

Elaboración de un check-list que contribuya a la mejora del proceso de auditoría técnica de calidad en una tienda Ara del distrito de Santa Marta

ANDRÉS ROY GARCIA



**PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
SANTA MARTA, MAGDALENA
2020**

**ELABORACIÓN DE UN CHECK-LIST QUE CONTRIBUYA A LA
MEJORA DEL PROCESO DE AUDITORIA TECNICA DE CALIDAD EN UNA
TIENDA ARA DEL DISTRITO DE SANTA MARTA**

**ANDRÉS FELIPE ROY GARCÍA
COD: 2014126183**

**Trabajo de informe de Prácticas Profesionales para optar el título de
Profesional en Negocios Internacionales**

**Tutor
LENIS RIOS GAMARRA
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS**

**PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
SANTA MARTA, MAGDALENA
2020**

INTRODUCCION

Colombia históricamente ha presentado grandes falencias relacionadas con su dinamismo económico; la inflación, los altos precios de los productos básicos de la canasta familiar, el salario mínimo, entre otros. Son uno de los tantos factores que, a pesar de ser negativos para gran parte de los colombianos, fueron el atractivo para que empresas que venían manejando determinadas estrategias comerciales, se implantaran en el país, como es el caso de las tiendas Ara, cuyo fin ha sido satisfacer las necesidades de millones de consumidores, a precios bajos y de buena calidad. (Dinero R. , Ara llega a su tienda número 400 tras un intensivo plan expansivo, 2018)

En búsqueda de satisfacer necesidades de consumo partiendo del poder adquisitivo de los colombianos, tiendas Ara se ha enfocado en ofrecer marcas propias, las cuales se destacan por tener bajos precios; además, desde que se abrió la primera tienda en Colombia -2013, se han encontrado en un exitoso proceso expansivo, en el cual, a partir de su fecha de apertura, solo han mostrado aumento en sus ganancias y posicionamiento en sus marcas, añadiendo la generación de empleos en el país. (Dinero, las marcas propias llegan al 96% de los hogares colombianos, 2017)

No obstante, aunque se destaque en materia de rentabilidad, calidad y empleo, desde una perspectiva administrativa-organizacional, hay procesos que pueden ser mejorados en pro del funcionamiento óptimo de cada una de las tiendas, como, por ejemplo, el de auditorías.

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en
cumplimiento de los requisitos exigidos por la
Universidad del Magdalena para optar al título
de Profesional en Negocios Internacionales

Jurado

Jurado

Tabla de contenido

Elaboración de un check-list que contribuya a la mejora del proceso de auditoría técnica de calidad en una tienda Ara del distrito de Santa Marta

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESCENARIO DE PRÁCTICA	7
1.1 RAZÓN SOCIAL.....	7
1.2 RAZÓN DE SER DE ARA	
1.3 PRINCIPIOS Y VALORES	8
1.4 CÓDIGO DE CONDUCTA.....	9
1.5 SERVICIOS A EMPLEADOS	9
1.6 VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE	10
1.7 ORGANIZACIÓN.....	10
2. POLITICAS ORGANIZACIONALES	10
2.1 ORGANIGRAMA.....	11
2.2 FILOSOFÍA INSTITUCIONAL	12
2.3 MISIÓN	13
2.4 VISIÓN.....	14
2.5 CREACIÓN DE VALOR	14
3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESCENARIO DE PRÁCTICA	14
3.1 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO	15
3.2 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.....	16

4. AUTOEVALUACIÓN	19
5. CONCLUSIONES	20
6. RECOMENDACIONES GENERALES	20
7. PROPUESTA	21
1.7 DIAGNOSTICO.....	21
1.7 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	22
7.3 JUSTIFICACIÓN.....	23
7.4 OBJETIVO GENERAL.....	24
7.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	24
7.6 REFERENTES TEÓRICOS	25
8. CHECK-LIST	27
9. BIBLIOGRAFÍA.....	32

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESCENARIO DE PRÁCTICA

En tiendas Ara se satisfacen las necesidades de millones de consumidores, ofreciendo una propuesta de valor basada en la calidad a precios competitivos. El negocio principal consiste en la distribución de alimentos, que representa más del 95% de las ventas consolidadas del grupo.

En Polonia, el negocio principal es la cadena de tiendas de alimentos Biedronka, mientras que, en Portugal, Pingo Doce y Recheio son líderes en sus propios segmentos: minorista y mayorista, respectivamente. En Colombia, manejamos la cadena Ara de tiendas de barrio.

El enfoque principal en el mercado colombiano es la región de la capital, Bogotá, económicamente la más próspera del país, donde el mercado tiene más de 10 millones de habitantes, lo que representa alrededor del 40% del PIB nacional. En 2018, nuestras ventas en este país alcanzaron los 599 millones de euros.

1.1. RAZÓN SOCIAL

Jeronimo Martins S.A.S

Dirección CL 100 7 33 PISO 11 - Localidad: Bogotá –

Provincia: País: Colombia

Teléfono: +57 1 7965170

www.aratiendas.com/es/

1.2. RAZÓN DE SER DE ARA

“Pensar como nuestros vecinos”

Nunca se debe olvidar que la prioridad son los VECINOS; por eso, siempre se busca satisfacer sus necesidades, apoyar su decisión de compra, atenderles con buena actitud y servirles, cumpliendo las leyes colombianas. El Vecino es el jefe principal y es quien evaluará la calidad del trabajo.

1.3. PRINCIPIOS Y VALORES

Ara respeta la legislación nacional e internacional con respecto a los Derechos Humanos y de los Trabajadores y sigue las pautas de las Naciones Unidas y la Organización Internacional del Trabajo, asegurando la erradicación de cualquier tipo de discriminación y promoviendo un ambiente de trabajo saludable y equilibrado.

El desempeño del Grupo se basa en los principios de respeto y trato digno de cada individuo, tanto en los procesos de reclutamiento y selección como en el desarrollo profesional y la evaluación del desempeño.

Se prohíbe cualquier práctica de discriminación directa o indirecta y fomentamos una cultura de justicia y meritocracia.

Se busca prevenir los riesgos del trabajo infantil y el trabajo forzado. Los derechos de los pueblos indígenas no están en peligro de ninguna manera por la actividad del grupo. Para permitir un acceso más simple a la legislación aplicable en esta área, se establecieron las Directrices fundamentales laborales.

En línea con la legislación y el Código de Conducta, se destaca la valoración de la diversidad, la prevención del trabajo infantil y / o forzado, el derecho a una remuneración justa, el derecho a un ambiente seguro y

saludable, el derecho a la privacidad y al personal / vida familiar y derecho al descanso, entre otros.

1.4. CÓDIGO DE CONDUCTA

El Código de conducta se da a conocer a todos los empleados, lo que refleja los principios y valores éticos que guían la postura y las decisiones del Grupo al hacer negocios y en las relaciones con otras partes interesadas.

