

**PROPUESTA DE ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS Y OPERACIONES
APLICADO EN LOS PUNTOS DE VENTA DE LA EMPRESA FRUTTEC EXPRESS
S.A.S DE CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER**

autor

JOSÉ GREGORIO SANGUINO ROBAYO

Director

JESSICA FERLEY DOMINGUEZ RANGEL

MAGISTER EN GERENCIA DE EMPRESAS MENCIÓN FINANZAS

**PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍAS MECÁNICA, MECATRÓNICA E INDUSTRIAL
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA**



**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
PAMPLONA, DICIEMBRE DEL 2022**

Dedicatoria

El presente proyecto se lo dedico a mis padres y hermanas, que a lo largo de mi vida me han enseñado a luchar por mis sueños a pesar de las adversidades que se presentan en el camino, acompañándome de manera incondicional en cada paso que doy tanto en mi vida personal como profesional, también va dedicado a mis demás familiares quienes me han acompañado durante esta etapa de mi vida, sin su apoyo no estaría donde me encuentro en este momento.

Agradecimientos

Primeramente, agradezco a Dios por permitirme estar donde estoy, por llenar mi vida de salud, bendiciones y por guiar mis pasos en este camino que ha sido llena de muchos sueños e ilusiones.

A mis padres que han hecho un esfuerzo inmenso para ayudarme a cumplir con mis sueños, si su dedicación, consejos y amor incondicional nada de esto sería posible, a mis hermanas que me han ayudado a nunca desistir sea cual sea la dificultad que se presente.

A mi directora Jessica Domínguez, quien, a pesar de sus ocupaciones, desde el primer instante estuvo dispuesta a brindarme una mano en este proceso, gracias por cada enseñanza brindada tanto dentro como fuera de las aulas de clase, ha sido una persona que ha dejado una huella importante en mi vida.

Por último, agradezco a la empresa Fruttec Express S.A.S quien me ha abierto las puertas, por las experiencias y conocimientos aportados, permitiéndome crecer tanto personal como profesionalmente

Resumen

El presente estudio se basa en la necesidad que tiene la empresa Fruttec Express S.A.S. en el área de puntos de venta de contar con una herramienta de control interno, como lo es un manual de procedimientos, con el objetivo de lograr estandarizar los procesos y operaciones que se realizan en este sector de la organización, el cual a su vez permita documentar dichos procesos, facilitando la consulta de estos mismos a los trabajadores que se encuentran involucrados en estas actividades.

La metodología que se usó para la realización de esta investigación abarca distintos métodos de recolección de la información dentro de los cuales se destacan las entrevistas cualitativas, encuestas y observación de campo, en el cual se vieron involucradas las personas que están diariamente envueltas en dicha labor, junto con la alta dirección de la empresa, identificando aquellas operaciones que generan un impacto ya sea positivo o negativo.

La implementación del manual de procedimientos tuvo como resultado una mejora en la productividad, ya que se presentó un aumento de la eficiencia en los distintos puntos de venta gracias a la reducción de costos de fabricación que se presentó, dado que hay mayor claridad para los colaboradores sobre cada uno de sus procesos que se deben ejecutar.

Palabras clave

Manual de Procedimientos, Estandarización, Productividad, Eficiencia, Punto de Venta, Proceso, Operación.

Abstract

This study is based on the need of the company Fruttec Express S.A.S. in the area of points of sale to have an internal control tool, such as a procedures manual, in order to standardize the processes and operations carried out in this sector of the organization, which in turn allows documenting these processes, facilitating the consultation of these processes to the workers who are involved in these activities.

The methodology used for this research includes different methods of information gathering, among which qualitative interviews, surveys and field observation stand out, in which the people who are daily involved in this work were involved, together with the company's top management, identifying those operations that generate a positive or negative impact.

The implementation of the procedures manual resulted in an improvement in productivity, since there was an increase in efficiency in the different points of sale thanks to the reduction in manufacturing costs, since there is greater clarity for the collaborators on each of the processes to be executed.

Keywords

Procedure manual, standardization, productivity, efficiency, point of sale, process, operation.

Tabla de Contenido

1. Introducción	9
2. Marco conceptual	11
2.1. Antecedentes	11
2.2. Bases teóricas	15
2.3. Bases legales	19
3. Planteamiento del problema	20
4. Objetivos	23
5. Justificación	24
6. Metodología	26
7. Cronograma y descripción de actividades	28
8. Resultados esperados	30
9. Resultados obtenidos	31
Descripción de la empresa	31
9.1. Identificación de procedimientos que existen actualmente en la empresa en el área de puntos de venta	41
9.2. Estandarizar los métodos de trabajo con la finalidad de mejorar las operaciones en cada uno de los puntos de venta.	49
9.3. Determinar el aumento de la eficiencia de los procesos estándares que mejoran la productividad	51
9.3.1. Gastos en materias primas	51
10. Conclusiones	57
11. Recomendaciones	59
12. Referencias bibliográficas	60
Anexos	63

Lista de tablas

Tabla 1 Cronograma de actividades.....	28
Tabla 2 Descripción de actividades	29
Tabla 3 Ventas Fruttec 2022.....	52
Tabla 4 Ventas bebidas Fruttec 2022.....	52
Tabla 5 Consumo azúcar Fruttec 2022	53
Tabla 6 Consumo promedio azúcar por preparación 2022	53
Tabla 7 Ventas frappé 2022	54
Tabla 8 Consumo leche condensada 2022	54
Tabla 9 Consumo promedio leche condensada por frappé	55
Tabla 10 Consumo Mango 2022	55
Tabla 11 Consumo promedio mango por frappé	55

Lista de figuras

Figura 1	Simbología usada para la elaboración del flujograma.....	16
Figura 2	Organigrama Fruttec Express S.A.S.....	32
Figura 3	Localización 1 tomada de Google Maps	33
Figura 4	Localización 2 tomada de Google Maps	33
Figura 5	Localización 3 tomada de Google Maps	34
Figura 6	Localización 4 tomada de Google Maps	34
Figura 7	Localización 5 tomada de Google Maps	35
Figura 8	Localización 6 tomada de Google Maps	35
Figura 9	Localización 7 tomada de Google Maps	36
Figura 10	Localización 8 tomada de Google Maps	36
Figura 11	Localización 9 tomada de Google Maps	37
Figura 12	Localización 10 tomada de Google Maps	37
Figura 13	Localización 11 tomada de Google Maps	37
Figura 14	Frappés Ofertados en puntos de venta.....	38
Figura 15	Smoothies Menú Fruttec	38
Figura 16	Bebidas Funcionales	39
Figura 17	Limonadas Menú Fruttec.....	39
Figura 18	Antojitos Menú Fruttec	39
Figura 19	Jugos Tradicionales	39
Figura 20	Análisis FODA.....	40
Figura 21	Flujograma preparación de jugo 1.....	42
Figura 22	Flujograma preparación de Frappé 1.....	43
Figura 23	Flujograma proceso de venta.....	45
Figura 24	Flujograma preparación de jugo 2.....	46
Figura 25	Flujograma preparación de Frappé 2.....	47
Figura 26	Flujograma preparación de horneados	48

1. Introducción

Las empresas actualmente están en la obligación de tener un control interno de cada una de las operaciones que deben ejercer los trabajadores para de esa forma garantizar el correcto desarrollo y progreso de la compañía, estableciendo actividades específicas para cada área, proporcionando información de interés que sea de gran utilidad, estableciendo parámetros que ratifiquen la buena práctica de las acciones a realizar.

Realizar control interno es una tarea que requiere de gran esfuerzo y dedicación, puesto que es algo fundamental para cualquier empresa que quiera ser productiva, debido a que es ahí donde se puede identificar qué se está realizando de manera correcta e incorrecta. Contar con procesos estandarizados en una empresa conlleva a grandes beneficios tales como: preservación de conocimientos a lo largo del tiempo, facilidad al momento de medir el desempeño de los trabajadores, suministra bases para el mejoramiento de las operaciones para realizar un trabajo específico, reduce tiempos de aprendizaje y provee medios para mitigar errores, minimizando a su vez la variación. Rodríguez (2005) señala que “lo importante es llevar a cabo la estandarización de una manera adecuada a las necesidades de la empresa”

Para ello es de suma importancia contar con herramientas que sirvan como apoyo para toda la organización como lo puede ser un manual de procedimientos. Un manual de procedimientos es un instrumento que busca proporcionar de manera clara, secuencial, detallada y organizada toda la información, instrucciones y responsabilidades que existen en un área en específico dentro de una organización.

El presente proyecto tiene como finalidad brindar una propuesta que permita estandarizar la operatividad en los puntos de venta de la empresa Fruttec Express S.A.S de la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, trayendo consigo beneficios tales como el ordenamiento de la organización, facilidad de procesos de auditoría, revisión y evaluación, concientización de los trabajadores a la hora de realizar sus respectivas labores, entre otras mejoras que se pueden presentar.

2. Marco conceptual

2.1. Antecedentes

INTERNACIONALES

Rodríguez López (2018) señala que la cadena de restaurantes McDonald's cuenta con un portafolio de productos muy diverso y un solo estilo de servicio, manteniendo la misma idea de establecimiento hablando estéticamente, sin realizar cambios a nivel internacional donde se encuentra esta cadena de comida rápida, pero es conveniente recalcar la esencia cultural de cada país donde se ubica McDonald's, por lo tanto se tienen en cuenta la tradición culinaria de dichos países, por lo que se amplían los tipos de productos, pero no difiere la esencia del servicio.

En este caso, tomando como referencia el restaurante de franquicias más grande del mundo como lo es McDonald's, vemos que mantener una identidad del negocio es fundamental, estandarizar procesos, procedimientos, operaciones, estilos de servicio y demás es lo que ha llevado a esta empresa a crecer como ha crecido hasta la actualidad.

Gerardo Herrero Morales (2017) en un pequeño escrito habla de los inicios de la estandarización, mostrando el primer caso de éxito de esta metodología en el año 1801 llevado a cabo en los Estados Unidos por Ely Whitney, un artesano e inventor considerado el padre de la estandarización, gracias a la realización de un pedido de 10.000 mosquetes para los soldados de dicho país realizado por Thomas Jefferson, presidente de EE.UU. de la época. Whitney, al no cumplir con la fecha de entrega estipulada le explicó al presidente de un método que consistía en

reemplazar únicamente la pieza estándar llamada refacción, evitando el desecho de los mosquetes en su totalidad, reduciendo el tiempo para producir los 10.000 mosquetes en una quinta parte del tiempo que inicialmente tomaba este proceso.

Así mismo, Gerardo Herrero dice que: “La estandarización es la madre de la productividad, la calidad, el trabajo en serie (que posteriormente hizo famoso a Henry Ford). Es requisito de ISO y prerequisite para salir del subdesarrollo.” Resaltando la importancia de la estandarización en cada proceso que existan en las empresas si éstas quieren crecer y ser competitivas dentro del mercado.

INCADEA (2018), cuenta como Toyota ha utilizado diferentes soluciones de software a lo largo de su historia, lo que ha llevado a un aumento de irregularidades en los procesos de fabricación de la empresa. Con base a sus informes, gran parte de sus bases de datos estaban provocando pérdida de la información y a su vez molestias que impactaban constantemente a la empresa, y no era posible hacerse una idea de las ganancias de la empresa. Por ello, la organización decidió estandarizar los procesos entre concesionarios e importadores, lo que permite a los concesionarios trabajar a un alto nivel a partir de la planificación acertada de procedimientos en toda la red Toyota.

Estos dos estudios que se plasman anteriormente (Gerardo Herrero Morales, 2017 e Incadea, 2018) brindan aportes notables para la propuesta que se realizará a la empresa Fruttec Express S.A.S, ya que habla de los inicios de la estandarización y el impacto inmediato que causó dicho proceso. Toyota, que es una de las empresas que mayor crecimiento ha tenido dentro de la

industria automovilística, demuestra la importancia de estandarizar procesos, ya que gracias a esta se pudo llevar una mejor planificación de actividades y recursos, siendo un prototipo ideal de crecimiento.

Elizabeth Morelia Apo (2018) Señala lo importante que es para las empresas contar con un manual de procedimientos que garantice la correcta ejecución de acciones por parte del personal de la empresa, permitiendo agilizar procesos en las diferentes áreas dentro de una organización, ofreciendo a los clientes los productos de una manera mucho más eficiente y eficaz.

Por último, vemos lo provechoso que puede ser para una organización la implementación de una herramienta como lo es un manual de procedimiento, ya que sirve como guía para los trabajadores, permitiendo ejecutar de manera correcta sus obligaciones, aumentando las posibilidades de lograr estandarizar cada una de las operaciones que se llevan a cabo en un puesto de trabajo en específico.

NACIONAL

Según Cooper & Lybrand, (1997), citado por Pérez Gutiérrez & Lanza González (2014) “En el año 1992 se publica en los Estados Unidos de Norteamérica, el Informe COSO que define al control interno como: Proceso efectuado por el consejo de administración, la dirección y el resto del personal de una entidad, diseñado con el objeto de proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de objetivos dentro de las categorías, eficacia y eficiencia de las operaciones, fiabilidad de la información financiera, cumplimiento de las leyes y normas que sean aplicables”.

A lo largo de dicho estudio se menciona la importancia de llevar a cabo el control interno dentro de la organización, ya que esta genera grandes beneficios como lo es el cumplimiento de los objetivos, proporciona una mejora en la eficiencia de las operaciones, siendo esto un pilar sumamente importante para lo que se quiere lograr por medio del presente proyecto.

LOCAL

Bacny Valderrama, en el año 2018 nos habla de la importancia lo importante que es para las empresas de la ciudad de Cúcuta de implementar estrategias que permitan mejorar la calidad de sus diferentes procesos, por medio de la optimización de estos mismos, ya que las empresas que realizan estos procesos de mejora obtienen grandes beneficios como los son el aumento de ventas, reducción de costos, aumento de la satisfacción de los clientes, aumento en la eficiencia de los procesos y aumento de la competitividad en el mercado.

El estudio anterior nos da una gran base para la realización del presente trabajo, ya que lo que se busca es mejorar las operaciones en los puntos de venta de la empresa Fruttec Express S.A.S, y que a su vez esto traiga consigo grandes beneficios para la compañía, tal como los que menciona Bacny Valderrama en su estudio.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. ESTANDARIZACIÓN

De acuerdo con Arroyave (2012) asegura que estandarizar consiste en realizar y perfeccionar los métodos determinados de los procedimientos y procesos logrando mantener un orden en todos y cada uno de los puestos de trabajo y una buena calidad del producto. A su vez, la estandarización se define como la mitigación del riesgo de posibles fallas que se pueden presentar en distintas áreas como producción, calidad o eficacia y despacho de productos

2.2.2. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Según Hernandez (2002) El manual de procedimientos es un archivo que busca agrupar información detallada y verificada sobre el origen y finalidad de un conjunto de procedimientos operativos de la empresa, con sus correspondientes diagramas de flujo y resultado esperado de cada proceso, también de las herramientas de apoyo, como lo es el formulario o las entrevistas.

2.2.3. DIAGRAMA DE FLUJO

Ramonet. (2013), indica que el diagrama de flujo es la técnica más desarrollada y conocida para llevar a cabo el esquema gráfico de un proceso, técnica absolutamente eficaz para realizar el cumplimiento de los objetivos, facilitando la información interna a los trabajadores.

A su vez, Vilar (1997) dijo que: “Los diagramas de flujo o flujogramas constituyen una herramienta para la descripción gráfica de las distintas etapas de un proceso, en orden secuencial.

Puede mostrar una secuencia de acciones, materiales o servicios, entradas o salidas del proceso y decisiones a tomar”.

Los diagramas de flujo o también llamados flujogramas cuentan con una simbología que se utilizan para su correcta elaboración, cada uno de los símbolos tienen un significado en especial que define el tipo de actividad que se está realizando, a continuación, se mostrarán los más comunes:

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Terminal: Indica el inicio o la terminación del flujo del proceso.		Actividad: Representa la actividad llevada a cabo en el proceso.
	Decisión: Señala un punto en el flujo donde se produce una bifurcación del tipo “Sí” – “No”.		Documento: Documento utilizado en el proceso.
	Multidocumento: Refiere un conjunto de documentos. Por ejemplo, un expediente.		Inspección / Firma: Aplicado en aquellas acciones que requieren de supervisión.
	Conector de un Proceso: Conexión o enlace con otro proceso, en el que continúa el diagrama de flujo. Por ejemplo, un subproceso.		Archivo: Se utiliza para reflejar la acción de archivo de un documento o expediente.
	Base de Datos: Empleado para representar la grabación de datos.		Línea de Flujo: Indica el sentido del flujo del proceso.

Figura 1
Simbología usada para la elaboración del flujograma

En la **figura 1** se muestran los diferentes símbolos que se usan para la elaboración de un diagrama de flujo con su respectivo significado.

