato	Efectuar entrevista al candidato	El Gerente general realiza la entrevista al candidato se hacen las respectivas preguntas tipo personal y acorde a su hoja de vida.		
		¿Aprobó?	SI - Continúa con el proceso NO - Se finaliza el proceso		
		Se realizan exámenes ocupacionales	Se efectúan los exámenes ocupacionales para verificar el estado de salud del trabajador.		
		¿Apto?	SI - Continúa con el proceso NO - Se finaliza el proceso		
Elaborar contrato de trabajo			Se procede a elaborar el contrato laboral según la necesidad de la compañía se selecciona tipo de contrato con sus términos asignados.		
		Firmar contrato	Se firma y se acepta los términos y condiciones.		
Realizar trámites de afiliaciones			Se revisa si está afiliado a eps, fondo de pensiones y cesantías y se hacen los diversos trámites de afiliación.		
		Se realiza la entrega de dotación	Se hace entrega de dotación al colaborador.		
		Se recibe el puesto	Se realiza la entrega de puesto con todos los implementos para que pueda desarrollar todas sus funciones de manera correcta.		
Evaluar ejecución del cargo			Se efectúa seguimiento de las actividades que desarrolla el nuevo integrante.		
Fin					

Figura 24. Descripción del proceso de selección en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


	CÓDIGO DEL BUEN VESTIR CRISTIAN BOUTIQUE II	Código:	CB-DYC-09
		Versión:	1
		Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
		PÁGINA 1 DE 1	
Objetivos			
<p>1. Brindar al colaborador pautas de apariencias personales muy claras, precisas y fáciles de manejar.</p> <p>2. Mantener la consigna de que un colaborador de Cristian boutique II, debe proyectar una imagen impecable y profesional, ya que es parte no solo del respeto para consigo mismo y para con los demás.</p> <p>3. Lograr que se cumpla esta política corporativa, entendiendo que, sin atentar contra las características individuales, se puede proyectar una imagen profesional y positiva.</p>			
Hombres		Mujeres	
El cabello. Mantener el cabello limpio y arreglado, evitar el exceso de gel o gomina y los tintes exagerados.		El cabello. Mantener el cabello con corte apropiado, limpio y arreglado, no llevarlo mojado.	
Cara. Si usa bigote o barba, cuidarlos y arreglarlos adecuadamente.		Maquillaje. Suave, discreto y sin exageraciones, en lo posible hacer un retoque suave durante el día, que le permita estar siempre muy bien presentada.	
Manos. Muy limpias con manicure o sin manicure que las uñas estén bien cortadas y limpias.		Accesorios. Sencillos, evitando las extravagancias y que combinen adecuadamente con la ropa no usar piercing en ninguna parte visible del cuerpo o cara, durante la prestación del servicio y dentro de la jornada laboral.	
Accesorios. Evitar el exceso en el uso de accesorios, tales como pulseras, anillos, cadenas y otros, durante la prestación del servicio y la jornada de trabajo, no usar piercing en ninguna parte visible del cuerpo o cara, durante la prestación del servicio y la jornada de trabajo.		Manos. Si no tiene manicure, mantener sus uñas bien limadas, limpias y/o con brillo transparente; Evite usar colores fuertes en sus uñas durante la prestación del servicio y dentro de la jornada laboral.	
Prendas de vestir. Para este punto Cristian Boutique II va a implementar uniformes para cada día de la semana los cuales serán creados por el gerente de la boutique.		Prendas de vestir. Para este punto Cristian Boutique II va a implementar uniformes para cada día de la semana los cuales serán creados por el gerente de la boutique.	

Figura 25. Formato del código del buen vestir en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

Nuestra imagen personal depende tanto de nuestro comportamiento como de nuestra apariencia. Un buen comportamiento, es el reflejo de estar y sentirse agradable, lo cual mejora nuestro desempeño social y profesional.

Proceso de capacitación

En Cristian Boutique II no se evidencia un programa de capacitaciones, sin embargo, este es un elemento fundamental en una empresa ya que genera diferentes mecanismos para reforzar conocimientos en las labores a desempeñar. Por lo tanto, se propone estructurar el proceso, diseñar el formato de capacitaciones para poder brindar herramientas de seguimiento a la formación del personal contratado.

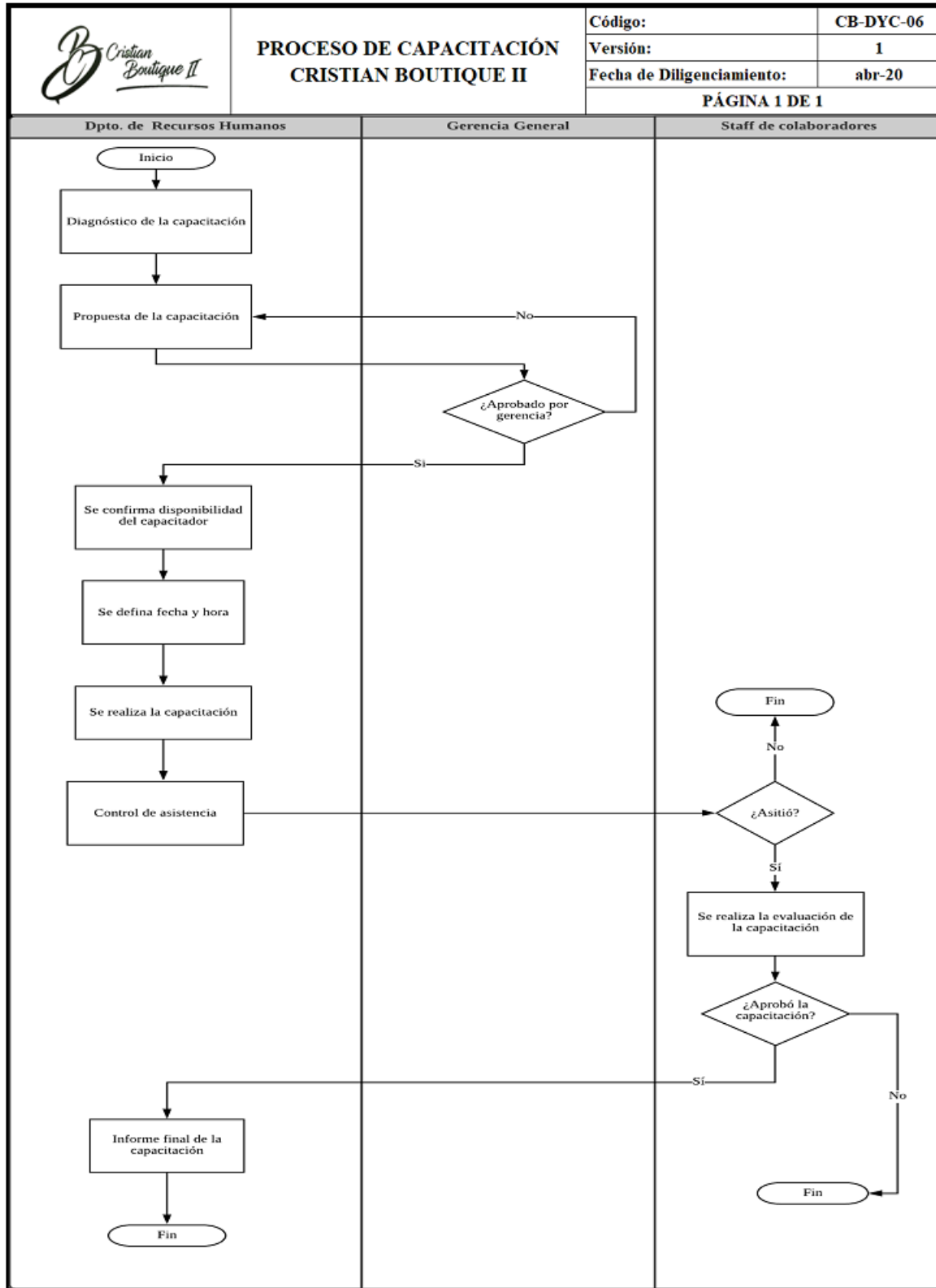


Figura 26. Diagrama de flujo del proceso de capacitación en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


	PROCESO DE CAPACITACIÓN CRISTIAN BOUTIQUE II		Código:	CB-DYC-06
			Versión:	1
			Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
			PÁGINA 1 DE 1	
Dpto. de Recursos humanos	Gerencia General	Staff de colaboradores	Procedimiento	
Inicio				
Diagnostico de la capacitación			Se detecta la necesidad de realizar una capacitación según lo que necesite la empresa.	
Propuesta de la capacitación			Se elabora la propuesta del tema de la capacitación.	
	¿Aprobado por gerencia?		Si - Continúa con el proceso No - Se realiza cambios a la propuesta	
Se confirma disponibilidad del capacitador			Se realiza el analisis de la disponibilidad de capacitador.	
Se defina fecha y hora			Se define la fecha y hora de la capacitación según disponibilidad del capacitador y sin afectar la operación de la empresa.	
Se realiza la capacitación			Se efectua la capacitación al staff de colaboradores.	
Control de asistencia			Se realiza el control de asistencia de los colaboradores en un formato.	
		¿Asistio?	Si - Continúa con el proceso No - Finaliza el proceso	
		Se realiza la evaluación de la capacitación	Se realiza una evaluación de aprendizaje sobre el tema tratado en la capacitación y por ultimo se hace una retroalimentacion de los temas vistos.	
		¿Aprobo la capacitación?	Si - Finaliza el proceso No - Finaliza el proceso	
Informe final de la capacitación			Se entre una informe sobre la actividad realizada en la empresa.	
Fin				

Figura 27. Descripción del proceso de capacitación en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


		FORMATO DE CAPACITACIÓN ASESOR COMERCIAL CRISTIAN BOUTIQUE II		Código:	CB-DYC-06	
				Versión:	1	
				Fecha de Diligenciamiento:	abr-20	
				PÁGINA 1 DE 1		
Nombre del trabajador						
Documento						
Cargo del trabajador						
Departamento						
Lugar y nombre del capacitador	Fecha y Hora	Módulo	Temas	Estado del tema		Observaciones
				Visto	Por re-programar	
Inducción corporativa						
Oficina Recursos Humanos	DD/MM/AA	Módulo 1 - Bienvenida	Recorrido por las instalaciones (Oficinas, almacén, cafetería)			
Oficina Recursos Humanos	DD/MM/AA	Módulo 2 - Introducción a la Boutique	* Historia (Visión, Misión, Valores Corporativos y Objetivos)			
			* Estructura corporativa (Organigrama)			
			* Orientación Total al Cliente			
			* Imagen (Código de vestir)			
			* Programa de Comunicación (Canales: Whatsapp, Correo electrónico, carteleras, reuniones)			
Oficina Recursos Humanos	DD/MM/AA	Módulo 3 - Evaluación	Evaluación de la Inducción			
Inducción específica al cargo						
Instalaciones de la Boutique	Primera semana de ingreso	Modulo 4 - Funciones del cargo	*Garantizar la entrega de los productos y/o servicios en los tiempos pactados y con estándar de calidad del 100%, contribuyendo con a satisfacción de los clientes. *Se entrega el Manual de funciones lo cual le facilitará el desempeño de sus labores.			