Por ejemplo, el Grupo protege la libertad de asociación, la actividad sindical y el derecho a la negociación colectiva, en los términos establecidos por la legislación aplicable en cada país y según lo establecido en el Código de Conducta. Del mismo modo, evitamos los riesgos de trabajo infantil y trabajo forzado. Además, los derechos de los pueblos indígenas no están de ninguna manera comprometidos por las actividades de la empresa.

Se valora la diversidad de habilidades y perfiles de los empleados además de estar comprometidos con el principio de igualdad y no discriminación basada en el género o cualquier otro criterio, creyendo en la igualdad de acceso a las oportunidades para el desarrollo personal y profesional basado en el mérito.

En 2018, El grupo fue la única empresa portuguesa incluida en el ranking internacional de igualdad de género de Equileap, que reconoce las 200 entidades que más promueven prácticas de igualdad de género en el lugar de trabajo.

1.5. SERVICIOS A EMPLEADOS

La relación con los empleados se caracteriza por la confianza y la proximidad, a través de los Servicios para Empleados que se alcanzan para la aclaración de problemas laborales, solicitudes de apoyo social, así como

informes de incumplimiento del Código de Conducta. Se garantiza la confidencialidad de todos los contactos realizados.

En 2018, se lanzó la Política global para la operación de servicios de asistencia a los empleados, con el objetivo de armonizar las prácticas y los procedimientos.

Hay servicios para Empleados, que comenzaron a incluir a Colombia en 2018, tenían más de 34,600 contactos, de los cuales el 97% de todos los procedimientos iniciados se resolvieron.

1.6. VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

Un auditor externo e independiente verificó los datos que se refieren a los períodos mínimos de notificación con respecto a los cambios operativos y la capacitación de los empleados sobre políticas o procedimientos de Derechos Humanos dentro del alcance del Informe Anual 2018 del Grupo.

1.7. ORGANIZACIÓN

La estructura ejecutiva de Jerónimo Martins se adapta a las necesidades de un Grupo de un tamaño significativo, con experiencia internacional y ambiciosos planes de crecimiento.

La estructura de gestión está dirigida por el Consejo de Administración, compuesto por su Presidente y Director Ejecutivo y nueve Directores. El Comité de Gestión apoya al CEO en la gestión diaria de los negocios de la Compañía.

La Estructura también incluye departamentos funcionales, que brindan apoyo y asesoramiento a la Junta Directiva, al Comité de Dirección, al Comité de Auditoría y otros Comités especializados y a las otras compañías del grupo, en asuntos específicos de cada área.

2. POLITICAS ORGANIZACIONALES

Horario laboral

El jefe de tienda hace la planificación mensual de los horarios y los publica semanalmente, la jornada laboral inicia tan pronto el empleado se presente en su puesto de trabajo debidamente preparado para iniciar la labor y portando el uniforme antes del registro electrónico de entrada del turno. El uso del carné del operador es personal e intransferible, y debe ser usado para la marcación de ingreso y salida de tienda.

Pausas y descansos

Durante la jornada de 8 horas, el colaborador tendrá derecho a una pausa de 30 minutos, la cual no forma parte de su horario de trabajo. Para disfrutarla, deberá pedir autorización a su jefe inmediato. No está permitido que dos o más colaboradores tomen el descanso al mismo tiempo, salvo con autorización del jefe de tienda.

No está permitido compensar el tiempo de descanso con la hora de entrada o salida. No se permitirá la presencia de colaboradores fuera de sus lugares de trabajo en horarios laborales, sin autorización del jefe inmediato.

Acuerdos de seguridad

El Guardia de Seguridad y/o Jefe de Tienda deberá revisar los bolsos y demás pertenencias del colaborador tanto al ingreso como a su salida de la tienda.

Los teléfonos celulares deben permanecer en silencio (y/o apagados) almacenados junto con las billeteras, en el armario de la oficina del Jefe de Tienda; No le está permitido al colaborador tener dinero en su poder durante el turno.

Los parqueaderos de la tienda serán de uso prioritario para vecinos. Los vehículos de los colaboradores deben estacionarse lo más lejos posible de la entrada de la tienda o fuera de ella.

Cada operador tendrá su propio casillero asignado, marcado con su nombre y será responsable de la seguridad de sus pertenencias.

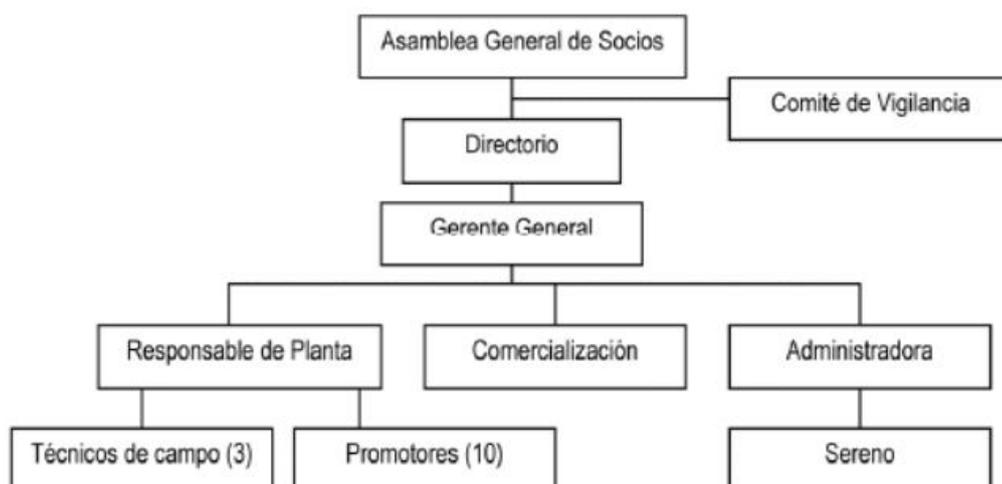
El jefe de Tienda o Jefe de Zona podrán inspeccionar, en compañía de un tercero y en cualquier momento, los casilleros de los operadores.

El Operador no puede, bajo ninguna circunstancia, registrar productos en caja para sí mismo ni para sus familiares, debe solicitar a un compañero para que éste registre.

PILARES

El grupo marca la diferencia a través de la promoción de hábitos alimenticios saludables, el respeto por la biodiversidad, el abastecimiento responsable, el apoyo a las comunidades circundantes y la valoración del trabajo de nuestros empleados

2.1. ORGANIGRAMA



2.2. FILOSOFIA INSTITUCIONAL.

La empresa original fue fundada en 1792 por el joven gallego Jeronimo Martins que abrió una tienda de comestibles en Chiado, Lisboa.⁷⁸

La cadena pasó en 1921 a manos de la familia Soares dos Santos, manteniendo el nombre original.⁹ Entre febrero de 1996 y noviembre de 2013, el grupo fue dirigido por Alexandre Soares dos Santos, desde 2012, la segunda persona más rica en Portugal.⁹ El 24 de septiembre de 2013, fue oficialmente comunicado que renunciaba al cargo por razones personales, con efectos a partir del 1 de noviembre de 2013. Desde ese momento que el grupo es liderado por su hijo Pedro Soares dos Santos, Presidente y CEO de Jerónimo Martins.