2.2.4. MEJORA CONTINUA

La Mejora Continua, según la Norma ISO 9000, consiste en “Mejorar la eficacia de su sistema aplicando la política de calidad, los objetivos de calidad, los resultados de las verificaciones de

inspección, el análisis de los datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión de la Dirección”

2.2.5. CALIDAD

Las normas ISO 9000, definen calidad como: “grado en el que un conjunto de características inherentes a un objeto (producto, servicio, proceso, persona, organización, sistema o recurso) cumple con los requisitos”

2.2.6. SISTEMA DE CONTROL INTERNO

El Sistema de Control Interno, según lo define Ronald Stevens (2017): “es un conjunto de políticas, principios, procedimientos y mecanismos de verificación y evaluación que establece la junta directiva o la alta dirección de una organización con el objetivo de proporcionar un grado de seguridad razonable”.

2.2.7. PUNTO DE VENTA

Según Capriotti: “El Punto de Venta constituye, pues, desde el enfoque de las empresas fabricantes y de distribución, la posibilidad última, de lograr influir en la decisión de compra del consumidor. Así, la comunicación en el PV representa, para el fabricante, la última posibilidad de comunicar las bondades y las ventajas diferenciales de su producto”

2.2.8. FRANQUICIA

Según Baena (2010) la franquicia es un “modelo de desarrollo empresarial que ha alcanzado un elevado grado de madurez en el mundo de los negocios, tanto en rentabilidad como en recuperación de la inversión” (p. 12)

2.2.9. PROCESO

Según Álvarez (2012), el proceso se define como un grupo de labores que están directamente relacionados o que interaccionan entre sí, a su vez tienen la finalidad de transformar las entradas o materia prima a un producto final, es decir convertir una llegada a un resultado.

2.2.10. MACROPROCESO

“Es aquel que está compuesto por un determinado número de procesos para generar un determinado resultado, cumpliendo un objetivo o fin, a su vez dicen que un macro-proceso puede subdividirse en subprocesos que tienen una relación lógica de actividades secuenciales, los cuales contribuyen a la misión del macro-proceso y aportan a la generación de valor dentro de la organización”. García, Mónica; murillo, Vargas Guillermo y González, Ocampo Carlos Hernán (2011)

2.2.11. PROCEDIMIENTO

Álvarez (1996) dice que un procedimiento se define como la manera detallada y específica de cómo se debe realizar un proceso, también indica que es un archivo que explica de forma

secuencial y ordenadamente la ejecución de las actividades, en otras palabras, detalla de modo puntual cómo ejecutar correctamente una tarea.

2.3.Bases legales

- **NORMA INTERNACIONAL ISO 9000 del 2015:** “Es un conjunto de normas de Control de calidad y gestión de calidad, establecidas por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios. Las normas recogen tanto el contenido mínimo como las guías y herramientas específicas de implantación como los métodos de auditoría”.
- **NORMA INTERNACIONAL ISO 9001 del 2015:** “En la norma ISO 9001 se establecen los requisitos de un Sistema de Gestión de la Calidad que permiten a una empresa demostrar su capacidad de satisfacer los requisitos del cliente y para acreditar de esta capacidad ante cualquier parte interesada. El certificado ISO 9001 es el certificado ISO más común y mejor reconocido a nivel general” Ramos, D. A. C. (2021)
- **NORMA INTERNACIONAL ISO 9004 del 2018:** “es, en sí misma, un estándar que impulsa la articulación del sistema de gestión de la calidad con el sistema de gestión estratégica, lo que le otorga una gran relevancia como documento que ofrece lineamientos para engranar ambos sistemas y alinear los recursos y procesos en torno al direccionamiento estratégico”. Urdaneta, G. M. T. (2020).

3. Planteamiento del problema

Fruttec Express S.A.S es una empresa despulpadora de frutas que inició operaciones en el año 2018 cuyo principal objetivo es generar experiencias a los clientes que les permitan disfrutar del delicioso sabor de una pulpa a base de fruta totalmente natural, sin químicos, aditivos o conservantes, generando bienestar en cada uno de los consumidores, ya que al no tener ningún ingrediente artificial se convierte en un producto saludable.

En sus inicios, la empresa se dedicaba únicamente la comercialización de pulpas a sus distribuidores, tales como supermercados, restaurantes, hoteles y hogares, pero a partir del mes de septiembre del año 2021, Fruttec Express S.A.S decide lanzar al mercado su marca, llevando al público sus pulpas ya convertidas en bebidas, ofreciendo jugos refrescantes y convenientes para la salud, convirtiéndose en una excelente opción para la población, ofreciendo variedad de sabores y preparaciones. Debido a la gran aceptación en el mercado, en la actualidad, la empresa cuenta con 9 puntos de venta a nivel nacional, los cuales se encuentran ubicados en las ciudades de: Cúcuta, Medellín, Bucaramanga, Barranquilla y Valledupar, visualizando su continua expansión no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional.

Considerando dicha expansión, se debe tener presente la importancia de la correcta ejecución de cada una de las operaciones que se realizan dentro de los puntos de venta, en especial aquellas que tengan que ver directamente con la preparación de los productos que se ofrecen al público, ya que el cliente espera el mismo sabor sea cual sea el punto en el que se encuentre. Para lograr dicho cometido se debe buscar la estandarización de los procedimientos de preparación junto a la

atención que se le debe brindar a los compradores, garantizando las buenas prácticas de los trabajadores.

Actualmente, la empresa Fruttec Express S.A.S no cuenta con una herramienta física que proporcione información concreta que pueda orientar a los vendedores en los puntos de venta sobre cada uno de los procedimientos que deben realizar en su respectiva jornada laboral. No contar con este tipo de herramienta puede ser perjudicial para cualquier compañía, ya que las diferentes operaciones se pueden ver afectadas debido a la falta de conocimiento de la correcta ejecución por parte de los trabajadores.

Al no saber la correcta ejecución de las actividades, se puede presentar una gran cantidad de inconsistencias e irregularidades en los procesos que se deben llevar a cabo, lo que a su vez genera deficiencia en las operaciones, inconformidad en clientes, diversificación de productos finales, causando un efecto dominó que deriva sin duda alguna en la disminución de las ventas.

Teniendo en cuenta la información previamente presentada, para la empresa Fruttec Express S.A.S implementar un manual de procedimientos se convierte en una necesidad, ya que se tendría un mejor control de las actividades que deben realizar los empleados en sus respectivas dependencias, en este caso específico, orientado a los puntos de venta de la empresa, ratificando la estandarización de las preparaciones de las diferentes bebidas y hornados. De la misma manera, aumentaría la eficiencia de la organización ya que se reduciría el margen de error en las operaciones.

3.1. Formulación del problema

¿Qué beneficios obtendría la empresa Fruttec Express S.A.S mediante la estandarización y documentación de los procesos existentes en los puntos de venta?

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

- Estructurar una propuesta de estandarización de procesos y operaciones aplicado en los puntos de venta de la empresa Fruttec Express S.A.S de Cúcuta, Norte de Santander

4.2. Objetivos Específicos

- Identificar los procedimientos que se llevan a cabo actualmente dentro de los puntos de venta.
- Estandarizar los métodos de trabajo mejorando las operaciones en cada uno de los puntos de venta.
- Determinar el aumento de la eficiencia de los procesos estándares que mejoran la productividad.

5. Justificación

En los últimos años, la estandarización de procesos productivos ha tomado fuerza en las diferentes industrias, debido a los buenos resultados que han obtenido grandes empresas a nivel internacional tales como Toyota, Ford, McDonald's, FedEx (por mencionar algunas) después de haber estandarizado las operaciones, servicios, productos, piezas, tiempo, movimientos, insumos, etc.

Gerardo Herrero Morales, Ingeniero Mecánico, especialista en administración de empresas, capacitador, instructor, conferencista, empresario y actual director de Capacitación y Consultoría Estratégica, S.C., señala que las empresas deben buscar la manera de estandarizar todo lo que más se pueda, ya que sin estandarización no es posible expandirse por medio de sucursales propias o franquicias pagadas por inversores. Crecer en el mercado sin contar con la estandarización en áreas de producción, servicio al cliente, será una labor complicada, ya que no será lo suficientemente competitivos en comparación a otras marcas que si cuentan con optimización en sus distintas áreas.

Con base en lo anterior, el presente trabajo se justifica gracias a la aplicabilidad e importancia de la estandarización de las operaciones, brindando soluciones y mejoras del proceso productivo, con el objetivo de perfeccionar el producto final, consiguiendo optimizar los recursos e insumos requeridos para dichas preparaciones, al mismo tiempo aumentando la competitividad frente a otras marcas que también se encuentran en el mercado.

Por otra parte, actualmente la empresa se encuentra en expansión dentro del mercado, por medio de modelo de franquicias que se empezó a implementar en el presente año (2022) gracias al éxito que han tenido los puntos de venta existentes, debido a la gran aceptación que ha tenido el público con la marca, para que dicho modelo tenga éxito tanto para la empresa como para la persona interesada en adquirir la franquicia, se vuelve indispensable estandarizar procesos de preparación de productos terminados, de tal forma que la imagen de la compañía se mantenga intacta, buscando un mejor posicionamiento en el mercado nacional, con el fin que gracias a la buena imagen, se abra la posibilidad de incursionarse en el mercado internacional.

.

6. Metodología

La siguiente investigación se desarrollará bajo una metodología cuantitativa. Aunque en primera instancia recolectará la información de forma cualitativa ya que esta: “se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes y en relación con su ambiente cotidiano de trabajo y su contexto” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2006, pág. 358). Lo que permitirá la recolección de datos tomando de forma directa la experiencia de los empleados al momento de ejecutar sus respectivas labores, a su vez, posibilita tomar la información por medio de patrones de movimientos que son identificados gracias a la visualización y observación. Esta parte del proceso tiene como finalidad identificar la manera como se están realizando las diferentes actividades actualmente en los puntos de venta y en base a esta información poder elaborar una herramienta que permita la estandarización de dichos procesos operacionales, permitiendo así facilitar el desarrollo de las actividades internas de esta área.

En segunda instancia, y para dar respuesta a uno de los objetivos específicos de esta investigación, se aplicará la metodología cuantitativa, ya que según Tamayo (2007), la metodología cuantitativa trata de las diferentes teorías ya existentes con base en una secuencia de teorías nacida de la misma, siendo imprescindible la obtención de muestras, ya sea de manera discriminada o aleatoria, pero significativa de una población o fenómeno objeto de estudio. En este caso, la metodología cuantitativa tiene como finalidad una vez se haya capacitado el personal, que a su vez servirá como población de investigación, medir el impacto positivo o

negativo de la aplicación de dicha herramienta. Esta variable se obtendrá a través de encuestas digitales o presenciales según la necesidad del momento.

6.1. Instrumentos de recolección de información

- Entrevistas cualitativas
- Observación de patrones de movimiento
- Encuestas

6.2. Actores

Según la naturaleza de la organización que cuenta con cuatro puntos de ventas establecidos dentro de la ciudad, se prevé aplicar la primera fase (Observación participativa) a un total de ocho colaboradores. Por otro lado, una vez elaborada y debidamente aplicada la herramienta, se realizará una encuesta a veintidós colaboradores, entre los que se encuentran trabajadores y líderes de puntos de venta a nivel nacional. Con esto se pretende obtener una variable que permita medir el grado de optimización y mejoramiento de los procesos.

7. Cronograma y descripción de actividades

7.1. Cronograma de actividades:

		SEMANAS																
N°	ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
OBJETIVO 1																		
1	Elección del proyecto																	
2	Identificación de problemas y planteamiento de objetivos																	
3	Visitar los puntos de venta dentro de la ciudad de Cúcuta																	
4	Realización de entrevistas																	
5	Toma de datos por observación																	
6	Aplicación de encuestas																	
7	Recolección de datos																	
OBJETIVO 2																		
8	Elaboración de la herramienta																	
9	Aceptación de la herramienta por parte de gerencia																	
10	Capacitación a trabajadores e implementación de la herramienta a puntos de venta a nivel local y nacional.																	
OBJETIVO 3																		
11	Evaluación de resultados																	
12	Retroalimentación																	
13	Correcciones finales																	

Tabla 1
Cronograma de actividades

En la **tabla 1**, se muestra el cronograma de actividad que se llevarán a cabo dentro de la empresa Fruttec, el cual está dividido en 13 diferentes actividades, para de esa forma dar cumplimiento al proyecto dentro de las fechas estipuladas.

7.2. Descripción de actividades:

Las actividades planteadas anteriormente fueron diseñadas con la finalidad de dar cumplimiento a cada uno de los objetivos específicos expuestos en el presente documento, las cuales se dividen en 4 fases que son:

FASE	ACTIVIDADES	FINALIDAD
1	1. Elección del proyecto. 2. Identificación del problema y planteamiento de objetivos. 3. Visitar los puntos de venta dentro de la ciudad de Cúcuta.	En la presente fase se busca identificar qué inconvenientes presentaba la empresa Fruttec Express S.A.S, definiendo a su vez unos objetivos que permitan dar una posible solución a dicho problema.
2	4. Realización de entrevistas. 5. Toma de datos por observación. 6. Aplicación de encuestas. 7. Recolección de datos.	Una vez identificado el problema y dando una ruta al proyecto, se procede a realizar la recolección de datos por medio de diferentes técnicas o instrumentos
3	8. Elaboración de la herramienta. 9. Aceptación de la herramienta por parte de gerencia.	Ahora, en la fase 3 teniendo en cuenta la información recolectada en la fase anterior, se inicia la elaboración de una herramienta que permita optimizar las operaciones que realizan los colaboradores en los puntos de venta, buscando aumentar el nivel de buenas prácticas, optimizando a su vez recursos y garantizando la correcta preparación de los productos.
4	10. Capacitación a trabajadores e implementación de la herramienta a puntos de venta a nivel local y nacional. 11. Evaluación de resultados. 12. Retroalimentación 13. Correcciones finales.	En esta fase se capacita los colaboradores y se implementa la herramienta, por último, se evalúa y se determina el impacto que se ha generado, ajustando los defectos que sean identificados por medio de dicha evaluación

Tabla 2
Descripción de actividades

Si la tabla 1 mostraba el cronograma de actividades, la **Tabla 2**, describe dichas actividades con su respectiva finalidad.

8. Resultados esperados

- Lograr estandarizar procesos, procedimientos y operaciones que se ejercen dentro de los puntos de venta de la empresa Fruttec Express S.A.S.
- Facilitar información sobre la correcta realización de las actividades que se llevan a cabo, tales como preparación de productos, limpieza y mantenimiento de equipos, organización del área de trabajo, entre otros.
- Mejorar el rendimiento de los insumos usados para las diferentes preparaciones de los productos.
- Aumentar el grado de satisfacción y confiabilidad de los clientes

9. Resultados obtenidos

Descripción de la empresa

Fruttec Express S.A.S es una empresa originaria de la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, la cual cuenta con diferentes actividades económicas, Fruttec S.A.S, Fundada en el año 2018 se dedica despulpar y procesar frutas frescas en su estado de maduración ideal, para posteriormente realizar la respectiva comercialización dichas pulpas congeladas, las cuales son totalmente naturales, ya que no contiene ningún tipo de conservantes, aditivos, azúcares adicionales ni químicos, cuyo mercado son restaurantes, hoteles, supermercados, clientes hogares, entre otros.

Por otro lado, Fruttec Express, nace de la iniciativa de incursionar un nuevo mercado, buscando ofrecer productos terminados por medio de diferentes puntos de venta, los productos que se ofrecieron al público fueron inicialmente la variedad de bebidas que se pueden preparar con las pulpas ya procesadas por la misma compañía, ofreciendo una mayor rentabilidad de éstas. El primer punto de venta tuvo apertura en el mes de septiembre del año 2021, con el pasar del tiempo y en base a la aceptación que tuvo el público con la marca, se han inaugurado nuevos puntos de venta tanto a nivel local como nacional, llevando a la empresa a iniciar procesos de franquicias en septiembre del año 2022, en busca de su expansión y posicionamiento en el mercado de las bebidas y snacks saludables.

Misión y visión

MISIÓN

Crear productos y experiencias que permitan disfrutar las riquezas del campo colombiano, transmitiendo Alegría, Amor y Bienestar, mediante los sabores de la frutas exóticas y tropicales de nuestro País.

VISIÓN

En el 2026 Fruttec será reconocida nacional e internacionalmente como la casa de los fruticultores de Colombia, será la alternativa preferida de bebidas y alimentos saludables Premium de servicio rápido, y será ejemplo en prácticas de comercio justo y de sostenibilidad.