Figura 28. Formato de capacitación del asesor comercial en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


		FORMATO DE CAPACITACIÓN CONTADOR CRISTIAN BOUTIQUE II			Código:	CB-DYC-06
					Versión:	1
					Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
					PÁGINA 1 DE 1	
Nombre del trabajador						
Documento						
Cargo del trabajador						
Departamento						
Lugar y nombre del capacitador	Fecha y Hora	Módulo	Temas	Estado del tema		Observaciones
				Visto	Por re-programar	
Inducción corporativa						
Oficina Recursos Humanos	DD/MM/AA	Módulo 1 - Bienvenida	Recorrido por las instalaciones (Oficinas, almacén, cafetería)			
Oficina Recursos Humanos	DD/MM/AA	Módulo 2 - Introducción a la Boutique	* Historia (Visión, Misión, Valores Corporativos y Objetivos)			
			* Estructura corporativa (Organigrama)			
			* Orientación Total al Cliente			
			* Imagen (Código de vestir)			
			* Programa de Comunicación (Canales: Whatsapp, Correo electrónico, cartelera, reuniones)			
Oficina Recursos Humanos	DD/MM/AA	Módulo 3 - Evaluación	Evaluación de la Inducción			
Inducción específica al cargo						
Instalaciones de la Boutique	Primera semana de ingreso	Módulo 4 - Funciones del cargo	* Analizar la información contable, verificando su exactitud a fin de garantizar una contabilidad confiable y oportuna para la empresa * Se entrega el Manual de funciones lo cual le facilitará el desempeño de sus labores.			

Figura 29. Formato de capacitación del contador en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


			FORMATO DE CAPACITACIÓN OPERARIO Y AXU. DE LAVANDERÍA CRISTIAN BOUTIQUE II			Código:	CB-DYC-06
						Versión:	1
						Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
						PÁGINA 1 DE 1	
Nombre del trabajador							
Documento							
Cargo del trabajador							
Departamento							
Lugar y nombre del capacitador	Fecha y Hora	Módulo	Temas	Estado del tema		Observaciones	
				Visto	Por re-programar		
Inducción corporativa							
Oficina Recursos Humanos	DD/MM/AA	Módulo 1 - Bienvenida	Recorrido por las instalaciones (Oficinas, almacén, cafetería)				
Oficina Recursos Humanos	DD/MM/AA	Módulo 2 - Introducción a la Boutique	* Historia (Visión, Misión, Valores Corporativos y Objetivos)				
			* Estructura corporativa (Organigrama)				
			* Orientación Total al Cliente				
			* Imagen (Código de vestir)				
			* Programa de Comunicación (Canales: Whatsapp, Correo electrónico, carteleros, reuniones)				
Oficina Recursos Humanos	DD/MM/AA	Módulo 3 - Evaluación	Evaluación de la Inducción				
Inducción específica al cargo							
Instalaciones de la Boutique	Primera semana de ingreso	Modulo 4 - Funciones del cargo	*Garantizar la entrega de los productos y/o servicios en los tiempos pactados y con estandar de calidad del 100%, contribuyendo con a satisfacción de los clientes. *Se entrega el Manual de funciones lo cual le facilitará el desempeño de sus labores.				

Figura 30. Formato de capacitación del operario y auxiliar de lavandería en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


	FORMATO DE ASISTENCIA INDUCCIONES, REUNIONES, CHARLAS, CAPACITACIONES CRISTIAN BOUTIQUE II	Código:	Versión: 1
		CB-DYC-07	abr-20
		Fecha de Diligenciamiento:	
		PÁGINA 1 DE 1	
Fecha: _____ Hora de Inicio: _____ Hora de Finalización: _____ TIPO: Capacitación <input type="checkbox"/> Reunión <input type="checkbox"/> Charla <input type="checkbox"/> Tema: _____ Facilitador: _____			
No.	Nombres completos	Cargo	Firma
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Figura 31. Formato de asistencia de la capacitación de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

Proceso de ventas

Cristian Boutique II no tiene un Flujograma o una descripción plasmada en algún documento del proceso de ventas, pero de acuerdo con las visitas y observaciones realizadas a continuación se realiza el diagrama de flujo con su respectivo procedimiento con base a la información suministrada (ver **Figura 32** y **Figura 33**).

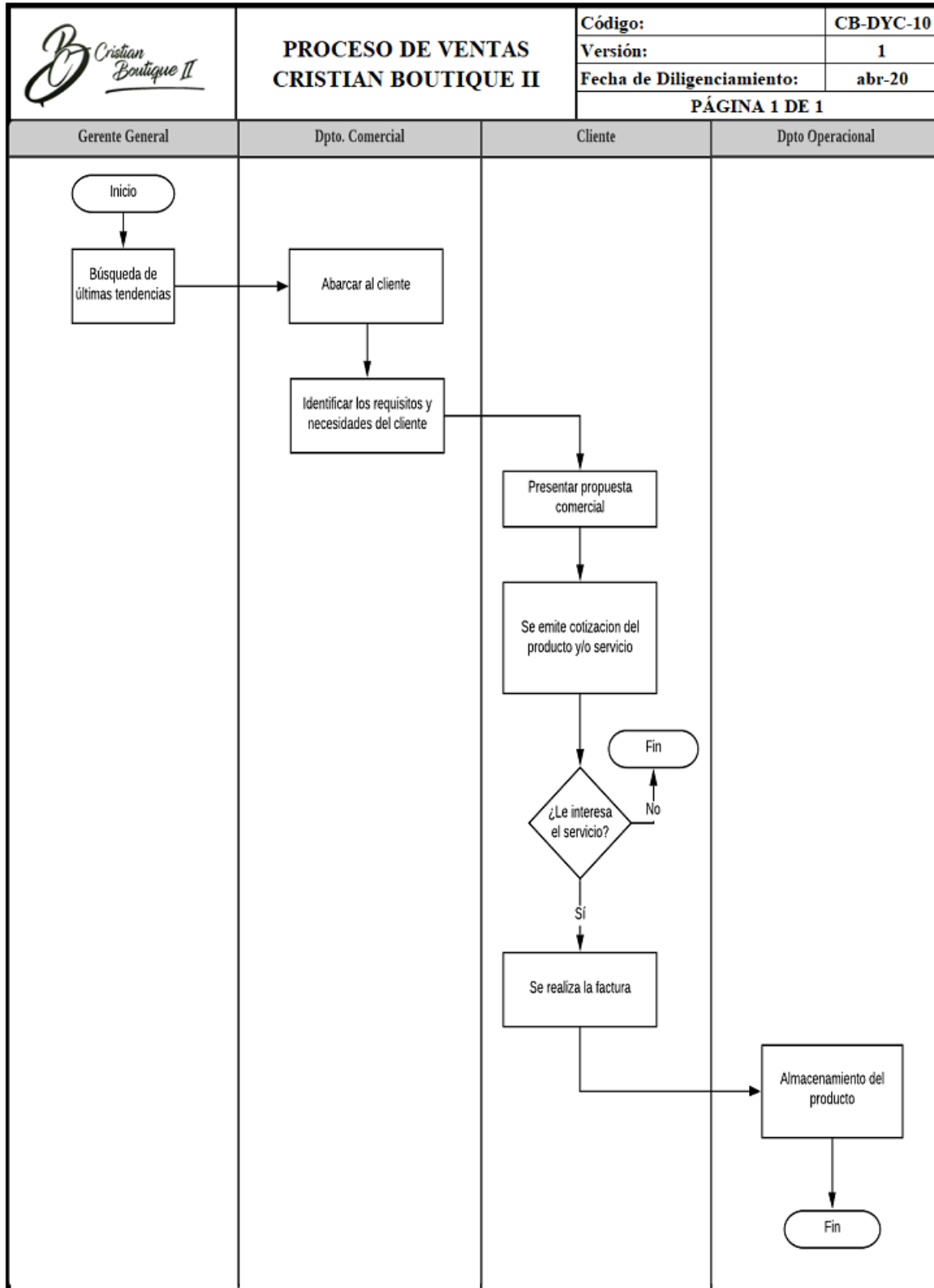


Figura 32. Diagrama de flujo del proceso de ventas de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