El grupo llegó a tener presencia en Brasil al adquirir en 1997 los Supermercados pero debido a resultados financieros negativos en el año 2001, vendieron la cadena al Grupo Pan de Azúcar en julio de 2002 por 143 millones de euros.

Fue propietario anteriormente de las siguientes compañías: Lillywhites, una empresa británica centrada en el material deportivo (vendida en 2002 a Sports World International);¹³ y tenían una participación en Eurocash, una empresa cash-and-carry en Polonia.

En 2016, el resultado neto era de 593 millones de euros. A finales de 2017 se empleaba a más de 100 000 trabajadores en todas las geografías. Jerónimo Martins cerró el año 2017 con ventas de 16,275 mil millones de euros.

En Portugal, su principal área de actividad es el sector al por menor y al por mayor, es hoy un líder en el comercio minorista de alimentos en Portugal, con las marcas Pingo Doce y Recheio (cash & carry). En el área minorista especializada, también tiene la chocolatería Hussel y la red de cafeterías Jerónimo.

En Polonia, desde 1997, operan con la insignia Biedronka, con 2.823 tiendas.

Ara (Colombia): Ara es la cadena de tiendas de descuento, con la que la firma Jerónimo Martins trabaja en Colombia. En marzo de 2013, anunciaron la

apertura de sus primeras tiendas en las ciudades del Eje cafetero, principalmente, bajo el nombre de Ara, así como la apertura de su primer centro de distribución en el país.⁶¹⁷ En el 2018, había más de 400 tiendas Ara en todo el país.

2.3. MISIÓN

Tiendas Ara tiene como misión ser la principal tienda de proximidad para los consumidores colombianos, basada en una operación eficiente, ofreciendo productos para sus necesidades diarias a los mejores precios.

2.4. VISIÓN

Ser la cadena de supermercados independientes más importante de Colombia para el año 2020, logrando la distinción de clientes y proveedores, excediendo constantemente sus expectativas apoyados en la calidad y servicio. Llegar a ser una organización reconocida a nivel empresarial para ganar una mayor recordación de marca basados en el mejoramiento continuo y el desarrollo social sostenible.

2.5. CREACIÓN DE VALOR

En el Grupo Jerónimo Martins se cree que la responsabilidad principal de una empresa es crear valor a corto, mediano y largo plazo. Por lo tanto, no se separa la creación de valor del desarrollo y la experiencia real de los valores. Los valores, que dan forma a la misión corporativa, incluyen Humanidad, Mérito, Emprendimiento y Ciudadanía.

En los últimos tiempos se ha demostrado ampliamente que ignorar los impactos sociales y ambientales de la actividad de una empresa también puede ser malo para los negocios. De hecho, cuando una empresa ya no está

preparada para responder por sus acciones y los impactos de sus decisiones, ya no es responsable.

La reputación y la supervivencia de las empresas en el siglo XXI no solo están determinadas por los principios del mercado, sino también por la aceptación social que obtienen.

La historia del grupo es de más de dos siglos de actividad, lo cual dice mucho sobre la forma responsable en que se lleva a cabo el negocio y la visión a mediano y largo plazo, la cual se incorpora en las decisiones que se toman a lo largo de la cadena de valor.

En el Grupo Jerónimo Martins se busca un equilibrio entre la prosperidad económica necesaria y una contribución activa al desarrollo social y económico y la conservación del medio ambiente en las regiones donde hacemos negocios. Como tal, el grupo está comprometido con las comunidades en los países donde opera y con mejorar continuamente la capacidad para satisfacer las necesidades actuales de tal manera que las generaciones futuras también puedan satisfacer sus propias necesidades.

Por consiguiente, las empresas no son islas que pueden sobrevivir independientemente de lo que las rodea; estas pueden escuchar, responder y sorprender al consumidor, junto con un excelente desempeño operativo y financiero, las relaciones con las diversas partes afectadas e interesadas en la actividad de una organización son factores determinantes para su competitividad y éxito a largo plazo.

3. INFORMACION DEL TRABAJO REALIZADO

3.1. DESCRIPCION DEL ÁREA DE TRABAJO.

El jefe de tienda hace parte del departamento de operaciones de la compañía Jeronimo Martins Colombia S.A.S, el cual como administrador de

una tienda Ara es líder de un equipo de supervisores y operadores con los que se mantiene la operación y funcionalidad de la tienda, garantizando cumplimiento de Kpi's, tales como productividad, quiebra, ventas, nivel de transacciones, entre otros. Analizando el comportamiento de estos a través de históricos e indicadores a base de auditorías que hacen parte de la compañía como inventarios, recursos humanos, seguridad y salud en el trabajo, auditoría operacional y de calidad.

3.2. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS

JEFE INMEDIATO: Jefe de Zona.

PERSONAL A CARGO: Supervisores de tienda, operadores de tienda, personal que se encuentre en entrenamiento en la tienda, personal de seguridad de la tienda

OBJETIVOS DEL CARGO

Administrar los recursos asignados a la tienda a cargo, liderando al equipo de trabajo mediante el acompañamiento y retroalimentación constante al personal de la tienda, controlando diariamente los procedimientos operacionales definidos por la compañía, supervisando la formación de los equipos y gestionando los diferentes Kpi's que permiten a la tienda obtener los resultados esperados por la compañía, además de conocer y entender las necesidades tanto de los vecinos como del área de influencia de la tienda y garantizar con su gestión diaria la satisfacción de las mismas.

RESPONSABILIDADES

1. Liderar, alinear y acompañar al equipo de trabajo, enfocándolo hacia la consecución de los resultados esperados por la compañía.

2. Garantizar el cumplimiento de la ruta de entrenamiento de todo el personal en la tienda a cargo y asegurar la calidad de este.

3. Definir las prioridades de los turnos de trabajo y elaborar el plan de trabajo del equipo, de acuerdo con los requerimientos operativos de la tienda.

4. Elaborar los horarios de trabajo mensual y semanalmente, gestionar oportunamente los permisos, licencias, incapacidades y vacaciones del personal, garantizando que se cumpla con las directrices emitidas por la compañía y por la legislación laboral colombiana.

5. Identificar las capacidades y habilidades en el personal a cargo con el fin de desarrollar al mismo para futuras promociones.