Organigrama

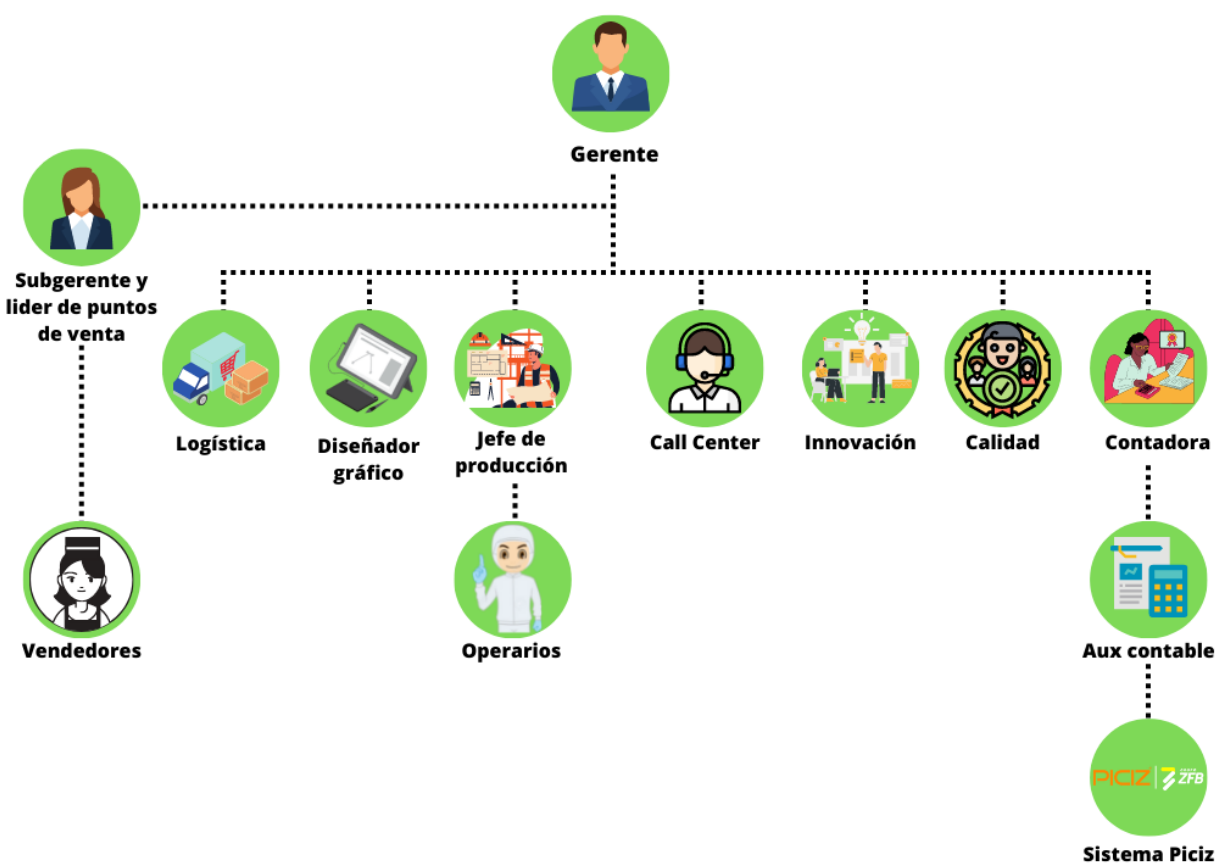


Figura 2
Organigrama Fruttec Express S.A.S.

En la **Figura 2** se evidencia el organigrama de la empresa, detallando cada una de las áreas existentes dentro de la organización. Elaborada por el autor.

Ubicación

Como se expresó anteriormente, la empresa Fruttec Express S.A.S. cuenta con una planta principal, en la cual se realiza el proceso de recepción de materia prima, producción, empaque, almacenamiento y distribución de las diferentes pulpas ofertadas y por otro lado cuentas con los puntos de venta ubicados en diferentes partes del territorio nacional como se evidenciará a continuación.

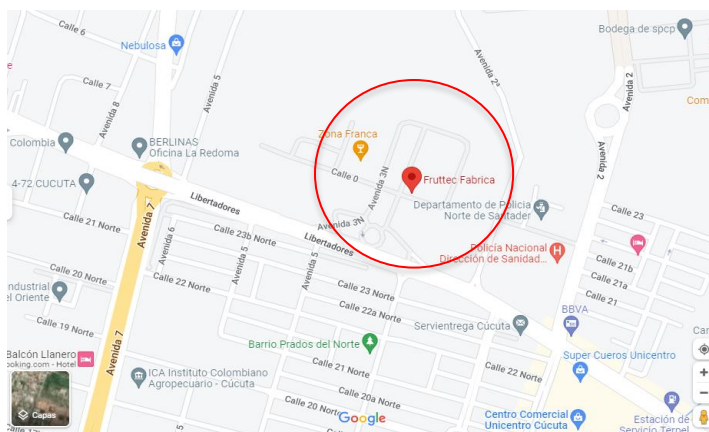


Figura 3
Localización 1 tomada de Google Maps

La fábrica principal está ubicada en la Bodega E1-4 Zona Franca, de la ciudad de Cúcuta. En la **Figura 3** se presencia la ubicación geográfica de la fábrica principal.

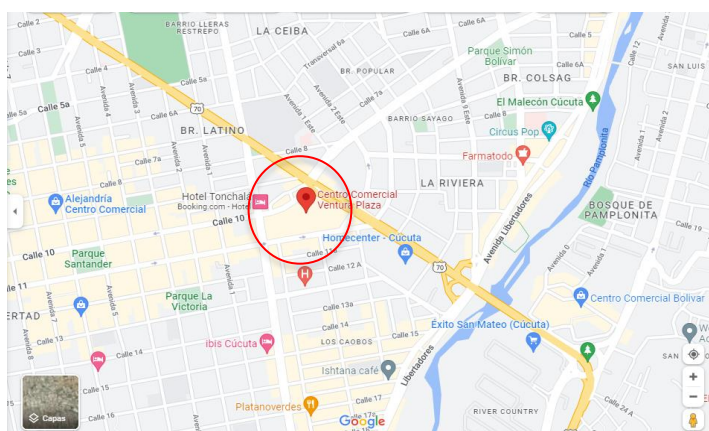


Figura 4
Localización 2 tomada de Google Maps

Punto de venta C.C. Ventura Plaza, Tercer piso - Calle 10 y 11 Sector Quinta Vélez, Cúcuta, Norte de Santander (**Figura 4**).

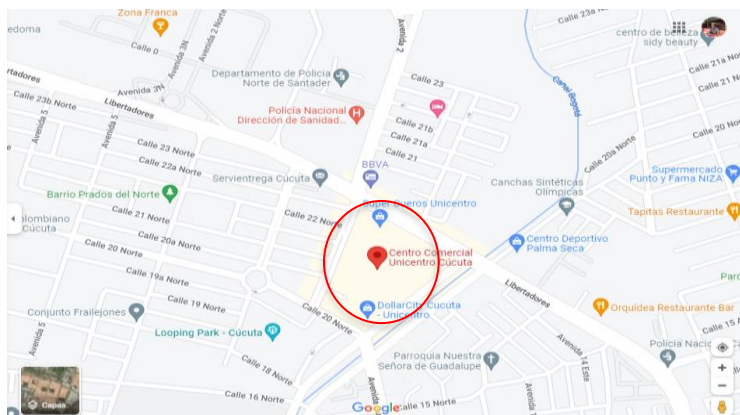


Figura 5
Localización 3 tomada de Google Maps

Punto de venta C.C. Unicentro Entrada 1 - Av. Libertadores Intersección Av. Canal Bogotá (**Figura 5**).

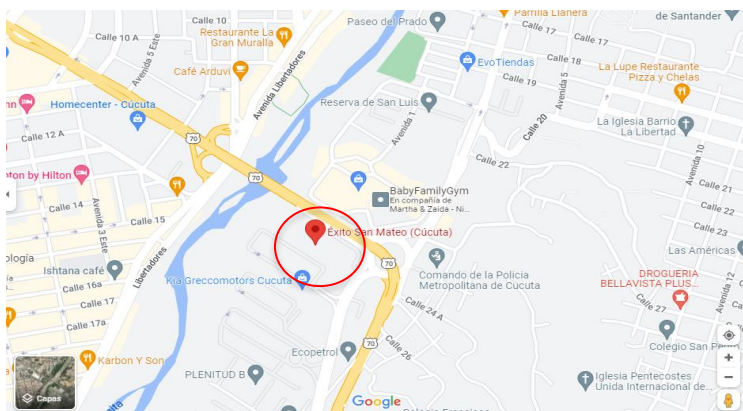


Figura 6
Localización 4 tomada de Google Maps

Punto de venta Éxito San Mateo, Isla Fruttec - Avenida Demetrio Mendoza con, Dg. Santander, Cúcuta, Norte de Santander (**Figura 6**).

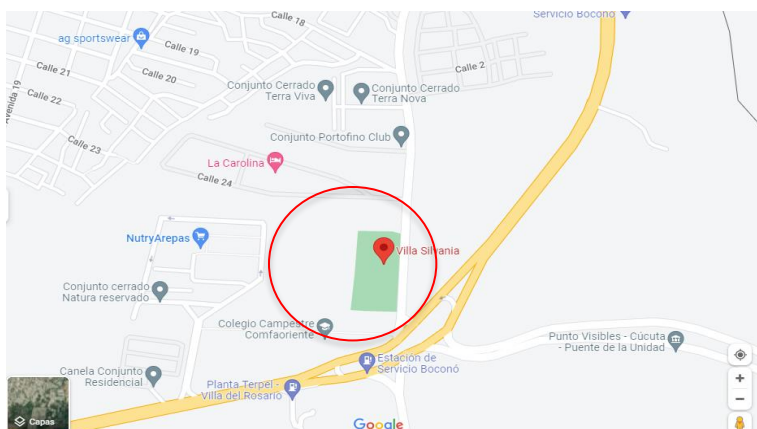


Figura 7

Localización 5 tomada de Google Maps

Punto de venta Villa Sylvania- Km4 Vía Bocono, Cúcuta, Norte De Santander (**Figura 7**).



Figura 8

Localización 6 tomada de Google Maps

Punto de venta UFPS, Torre Aula Sur - Avenida Gran Colombia No. 12E-96, Cúcuta, Norte de Santander (**Figura 8**).

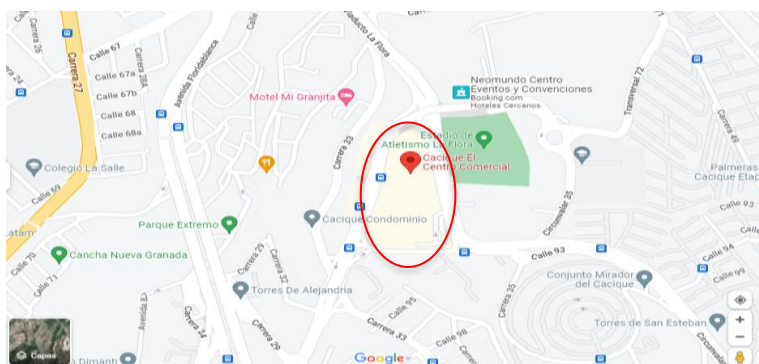


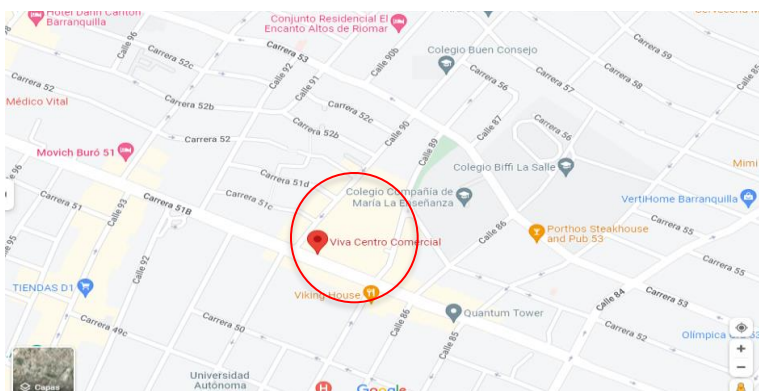
Figura 9
Localización 7 tomada de Google Maps

Punto de venta C.C. Cacique, punto Éxito - Tv. 93 #34-99, La Victoria, Bucaramanga, Santander
(Figura 9)

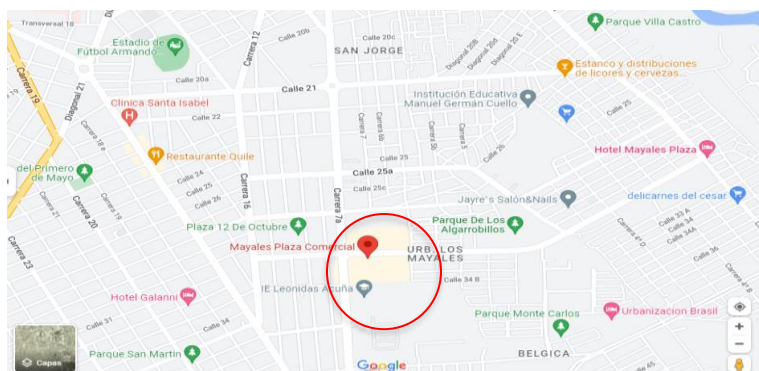


Figura 10
Localización 8 tomada de Google Maps

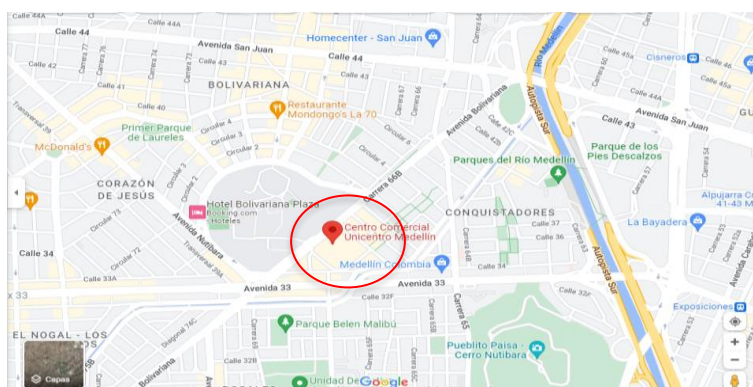
Punto de venta Éxito la Rosita, Isla Fruttec - Cra. 17 #45 - 77, Nuevo Sotomayor, Bucaramanga, Santander. (Figura 10)

**Figura 11***Localización 9 tomada de Google Maps*

Punto de venta Viva C.C, punto Éxito - Cra. 51B #87-50, Riomar, Barranquilla, Atlántico (Figura 11)

**Figura 12***Localización 10 tomada de Google Maps*

Punto de venta Mayales Plaza Comercial, plazoleta de comidas - Calle 31, Cra. 7a, Valledupar, Cesar (Figura 12)

**Figura 13***Localización 11 tomada de Google Maps*

C.C. Unicentro, Punto Éxito - Cra. 66B #34A-76, Laureles Medellín, Antioquia (Figura 13)

Productos ofrecidos en puntos de venta

Dentro de los puntos de venta se ofrece una variedad de bebidas que se encuentran divididas en 5 diferentes líneas, las cuales son: Frappés, Smoothies, Funcionales, Limonadas y jugos tradicionales. Adicionalmente, dentro del menú se encuentra una línea denominada antojitos, que son una serie de snacks, los cuales pueden ser acompañados con alguna de las bebidas ya mencionadas anteriormente. En las siguientes figuras (14, 15, 16, 17, 18 y 19) se mostrarán dichas líneas de productos, dentro de la cual se evidencia cada uno de los sabores pertenecientes a su respectiva línea de forma jerarquizada.



Figura 14
Frappés Ofertados en puntos de venta



Figura 15
Smoothies Menú Fruttec



Figura 17
Limonadas Menú Fruttec



Figura 16
Bebidas Funcionales



Figura 19
Jugos Tradicionales



Figura 18
Antojitos Menú Fruttec

Análisis FODA

ANÁLISIS FODA PUNTOS DE VENTA FRUTTEC EXPRESS S.A.S	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	• Expansión de la marca en diferentes zonas del territorio nacional e internacional. • Gran cantidad de clientes potenciales que buscan una alternativa de bebidas y snacks saludables. • Marketing digital.	• Empresas ofrecen productos similares con precios más bajos. • Falta de control sobre las diferentes actividades de los operarios. • Insumos con alto valor comercial.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
• Equipos de excelente calidad. • Flexibilidad horaria. • Canales de comunicación entre operarios, fábrica y líder de puntos de venta. • Ubicación estratégica de los diferentes puntos de venta. • Atención al cliente	• Investigar centros comerciales mas concurridos en diferentes ciudades del país en los cuales se puede ubicar un punto de venta. • Generar mayor interacción en redes sociales con los clientes. • Crear protocolo de servicio y atención al cliente.	• Brindar claridad sobre los procesos y su debida ejecución.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
• Variación en preparación, sabor, textura, y calidad en diferentes puntos de venta. • No cuenta con información documentada que guie a los trabajadores. • Falta de fidelización con los clientes.	• Preparar estrategias de Marketing Digital que permitan aumentar la cercanía con los clientes. • Estandarizar y documentar los procesos para suministrarlo a futuros puntos de venta. • Premiar a clientes por medio de campañas publicitarias.	• Diseñar manual de procedimientos. • Reducción de costos de preparación. • Crear promociones las cuales amplíen el grado de satisfacción de los clientes.

Figura 20
Análisis FODA

9.1. Identificación de procedimientos que existen actualmente en la empresa en el área de puntos de venta

Lograr identificar cada uno de los procedimientos que se llevan a cabo en los diferentes puntos de venta es de vital importancia para la propuesta que se elaborará, ya que estos permiten visibilizar las actividades que se realizan dentro de los puntos de venta, mostrando la forma de cómo se llega a producir, pero de una manera controlada, los productos o servicios que se ofrecen.