		PROCESO DE VENTAS CRISTIAN BOUTIQUE II		Código:	CB-DYC-10
				Versión:	1
				Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
PÁGINA 1 DE 1					
Gerencia General	Dpto. Comercial	Cliente	Dpto. Comercial	Procedimiento	
Inicio					
Búsqueda de últimas tendencias				Se realiza la exploración de las últimas tendencias de moda, adaptándose a las necesidades de los futuros clientes y de los clientes ya fidelizados, adicional a ello se inspecciona en los últimos diseños que han ingresado e impactado en sector de alquiler de vestidos y sus potenciales clientes.	
	Abarca el cliente			Se realiza un acercamiento al cliente, para generar la primera comunicación y saber que necesita.	
	Identificar los requisitos y necesidades del cliente			Se procede al contacto principal con el cliente servicio o producto acorde a dichas necesidades.	
		Presentar propuesta comercial		Se ofrece a los clientes las diversas gamas de productos y servicios que estén acorde a las necesidades y beneficios que el cliente actualmente está buscando.	
		Se emite cotización del servicio y/o producto		Se realiza una cotización formal al cliente donde se describe el precio, periodo de entrega o realización de producto, los diferentes requisitos para tener en cuenta y todos los aspectos pertinentes.	
		¿Le interesa el producto?		Si- Continúa con el proceso No - Finaliza el proceso	
		Se realiza la factura		Si el cliente está acorde con el producto y la cotización se procede a realizar la facturación del producto o servicio que deseo adquirir aclarando sus fechas de entrega y devolución del producto.	
			Almacenamiento del producto	Se realiza el almacenamiento y separación del producto o servicio adquirir por el cliente para las fechas requeridas.	
			Fin		

Figura 33. Descripción del proceso de ventas en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

Proceso de producción y operaciones

Cristian boutique II no posee el flujograma ni la descripción en algún documento del proceso de producción y operaciones, sin embargo, con las visitas y observaciones a continuación se realiza el diagrama de flujo para cada uno de estos procesos, de igual manera en el formato de los procedimientos.

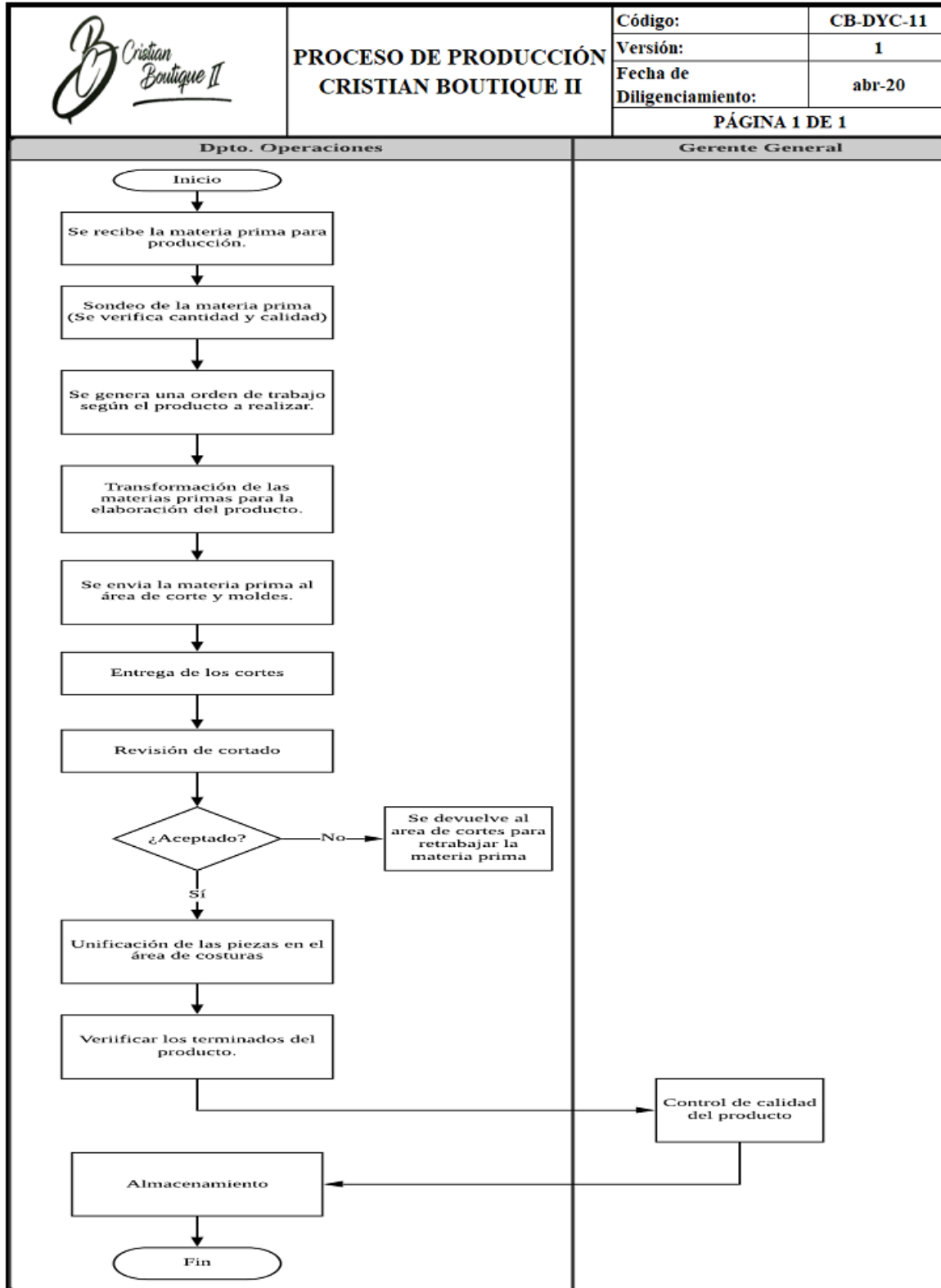


Figura 34. Diagrama de flujo del proceso de producción de Cristian Boutique II. Autoría Propia (2020)


	PROCESO DE PRODUCCIÓN CRISTIAN BOUTIQUE II	Código:	CB-DYC-11
		Versión:	1
		Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
		PÁGINA 1 DE 1	
Dpto. de Operaciones	Gerencia General	Procedimiento	
Inicio			
Se recibe la materia prima para producción		El área de producción recibe la materia prima por el área de ventas o de almacenamiento.	
Sondeo de la materia prima (Verificación de la cantidad y calidad)		Se realiza una revisión de la cantidad de la materia prima contra la factura, si la materia no es la correcta para la realización de la producción no se recibe y se devuelve al proveedor.	
Se genera una orden de trabajo según el producto.		La persona encargada de la producción realiza un plan de trabajo a su equipo de producción de acuerdo con la solicitud y necesidad del cliente.	
Transformación de las materias primas para la elaboración del producto.		De acuerdo con el plan generado se le entrega al operador junto con las instrucciones para realizar el trabajo y así mismo identificar la transformación que tendrá la materia prima.	
Se envía la materia prima al área de corte y moldes.		Se asigna al área de corte dando instrucciones claras sobre su cortado, los moldes a realizar y la cantidad que se necesita.	
Entrega de los cortes.		Una vez realizado los moldes se procede al cortado de las piezas y luego de ello el operador debe asegurarse cumplir con los requisitos y enviar nuevamente al área de producción.	
¿Aceptado?		Si - Continúa con el proceso. No - Se devuelve al área de cortes para retrabajar la materia prima.	
Unificación de las piezas en el área de costuras		Luego de recibir los cortes el área de costura se encarga de unir y de estructurar el producto.	
Verificar los terminados del producto.		El área de costuras entrega el producto armado y por último se realiza los acabados como las cremalleras, pedrerías, botones, etiquetas, encajes y demás.	
	Control de calidad	Se realiza debido aplanchado o vaporización de la prenda, se verifica la calidad y el diseño.	
Almacenamiento		Si el producto cumple con todos los requisitos por el cliente se realiza la entrega del producto al área de almacenamiento (Bodega).	
Fin			

Figura 35. Descripción del proceso de producción en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

A continuación, se realiza la descripción del proceso de operaciones en Cristian Boutique II (ver **Figura 36**)