6. Realizar el pedido de mercancía, asegurando disponibilidad de productos para los vecinos.

7. Hacer seguimiento, control y análisis diario, semanal y mensual a los indicadores de ventas, pérdidas y auditorias.

8. Ejecutar acciones pertinentes dentro del marco de los procedimientos, para garantizar el cumplimiento de las metas de ventas, pérdidas, costos y auditorias.

9. Realizar el planeador de ventas (estibas), analizando previamente el mercado, el histórico de ventas y proyectando las ventas esperadas semana a semana.

10. Realizar el pedido diario de la tienda y controlar cuando éste sea realizado por los supervisores, garantizando que esté ajustado a las necesidades de la tienda y al planeador de ventas.

11. Realizar constante seguimiento a los precios y acciones de la competencia directa de la tienda y con el Jefe Inmediato.

12. Establecer mecanismos que permitan aumentar las ventas.

13. Controlar el inventario de la tienda a través de mini inventarios.

14. Generar comunicación con los vecinos, entender sus necesidades y gestionar las sugerencias, quejas y reclamos.

15. Garantizar que la tienda se encuentre en todo momento lista para recibir a los vecinos, manteniendo los 5 principios: Tiendas siempre limpias y bonitas, surtido de la mejor calidad disponible todos los días del año, productos exhibidos de forma ordenada y llamativa, todos los productos con el precio correcto y alegría y simpatía de los colaboradores.

16. Garantizar la ejecución y control eficiente de todos los procesos operativos de la tienda, obteniendo resultados positivos en las auditorias operacionales y de calidad de la tienda.

17. Garantizar la correcta ejecución de las actividades de marketing.

18. Hacer seguimiento a la entrega oportuna de folletos según las rutas previamente establecidas.

19. Cuidar las instalaciones de la tienda y los activos asignados.

20. Solicitar al Jefe Inmediato el apoyo que sea necesario para la toma de decisiones y la ejecución de acciones que se requieran para la consecución de los resultados.

21. Informar a su Jefe Inmediato de actividades de la competencia que afecten o favorezcan a la tienda.

22. Atender las visitas de clientes y entes gubernamentales de control y gestionar oportunamente todos los requerimientos que resulten de estas visitas

COMPETENCIAS DE UN JEFE DE TIENDA

- **ORIENTACIÓN A RESULTADOS:** Actúa con entusiasmo y energía, demostrando una actitud positiva hacia el trabajo; Toma en cuenta las consecuencias financieras de sus acciones; Trabaja en busca del logro de los objetivos y resultados planeados.

- **COMUNICACIÓN:** Se expresa claramente; Provee la información necesaria oportunamente; Adapta su comunicación a la audiencia y a las circunstancias; Se asegura de haber sido entendido correctamente; Escucha con interés y respeto los puntos de vista de otros, aun cuando se trate de opiniones diferentes a la suya y/o relacionados con temas difíciles.
- **RESILIENCIA:** Maneja efectivamente la presión del trabajo y el estrés; Mantiene una actitud positiva aún en situaciones difíciles; Interpreta las críticas y opiniones de otros como sugerencias para mejorar; Es capaz de controlar sus emociones aún en situaciones difíciles de manejar.
- **SERVICIO A NUESTROS VECINOS:** Monitorea el comportamiento de la competencia para ofrecer los precios más competitivos a sus vecinos; Supervisa la interacción del equipo de su tienda con los vecinos, desde el ingreso hasta la salida de la tienda; Es ejemplo de atención, escucha y respuesta oportuna a las solicitudes de los vecinos; Analiza las quejas, inquietudes y reclamos de los vecinos para tomar decisiones y mejorar los procesos de la tienda; Identifica y enseña sobre los hábitos de compra de sus vecinos en la tienda. »
Solución de Problemas: Anticipa los problemas; Busca y obtiene la información necesaria para resolver un problema; Demuestra habilidad para validar información, reconocer relaciones, patrones, causas y consecuencias; Resuelve problemas exitosamente.
- **DESARROLLO DE OTROS:** Reconoce necesidades de desarrollo y provee oportunidades para el desarrollo de otros; Monitorea las acciones de otros para asegurar que los estándares se cumplan; Provee retroalimentación constructiva y sugerencias para el desarrollo de talentos de otros.

4. AUTOEVALUACION

Ser jefe de tienda en Ara es una experiencia enriquecedora. Gracias a la oportunidad de estar por primera vez en el sector retail, como practicante se hace posible conocer cómo impacta la experiencia de compra de los clientes, que por cercanía y cultura la empresa los llama “vecinos”. El trabajo es bastante exigente y el entrenamiento es muy riguroso teniendo en cuenta que la preparación para ser jefe de tienda debe ser aún más fuerte porque tendrá a todo el personal del centro de costo a cargo, de esta forma se puede comprender a fondo cómo una tienda de barrio opta por tener una similitud a un minimarket, y puede funcionar día a día para ofreciendo variedades de productos que hacen parte de la canasta familiar, siendo en su mayoría productos de consumo masivo, que son necesarios para cada uno de los vecinos, además de artículos muy variados y especiales para vivir una mejor experiencia dentro de cada una de las tiendas; cosas tan básicas como la calidad de los pedidos, tener colaboradores a cargo, recepción y exhibición de mercancía, son esenciales para garantizar la excelente operación de la tienda, la cual impacta directamente la cantidad de clientes que se reciben, y como consecuencia, las ventas, todo esto bajo una modalidad conocida como “Hard-discount”, con la cual se busca tener procesos simples y mucho más productivos, haciendo que los precios sean mucho más atractivos, lo cual cambia fuertemente la percepción que se puede tener de este tipo de tiendas.

Además, el aprendizaje que se tiene acerca de tener una experiencia de trabajo en la que se pueda cumplir a cabalidad funciones bajo presión, conociendo las fortalezas y debilidades que como jefe de tienda se deben adquirir para poder ser mejor en el trabajo e ir proponiendo cambios que puedan transformar el área en la que el personal se desenvuelve, contribuyendo de manera positiva los resultados de la tienda, todo con la ayuda del equipo de operadores y supervisores, puesto que estos son de vital importancia en el desarrollo de las actividades diarias en la tienda.

5. CONCLUSIONES

Las tiendas Ara ofrecen a los practicantes de la facultad de ciencias empresariales y económicas, la oportunidad de adentrarse al mundo laboral mediante las prácticas profesionales, en un ambiente agradable, donde a diario el estudiante se encontrará en un proceso de aprendizaje, llevando a la praxis factores importantes como el liderazgo y la capacidad de trabajo en equipo de este.

6. RECOMENDACIONES GENERALES

Tiendas Ara a pesar de lograr expandirse de la forma en la que lo ha venido haciendo desde el 2013, a su vez, cada año duplica sus ganancias, genera empleos y en general, representa una opción distinta en materia de consumo para los colombianos, una experiencia de compra muy atractiva con distintos precios y marcas, en materia organizacional presenta una propuesta bastante compleja y tiene procesos que aún están en desarrollo para ser mucho mejores, buscando que cada vez sean más simples para tener una mejor productividad y así seguir posicionándose dentro del mercado por su ventaja en cuestión de precios.