Dentro de la jornada laboral que realizan los vendedores se lograron identificar las siguientes operaciones principales:

- Servicio y atención al cliente.
- Preparación de bebidas (jugos, smoothies, funcionales, limonadas).
- Preparación de Frappé.
- Horneado de antojitos (palitos de queso, palitos de bocadillo y queso)

Dichas operaciones fueron identificadas por medio de varios actores, el primero de ellos fue gracias a la observación, durante diferentes jornadas laborales observando la rutina de los trabajadores, realizando un seguimiento a las principales actividades que se ejecutaban. Otro de los medios de recolección de estos datos fue gracias a entrevistas cualitativas aplicadas a los principales implicados, en este caso son los vendedores. Por último, para corroborar los principales procedimientos que se mencionaron anteriormente se realizó una encuesta a la Subgerente y líder de puntos de venta, la Ingeniera Juliana Meses Fiallo, quien suministró la información necesaria para verificar estas operaciones y su respectivo procedimiento.

Como bien se mencionó al inicio del presente documento, uno de los principales problemas que se presenta en el área de puntos de venta es la falta de documentación de las operaciones a realizar, para brindar claridad con respecto a la documentación existente se mostrarán a continuación los flujogramas de procesos que existen actualmente en la empresa Fruttec Express S.A.S.

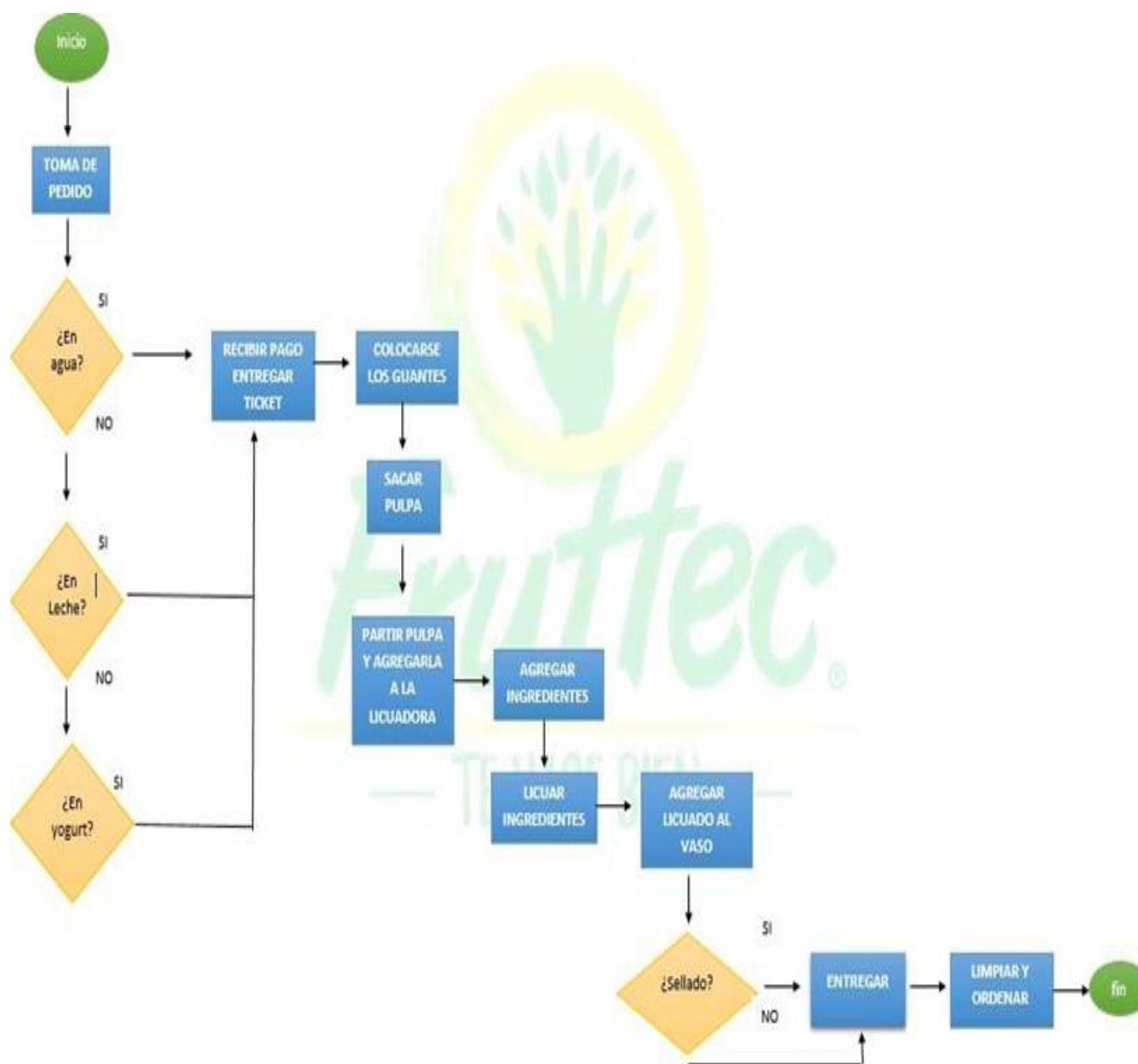


Figura 21
Flujograma preparación de jugo 1

La **Figura 21** muestra el flujograma de la preparación de un jugo que existe actualmente en la empresa. Tomado de Fruttec Express S.A.S.

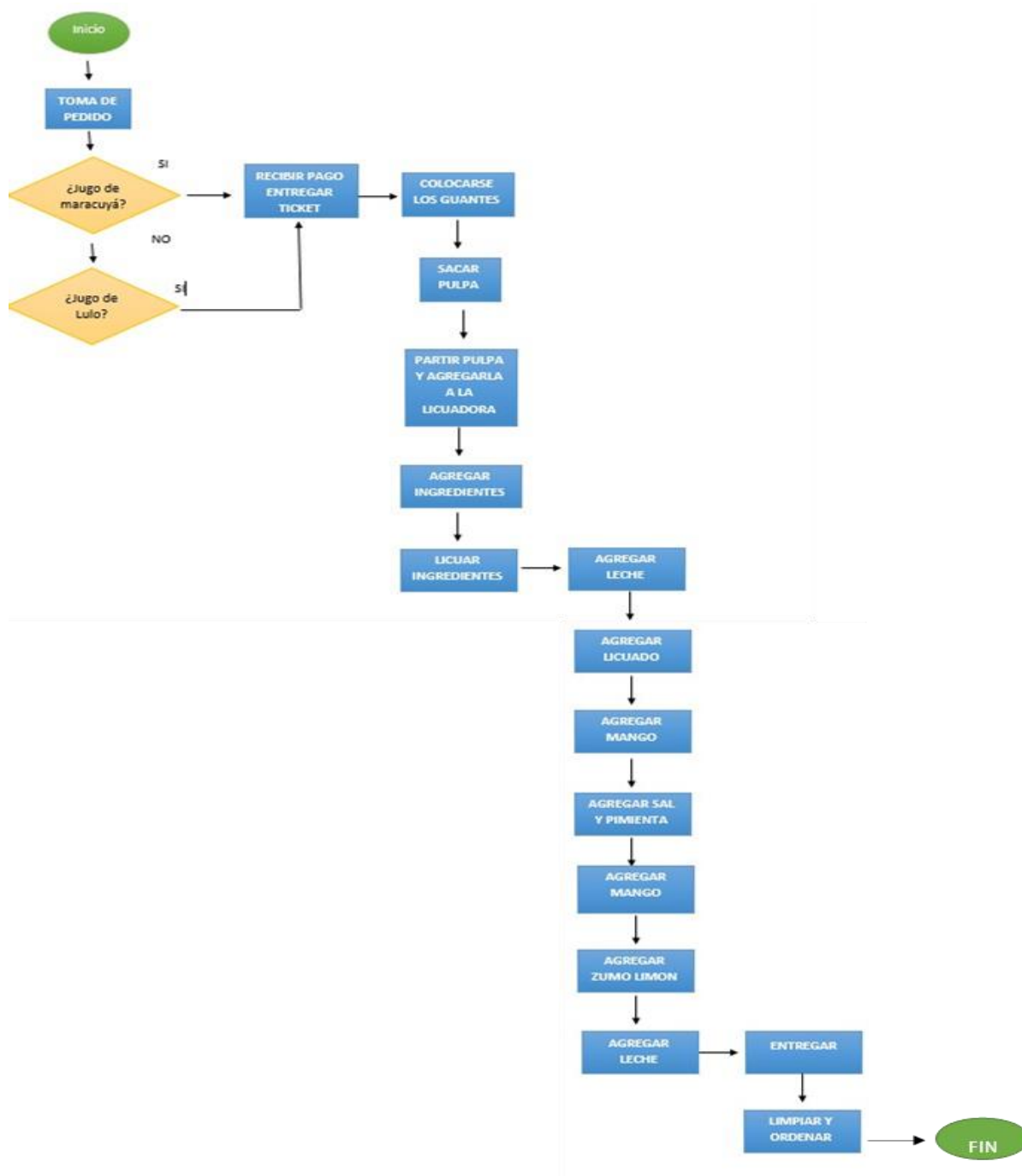


Figura 22
Flujograma preparación de Frappé 1

En la **Figura 22** se visualiza el flujograma para la preparación de un frappé que existe actualmente en la empra. Tomado de Fruttec Express S.A.S.

Con respecto a los demás procedimientos no se cuenta con ningún tipo de flujograma ni información documentada de estos, ya que todo tipo de explicaciones, capacitaciones y demás se realizan de forma verbal, siendo la experiencia personal un índice de variabilidad considerable, ya que el único soporte con el que cuentan es con dicha capacitación.

Además, si se analizan los dos flujogramas anteriores, se puede llegar a concluir que son diagramas que, a pesar de brindar un paso a paso del proceso, no suministra información necesaria sobre las cantidades adecuadas de cada uno de los insumos para realizar las preparaciones con las condiciones ideales y de esa forma brindar al cliente siempre la misma experiencia.

Con base a lo anterior, se demuestra la importancia de reestructurar los flujogramas ya existentes, por unos más detallados, que brinden mayor claridad sobre los procesos que se ejecutan en los puntos de venta, y no solo eso, sino también documentar por medio de estos diagramas los procesos existentes que han sido identificados anteriormente, de los cuales no se tiene ningún tipo de registro, para de esa forma, facilitar y optimizar la ejecución de operaciones y preparaciones.

9.1.1. Flujograma proceso de venta

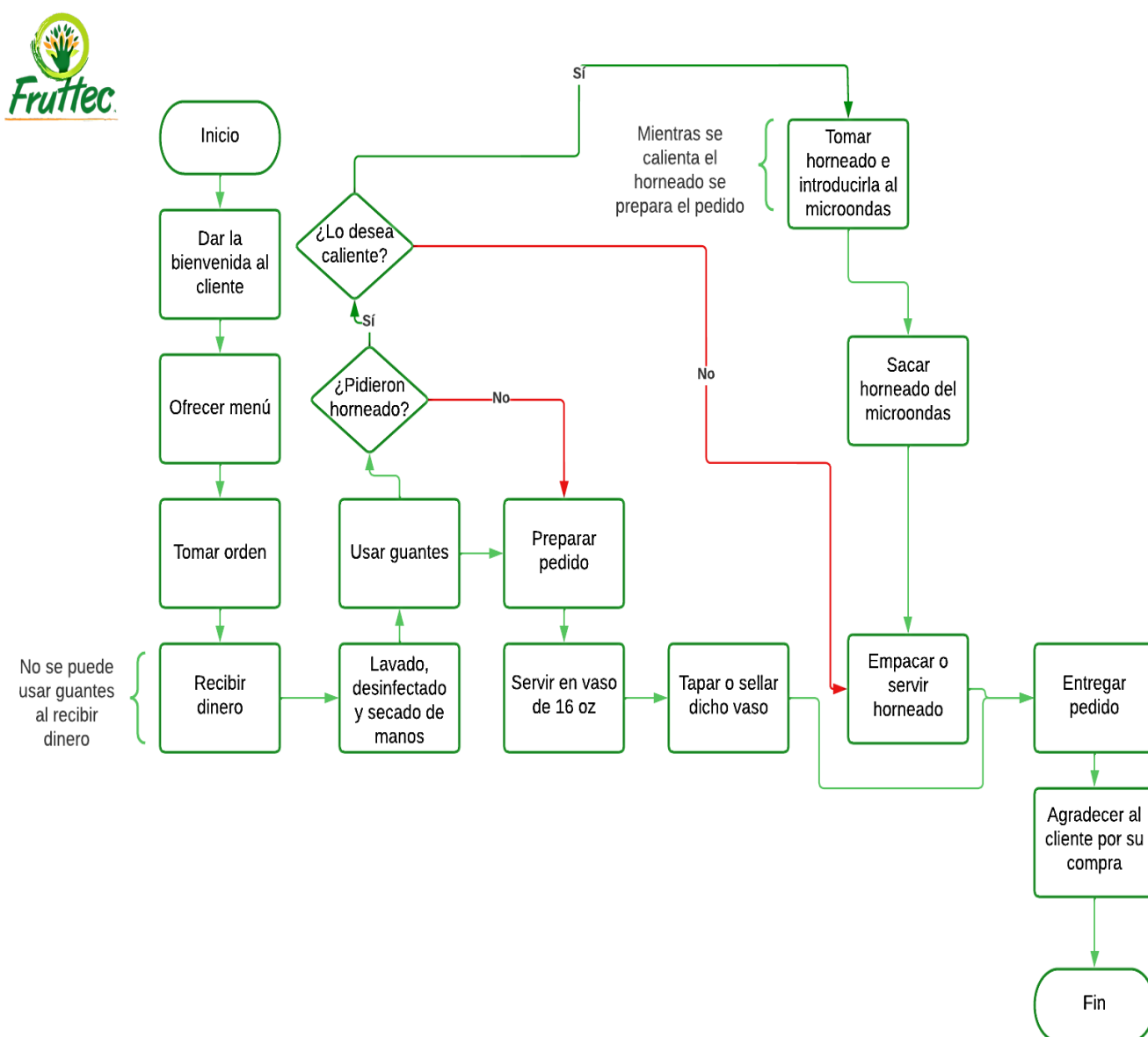


Figura 23
Flujograma proceso de venta

En la **Figura 23** se muestra el flujograma del proceso de venta que se debe llevar en un punto de venta, dicho proceso no se encontraba anteriormente documentado. Elaborado por el autor.

9.1.2. Flujograma preparación de jugos

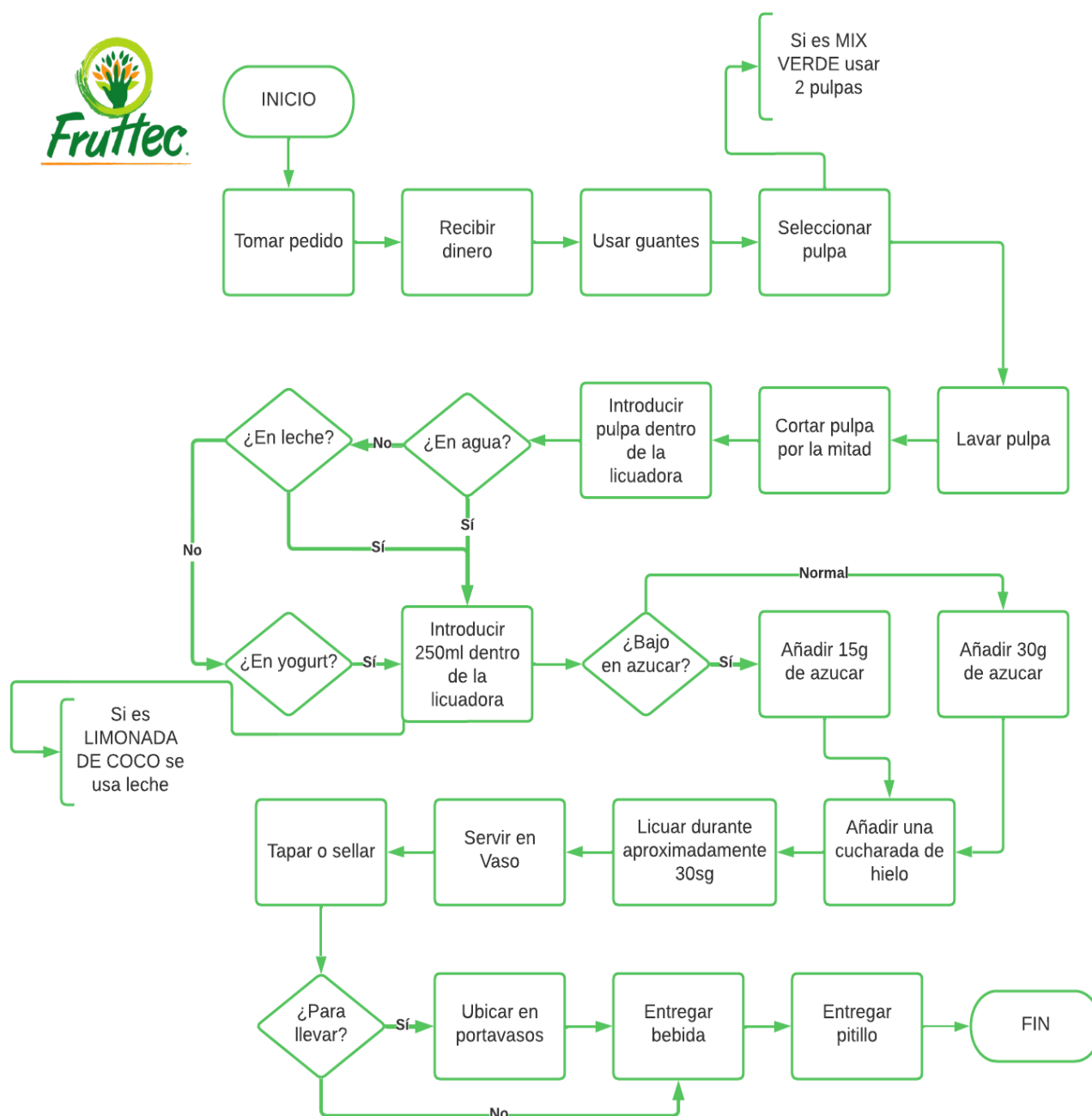


Figura 24

Flujograma preparación de jugo 2

La **Figura 24** contiene el flujograma correspondiente a la preparación de un jugo previamente mejorada. Elaborada por el autor.