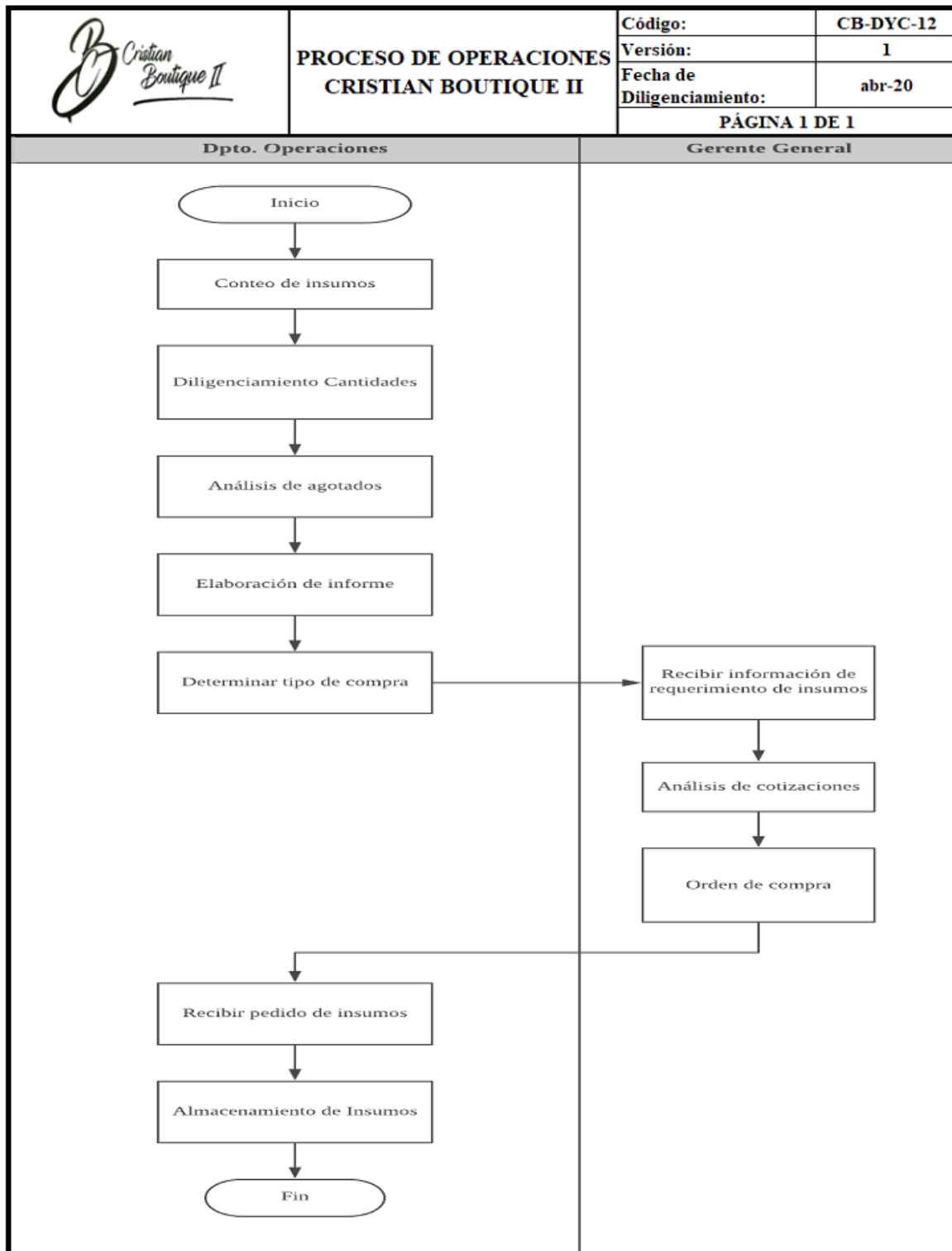


Figura 36. Diagrama de flujo del proceso de operaciones de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


	PROCESO DE OPERACIONES CRISTIAN BOUTIQUE II	Código:	CB-DYC-12
		Versión:	1
		Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
		PÁGINA 1 DE 1	
Dpto. de Operaciones	Gerencia General	Procedimiento	
Inicio			
Conteo de insumos		Se realiza el conteo de todos los insumos de bodega y a su vez se organizan.	
Diligenciamiento Cantidades		Se diligencia un formato para llevar control sobre las cantidades existentes en bodega, si existen diferencias se establece las cantidades de unidades de sobra.	
Análisis de agotados		Se analiza las diferencias de existentes y agotados para realizar la solicitud de pedidos de insumos.	
Elaboración de informe		Se realiza un informe a gerencia mostrando las cantidades existentes y los requerimientos actuales para abastecimiento de insumos de bodega.	
Determinar tipo de compra		Se determina el tipo de compra a realizar teniendo en cuenta el informe de insumos de bodega.	
	Recibir información de requerimiento de insumos	Se hace solicitudes a los diferentes proveedores para el requerimiento de los insumos.	
	Análisis de cotizaciones	Se solicita cotización a los diferentes proveedores realizando un análisis de selección del proveedor óptimo para realizar la orden de compra.	
	Orden de compra	Se envía orden de compra a los proveedores y confirmación donde se especifiquen los precios estipulados en la negociación y la fecha de entrega de los pedidos.	
Recibir pedido de insumos		Se reciben los insumos y se verifica que sean las cantidades acordadas en la negociación con los proveedores.	
Almacenamiento de Insumos		Se organizan los diferentes insumos de acuerdo con el proceso de almacenamiento de insumos en bodega.	
Fin			

Figura 37. Descripción del proceso de operaciones en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

Proceso de servicio al cliente

El proceso de servicio al cliente en Cristian boutique II es pieza fundamental para lograr fidelizar los clientes y potencializar un nuevo mercado, de acuerdo con las visitas y observaciones se realiza el ciclo del servicio en la boutique.

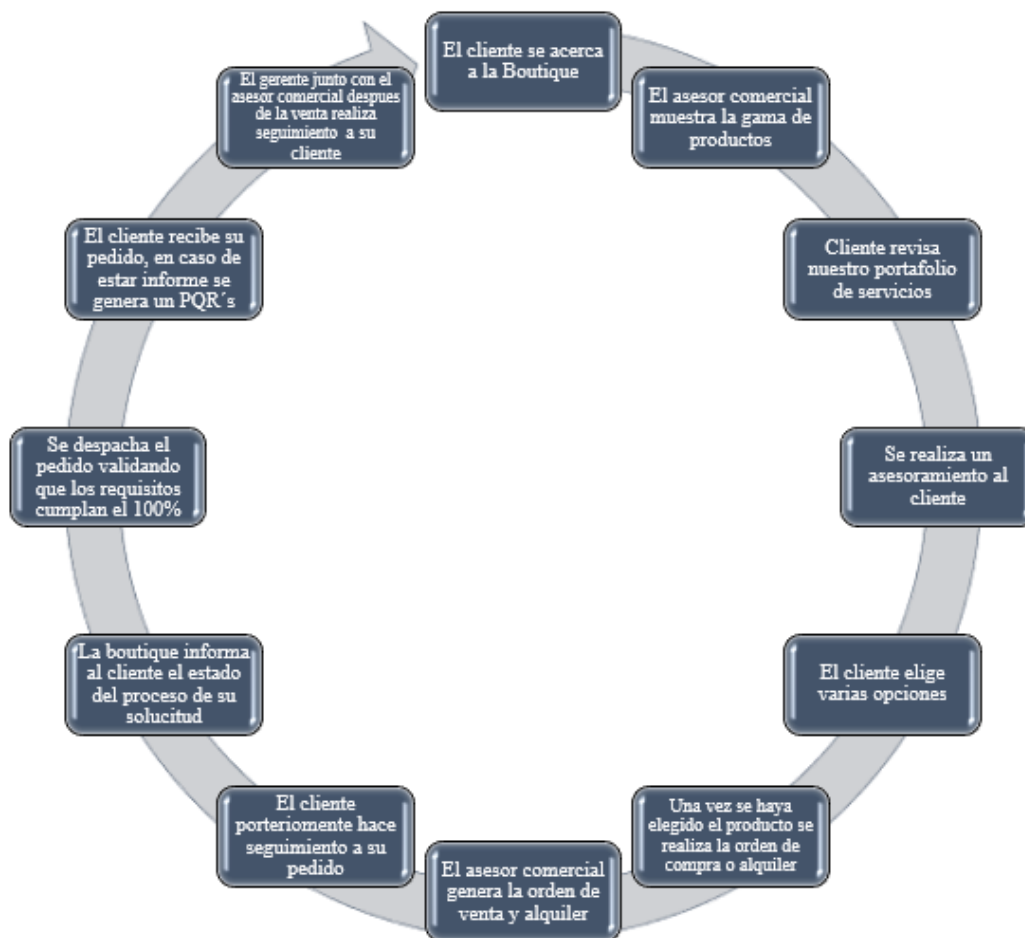


Figura 38. Ciclo del servicio de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

La propuesta del proceso de servicio al cliente se divide en tres fases, la primera es la preventa el cual es el foco para analizar los clientes potenciales, identificar cual es el consumidor y sus necesidades para poder llegar a ellos y dar a conocer la boutique, donde haya un acercamiento hacia los mismos generando estrategias sobre los productos y lanzando una tendencia de moda actual siendo flexible de acuerdo con la necesidad de los clientes.


La segunda fase luego de captar la atención de los clientes es obtener la venta, momento donde se debe ofrece el servicio plus que brinda Cristian Villegas en su compañía, en esta fase el asesor comercial y el diseñador de moda deben realizar un asesoramiento como acercamiento al cliente

para poder conocer y satisfacer su necesidad, adicional se presenta el portafolio para que el cliente tenga una variabilidad de vestidos y pueda elegir, en esta fase el asesor comercial deberá superar los obstáculos negativos que pone el cliente para no generar la compra y es allí donde se ofrece alternativas personalizadas para cerrar esta fase, vendiendo el termino de exclusividad.

Y por último la tercera fase es la postventa, aunque la venta ya se realizó el trabajo aún no se termina sigue la fase de fidelización de cliente, es por ello que para Cristian boutique II además de generar la venta o alquiler de alguno de sus productos para él debe ser importante hacer sentir a sus clientes los número uno, por lo que se debe generar una estrategia de servicio al cliente para realizar un acompañamiento constante para saber si está satisfecho o si necesita algo más, es allí donde nace las PQR's.



Figura 39. Ciclo del servicio de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

	FORMATO DE PQR'S CRISTIAN BOUTIQUE II	Código:	Versión: 1
		CB-DYC-08	abr-20
		Fecha de Diligenciamiento:	
		PÁGINA 1 DE 1	

Fecha: Día ___ Mes ___ Año ___

DATOS DEL CLIENTE

Nombre Completo: _____

Correo electrónico: _____

Teléfono: _____

Ciudad: _____

Seleccione el tipo de solicitud que desea realiza:

Reconocimiento
 Petición
 Queja
 Reclamo
 Sugerencia

Detalle el motivo de su solicitud

De 1 a 10 como califica los servicios entregados por la Boutique, siendo 1 la calificación más baja y 10 la calificación más alta.

1 2 3 4 5
6 7 8 9 10

¿Qué información o sugerencia podría suministrar para mejorar los productos y servicios que presta CRISTIAN BOUTIQUE II?

Gracias por ayudarnos a ofrecerle un mejor servicio

Figura 40. Formato de pqr's de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

Proceso de finanzas y contabilidad

A través de los diferentes escenarios con el gerente general el señor Villegas (2019), se evidenció la necesidad de sugerir la creación del área o departamento financiero ya que él no tiene el control sobre los estados financieros de la compañía, y el contador es ajeno a la operación de la boutique es claro que esta área es un trabajo en conjunto entre el contador y el gerente para lograr una comunicación asertiva y una actualización contable constante.