7. PROPUESTA

Con base a los resultados de las auditorías de calidad que tienen las tiendas Ara, los cuales están en continua gestión para tener los mejores resultados, solo se ganan con una calificación mínima de 85%, se evidencia que las tiendas pueden implementar estrategias que permitan obtener una mejora continua en los resultados de las auditorias, razón por la que, sería idóneo implementar en ese proceso, un check-list de seguimiento con cada de los ítems a evaluar para de esta forma llevar un mayor control en pro de

cumplirlas, los cuales contribuyan tanto a la mejora en la gestión que realiza el Jefe de Tienda en conjunto a sus supervisores y equipo de operadores, como en el proceso que realizan los auditores para calificar, teniendo cómo fin aumentar los resultados positivos en estas revisiones.

7.1. DIAGNÓSTICO

Para tiendas Ara el desarrollo y cumplimiento de los objetivos es una labor importante del quehacer diario de cada una de las personas que integran parte del equipo de una tienda, es decir, administrativos y operadores, por lo que se trabaja hombro a hombro para que cada día los resultados sean mejores.

Como empresa, los objetivos se basan en un conjunto de Kpi's (Key Performance Indicators/ Indicadores clave de desempeño) cuyo direccionamiento es integral y el logro de unos permite el de otros haciendo que la operación de cada tienda esté en armonía y de los cuales los más importantes son auditados de manera frecuente para de esa forma calificar la gestión que se tiene y evaluar asimismo el comportamiento histórico evitando caer en reincidencias.

Entre estos se puede destacar las auditorías de calidad, cuya frecuencia es bimensual y se encarga de evaluar los diferentes aspectos que afectan la naturaleza de la tienda en cuestiones de calidad, especialmente porque se trabaja bajo lineamientos que corresponden a BPM (Buenas prácticas de manufactura) o lo que se conoce como manipuladores de alimentos, para el auditor la calificación corresponde de un 0 a 100 donde el mínimo para el cumplimiento es de un 85% de la prueba.

Es posible evidenciar que este es uno de los puntos fuertes que la compañía espera no llevar a un decrecimiento, para el Magdalena y César se cuenta con una subdivisión del país conocida como Región 2 y una más

denominada Distrito 1 a cargo de un gerente el cual espera resultados que mantengan un promedio por encima del 90% por lo que se buscan estrategias y mecanismos de seguimiento que permitan por tiendas este logro y que adicional puedan ser replicados como una buena práctica.

Por esta razón, es importante tener un control de las labores diarias a realizar y un registro de que las actividades que son auditables como limpieza, diligenciamiento correcto de formatos, instrumentos de tienda, revisión detallada de instalaciones en buen estado, entre otros puntos y así mitigar las posibles oportunidades que puedan tenerse bajo las inspecciones realizadas.

7.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La mayoría de las organizaciones, sean o no con ánimo de lucro, llevan a cabo ciertos procesos relacionados con la planificación, organización, el control y la dirección. A través del control, generalmente se pretende verificar que las tareas y las metas propuestas desde la alta dirección se estén ejecutando como deberían; uno de los procesos que facilita el control en las organizaciones es la auditoría, la cual lleva como fin revisar y controlar.

En lo que respecta a las tiendas Ara y lo que exige su gerencia, es la realización de auditorías de distintas áreas, las cuales mediante una calificación permiten determinar si una tienda está llevando un control efectivo en su gestión.

Ahora bien, como practicante, y aplicando no solo las teorías administrativas, sino también la ética profesional, se puede concluir que estas auditorías son un factor de bastante peso y de las cuales los objetivos perseguidos son ambiciosos; no obstante, como resultado de la observación, hay procesos que pueden ser mejorados, puesto que, el nivel de exigencia es aún mayor de acuerdo a la naturaleza de cada tienda y pueden existir factores que impacten de manera negativa en los resultados los cuales pueden ser basados en la gestión del departamento de técnica o mantenimiento y por otro

lado del buen manejo y control del área administrativa, por lo que el ideal es perseguir calificaciones excelentes que se basen en el trabajo continuo.

7.3. JUSTIFICACIÓN

Entendiéndose a la auditoría como el proceso mediante el cual se revisa y verifica que las empresas estén funcionando en óptimas condiciones desde cada una de sus áreas, es decir, desde calidad, finanzas, recursos humanos, entre otros¹, se procede a reconocer la importancia que tiene esta actividad en cualquier organización, puesto que, lleva como único fin generar un control en estas, e impedir calamidades por parte del área administrativa, a su vez, permitiendo que estas se encuentren en proceso de mejora continua.

Ahora bien, con base a lo anterior, se sobreentiende que hacer auditorías, saber cómo recibirlas y que los empleados estén realmente interesados en cumplir las expectativas y/o exigencias, es vital en cualquier empresa.

Por consiguiente, las tiendas Ara cumplen con procesos de auditorías parecidos a los de cualquier otra organización; no obstante, si se mejora este proceso, creando formatos que permitan al empleado conocer con exactitud en qué ítems se está fallando y en cuáles no, este conociendo ya sus falencias, que desde luego se verán reflejadas en la auditoría, puede proceder a mejorarlas, de este modo, las tiendas tendrían resultados excepcionales en materia de gestión y rentabilidad.

Cabe destacar que, el formato sería manejado por el Jefe de Tienda y/o supervisores de tienda, pues son los encargados de la gestión de la misma.

¹ 'qué es la auditoría', Debitoor

7.4. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un formato de check-list adaptado a los distintos procesos que se califican en una auditoría de calidad que reúna todas las funciones que deben ser realizadas en un determinado espacio tiempo para garantizar el cumplimiento de esta.

7.5. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar las oportunidades que hay en cada área que se somete a evaluación de la tienda.
- Aumentar los resultados obtenidos en cada auditoría partiendo de una mejora en las oportunidades encontradas.