9.1.3. Flujograma preparación de frappé

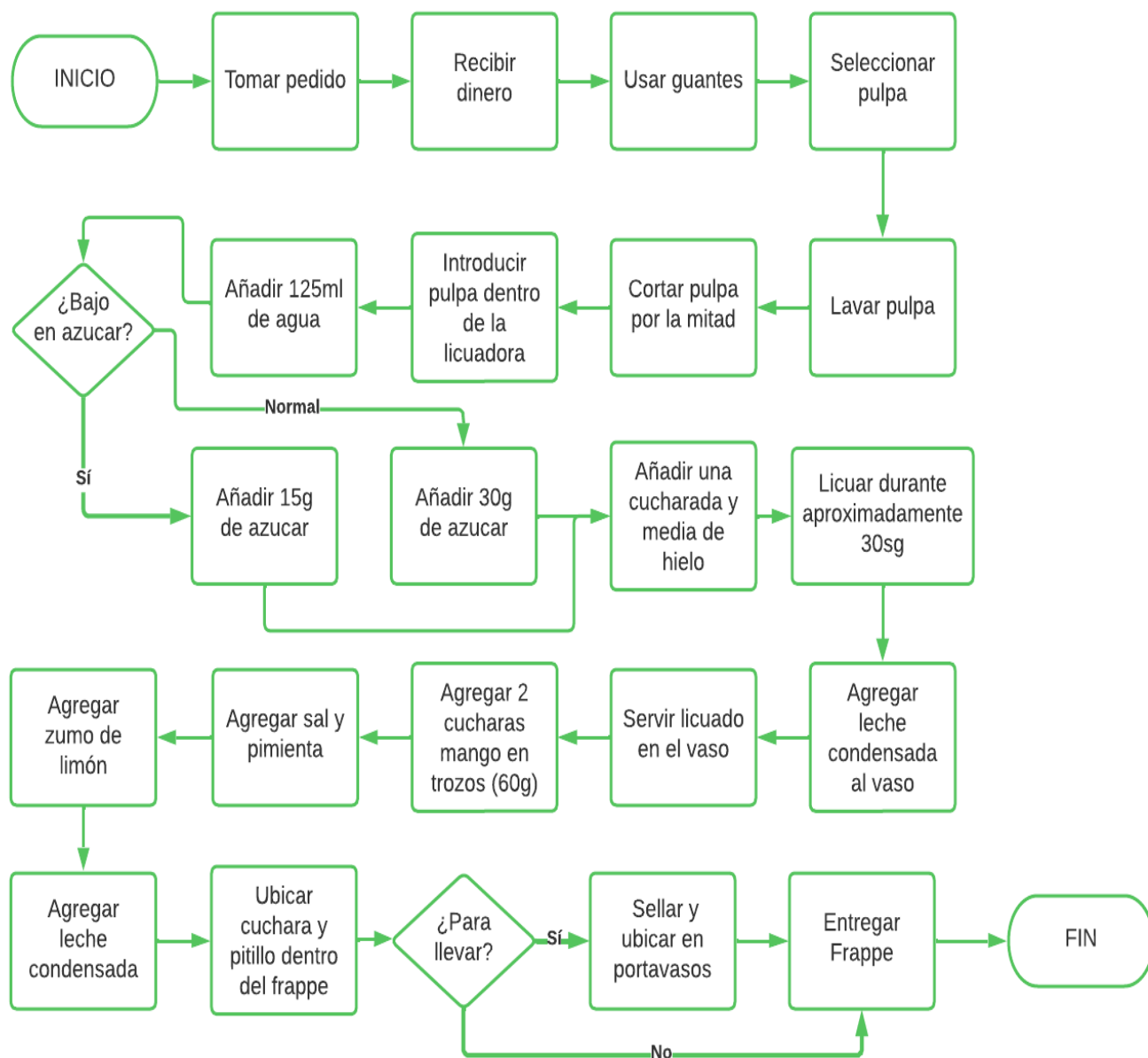


Figura 25
Flujograma preparación de Frappé 2

En la **Figura 25** se contempla el flujograma correspondiente a la preparación de un frappé, en el cual se detalla el paso a paso con sus respectivas cantidades. Elaborado por el autor.

9.1.4. Flujograma preparación de horneados

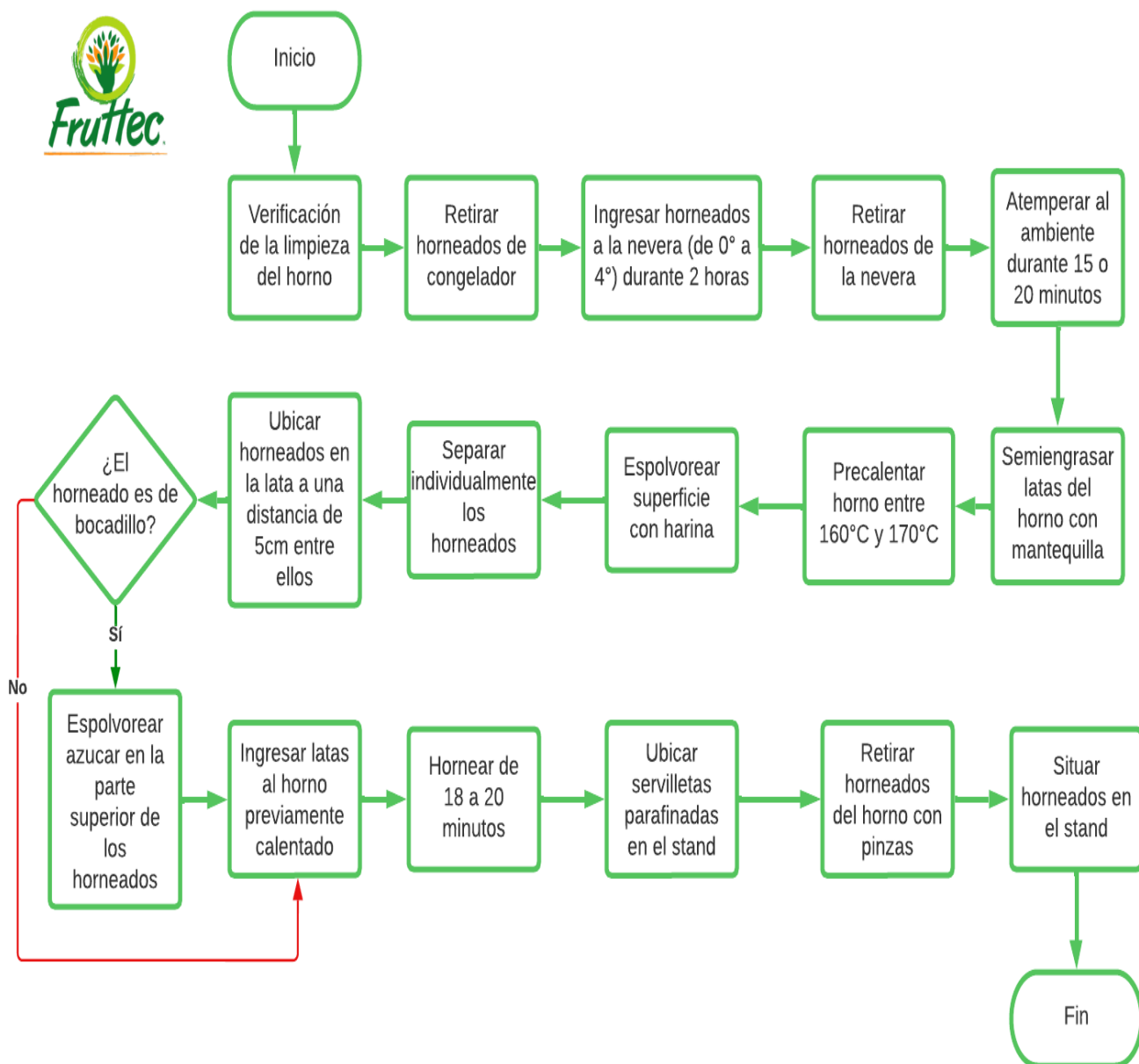


Figura 26
Flujograma preparación de horneados

La **Figura 26** refleja el flujograma para la preparación de los horneados, el cual contiene información concreta pero concisa. Elaborado por el autor.

9.2. Estandarizar los métodos de trabajo con la finalidad de mejorar las operaciones en cada uno de los puntos de venta.

El manual de procedimientos, se plantea con la finalidad de determinar y describir de una manera puntual, las operaciones y funciones que deben desarrollar los vendedores a lo largo de una jornada laboral en un punto de venta, brindando una herramienta que permita identificar cual es el rol que se cumple dentro de la organización, evitando a su vez el desequilibrio en la carga laboral, proporcionando una mejor orientación a los trabajadores de esta área, ya que tendrá conocimiento de que actividades debe realizar y como realizar estas mismas.

A su vez, el manual de procedimientos sirve como apoyo para la empresa y en especial a la líder de los puntos de venta, ya que ayuda en procesos de control y auditorías internas, brindando información acerca de la correcta ejecución de las operaciones.

Por medio de esta herramienta, la empresa Fruttec Express S.A.S. busca establecer directrices para garantizar la correcta operatividad en esta área, impulsando principalmente la disminución de errores o alteraciones que se presenten a lo largo del proceso. Contar con un manual de procedimientos le da a la organización firmeza administrativa, volviéndose una ventaja al momento de enfrentarse con la competencia, facilitando la expansión de la compañía en el sector de una forma consolidada.

A continuación, se mostrará el manual de procedimientos (**Anexo 1**) que va dirigido directamente a puntos de venta, manual en el cual van incluidas las labores a las que están obligados los trabajadores a cumplir, junto con su debido procedimiento. Además, brinda una descripción de los elementos necesarios para el correcto funcionamiento del punto de venta con su respectiva utilidad.

La información requerida para el diseño del manual presentado (**anexo 1**) se conoció por medio de la observación del autor, experiencia de los vendedores, quienes son los que diariamente están en relación con dichas actividades y en base a los estándares son estipulados por la alta dirección de la empresa, de este modo se logró elaborar el manual de procedimientos de los puntos de venta de la empresa Fruttec Express S.A.S

Cabe resaltar que dicho manual, antes de ser incorporado en el presente documento fue previamente revisado y aprobado por la gerencia y subgerencia de la organización, autorizando a su vez la ejecución del mismo en los diferentes puntos de venta que existen.

9.3.Determinar el aumento de la eficiencia de los procesos estándares que mejoran la productividad.

Para determinar el aumento de la eficiencia se tienen en cuenta diferentes factores, como lo son el grado de satisfacción de los clientes al probar los productos en diferentes puntos, recibiendo como resultado la misma atención, servicio y sabor, al lograr esto se iniciaría un proceso de fidelización con los clientes considerable, a su vez, otro de los impactos que se genera es la reducción de gastos en materias primas, ya que se deja de lado la autonomía de los trabajadores al momento de agregar las cantidades de los insumos en las preparaciones y se genera un estándar que evite que la formulación cambie. Además de eso, la empresa podrá llevar un mejor control interno en esta área, ya que existiría documentación que permita evaluar la correcta ejecución de las operaciones en los puntos de venta.

9.3.1. Gastos en materias primas

Inicialmente, para determinar el gasto de los insumos principales tales como: azúcar, mango y leche condensada (ingredientes con mayor desfase en los gastos) se realizó un estudio, en el cual se tuvo en cuenta las ventas históricas de los puntos de venta, en el cual se comparaba la cantidad de bebidas vendidas con respecto a la cantidad de insumos comprados, cabe aclarar que dichas ventas ya han pasado por un respectivo filtro para de esa forma diferenciar los productos vendidos, ya que no todas las preparaciones no llevan los mismos ingredientes.

Dichos datos fueron tomados de diferentes bases de datos internas de la empresa, como lo son el programa de contabilidad SIESA, que está entrelazado al sistema POS que es donde se registran cada una de las ventas en todos los puntos e igualmente queda registro de las compras y gastos que se realizan, del mismo modo para complementar la información de las ventas y consumo de materias primas, se accedió al Data de Fruttec, que al igual que SIESA, está conectada al POS.

Para la recolección de datos no se han tomado en cuenta dos de los diez puntos de venta, el punto de Universidad Francisco de Paula Santander y el punto ubicado en Villa Silvania, ya que son puntos que llevan muy poco tiempo en el mercado, y no cuentan con los registros necesarios en comparación con las otras sucursales.

		VENTAS HISTÓRICO FRUTTEC EXPRESS 2022									
PUNTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
Ventura Plaza Cúcuta	\$ 17.944.664	\$ 23.656.956	\$ 22.841.571	\$ 21.902.983	\$ 25.763.691	\$ 23.130.363	\$ 24.634.544	\$ 25.185.370	\$ 22.225.210	\$ 27.248.300	\$ 24.872.100
Unicentro Cúcuta	\$ 10.562.957	\$ 8.814.381	\$ 11.127.990	\$ 11.464.300	\$ 15.121.470	\$ 12.540.700	\$ 15.846.200	\$ 17.023.380	\$ 16.203.700	\$ 13.924.800	\$ 11.880.450
Viva Éxito Barranquilla	\$ 1.674.775	\$ 2.612.647	\$ 3.327.800	\$ 3.616.840	\$ 5.349.640	\$ 4.863.240	\$ 5.689.800	\$ 3.190.000	\$ 4.448.700	\$ 5.082.900	\$ 6.589.580
Mayales Valledupar	\$ 4.341.768	\$ 3.872.643	\$ 5.242.000	\$ 5.433.700	\$ 5.617.100	\$ 6.573.000	\$ 8.740.000	\$ 5.877.500	\$ 5.652.900	\$ 6.132.100	\$ 6.703.100
Cacique Bucaramanga	\$ 7.911.984	\$ 6.496.461	\$ 7.069.460	\$ 5.975.760	\$ 7.592.660	\$ 6.589.000	\$ 8.086.300	\$ 7.928.150	\$ 7.644.800	\$ 8.811.150	\$ 9.145.550
Unicentro Medellín	\$ 5.090.958	\$ 4.635.355	\$ 4.810.600	\$ 3.899.600	\$ 5.379.500	\$ 6.242.890	\$ 10.148.900	\$ 10.934.900	\$ 6.528.400	\$ 5.374.700	\$ 5.560.760
San Mateo Cúcuta	\$ 6.759.987	\$ 5.749.722	\$ 6.924.500	\$ 6.886.840	\$ 9.120.100	\$ 9.803.120	\$ 9.281.500	\$ 9.426.000	\$ 10.732.600	\$ 9.836.900	\$ 10.235.560
La Rosita Bucaramanga	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.086.000	\$ 5.783.760	\$ 4.551.260	\$ 4.391.600	\$ 5.459.350	\$ 5.182.850
TOTAL	\$ 54.287.093	\$ 55.838.165	\$ 61.343.921	\$ 59.180.023	\$ 73.944.161	\$ 73.828.313	\$ 88.211.004	\$ 84.116.560	\$ 77.827.910	\$ 81.870.200	\$ 80.169.950

Tabla 3
Ventas Fruttec 2022

La **Tabla 3** muestra las ventas en efectivo que han tenido los puntos de venta de Fruttec Express S.A.S. en lo que va del año 2022.