A continuación, se describe el proceso de finanzas y contabilidad en la empresa Cristian Boutique II.

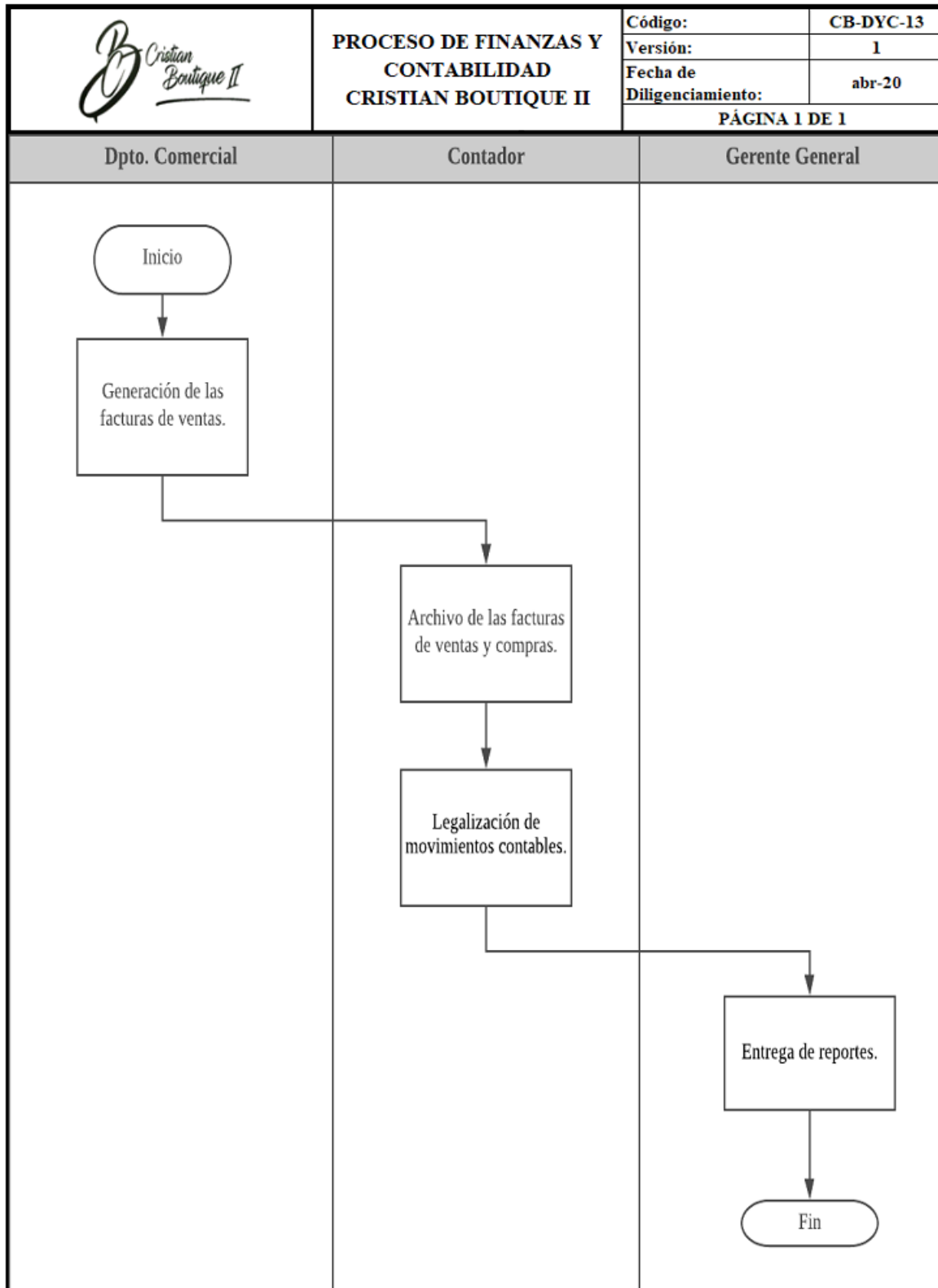


Figura 41. Diagrama de flujo del proceso de finanzas y contabilidad de Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)


		PROCESO DE FINANZAS Y CONTABILIDAD CRISTIAN BOUTIQUE II		Código:	CB-DYC-13
				Versión:	1
				Fecha de Diligenciamiento:	abr-20
				PÁGINA 1 DE 1	
Dpto. Comercial	Contador	Gerente General	Procedimiento		
Inicio					
Generación de facturas de ventas			Por cada venta o alquiler en Cristian Boutique se debe generar una factura como soporte y archivarla.		
	Archivo de facturas de ventas y compras		Cada mes el contador se acerca para registrar todas las facturas en los libros contables.		
	Legalización de movimientos contables.		Una vez registrados los ingresos y egresos de la empresa, el contador debe legalizar ante las NIFF.		
		Entrega de reportes	El contador le entrega al gerente general un informe de los movimientos de la empresa.		
		Fin			

Figura 42. Descripción del proceso de finanzas y contabilidad en Cristian Boutique II. Autoría propia (2020)

Conclusiones

El presente trabajo tenía como finalidad abordar la problemática que se presentaba en Cristian Boutique II, en este caso era cumplir con el personal idóneo para que diera paso a la apertura de nuevos puntos de ventas y así obtener mayor cubrimiento en el mercado, es por ello por lo que para el presente trabajo se plantearon varios objetivos los cuales fueron cumplidos al 100%, se logró diseñar los procesos para el desempeño del personal de la empresa.

Adicional el desarrollo de la metodología con el diagnóstico empresarial UNICO de JICA, permitió identificar el área a intervenir y así determinar los procesos que tienen mayores falencias, permitiendo el desarrollo de un plan de mejoras que beneficien la operación de la empresa, en este caso el área a intervenir fue el área de recursos humanos y los cinco procesos fueron el proceso de capacitación, selección, comunicación, evaluación de desempeño y manuales de funciones.

Con base a la información anterior gracias a las evaluaciones realizadas a cada proceso del área de recursos humanos se identificó los tres procesos que tienen más falencias y ausencias en los documentos y actividades los cuales son el manual de funciones, evaluación de desempeño y capacitación.

Posteriormente se desarrolló la propuesta de mejora para lograr los objetivos específicos en pro del objetivo general para el desarrollo del presente trabajo, los aportes logrados son los siguientes:

- Creación de la identidad corporativa constituida por la misión, visión, objetivos y valores corporativos.
- Elaboración del organigrama para determinar los niveles de jerarquización y líneas de mando
- Estructuración del área de recursos humanos, elaborando los manuales de funciones según el cargo
- Creación de los diagramas de flujos de los procesos con su respectivo procedimiento de los procesos de comunicación, selección, capacitación y evaluación de desempeño
- Elaboración los formatos de los procesos para su debido control y seguimiento.

Actualmente el presente trabajo de grado cuenta con el aval del gerente general de la empresa Cristian Boutique II, ha sido una experiencia de suma importancia para mi carrera profesional, teniendo en cuenta que a través del desarrollo de esta pasantía se aplicaron varios temas vistos a lo largo de toda la carrera de administración de empresas.

Recomendaciones

La gerencia general se debe comprometer con el desarrollo del proyecto y darle continuidad para poder llevar a cabo la apertura de nuevos puntos de ventas, obtener un crecimiento como compañía y adicional promover el desarrollo de sus colaboradores.

En necesario realizar diversos programas de capacitaciones para que permita mantener un personal competente e idóneo.

Que se realice todos los procesos de manera correcta, con el debido diligenciamiento de los formatos y documentación al día.

Para futuros profesionales que deseen realizar este tipo de pasantía profesional les sugiero tener acceso a toda la información para que el desarrollo del trabajo fluya de la mejor manera, aplicar diversos elementos para la recolección de la información el cual facilitaran el conocimiento más afondo de la operación, aplicar todos los conocimientos adquiridos durante la carrera y adicional contar con el acompañamiento del tutor de la compañía para identificar si la propuesta de mejora es viable y si la compañía cuenta con el capital de inversión para poner en marcha la implementación de la propuesta.

Referencias

- Cauas, D. (s.f.). *Elementos para la elaboración y ejecución de un proyecto de investigación*. Recuperado el 19 de 02 de 2020, de NORMAS%20APA%20UNIAGUSTINIANA%20(4).pdf
- CCB, C. d. (02 de marzo de 2019). *CCB, Camara de Comercio Bogota*. Obtenido de www.camaradecomerciobogota.com
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos*. Mexico: Mc Graw Hill Educación.
- Delgado Almanza, J. A. (2009). Diagnóstico y plan de asesoría en una pequeña empresa: El caso de Biomex. *Tesis de maestría*. Universidad Nacional Autonoma De Mexico, Mexico, Distrito Federal. Recuperado el 12 de 02 de 2020
- Fernando, G. (22 de 07 de 2005). *Mineducación, Ministerio de Educación Nacional - República de Colombia*. Obtenido de Departamento administrativo de la función pública - Decreto 2539: https://www.mineducacion.gov.co/normatividad/1753/articles-89596_archivo_pdf.pdf
- Fernando, G. (10 de 08 de 2005). *Mineducación, Ministerio de Educación Nacional - República de Colombia*. Obtenido de Departamento administrativo de la función pública - Decreto 2772: https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3587_documento.pdf
- Gallaga García, R. N. (2009). *Teoría de las relaciones humanas*. El Cid Editor | apuntes.
- Maldonado, J. A. (2011). *Gestión de procesos (o gestión por procesos)*. B - EUMED.
- Mano Carrillo, M. S. (2009). *Organigramas*. El Cid Editor | apuntes.
- Martos Calpena, R. (s.f.). *Cultura Corporativa; Misión, Visión y valores en la Gestión Estratégica de las empresas del sector de la Automoción en España. Tesis Doctoral*. Universitat Politècnica De Catalunya, Barcelona.
- Ministerio de Educación Nacional - República de Colombia. (17 de 03 de 2005). *Departamento administrativo de la función pública - Decreto 770*. Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-103299_archivo_pdf.pdf