7.6. REFERENTES TEORICOS

Teniendo en cuenta que el presente trabajo consiste en la búsqueda de un modelo que mejore el proceso de auditorías, es importante comprender qué es una auditoría; ahora bien, en lo que respecta a sus significados, Arthur W. Holmes lo define como un “examen crítico y sistemático de la actuación y los documentos financieros y jurídicos es que se refleja, con la finalidad de averiguar la exactitud, integridad y autenticidad de los mismo.” (Holmes, 1965)

Otro concepto que reúne el de varios gurús de las organizaciones, como Holmes, William Thomas Porter y hasta el concepto de la AICPA, es: “proceso sistemático para obtener y evaluar de manera objetiva las evidencias relacionadas con informes sobre actividades económicas y otros acontecimientos relacionados. El fin del proceso consiste en determinar el grado de correspondencia del contenido informativo con las evidencias que le dieron origen, así como determinar si dichos informes se han elaborado

observando principios establecidos para el caso.” (Auditorías y normas internacionales)

Por otro lado, el proceso de auditoría se rige por leyes o normas, en el caso de Colombia la NTC_ISO 9001 de 2015, “esta norma promueve la adopción de un enfoque a procesos al desarrollar, implementar y mejorar la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de los requisitos del cliente. La comprensión y gestión de los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de la organización en el logro de sus resultados previstos. Este enfoque permite a la organización controlar las interrelaciones e interdependencias entre los procesos del sistema, de modo que se pueda mejorar el sistema global de la organización”. (Norma técnica colombiana NTC_ISO 9001, 2015)

Además, las auditorías dependen del tipo de organización y tamaño de la misma. Existen “Auditoría externa o auditoría legal: Examen de las cuentas anuales de una empresa por un auditor externo, normalmente por exigencia legal; Auditoría interna Control realizado por los empleados de una empresa para garantizar que las operaciones se llevan a cabo de acuerdo con la política general de la entidad, evaluando la eficacia y la eficiencia, y proponiendo soluciones a los problemas detectados; Auditoría operativa Revisión del sistema de control interno de una empresa por personas calificadas, con el fin de evaluar su eficacia e incrementar su rendimiento” (McGraw Hill)

También es importante reconocer el valor que se le ha dado a lo largo de los años al concepto de tienda, que maneja Jeronimo Martins a través de la marca ARA, la cual a su vez figura como una propuesta fresca para tiendas en el sector de retail, con un formato diferente de exhibición, teniendo en cuenta que, “la tienda tradicional colombiana es el eje de una comunidad y el eje de vida de una organización, donde se establece una relación de tipo social” (Morales & Olga Lucía García, 2012)

Destacando la importancia que le han brindado a las marcas propias o privadas, como estrategia comercial. Siendo propicio afirmar que es tal su amplitud, que sus significados son diversos; algunos especialistas o interesados en el tema, ha tratado de recopilarlos, y explicarlos. Algunos conceptos son:

“Según la Economist Intelligence Unit (1968) se define como productos con marca propia (own label products) aquellos productos de consumo producidos por o para distribuidores que son vendidos bajo el nombre del propio distribuidor o marca registrada, a través de sus propios puntos de venta. En 1969 Schutte plantea la necesidad de disponer de una terminología de marcas que utilicen todas las personas (profesionales y estudiantes) relacionadas de cualquier manera con este tema. Tras establecer los criterios que deberían estar presentes al elegir las denominaciones más adecuadas propone, definiéndolos a continuación, los siguientes términos:

1. Marca de fabricante (manufacturer's brands): puede ser definida como aquella que es propiedad y está controlada por una organización que se dedica principalmente a la producción;

2. Marca de distribuidor (distributor's brand): puede ser definida como aquella que es propiedad y está controlada por una organización cuyo principal compromiso económico es la distribución. McMaster (1987) analiza la evolución de estas marcas en el mercado de productos de alimentación y define las own brands como los productos vendidos con nombre de marca igual al del establecimiento que las vende, en lugar del nombre del fabricante. En algunas ocasiones el autor denomina a estas marcas con los términos retailer brands o own label products, y las distingue de los productos genéricos y de los productos exclusivos”. (Requea Lavina, 2008)

8. CHECK-LIST

El siguiente formato será la herramienta para utilizar y hacer seguimiento diario a las actividades y pendientes a los que se le hace revisión en cada una de las auditorías técnicas de calidad recibidas por las tiendas Ara.

Del mismo se puede decir que cuenta con una estructura basada en áreas de la tienda y puntos específicos con el fin de hacer preauditorías con foco en cada uno de los criterios que a su vez menciona, donde se especifica ítem por ítem que es lo que realmente analiza y penaliza el auditor con el fin de mitigar cada una de estas y asegurar puntos que permitirá el éxito del resultado que es lo que se espera.

FORMATOS					
ITEM	CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE	N/A	OBSERVACIÓN
REGISTROS POLLO	Bien diligenciado, sin tachones, no espacios en blanco, si no se realiza horneado de algún producto colocar "0", nombres con letra legible no firmas.				
REGISTROS PAN	Bien diligenciado, sin tachones, no espacios en blanco, si no se realiza horneado de algún producto colocar "0", nombres con letra legible no firmas.				
TEMPERATURAS	Datos completos sin tachones, si existen anomalías en los registros que la anotación quede en observaciones, nombres legibles no firmas.				
FRUVER	Nombres legibles no firmas, registros con la hora en la que es realizado el saneo durante el turno.				
RECEPCIÓN DE MERCANCÍA	Registros completos, sin espacios en blanco, especificando datos de productos recibidos en la descarga.				
ÁREA DE PROCESOS					
ITEM	CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE	N/A	OBSERVACIÓN

HORNO	Horno limpio y en buen estado				
PISOS	Limpio y en buen estado, en caso de roturas montar ticket.				
TECHO	Limpio y en buen estado, en caso de roturas montar ticket.				
PAREDES	Limpias y en buen estado, en caso de roturas montar ticket.				
UTENSILIOS	Completos, en buen estado, limpios, tenedor, pinzas, tijeras, bandejas de pan y parrilas para pollo				
CONGELADOR DE PAN	Temperatura de almacenamiento entre -18° y -23°, con empaques limpios, y productos organizados evitando que el peso de algún producto pueda deteriorar a otro.				
ZONA DE LAVADO DE MANOS	Zona en buen estado, con afiche de pasos para el lavado de manos y toallas ecológicas para el secado de las mismas,				
EPPS	Completos, en buen estado, limpios y cumpliendo códigos de colores.				