		VENTAS HISTÓRICO BEBIDAS EN GENERAL 2022									
PUNTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
Ventura Plaza Cúcuta	3106	3618	3234	3455	3793	3135	3282	3340	2919	3.504	2.327
Unicentro Cúcuta	1608	1150	1486	1590	1888	1466	1791	1949	1864	2.138	1.169
Viva Éxito Barranquilla	269	434	548	575	809	739	821	420	563	804	745
Mayales Valledupar	759	604	830	865	836	905	1227	808	743	922	807
Cacique Bucaramanga	1407	1068	1159	988	1284	923	1085	962	934	1.278	809
Unicentro Medellín	866	750	759	654	880	781	1398	1343	767	798	565
San Mateo Cúcuta	1113	825	1002	979	1186	1163	1110	1115	1232	1.735	1.187
La Rosita Bucaramanga	0	0	0	0	0	575	742	554	533	725	547
TOTAL	9128	8449	9018	9106	10676	9687	11456	10491	9555	11.904	8.156

Tabla 4
Ventas bebidas Fruttec 2022

A su vez en la **Tabla 4** se contemplan las ventas de las diferentes bebidas que se ofrecen en los puntos de venta en lo que va del año 2022.

			CONSUMO HISTÓRICO AZUCAR (Kg) 2022								
PUNTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
Ventura Plaza Cúcuta	209	235	221	228	242	223	227	213	200	133	77
Unicentro Cúcuta	108	75	101	105	120	104	124	124	128	75	46
Viva Éxito Barranquilla	18	28	37	38	52	53	57	27	39	34	26
Mayales Valledupar	51	39	57	57	53	64	85	51	51	30	33
Cacique Bucaramanga	95	69	79	65	82	66	75	61	64	40	29
Unicentro Medellín	58	49	52	43	56	56	97	86	53	37	24
San Mateo Cúcuta	75	54	68	65	76	83	77	71	84	64	44
La Rosita Bucaramanga	0	0	0	0	0	41	51	35	37	30	19
TOTAL	613	549	615	600	681	689	793	668	655	442	297

Tabla 5
Consumo azúcar Fruttec 2022

La **Tabla 5** muestra la totalidad de azúcar en Kg comprada a cada punto de venta a lo largo del año 2022.

Consumo promedio de azúcar (kg)	
Promedio Enero - septiembre	0,067
Promedio octubre - noviembre	0,037

Tabla 6
Consumo promedio azúcar por preparación 2022

En la **Tabla 6** se evidencia el consumo promedio de consumo de azúcar por la preparación de cada bebida, demostrando la diferencia entre los meses de enero-septiembre y octubre-noviembre.

Teniendo en cuenta la cantidad de bebidas (jugos, frappés, smoothies, funcionales y limonadas) vendidas en lo que va del año 2022, las cuales contienen azúcar dentro de su preparación, y la cantidad de azúcar en Kg comprada en el mismo lapso de tiempo, se promedió proporción de azúcar que se está utilizando en los puntos de venta para una bebida. Se puede evidenciar la gran diferencia entre el consumo que se venía promediando entre los meses de enero y septiembre, en comparación con el promedio que lleva dicho consumo en los meses de octubre y noviembre (**Tabla 6**), meses en los cuales se suministró la herramienta a los colaboradores con su respectiva capacitación, dándoles a entender la importancia de mantener los estándares dentro de las preparaciones. Aunque el uso del azúcar no ha llegado a su cantidad ideal de 30g, la información

demuestra que se va por un buen camino, cabe resaltar que a simple vista 30 gramos no parece un número significativo, pero si multiplicamos dicho valor por la cantidad de bebidas que se venden en todos los puntos, y a su vez multiplicamos ese valor por los meses del año, al final se podrá demostrar el ahorro que se puede presentar es importante, ya que brindará un mejor margen de ganancias para la compañía, aumentando la eficiencia de la misma.

		VENTAS HISTÓRICO FRAPPÉ 2022									
PUNTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
Ventura Plaza Cúcuta	539	433	510	510	563	525	588	513	474	528	333
Unicentro Cúcuta	346	222	343	387	423	302	405	398	436	337	209
Viva Éxito Barranquilla	77	83	152	132	209	133	174	78	118	81	91
Mayales Valledupar	190	181	309	348	306	316	430	288	274	298	166
Cacique Bucaramanga	284	166	234	244	231	238	237	210	210	222	186
Unicentro Medellín	216	217	171	133	190	162	275	261	133	101	83
San Mateo Cúcuta	203	166	204	211	201	242	207	219	259	156	143
La Rosita Bucaramanga	0	0	0	0	0	212	322	210	200	232	161
TOTAL	1855	1468	1923	1965	2123	2130	2638	2177	2104	1.955	1.372

Tabla 7
Ventas frappé 2022

La **Tabla 8** contiene las unidades de frappé vendidas (ya sean de maracuyá como de lulo) a lo largo del año 2022 en los distintos puntos de venta.

		CONSUMO HISTÓRICO LECHE CONDENSADA (Lt) 2022									
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
Ventura Plaza Cúcuta	20,05	16,11	18,97	18,97	20,94	19,53	21,87	19,08	17,63	16,37	10,32
Unicentro Cúcuta	13,15	8,44	13,03	14,71	16,07	11,48	15,39	15,12	16,57	10,78	6,27
Viva Éxito Barranquilla	3,32	3,58	6,55	5,69	9,01	5,73	7,50	3,36	5,09	2,51	2,73
Mayales Valledupar	7,52	7,17	12,24	13,78	12,12	12,51	17,03	11,40	10,85	10,13	4,98
Cacique Bucaramanga	11,70	6,84	9,64	10,05	9,52	9,81	9,76	8,65	8,65	7,55	5,58
Unicentro Medellín	8,16	8,20	6,46	5,03	7,18	6,12	10,40	9,87	5,03	3,17	2,49
San Mateo Cúcuta	6,92	5,66	6,96	7,20	6,85	8,25	7,06	7,47	8,83	4,99	4,29
La Rosita Bucaramanga	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7,46	11,33	7,39	7,04	7,89	4,83
TOTAL	70,83	55,99	73,85	75,42	81,70	80,90	100,34	82,35	79,69	63,39	41,49

Tabla 8
Consumo leche condensada 2022

La **Tabla 9** muestra la totalidad de leche condensada (Lt) que se ha comprado a cada punto de venta a lo largo del año 2022.

Consumo promedio de Leche condensada (Lt)	
Promedio Enero - septiembre	0,038
Promedio octubre - noviembre	0,032

Tabla 9

Consumo promedio leche condensada por frappé

En la **Tabla 10** se expone el consumo promedio de leche condensada utilizado por preparación de frappé, comparando dicho consumo antes y después de la implementación del manual.

			CONSUMO HISTÓRICO MANGO (Kg) 2022								
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
Ventura Plaza Cúcuta	76,27	62,58	76,09	67,73	74,31	69,87	73,07	63,82	60,27	67,06	42,29
Unicentro Cúcuta	51,38	33,42	52,62	59,20	65,24	43,20	57,60	47,11	62,22	41,45	25,71
Viva Éxito Barranquilla	11,56	11,02	22,93	20,27	30,58	19,02	25,07	10,84	17,24	10,04	11,28
Mayales Valledupar	25,24	27,20	44,80	53,51	47,82	50,67	68,98	44,98	42,84	38,74	21,58
Cacique Bucaramanga	35,38	17,24	33,24	34,49	32,18	29,87	32,53	30,22	29,69	28,64	23,99
Unicentro Medellín	31,47	34,67	28,44	19,38	28,27	22,76	40,89	37,87	21,51	13,33	10,96
San Mateo Cúcuta	29,69	24,00	29,87	30,58	27,02	28,09	26,31	24,89	37,16	19,50	17,88
La Rosita Bucaramanga	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	34,13	51,91	32,36	30,93	30,86	21,41
TOTAL	260,98	210,13	288,00	285,16	305,42	297,60	376,36	292,09	301,87	249,62	175,10

Tabla 10

Consumo Mango 2022

La **Tabla 11** muestra la totalidad de mango (kg) que se ha comprado a cada punto de venta a lo largo del año 2022.

Consumo promedio de mango (Kg)	
Promedio Enero - septiembre	0,142
Promedio octubre - noviembre	0,128

Tabla 11

Consumo promedio mango por frappé

En la **Tabla 10** se enseña el gasto promedio de mango que se usa para la elaboración de frappé, comparando dicho consumo antes y después de la implementación del manual.

Para determinar el promedio de consumo tanto de leche condensada como de mango, se tuvo que identificar las unidades de frappé (**tabla 9**) que se vendieron en ese lapso de tiempo, ya que únicamente esta preparación es la que lleva incluidos estos dos ingredientes, en promedio se

están consumiendo 38g de leche condensada (**tabla 10**) y 142g de mango (**tabla 12**) por cada frappé preparado, generando un aumento en los costos de elaboración de este producto y a su vez una variación en la preparación estándar del mismo, nuevamente diferenciando los promedios usados entre enero y septiembre en paralelo con el consumo promedio en los meses de octubre y noviembre (**Tablas 10 y 12**), se genera una reducción positiva de en los costos de preparación para ambos ingredientes, tal cual como pasa con el consumo de azúcar, aun no se llega a la medida estándar de mango la cual es 120g y a la medida estándar de la leche condensada que debe ser de 30g por preparación, pero se puede ver que cada vez se va acercando más a dichos parámetros.

10. Conclusiones

- Al identificar cuáles son los principales procedimientos que se deben realizar en los diferentes puntos de venta se llegó a la conclusión de que no todos estos procedimientos se encontraban documentados como lo son el proceso de atención al cliente y la preparación de los horneados, y los que si se existían tales como preparación de jugos y preparación de frappé, no suministraban la información necesaria que requerían los trabajadores para usarlos como guías, por tal motivo, se estructuraron flujogramas de procesos, mejorando los ya existentes y adicionando aquellos que solo existían de forma verbal y no de forma escrita, en los cuales se encuentra el paso a paso de una forma detallada, brindando al trabajador una guía más completa de cómo debe ejecutar de manera acertada sus labores.
- Para llegar a estandarizar las operaciones en los puntos de venta de la empresa Fruttec Express S.A.S se diseñó e implementó un manual de procedimientos, lo que permitió documentar cada uno de los procedimientos relacionados a los puntos de venta, pasando de proporcionar la información de manera informal a los trabajadores, a una información evidenciada. Así mismo, esta herramienta de gestión les permitió a las personas de esta área en específico, conocer cuáles son las actividades que deben realizar dentro de su jornada laboral y como las deben ejecutar de forma correcta, garantizando así la correcta preparación de los diferentes productos que se ofertan.
- Se comprobó la efectividad de la herramienta gracias al aumento de la eficiencia que se vio reflejada una vez implementado el manual de procedimientos, este aumento se evidencia en la sección 9.3.1. en la cual se puede ver la disminución de materia prima tales como azúcar en un 44,77%, leche condensada en un 15,78% y mango en un 9,85%, comparando su consumo entre los meses de enero a septiembre y los meses de octubre y noviembre, en la preparación de una sola bebida, disminuyendo costos de elaboración lo que permitió aumentar el margen de utilidad para la compañía. A su vez mejora la calidad de las bebidas, garantizando la preparación de estas con las especificaciones ideales, las

cuales han sido previamente estipuladas por el fabricante, con el fin de enaltecer el sabor del producto final. Todo lo anterior permitiéndole a la organización ser más productiva.

11. Recomendaciones

- Para aumentar el rendimiento de la empresa general, es necesario contar con un manual de procedimientos para cada una de las áreas de la empresa, el cual oriente de forma concreta las actividades que debe realizar el personal, con la finalidad de reducir errores y optimizar cada uno de los procesos existentes.
- Se recomienda realizar una encuesta a diferentes personas, ya sean clientes o colaboradores la misma empresa, donde se determine la similitud en la atención, forma de preparación de las bebidas y variación en el sabor de los diferentes productos.
- Como bien se menciona en la introducción del manual de procedimientos, éste se encuentra sujeto a cambios, por tal motivo se recomienda realizar revisiones periódicas de los procedimientos, para mantenerlo actualizado, garantizando la operatividad adecuada de los puntos de venta, fomentando el mejoramiento continuo de la herramienta.
- Se debe llevar a cabo un seguimiento constante a los trabajadores, con el fin velar por el correcto cumplimiento del manual, de tal forma que cada día se reduzca el margen de equivocación en las operaciones en nombre del personal vinculado en los puntos de venta.
- El manual de procedimientos debe estar siempre a la mano de los trabajadores, ya sea de forma física o digital, de tal manera que el personal pueda realizar consultas en cualquier momento.

12. Referencias bibliográficas

- Álvarez, Alberto, martís, Ramiro, alonso, Javier, albañil, Pablo, catalán, Carlos, pascual, Miguel A., “Gestión por procesos: casos prácticos”. Servicios de Publicaciones de la Universidad de Oviedo. España. 2012.
- ÁLVAREZ, Martín G., “Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos”. Panorama Editorial. México. 1996.
- Arroyave C. (2012). Estandarización y mejora de los procesos productivos en la empresa estampados color wa y sas. Corporación Universitaria Lasallista, ciudad de Caldas.
- Baena Graciá, V. (2010). Teorías y líneas de investigación en el sistema de franquicia: Una revisión desde los años 60 hasta 2009. Cuadernos de Gestion, (p. 12)
<https://doi.org/10.5295/cdg.100155vb>
- Cooper & Lybrand. (1997). Los Nuevos Conceptos del Control Interno (Informe COSO) (Ediciones Díaz de Santos, S.A.). Madrid
- Dr. Paul Capriotti Doctor en Ciencias de la Comunicación; Revista Universidad Pontificia Bolivariana: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/facosta,+2916-5854-1-SM.pdf>
- ELIZABETH MORELIA APO OJEDA (junio del 2018). ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE ALIMENTOS EN LA CADENA DE RESTAURANTES “FAST CHICKEN”. p. 42
[76716.pdf](#)

- GARCÍA, Mónica; MURILLO, Vargas Guillermo y González, Ocampo Carlos Hernán; Los Macroprocesos: Un nuevo enfoque al estudio de la Gestión Humana. Santiago de Cali: Artes Gráficas Editores 2011.p.17
- Hernández, C. (2002). Análisis Administrativo: Técnicas y métodos (Tercera Edición ed.). San José, Costa Rica: EUNED.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2006). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.
- <https://www.pulsopyme.com/la-estandarizacion-la-base-la-productividad-personal-empresarial-pais/#:~:text=El%20Padre%20de%20la%20Estandarizaci%C3%B3n,para%20que%20explicara%20el%20retraso.>
- INCADEA (20 de junio de 2021). STANDARDIZATION AND HARMONIZATION OF BUSINESS PROCESSES FOR TOYOTA MOTOR:
<https://www.incadea.com/customer-success/toyota-caucasus/>
- ISO 9000:2015: Sistemas de gestión de la calidad, Fundamentos y vocabulario, (iso 9000:2015).
- Mario Tamayo y Tamayo (2007). El Proceso de Investigación Científica. Limusa Noriega Editores.
- Pérez Gutiérrez, J. y Lanza Gonzales, E. (s.f). Manuales de procedimientos y el control interno: una necesaria interrelación. Observatorio de la Economía Latinoamericana.
Obtenido de:
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2014/manual-procedimiento.html>

- Ramonet J. (2013). Análisis y Diseño de Procesos Empresariales, Teoría y práctica del modelado de procesos mediante Diagramas de Flujo. Recuperado de:

https://www.jramonet.com/sites/default/files/adjuntos/diagramas_flujo_jrf_v2013.pdf
- Ramos, D. A. C. (2021). Revisión sistemática de literatura sobre beneficios de la implementación de la norma NTC-ISO 9001 en las empresas de Colombia. Revista Avenir, 5(1), 1-15.
- Rodriguez Lopez, Eugenia; Alcantara Pilar, Juan Miguel; Ahmed Laroussi Asma, 2018. La estrategia de estandarización de McDonald's. GLOBALIZACION, COMPETITIVIDAD Y GOBERNABILIDAD, pp. 31-48.
- Rodríguez, M. (2005). El Método MR, Bogotá, Colombia: Editorial Norma, p. 88
- Ronald Stevens. (2017). RANKIA. Obtenido de ¿Que es el Sistema de Control interno:
<https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/3625005-que-sistema-control-interno>
- Urdaneta, G. M. T. (2020). La Norma ISO 9004: 2018 y la aplicación del cuadro de mando integral para el éxito sostenido. Teorias, enfoques y aplicaciones en las ciencias sociales, 13(27), 11-25.
- Valderrama Peñaranda, B. A. Estado actual de las empresas del Municipio de Cúcuta, respecto a la certificación del sistema de gestión de calidad ISO 9001 por parte del ICONTEC, como posible decisión estratégica una vez identificados los beneficios que pueden obtener.

Anexos

Anexo N°1
Manual de Procedimientos Puntos de Venta

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PUNTOS DE VENTA

65



El presente documento contiene cada uno de los procedimientos que se deben llevar a cabo en los puntos de venta de FRUTTEC EXPRESS S.A.S con la finalidad de garantizar la correcta elaboración de nuestros productos.

— TE HACE BIEN —

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVO	3
3. ORGANIZACIÓN	4
4. PROCESO DE LAVADO DE MANOS	5
5. USO DE GUANTES	6
6. LLEGADA AL PUNTO DE VENTA.....	7
7. UTENSILIOS NECESARIOS.....	9
8. TOPPING O ADICIONES	10
9. USO ADECUADO DE LAS HERRAMIENTAS	11
10. PROCESO DE VENTA	13
11. PREPARACIONES.....	16
12. CAMBIO DE TURNO	24
13. ACTIVIDADES EXTRAS.....	25
14. SALIDA DEL PUNTO DE VENTA.....	27
15. ANEXOS.....	28

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

1. Introducción

Dentro del siguiente documento se encuentran de manera organizada, secuencial y detallada los procedimientos a realizar en cada una de las actividades a ejecutar, promoviendo el correcto desarrollo y avance de las labores que se llevan a diario en los diferentes puntos de venta de la empresa FRUTTEC EXPRESS.