- Ministerio de Educación Nacional - República de Colombia. (17 de 03 de 2005). *Departamento administrativo de la función pública - Decreto 785*. Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-103301_archivo_pdf.pdf
- Núñez Mendez, J. A. (30 de 12 de 2003). *Mineducación, Ministerio de Educación Nacional - República de Colombia*. Obtenido de Departamento administrativo de la función pública - Ley 872 de 2003: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=11232>
- Núñez Montengro, E. (s.f.). *¿Para qué necesitas un contador en tu empresa?* Obtenido de <https://www.fundapymes.com/para-que-un-contador/>
- Orozco Henao, A. (2008). Manual de funciones, procesos y procedimientos para la empresa hierros HB S.A. *Trabajo de grado*. Universidad tecnológica de Pereira, Pereira.
- Perez Escobar, J. (06 de 07 de 1991). *Constitución Política de la República de Colombia 1991*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4125>
- Prieto Lozano, A. (2014). La importancia de la evaluación del desempeño, como proceso sistemático generador de cambios y herramienta de gestión gerencial. *Ensayo*. Universidad Militar Nueva Granada, Washington, D.C.
- Prieto, P. G. (2013). Modelo de gestión del talento humano como estrategia para retención del personal. *Trabajo de grado*. Universidad de Medellín, Medellín. Obtenido de <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/160/Gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano%20como%20estrategia%20para%20retenci%C3%B3n%20del%20personal.pdf?sequence=1>
- Rodríguez Pérez, J., & Morales Macías, S. (Octubre de 2008). *La capacitación en las organizaciones modernas*. Obtenido de http://portal.uach.mx/extension_y_difusion/synthesis/2009/04/27/La_capacitacion_en_las_organizaciones_modernas.pdf
- Torres Laborde, J. L., & Jaramillo Naranjo, O. L. (2015). *Diseño y análisis del puesto de trabajo*. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.
- Vellejo, L. M. (2015). *Gestión del talento humano*. Ecuador: Instituto de Investigaciones.

Villegas, C. (01 de Noviembre de 2019). Pasantia profesional Cristian Boutique II . (D. Cárdenas, Entrevistador)

Anexos

Anexo 1. Formato de la entrevista

Objetivo: Los fines de esta entrevista tiene como finalidad conocer el diagnostico organizacional de la empresa y en especial conocer el estatus del área de recursos humanos.

Nombre del entrevistado: Cristian Alexander Villegas

Cargo: Gerente general

Empresa: Cristian Boutique II

1. ¿Quién dirige la empresa?

R. La empresa es dirigida por mí, Cristian Alexander Villegas, gerente general y diseñador de modas.

2. ¿Cuáles son las funciones principales que usted desempeña?

R. Actualmente me encargo del todo el tema de diseño de modas de nuestros vestidos y trajes, apoyo al personal de ventas con asesorías a nuestros clientes estoy involucrado en todos los temas de mi empresa como Colaboradores, proveedores, clientes, planes comerciales, me encargo de formar estrategias de posicionamiento.

3. ¿En qué fechas se fundó Cristian Boutique II?

R. Mi empresa fue fundada en año 2007 el 10 de julio, aproximadamente trece años.

4. ¿Qué fue lo que le motivo a usted para la creación de esta empresa?

R. La creación de esta empresa e incursionar en este modelo de negocio fue gracias a la influencia de un negocio familiar, ya que durante un corto periodo de tiempo le ayude a una de mis tías atender un local parecido al mío, adicional toda mi vida me ha apasionado todo el tema de diseño de modas y es lo que disfruto hacer.

5. ¿La empresa cuenta con un portafolio de servicios? y ¿Qué productos y/o servicios ofrece la empresa?

R. Por supuesto, actualmente contamos con un amplio portafolio de servicios y productos como alquiler y ventas de vestidos de gala para dama y caballero, vestidos de quinceañera, vestidos de novia, vestidos de bautizo, vestidos de primera comunión, vestidos de pajecitos, accesorios para todo traje, camisas elegantes, zapatos para dama y caballero, también ofrecemos el servicio de asesoría de imagen y estilismo, ventas sobre medidas, diseño y confección, adicional tenemos convenios con dos grandes empresas, una de ella es servicio de peluquería Spa Imagen y Figura y la otra es servicio de Casa de eventos Sueños de Fantasía estos dos convenios se realizaron para

que nuestros clientes encuentren en Cristian Boutique II un paquete más completo para satisfacer sus necesidades.

6. ¿Como visualiza a su empresa en los próximos cinco años?

R. Una de mis metas es poder hacer la apertura de nuevos puntos de ventas en Bogotá y a nivel regional, adicional que mi marca sea reconocida como Studio F, Zara entre otras marcas.

7. ¿Posee una identidad corporativa actual la empresa como misión, visión, objetivos y valores definidos?

R. Actualmente en Cristian Boutique II no contamos con una identidad corporativa establecida, sin embargo, tenemos un prospecto de lo que somos y lo que queremos ser.

8. ¿Cómo visualiza la misión, visión objetivos y valores de su empresa?

R. Bueno lo que yo espero es obtener reconocimiento a nivel nacional, creación de mi marca propia como Tennis o Studio F, generar nuevos convenios, queremos ser una empresa comprometida, satisfacer las necesidades de sus clientes ofreciéndoles una tendencia innovadora con diseños exclusivos, además en el futuro ser una empresa líder a nivel nacional en tendencia de moda, distinguirme por mi calidad, en cuanto a nuestros valores, somos responsables, Disciplinados, tenemos calidad, honestidad, compromiso con lo que hacemos y disciplina.

9. ¿Utiliza herramientas para difundir la visión y misión de la empresa al personal?

R. Realmente no, los únicos colaboradores que tiene conocimiento de lo que yo quiero ser y lo que soy son los que me han acompañado desde el inicio de este proyecto y me han visto crecer.

10. ¿Cristian Boutique II en la actualidad que es lo que busca mejorar?

R. Deseamos mejorar en todo sentido, en los procesos que presentamos falencias, como todo el tema de recursos humanos, en mejorar nuestra imagen cada día, con todo el tema de servicio al cliente.

11. ¿Qué hace falta en el diseño de la estructura organizacional?

R. Todo el tema de imagen corporativa, estructurar el proceso de recursos humanos, actualmente es una de las áreas donde presento más falencias, ya que no tenemos establecidas las funciones o responsabilidades de cada cargo lo que ocasiona que ocurra inconsistencias en los demás procesos, definición de jerarquización.

12. ¿Cuántos Colaboradores trabajan actualmente con la empresa?

R. En Cristian Boutique actualmente trabajan 10 colaboradores directos, sin embargo, se genera empleo indirecto con 15 personas, que hacen referencia a todas las personas del satélite.

13. Describa brevemente la estructura jerárquica que posee actualmente Cristian Boutique II.

R. Actualmente la estructura que se maneja es simple, no hay diferenciación de procesos o niveles jerárquicos, toda la coordinación se maneja directa con gerente, por consiguientes estamos conformados de la siguiente manera: Gerente general (Cristian Villegas), subgerente (Jair Hernández), parte comercial (Lina Sainea, Sandra Valencia, Yamile Sainea y Geraldine Benavidez), parte operativa (Graciela Gálvez, Nohora Velandia, Ana Sotelo y Diego Vega) y en la parte contable (Luis Eduardo Bustos).

14. ¿Cree usted que cuenta con el personal apropiado para ser una empresa competente?

R. Por supuesto, confié en mi equipo de trabajo sin embargo me gustaría amoldarlos para que seamos siempre los mejores.

15. ¿Cómo pueden los colaboradores apoyar en hacer realidad las metas a largo plazo del negocio?

R. Mis colaboradores me pueden apoyar en mucho ya que si somos un equipo sólido y fuerte podemos expandirnos y crecer mutuamente, pero para ello debemos reestructurar muchas cosas

16. ¿Qué criterios utilizan para realizar el proceso de contratación, retención y motivación al personal?

R. Realmente no tenemos un proceso establecido, las personas que ingresan son por recomendaciones de amigos o familiares, lo único que se valida es que tenga conocimiento de ventas y todo el tema de confección.

17. ¿En su empresa se realiza capacitaciones a su personal?

R. No, no se genera capacitaciones.

18. ¿Qué opina usted sobre la capacitación del personal?

R. Que es un elemento importante que debo implementar para mejorar todas las inconsistencias que tienen mis colaboradores y que pueden ayudar a reforzar muchos temas o vacíos que se presentan. Además, que una buena capacitación ayudaría a sumar al plus que se maneja en Cristian Boutique II que la asesoría personal.

19. ¿Cuál área o áreas cree usted que deben ser intervenidas para implementar una mejora en pro a sus objetivos?

R. El área de recursos humanos

20. ¿Estas falencias que tiene en esta área qué consecuencias tiene?

R. Además de la falta de control que tengo en esta área, se presenta la alta rotación de personal, inconsistencias con el servicio al cliente, deshonestidad por parte de los colaboradores, desorden, reprocesos, desconocimientos en las responsabilidades.

21. ¿Desde su punto de vista cuales son las falencias a nivel interno que impiden el desarrollo de los objetivos?

R. Bueno pienso que es la falta de organización, por ejemplo, me gustaría ampliar mi staff de colaboradores, sin embargo, para ello debo fortalecer el que tengo actualmente, que tenga la seguridad que ellos se encarguen de todo el proceso de preventa hasta el proceso de post venta y que yo me pueda encargar en toda la parte estratégica de la empresa y en el diseño de mis vestidos.

22. ¿Cristian Boutique II cuenta con manual de funciones y perfiles para los diferentes cargos y procesos?