CAVA

ITEM	CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE	N/A	OBSERVACIÓN
ROTULACIÓN POLLO	Diligenciar fecha de recepción, vencimiento y lote.				
TEMPERATURA	Temperatura entre 0° y 4°				
PAREDES	Limpias y en buen estado, sin salpicaduras.				
TECHO	Limpios, en buen estado				
CANASTILLAS POLLO	Limpias, en buen estado, sin sangre o suciedad histórica, en caso de contener pollo, deben contar con una cesta para el goteo.				
ESTIBA	Solo debe haber una estiba plástica dentro de la cava para el pollo, no materiales porosos, en caso de almacenar otros productos deben estar separados del pollo para evitar				

	contaminación y organizados				
BODEGA					
ITEM	CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE	N/A	OBSERVACIÓN
ORGANIZACIÓN	Estibas organizadas de forma que se evite la contaminación cruzada entre las mismas.				
CLP	Calendario de limpieza diligenciado y actualizado, con tiras de amonio cuaternario, firmas de supervisores y jefe de zona.				
LIMPIEZA GENERAL	Área de bodega con limpios, evitando los residuos de operación y focos de plaga.				
SALA DE VENTAS					
ITEM	CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE	N/A	OBSERVACIÓN
CONGELADORES	Escarcha en congeladores no puede superar 1cm, en buen estado, limpios con temperatura entre -18° y -23° , empaques y vidrios limpios.				
NEVERAS	Sin escarcha, en buen estado, limpios con temperatura entre 0° y 4° , empaques y vidrios limpios.				
ESTANTERÍAS DE EXHIBICIÓN	En buen estado, limpias, 0 productos por debajo y detrás de las mismas, hacer revisión al azar (Garantizando que todas cumplan)				
POS	Revisión del polvo de día, limpieza general en exteriores y por debajo evitando la suciedad en puntos ciegos.				
FRUVER	Saneos constantes evitando el deterioro de frutas y verduras, limpieza al surtir y revisión por debajo				

	de las mesas.				
LIMPIEZA GENERAL	Sala de ventas limpia, evitando los residuos de operación y focos de plagas.				

9. BIBLIOGRAFIA

En sus marcas... propias. (2001). *Dinero*.

Norma tecnica colombiana NTC_ISO 9001. (2015). Bogota: INCONTEC.

Las marcas propias llegan al 96% de los hogares colombianos. (2017). *Dinero*.

Auditorias y normas internacionales . (s.f.).

Dinero, R. (2017). *Las marcas propias llegan al 96% de los hogares colombianos*.

Dinero, R. (2018). *Ara llega a su tienda número 400 tras un intensivo plan expansivo*.

Holmes, A. W. (1965). *Auditoria: principios y procedimientos* . UTEHA.

Martins, J. (2020). Obtenido de Nuestro código de conducta: Jeronimo Martins:

<https://www.jeronimomartins.com/en/about-us/who-we-are/our-code-of-conduct/>

Martins, J. (2020). *Acerca de nosotros: Jeronimo Martins*. Obtenido de <https://www.jeronimomartins.com/en/about-us/who-we-are/company-profile/>

Martins, J. (2020). *Como manejamos nuestro negocio: Jeronimo Martins*. Obtenido de <https://www.jeronimomartins.com/en/about-us/who-we-are/our-approach-to-business/>

McGraw Hill, C. (s.f.). *la auditoría: concepto, clases y evolución*.

Morales, D. P., & Olga Lucía García, M. O. (2012). *La tienda tradicional colombiana como un espacio de reforzamiento cultural del consumidor caso barranquilla y manizales*. Obtenido de www.uninorte.edu.co/web/dparamo/blogs/-/blogs/la-tienda-tradicional-colombiana-como-un-espacio-de-reforzamiento-cultural-del-consumidor-caso-barranquilla-y-manizales

Requea Lavina, M. (2008). *El desarrollo de las marcas gestionadas por la distribución. Analisis de las variables es relevantes. .*

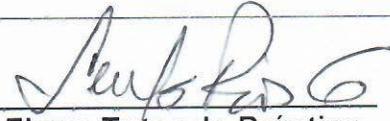
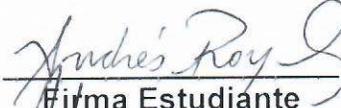
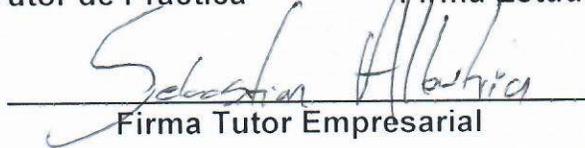
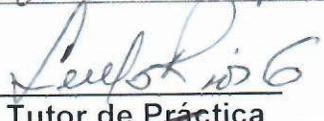
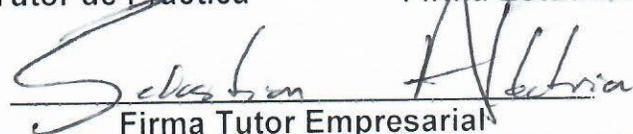
FORMATOS					
ITEM	CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE	N/A	OBSERVACIÓN
REGISTROS POLLO	Bien diligenciado, sin tachones, no espacios en blanco, si no se realiza horneado de algún producto colocar "0", nombres con letra legible no firmas.				
REGISTROS PAN	Bien diligenciado, sin tachones, no espacios en blanco, si no se realiza horneado de algún producto colocar "0", nombres con letra legible no firmas.				
TEMPERATURAS	Datos completos sin tachones, si existen anomalías en los registros que la anotación quede en observaciones, nombres legibles no firmas.				
FRUVER	Nombres legibles no firmas, registros con la hora en la que es realizado el saneo durante el turno.				
RECEPCIÓN DE MERCANCÍA	Registros completos, sin espacios en blanco, especificando datos de productos recibidos en la descarga.				
ÁREA DE PROCESOS					
ITEM	CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE	N/A	OBSERVACIÓN
HORNO	Horno limpio y en buen estado				
PISOS	Limpio y en buen estado, en caso de roturas montar ticket.				
TECHO	Limpio y en buen estado, en caso de roturas montar ticket.				
PAREDES	Limpias y en buen estado, en caso de roturas montar ticket.				
UTENSILIOS	Completos, en buen estado, limpios, tenedor, pinzas, tijeras, bandejas de pan y parrillas para pollo				
CONGELADOR DE PAN	Temperatura de almacenamiento entre -18° y -23°, con empaques limpios, y productos organizados evitando que el peso de algún producto pueda deteriorar a otro.				
ZONA DE LAVADO DE MANOS	Zona en buen estado, con afiche de pasos para el lavado de manos y toallas ecológicas para el secado de las mismas,				
EPPS	Completos, en buen estado, limpios y cumpliendo códigos de colores.				
CAVA					
ITEM	CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE	N/A	OBSERVACIÓN
ROTULACIÓN POLLO	Diligenciar fecha de recepción, vencimiento y lote.				
TEMPERATURA	Temperatura entre 0° y 4°				
PAREDES	Limpias y en buen estado, sin salpicaduras.				
TECHO	Limpios, en buen estado				
CANASTILLAS POLLO	Limpias, en buen estado, sin sangre o suciedad histórica, en caso de contener pollo, deben contar con una cesta para el goteo.				
ESTIBA	Solo debe haber una estiba plástica dentro de la cava para el pollo, no materiales porosos, en caso de almacenar otros productos deben estar separados del pollo para evitar contaminación y organizados				
BODEGA					
ITEM	CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE	N/A	OBSERVACIÓN
ORGANIZACIÓN	Estibas organizadas de forma que se evite la contaminación cruzada entre las mismas.				
CLP	Calendario de limpieza diligenciado y actualizado, con tiras de amonio cuaternario, firmas de supervisores y jefe de zona.				
LIMPIEZA GENERAL	Área de bodega con limpios, evitando los residuos de operación y focos de plaga.				
SALA DE VENTAS					
ITEM	CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE	N/A	OBSERVACIÓN