Implementar el manual de procedimientos para los puntos de venta es de suma importancia, ya que con este se busca reducir la curva de aprendizaje a futuros vendedores, a su vez, busca garantizar la estandarización de los procesos de atención y elaboración de los diferentes productos ofrecidas al público.

Es de vital importancia aclarar que este manual está sujeto a cambios y actualizaciones en la medida que se puedan presentar variaciones en la realización de los procedimientos, lo anterior con la finalidad de manejar la operatividad adecuada, conservando a su vez la vigencia del mismo.

2. Objetivo

El presente manual tiene como principal objetivo brindar información completa y detallada sobre las distintas operaciones que se realizan en cada uno de puntos de venta, proporcionando una visión integral de los procesos que compone la preparación de las diferentes bebidas que existen en el portafolio de productos

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

3. Organización

MISIÓN

Crear productos y experiencias que permitan disfrutar las riquezas del campo colombiano, transmitiendo Alegría, Amor y Bienestar, mediante los sabores de la frutas exóticas y tropicales de nuestro País.

VISIÓN

En el 2026 Fruttec será reconocida nacional e internacionalmente como la casa de los fruticultores de Colombia, será la alternativa preferida de bebidas y alimentos saludables Premium de servicio rápido, y será ejemplo en prácticas de comercio justo y de sostenibilidad.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

4. Proceso de lavado de manos

El lavado de manos en cualquier establecimiento comercial (sobre todo si hay algún tipo de manipulación de alimentos) es de suma importancia, por ende, debe hacerse de manera efectiva, adecuada siguiendo de manera detallada y correcta cada uno de los siguientes pasos:

- Mojar ambas manos con agua.
- Enjabonarse las manos.
- Frotarse bien las manos (incluyendo dedos y muñecas) hasta que el jabón haga espuma.
- Enjuagarse las manos con abundante agua hasta eliminar cualquier rastro de jabón.
- Secar las manos en su totalidad.

Una vez que se conozca el lavado de manos de manera adecuada, es vital tener presente cuando es el momento indicado para llevar a cabo el procedimiento explicado anteriormente, por tal motivo, a continuación, se muestra las diferentes oportunidades en las cuales es ideal llevar a cabo el lavado de manos:

- Antes de iniciar labores.
- Al realizar actividades limpieza del puesto de trabajo como barrer, trapear, vaciar basura, etc.
- Después de manipular utensilios de aseo como por ejemplo cloro u otros que puedan contener cualquier tipo de químico.
- Al regresar del baño.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

- Antes de usar los guantes.
- Luego de manipular dinero o cualquier otro artículo que no sea algún alimento.
- Después de tratar algún tipo de cortadura o herida que se presente.

5. Uso de guantes

Los guantes se han vuelto indispensables en la industria alimentaria, siempre que se manipule algún tipo de alimento en especial si ya es la preparación final no puede faltar el uso de estos mismos, ya que se considera una barrera entre las bacterias y los alimentos, lo anterior se cumple siempre y cuando se ejecute de forma adecuada la buena práctica de la higiene, de lo contrario no cumplirá su propósito ya que los guantes, al igual que las manos, se pueden contaminar con gérmenes.

Se recomienda usar guantes de nitrilo, ya que es un material de caucho sintético, que posee una gran elasticidad y adaptabilidad, a su vez, no es alergénico y tiene una gran resistencia al rozamiento, lo cual lo hace un material resistente.

Al momento de usar guantes se deben seguir las siguientes indicaciones:

- No se deben soplar los guantes antes de usarlos.
- No se pueden lavar los guantes con el fin de usarlos nuevamente.
- Si los guantes se rompen se deben cambiar automáticamente.
- Cada vez que se procede a usar guantes, el vendedor deberá lavarse las manos de forma adecuada como se explicó anteriormente.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

- Antes de recibir dinero se deben retirar los guantes, si por equivocación se recibe el dinero sin habérselos retirado, automáticamente deberán ser sustituidos por unos nuevos.
- Para iniciar la preparación de un pedido, el vendedor debe usar de forma adecuada los guantes.
- Si por accidente se seca el sudor o limpia algo con los guantes puestos se deben desechar de forma inmediata.

6. Llegada al punto de venta

Al momento de llegar al punto de venta el trabajador debe realizar una inspección en la parte exterior para verificar el estado de la parte externa del punto. Luego de haber inspeccionado el sitio debe ingresar y empezar a organizar los objetos que no estén ubicados en su lugar correspondiente.

Posteriormente, el vendedor debe limpiar el área de trabajo, en especial el lugar en que se realiza la preparación de las bebidas y a su vez la zona en la cual se ubican los clientes, dicha limpieza se debe realizar con una toalla húmeda.

Una vez culminada la limpieza inicial se debe continuar con los siguientes pasos:

- Usar indumentaria de trabajo (Gorra, delantal y tapabocas)
- Sacar un empaque de pitillos y dejar en recipiente en el mesón del frente
- Alistar la bolsa de aseo y colocar en su sitio

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

- Desinfectar con un trapo húmedo los electrodomésticos, secar por unos breves minutos y luego conectar los electrodomésticos.
- Preparar Horneados.
- Lavar las jarras y dejar la licuadora desinfectando en un pequeño balde de agua
- Limpiar la nevera, la hielera y el congelador y verificar su funcionamiento.
- Revisar inventario de utensilios y verificar la cantidad de pulpas en el congelador
- Abrir caja y hacer recuento del efectivo
- Limpiar el piso con un trapeador
- Colocar los utensilios que son requeridos para la fabricación de un jugo o Frappe encima de los mesones. (El azúcar, sal, pimienta, cuchillo, Trapo de limpieza)
- Colocar los guantes y para finalizar sonreír para la atención al cliente.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

7. Utensilios necesarios

En cada uno de los puntos de venta se deben tener los respectivos utensilios necesarios para la preparación de los productos que se ofrecen al público, dichos utensilios tienen una medida y uso específico con la finalidad de que cada una de las tiendas preparen exactamente el mismo producto, garantizando de esa forma una elaboración estandarizada de las diferentes bebidas, a su vez se busca mejorar la experiencia de cada uno de nuestros clientes al momento de visitar cualquier punto de venta.

A continuación, se identifica cada uno de los utensilios con los cuales debe contar cada punto de venta con su respectiva descripción para la correcta preparación de las pulpas.

- **Cuchara 30g:** Se usa para medir la cantidad de azúcar que se debe agregar a la preparación de las bebidas.
- **Cucharilla:** Se usa para medir la cantidad ideal de sal y pimienta que se debe agregar al Frappe.
- **Cuchara 80g:** Se usa para medir la cantidad de mango que debe llevar el frappe (2 cucharadas).
- **Cuchara 250ml:** Se usa para medir la cantidad de agua, leche o yogurt adecuada para la preparación de las diferentes bebidas. (Para frappe y Blueberry Colágeno se usan 125ml)
- **Cuchara para hielo:** Se usa para medir la cantidad adecuada de hielo (Si es frappe adicionar media cucharada más)

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

- **Pinzas:** Únicamente se usa para la manipulación de los horneados.
- **Cuchillo:** Se usa para cortar las pulpas, el mango y el limón.
- **Pelador vertical:** Se usa para pelar los mangos que se gastan en la preparación del frappe.
- **Picadora:** Se usa para picar el mango en cubos, los cuales se usan para la preparación del frappe.

8. Toppings o adiciones

Cada uno de los respectivos Toppings deben estar ubicados en su lugar correspondiente, con el objetivo de mantener un orden dentro del punto de venta, garantizando a su vez el uso adecuado de dichas adiciones que se usan para diferentes preparaciones.

Los Toppings sólidos tales como: maní, granola, almendras, chocolate, entre otros se deben mantener en los dosificadores pertinentes.

Sin embargo, cuando se habla de adiciones líquidas como por ejemplo lo son la leche condensada o la miel se deben embazar en botellas plásticas dispensadoras exprimibles de 1 litro, las cuales deben estar marcadas anticipadamente con algún tipo de etiqueta, sea de forma impresa o manual. En el momento que se desee llenar nuevamente la botella, simplemente se debe retirar la tapa y agregar el producto. Cabe aclarar que no se puede mezclar producto nuevo con el producto que aun quede dentro del recipiente, antes de llenar se debe vaciar por completo el envase y lavar de manera correcta.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

9. Uso adecuado de las herramientas

Siempre que se va a utilizar alguna de las herramientas de los puntos se debe verificar el buen estado de las mismas y que se encuentren en condiciones óptimas de limpieza para preservar la calidad de los productos. A continuación, se explicará brevemente como proteger los equipos:

Horno, Horno Tostadora y Selladora

- Siempre que se va a conectar algún electrodoméstico se debe verificar que los enchufes no tengan ningún tipo de novedad.
- Se deben desconectar cuando se van a realizar una limpieza profunda y cuando se van a cerrar el punto.
- El horno se conecta únicamente cuando se realizará la preparación de un horneado, una vez finalice el proceso, se procede a desconectar el electrodoméstico.
- El horno tostador tiene como uso específico calentar los diferentes horneados.
- Se debe tener precaución con el uso de las herramientas generadoras de calor, debido a que un mal manejo de las mismas, puede ocasionar quemadura en la piel.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

Nevera, Hielera y Congelador

- Siempre debe permanecer cerrada, solo se abre para uso exclusivo en la producción de las bebidas y horneados
- No sobre ocupar los refrigeradores, debido a que existe la posibilidad de no permitir cerrar completamente las puertas, acortando la vida útil de los electrodomésticos que generan frío.
- Se recomienda que los refrigeradores permanezcan conectados todo el tiempo y se debe hacer verificaciones diarias de la temperatura que manejan para así mantener la cadena de frío y conservar los productos en mejor estado posible.
- Evitar aperturas de puerta innecesarias.
- Para realizar la respectiva limpieza el tanque debe estar desconectado con la suficiente anterioridad, lo anterior con la finalidad de garantizar su aseo adecuado.
- Evite introducir productos calientes en los refrigeradores, puede ocasionar daños técnicos.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

10. Proceso de venta

Siempre se inicia dando la bienvenida al cliente y ofreciendo el respectivo menu, despues de que el cliente decide, debes tomar su orden preguntanto por su correspondiente sabor y que cantidad de ingredientes a añadir (por ejemplo, azucar). Por otro lado, debes recibir el dinero sea en efectivo, tarjeta de credito o por medio de dispositivos mobiles (cada vez que manipules efectivo, por obligacion debes quitarte el guante). Para terminar se factura y se le entrega el tickek de compra al cliente.

Una vez de terminen los pasos anteriores, el vendedor deberá lavarse, desinfectarse y secarse las manos de forma adecuada, ya que estas tuvieron contacto con dinero y otras superficies que pueden tener gérmenes anteriormente, cuando las manos estén completamente secas se procede a usar guantes, debido a que para pod er realizar cualquier preparación es obligatorio el uso de éstos.

Si el cliente ha ordenado un horneado y lo desea caliente, se debe tomar dicho horneado del stand e introducirlo dentro del horno tostador a una temperatura de 180°C durante aproximadamente un (1) minuto (siempre que se manipulan horneados se deben tomar con unas pinzas).

Mientras el proceso anterior se va realizando, el vendedor debe continuar con la preparación de la bebida, siempre usando los guantes (el procedimiento de preparación de las diferentes bebidas se explicará detalladamente mas adelante), cuando se haya terminado con la preparación de la bebida, se debe introducir el licuado en el vaso de 16 oz, se sella y se entrega al cliente con su respectivo pitillo.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

A su vez, se retira el horneado del horno tostador, si el cliente lo quiere para llevar se introduce dentro de una bolsa junto a las servilletas y se entrega al cliente, si es para consumir en el punto simplemente se entrega con servilletas.

Para culminar con el servicio se agradece al comensal por su respectiva compra y se desea un feliz día.

Cuando el cliente se haya retirado del lugar se deben limpiar y organizar las herramientas que se han usado anteriormente como por ejemplo la licuadora y el mesón de trabajo, esto en caso que no hayan mas clientes esperando un servicio, si esto sucede unicamente se lava la licuadora para dejarla lista para una próxima preparación.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

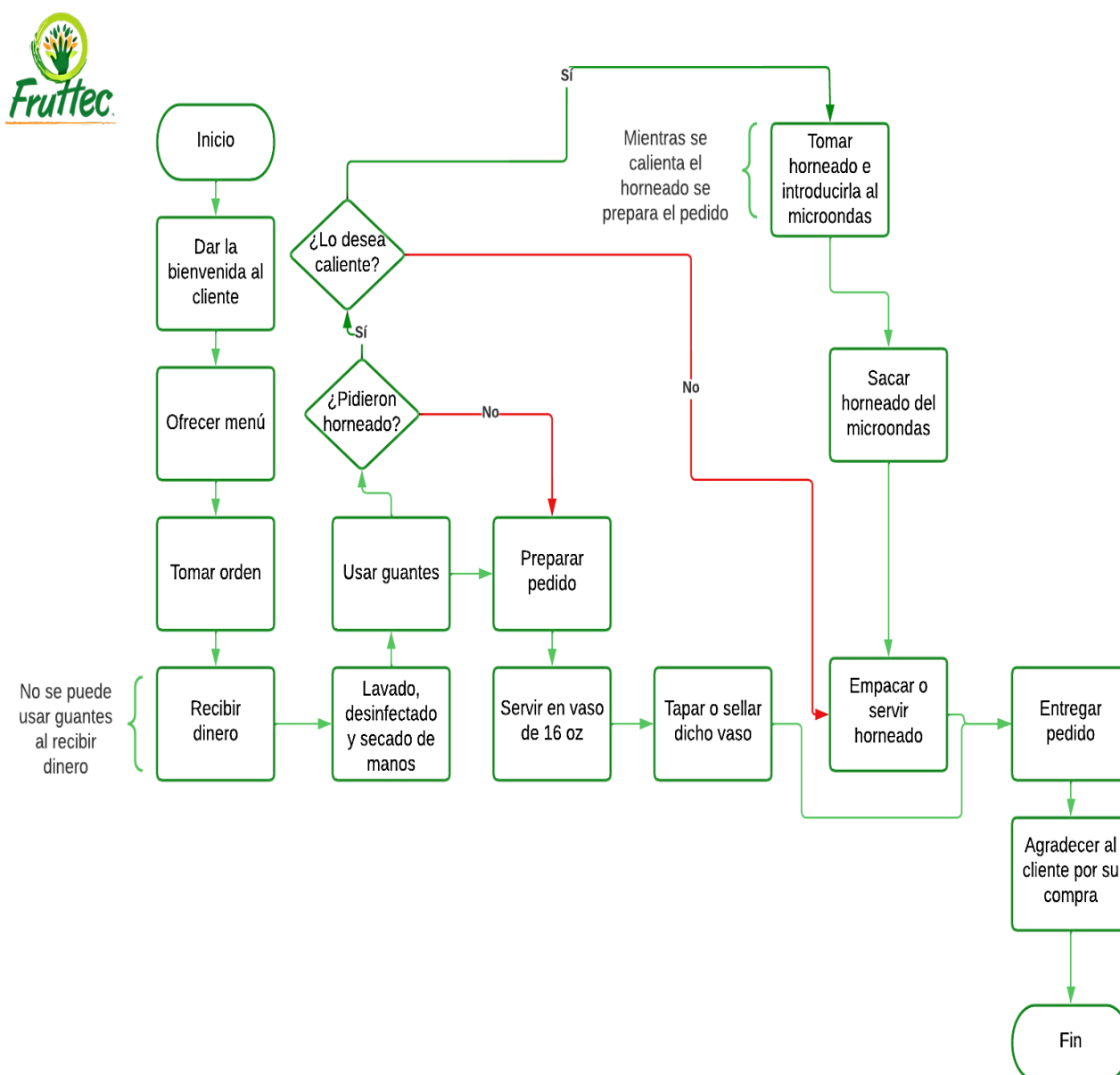


Figura 1
Flujograma proceso de venta

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

11. Preparaciones

11.1. HORNEADOS

Antes de iniciar con la preparación se debe verificar que el horno se encuentre completamente limpio con el propósito de conservar el perfecto estado de los productos, mitigando la incursión de polvo y demás en los horneados.

La preparación de estos productos se dividen en diferentes secciones las cuales se indicarán enseguida de forma secuencial:

- **DESCONGELACIÓN**

El producto se debe retirar de los congeladores y se ingresan a una nevera 3 horas previas a la preparación, para de esta forma iniciar un proceso de descongelación escalonada, llegando a una temperatura promedio entre 0° y 4° garantizando a su vez la cadena de frío.