R. No contamos con ninguna de estas herramientas, las funciones estas dispersas y no se asignado responsabilidades a cada colaborador.

23. ¿A quién se deben reportar las diferentes eventualidades que se presentan en el día a día con la prestación de los servicios de Cristian Boutique II?

R. La mayoría de las veces me los reportan a mí, sin embargo, cuando no me encuentro en la empresa el encargado es Jair Hernández.

24. ¿Maneja alguna herramienta de PQRS con sus clientes?

R. Por supuesto, nosotros tenemos un formato donde es entregado al cliente y es él quien decide calificarnos según el servicio o producto prestado, adicional siempre acompañamos a nuestros clientes durante todo el proceso de preventa y post venta.

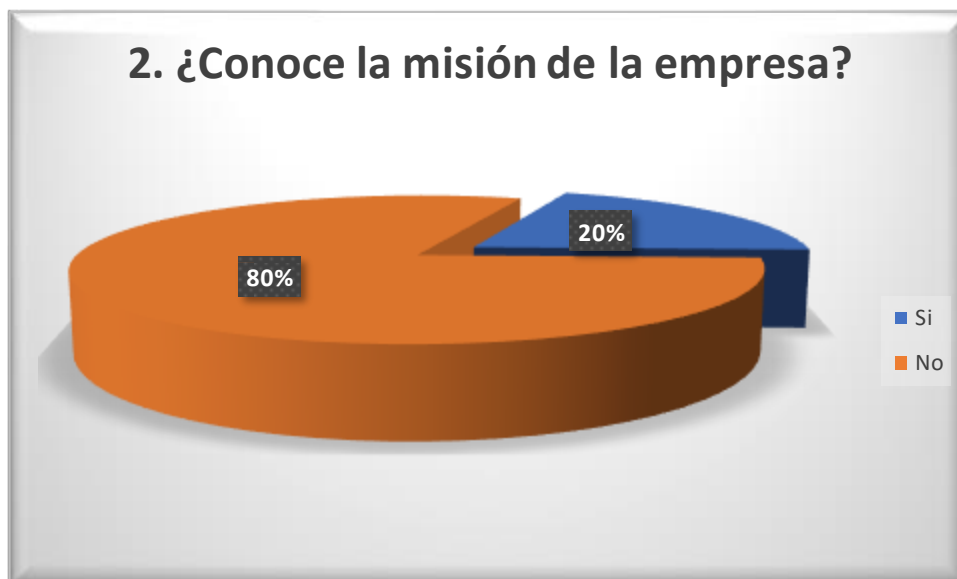
Análisis de la entrevista

De acuerdo con la entrevista realizada al señor Cristian Alexander Villegas Sainea gerente general de la empresa Cristian Boutique II podemos evidenciar que no cuenta con una estructura organizacional definida como es la visión, misión, valores y objetivos, que su área de intervención a mejorar es el área de recursos humanos sin embargo Cristian Boutique II desea tener mayor cubrimiento en el mercado pero para ello debe cumplir con el personal idóneo, por lo tanto se requiere de tener procesos establecidos de contratación y selección, determinación de funciones y procesos que permitan tener un personal adecuado para mitigar la alta rotación de personal, inconsistencias con los clientes, disminución en las ventas, reprocesos o desconocimientos en los mismo.

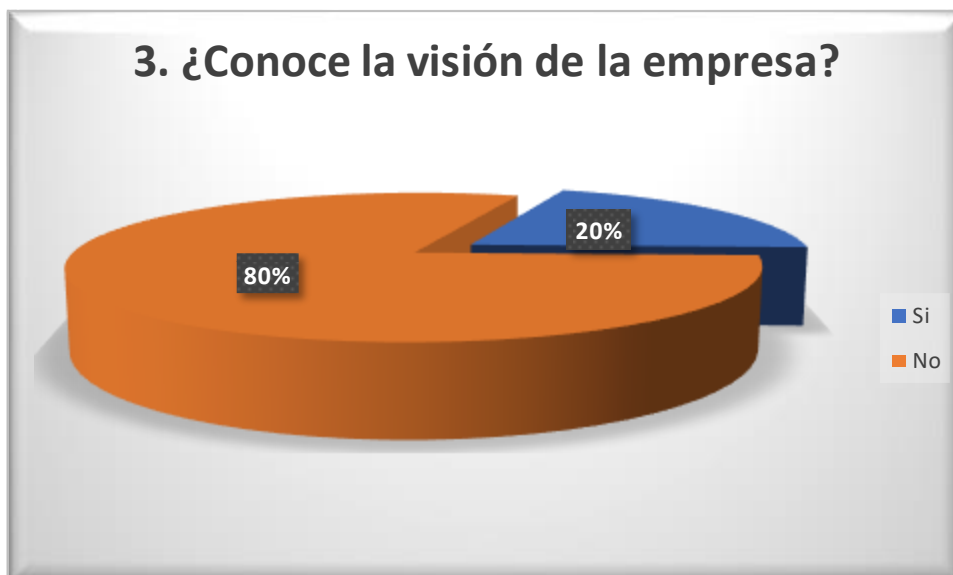
Anexo 2. Formato de la encuesta



De acuerdo con la encuesta realizada a los colaboradores podemos identificar que solo tres personas han estado desde la creación de la empresa y la mayoría de los colaboradores solo llevan menos de seis meses, por lo tanto, se puede identificar una alta rotación de personal.



En la segunda pregunta relacionada a la misión, podemos identificar que la mayoría de la planta desconoce la misión de empresa y solo un 20% la conoce los cuales hacen referencia a los colaboradores que han visto crecer a la boutique y tiene conocimiento de lo que es Cristian Boutique II.



La tercera pregunta hace referencia a la visión, para esta pregunta se presenta el mismo caso que la anterior respuesta la mayoría de los colaboradores no la conocen y los pocos que la conocen son los colaboradores que han estado desde la creación de la empresa.



Esta pregunta hace referencia a los valores y objetivos de la empresa como podemos evidenciar el 80% de los colaboradores no tiene conocimiento de estos, lo que significa que la mayoría de los colaboradores presentan vacíos frente a toda la información de la estructura organizacional.



Esta pregunta está relacionada al proceso de selección, para este caso podemos observar que no existe un proceso establecido y que todo el ingreso del personal ha sido a través de referencias de amigos o familiares, lo que puede resultar un grave error ya que no tenemos conocimiento si la persona cumple con los requisitos del cargo.



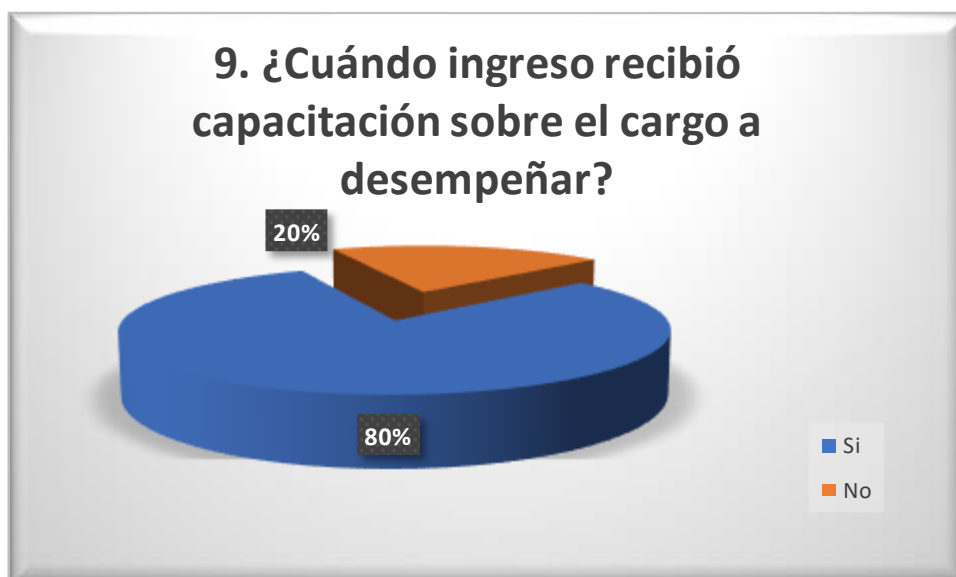
Para esta pregunta que también va relacionada a todo el tema de selección podemos evidenciar que a todos los colaboradores solo se les ha realizado la entrevista, pero ningún tipo de pruebas.



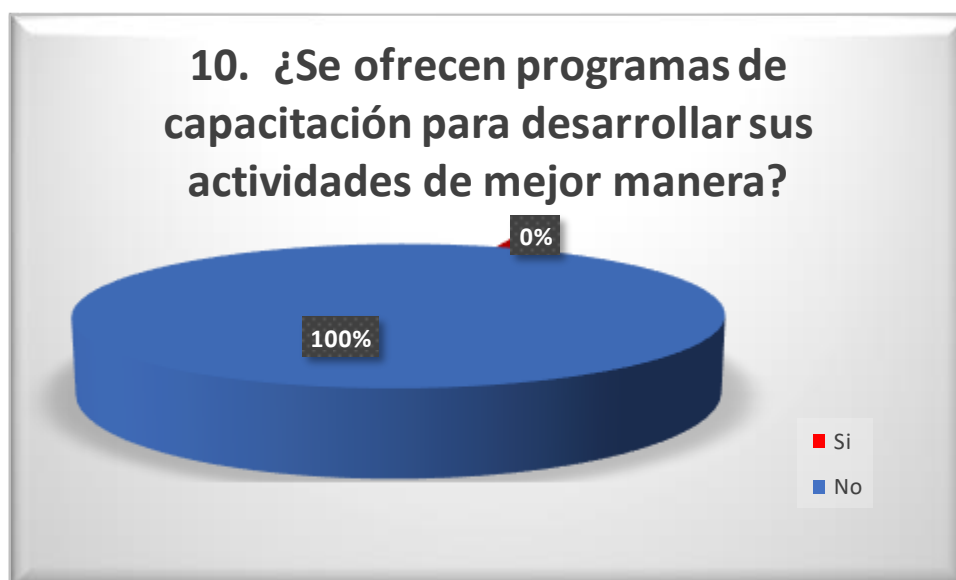
Esta pregunta se realizó teniendo en cuenta la importancia que tiene la presentación de los colaboradores frente a nuestros clientes, sin embargo, según la encuesta ninguno de los colaboradores recibe dotación de uniformes, lo que significa que sería una excelente propuesta de mejora a la empresa.