CONGELADORES	Escarcha en congeladores no puede superar 1cm, en buen estado, limpios con temperatura entre -18° y -23°, empaques y vidrios limpios.				
NEVERAS	Sin escarcha, en buen estado, limpios con temperatura entre 0° y 4°, empaques y vidrios limpios.				
ESTANTERÍAS DE EXHIBICIÓN	En buen estado, limpias, 0 productos por debajo y detrás de las mismas, hacer revisión al azar (Garantizando que todas cumplan)				
POS	Revisión del polvo de día, limpieza general en exteriores y por debajo evitando la suciedad en puntos ciegos.				
FRUVER	Saneos constantes evitando el deterioro de frutas y verduras, limpieza al surtir y revisión por debajo de las mesas.				
LIMPIEZA GENERAL	Sala de ventas limpia, evitando los residuos de operación y focos de plagas.				

COMENTARIOS GENERALES	_____

RESPONSABLE	
FECHA	
TURNO	

Nombre del Practicante: Andrés Felipe Roy Garzón
 Código Estudiantil: 2014126183
 Periodo Académico: 2020-I
 Nombre de la Entidad: Jerónimo Martins - Ara
 Dependencia: Operaciones administrativas
 Nombre del tutor de Práctica: LENIS MARIA RIOS
GAMARRA

Fecha y Hora	Tema Tratado
9.01.2020 9:00 am	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> Presentación y Verificación Propuesta </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  Firma Tutor de Práctica </div> <div style="text-align: center;">  Firma Estudiante </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  Firma Tutor Empresarial </div>
31.01.2020 10:45 am	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> Verificación Propuesta para 1-5-6-7 y Deseta proxima visita 14-02-2020. </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  Firma Tutor de Práctica </div> <div style="text-align: center;">  Firma Estudiante </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  Firma Tutor Empresarial </div>
Fecha y Hora	Tema Tratado
	<div style="border: 1px solid black; height: 30px; width: 100%;"></div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;"> Firma Tutor de Práctica </div> <div style="text-align: center;"> Firma Estudiante </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> Firma Tutor Empresarial </div>

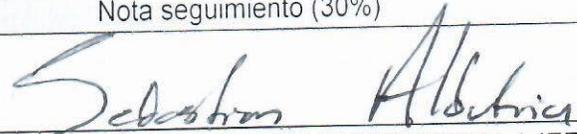
Nombre del Practicante: Andrés Felipe Roy Guisó Fecha:
 Código Estudiantil: 2014126183
 Periodo Académico: 2020-I
 Nombre de la Entidad: Unión de Maestros - Ara.
 Dependencia: Operaciones administrativas
 Nombre del tutor empresarial: Juan Sebastian Albitria
 Práctica como opción de grado: SI NO

Asignación de la Calificación:

La calificación se asigna entre 0 y 500 puntos, entendiendo que 500 corresponde a la máxima calificación posible y 0 a la mínima.

Seguimiento 1 (30%)

COMPETENCIA A EVALUAR	ACCIONES	CALIFICACIÓN
Conocimientos profesionales	Reconoce y comprende las funciones y acciones que debe desarrollar dentro de la organización.	500
	Conoce y aplica el código ético de acuerdo con su área profesional.	500
	Demuestra conocimientos específicos sobre el área de formación profesional.	400
Actitud profesional	Reconoce el marco institucional y administrativo de la organización donde hace su práctica.	500
	Demuestra adaptabilidad a la cultura de la organización.	450
	Muestra habilidad y manejo frente a situaciones de difícil resolución.	400
Responsabilidad en el trabajo	Cumple con los tiempos estipulados de llegada y salida de la organización.	500
	Responde asertivamente a requerimientos inmediatos en la organización.	400
	Cumple con las funciones asignadas por su jefe inmediato.	500
Actitud Personal	Demuestra interés hacia la práctica y las funciones que le fueron asignadas.	500
	Mantiene una actitud propositiva frente al quehacer cotidiano de la organización.	500
	Reconoce sus limitaciones en algunos procesos y genera la oportunidad de aprendizaje.	400
PROMEDIO		462.5
Nota seguimiento (30%)		


 NOMBRE Y FIRMA TUTOR EMPRESARIAL / JEFE INMEDIATO

Fecha:

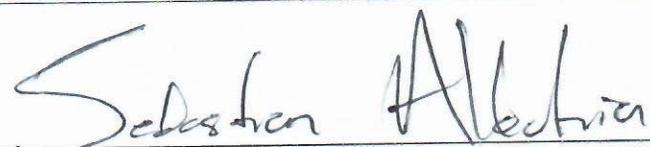
Nombre del Practicante: Andrés Rey
 Código Estudiantil: 2014126183
 Periodo Académico: 2020-I
 Nombre de la Entidad: Gerencia Montañas - RPA
 Dependencia: Operaciones administrativas
 Nombre del tutor empresarial: Juan Sebastián Montano

Asignación de la Calificación:

La calificación se asigna entre 0 y 500 puntos, entendiéndose que 500 corresponde a la máxima calificación posible y 0 a la mínima.

Seguimiento 2 (30%)

COMPETENCIA A EVALUAR	ACCIONES	CALIFICACIÓN
Conocimientos profesionales	Ejecuta acciones propuestas en su plan de trabajo, acordes a los requerimientos de la organización y al código ético de su área profesional.	400
	Aplica herramientas metodológicas relacionadas con su campo de acción.	400
	Demuestra interés hacia a los procesos de la organización, como estrategia para mejorar su quehacer en la empresa.	500
Actitud profesional	Demuestra capacidad de liderazgo y proactividad en las actividades que se desarrollan en la empresa.	500
	Mantiene una actitud creativa generando aportes positivos a la organización.	500
	Asume confidencialmente información de la empresa.	500
	Demuestra capacidad para trabajar interdisciplinariamente.	450
Responsabilidad en el trabajo	Cumple con los tiempos estipulados de llegada y salida de la organización.	450
	Asiste, apoya y participa en las reuniones y actividades programadas por sus jefes inmediatos.	450
	Cumple con la entrega oportuna de los trabajos o actividades asignadas.	400
Actitud Personal	Resuelve con prontitud y eficacia los retos que encuentre en el sitio de prácticas o los que les establezcan sus jefes inmediatos.	450
	Mantiene una actitud respetuosa que se refleja en las relaciones con su equipo de trabajo y en el compromiso que tiene con la organización.	500
	Demuestra habilidad para trabajar en contextos multiculturales.	500
PROMEDIO		461
Nota seguimiento (30%)		


 NOMBRE Y FIRMA TUTOR EMPRESARIAL / JEFE INMEDIATO