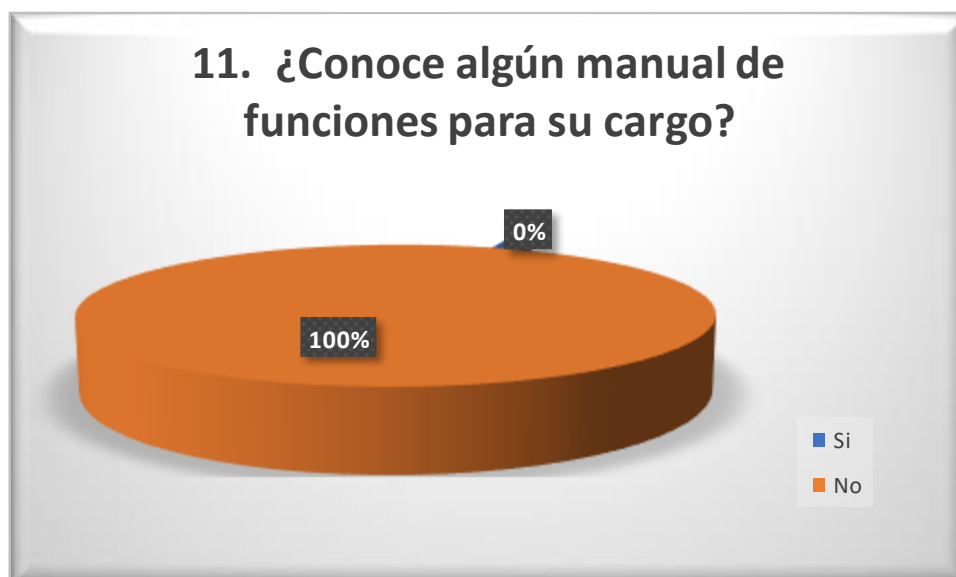
En esta pregunta podemos evidenciar que la mayoría de los colaboradores no recibieron inducción, sin embargo, a las tres últimas personas que ingresaron se les realizó una inducción informal sobre el conocimiento de la empresa y demás.



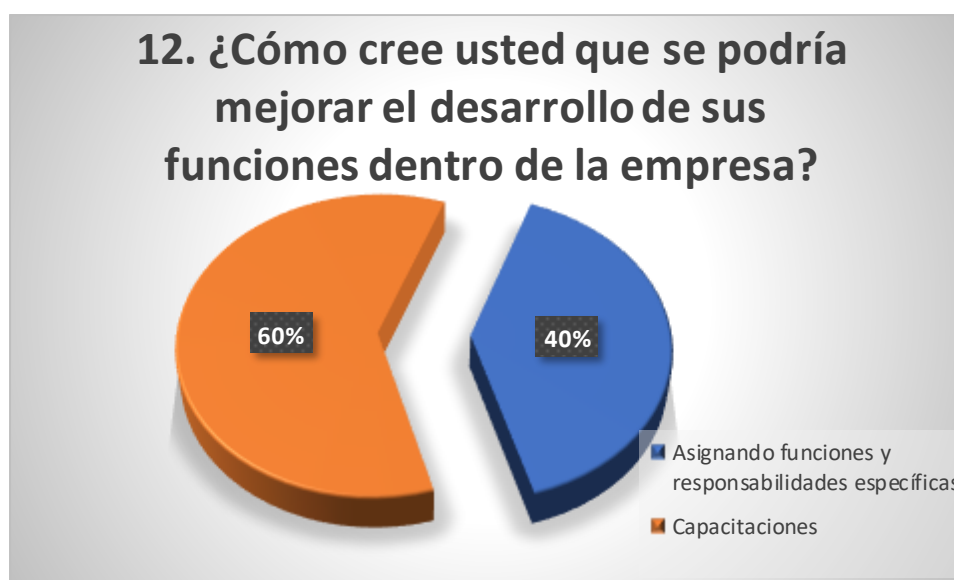
Para esta pregunta las respuestas fueron positivas teniendo en cuenta que la mayoría del staff de colaboradores recibió capacitación sobre el cargo a desempeñar, el 20% hace referencia a los colaboradores más antiguos que en su momento su conocimiento fue adquirido de manera autónoma.



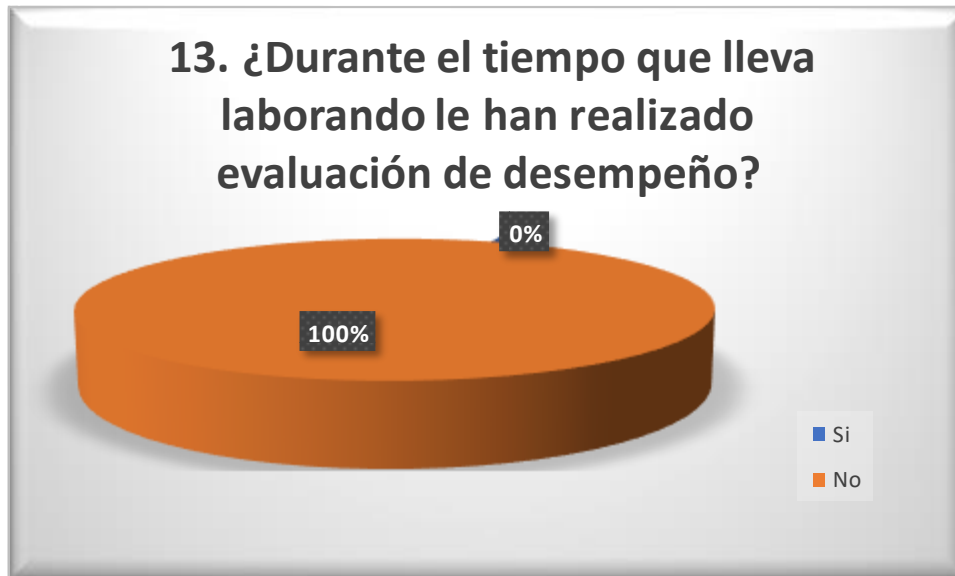
De acuerdo con esta pregunta se evidencia que actualmente no se realizan capacitaciones para reforzar los conocimientos de los colaboradores o realizar retroalimentaciones a las falencias que se están presentando. Por lo cual es un aspecto importante por mejorar, teniendo en cuenta que las capacitaciones ayudan al crecimiento laboral de los colaboradores.



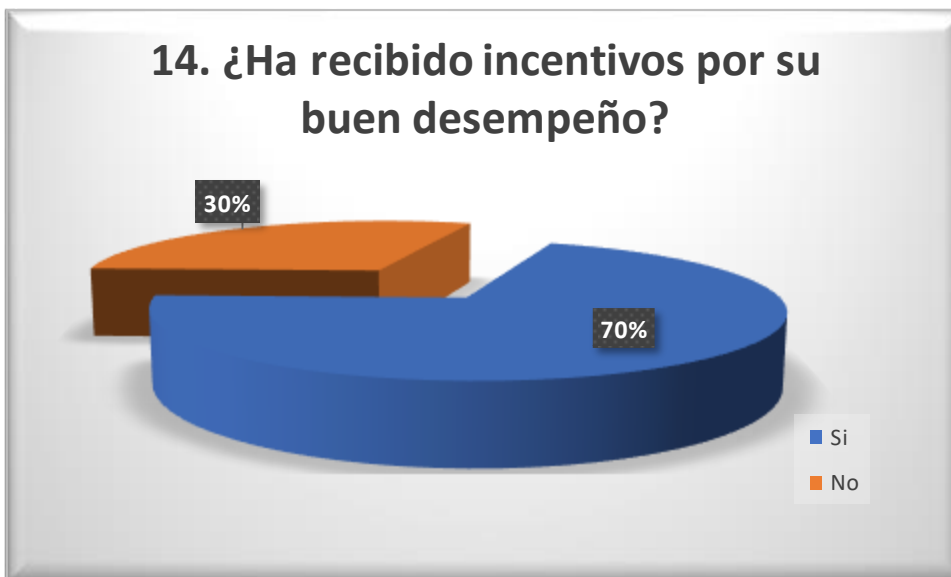
Se observa que el 100% de los colaboradores no conocen ningún manual de funciones para su cargo, por lo tanto, tampoco tienen funciones definidas lo que resulta un desorden en el área de recursos humanos que puede perjudicar la operación de la empresa.



En esta grafica se evidencia que la mayoría de los colaboradores dice que para mejorar el desarrollo de sus funciones es implementando las capacitaciones y por otro lado tenemos la asignación de funciones y responsabilidades específicas.



Para esta pregunta se evidencia que no se realizan evaluaciones de desempeño a sus colaboradores, por lo que resulta un grave error ya que no se tiene conocimiento si todo el staff cumple con las habilidades para ejercer su cargo.



En esta grafica el 30% del staff ha recibido incentivos como día libre o bonificación por cumplimiento de metas, el restante no tiene conocimiento de algún incentivo que brinde la empresa, por lo tanto, es un punto por implementar lo que permite que estén motivados.



En esta grafica se puede evidenciar que, si existen canales de comunicación, los cuales los colaboradores mencionaron que son correo electrónico, vía WhatsApp, cartelera, reuniones, para este caso al proceso de comunicación se le deben implementar una mejora, pero a comparación de los demás procesos esta es uno de los que se encuentra más completo.