- **ATEMPERADO AL AMBIENTE**

Inicialmente se debe retirar la bandeja de productos que está ubicada en el tanque, el producto terminado refrigerado se somete a temperatura ambiente por un tiempo de 15 a 20 minutos aproximadamente, teniendo en cuenta la temperatura del lugar donde se esté realizado este procedimiento, seguido de esto las unidades almacenadas en cada bandeja son separadas individualmente.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

En latas semiengrasadas con mantequilla y enharinadas, dejando una distancia de 5 centímetros entre cada uno, acomodar la cantidad de palitos posibles de acuerdo a los espacios entre unidades y la longitud de cada lata.

Seguidamente, deben reposar las unidades en latas a temperatura ambiente por un tiempo adicional de 20 minutos; teniendo en cuenta la temperatura del lugar donde se este realizado este procedimiento.

- **PRECALENTAMIENTO DEL HORNO**

Encender el horno y configurar la temperatura indicada (160°C - 170°C) , buscando así obtener el calentamiento necesario del equipo.

- **DECORACIÓN (solo horneado de bocadillo y queso)**

Realizar la decoracion en la parte superior con azucar común.

- **HORNEADO**

Ingresar las latas al horno precalentado por un tiempo estimado de 18 a 20 minutos. Una vez transcurrido el tiempo, se debe tener listo el stad con servilleta parafinada para retirar la preparación del horno y ubicarlos en dicho sitio (la manipulación de horneados se realiza con pinzas).

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

RECOMENDACIONES:

- El tiempo de horneado es proporcional a la cantidad de latas a hornear de acuerdo a la capacidad del equipo.
- la temperatura del horno en el precalentamiento puede ser configurada pasando 20°C el límite operacional, con el fin de que al ingreso del producto al horno esta disminuya a la temperatura indicada, regulando en este momento la configuración de la temperatura para el horneado de los palitos manteniéndose de esta manera en el óptimo (160°C - 170°C) .

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

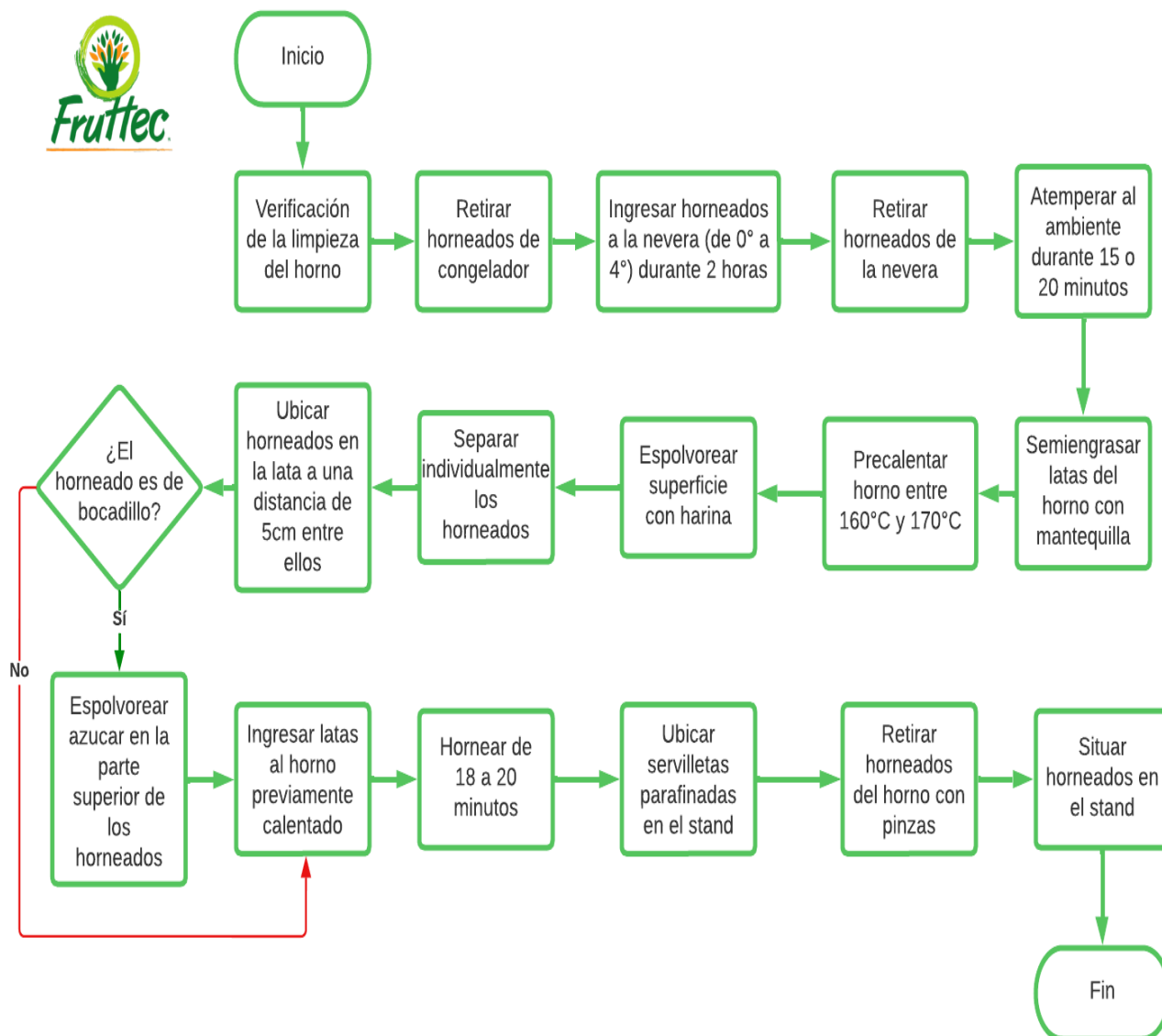


Figura 2
Flujograma preparación de horneados

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

11.2. JUGOS, SMOOTHIES Y LIMONADAS

A continuación, se muestra el respectivo procedimiento que se debe llevar a cabo para la correcta preparación de los diferentes de jugos, smoothies y limonadas que se ofertan en cada uno de los puntos de venta.

Una vez recibido el pedido, el vendedor deberá lavarse y secarse las manos para proceder a usar los guantes como medida de higiene, seguidamente se especificará el procedimiento de preparación de las bebidas.

- Se debe seleccionar la pulpa que se requiere para preparar el jugo.
- Se lava la pulpa y se procede a cortar el empaque a la mitad con un cuchillo (se desecha el empaque en la basura)
- Se introduce la pulpa en la licuadora junto a los siguientes ingredientes:
 - Si va a realizar un **MIX VERDE** se deben usar **2 PULPAS**
 - 250 ml de agua o de leche o de yogurt (preferencia del cliente).
 - Si es **LIMONADA DE COCO** se prepara con **LECHE**
 - Si es **BLUEBERRY COLÁGENO** se usan 125ml de líquido.
 - 30 gr de azúcar.
 - Una cuchara de hielo.
 - Si el cliente lo desea granizado, se reduce la cantidad de agua y se aumenta de hielo.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

- Licuar durante aproximadamente 30 segundos.
- Alistar vaso de 16 oz mientras se lleva a cabo el paso anterior.
- Una vez el vaso esté listo, se agrega el jugo desde la licuadora.
- Sellar el vaso.
- Entregar al cliente con su pitillo correspondiente.

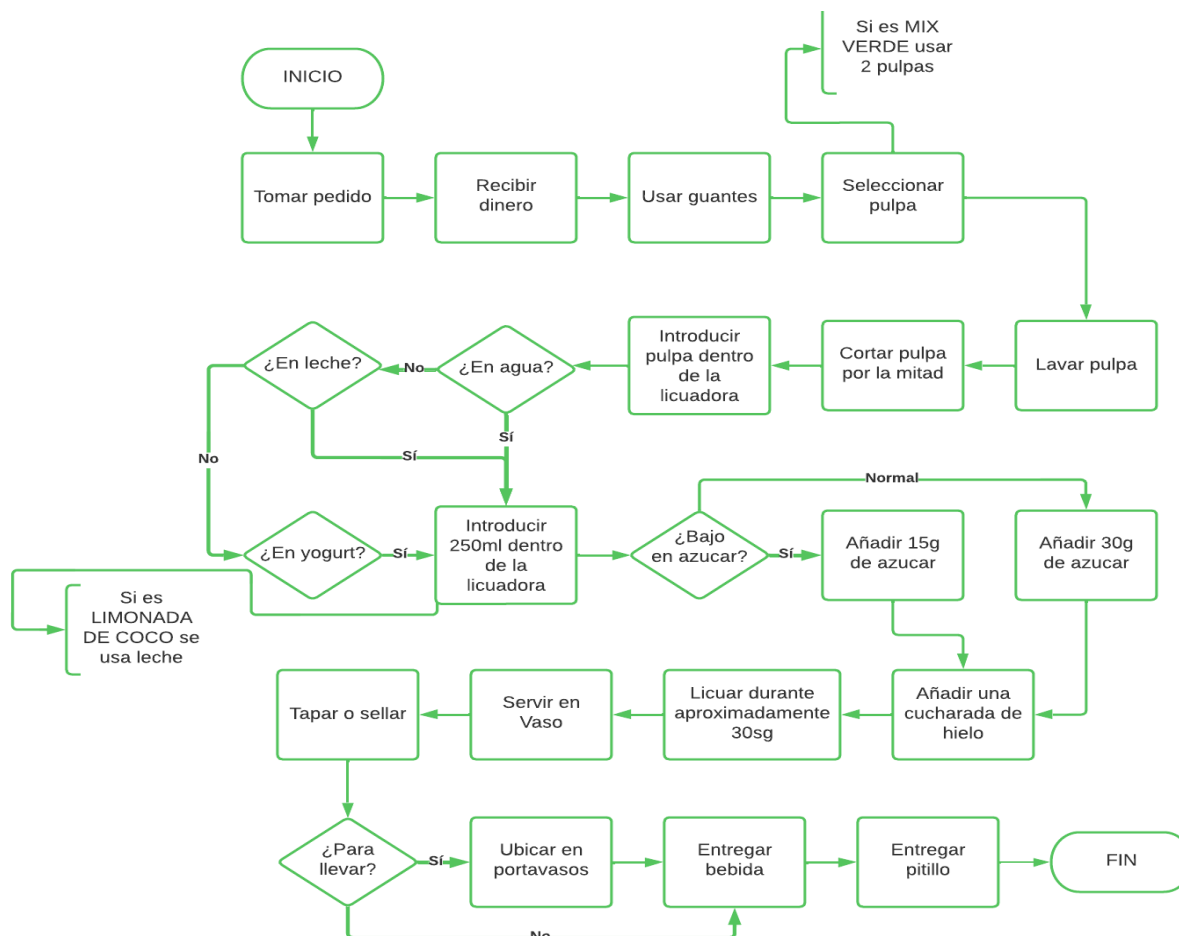


Figura 3
Flujograma preparación de jugos

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

11.3. FRAPPES

A continuación, se muestra el respectivo procedimiento que se debe llevar a cabo para la correcta preparación de los frappes que se ofertan en cada uno de los puntos de venta. Una vez recibido el pedido, el vendedor deberá lavarse y secarse las manos para proceder a usar los guantes como medida de higiene, seguidamente se especificará el procedimiento de preparación del frappe.

- Se empieza a seleccionar la pulpa para el respectivo Frappe. (Sea pulpa de lulo o de Macarena)
- Se lava la pulpa y se procede a cortar el empaque a la mitad con un cuchillo (se desecha el empaque en la basura)
- Se introduce la pulpa en la licuadora junto a los siguientes ingredientes:
 - 125 ml de agua.
 - 30 gr de azúcar.
 - Cuchara y media de hielo.
- Licua durante aproximadamente 30 segundos
- Alistar vaso de 16 oz mientras se lleva a cabo el paso anterior.
- Introducir los siguientes ingredientes al interior del vaso:
 - Leche condensada.
 - Agregar licuado desde la licuadora.
 - Mango en cubos (2 cucharas de 80 ml).
 - 1 cuchara de Sal y Pimienta.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

- Limón. (Se exprime medio limón por Frappe).
- Por último, volver a agregar leche condensada en la superficie del frappe.
- Para finalizar se entrega al cliente con un pitillo y una cuchara.

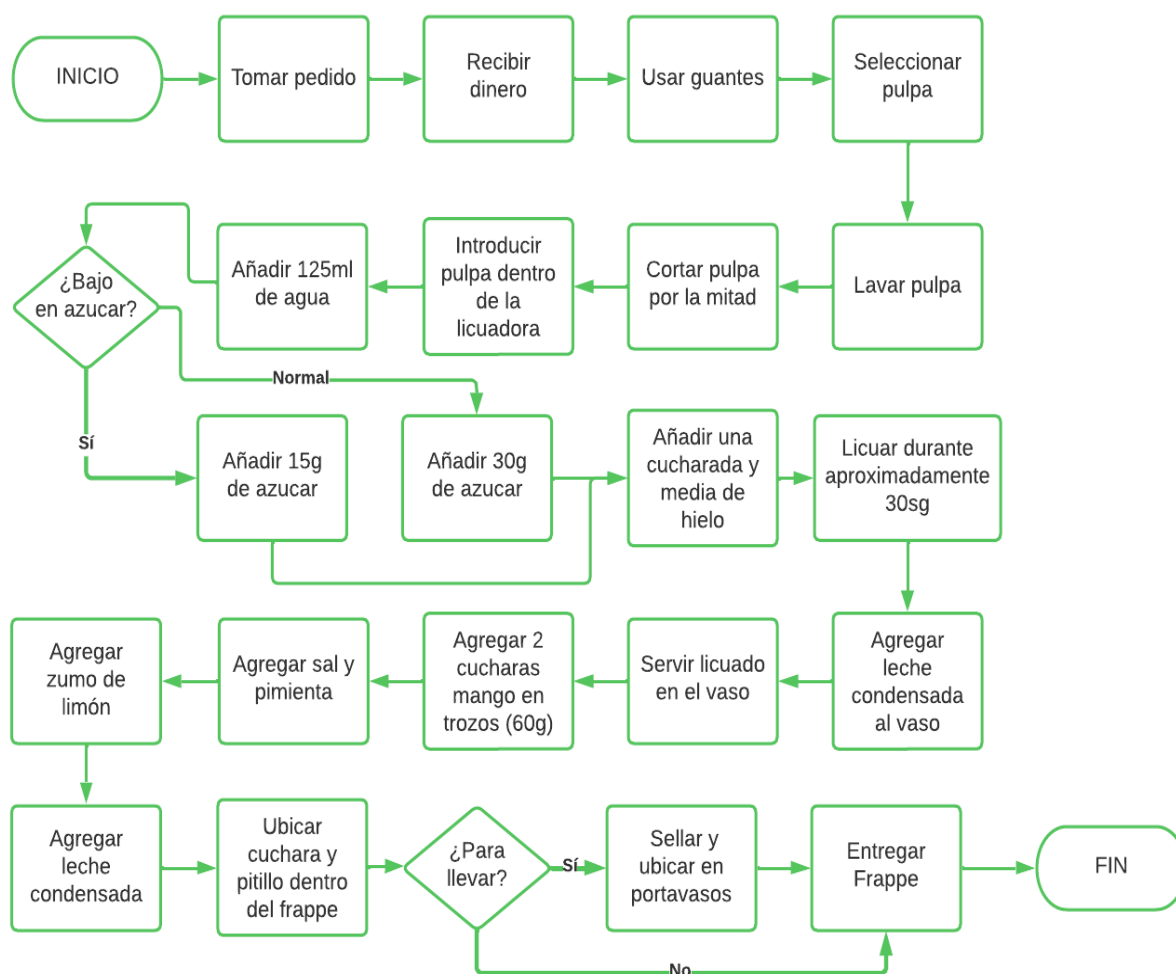


Ilustración 4
Flujograma preparación frappé

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

12. Cambio de turno

Cuando se presenta un cambio de turno son dos los empleados que deben realizar diferentes actividades, cada uno de ellos con sus tareas definidas las cuales se enunciarán seguidamente.

VENDEDOR QUE ENTREGA EL TURNO

- Limpieza del área de trabajo.
- Quitarse su indumentaria de trabajo.
- Guardar pertenencias.
- Tomar sus propinas
- Cuadrar caja.
- Cerrar sistema POS.

VENDEDOR QUE RECIBE TURNO

- Verificar limpieza del punto.
- Usar indumentaria de trabajo.
- Verificar cantidad de dinero en caja.
- Ingresar al sistema POS.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

13. Actividades extras

A lo largo de la jornada laboral se presentan espacios de tiempo en los cuales no se presentan compradores, por lo tanto, se convierte en tiempo libre para los vendedores, ya que su principal función es la toma y preparación de pedidos.

Este tiempo libre se puede planificar de la mejor manera, realizando actividades extras que no se pueden ejecutar cuando el vendedor se encuentra preparando o recibiendo las solicitudes de compra, obteniendo como resultado la disminución de tiempo de ocio aumentando a su vez la productividad de los trabajadores. Seguidamente se enunciarán las actividades que se deben realizar en el tiempo libre dentro de los puntos de venta:

LIMPIEZA

- Limpieza constante del área de trabajo
- Limpieza de utensilios tales como tablas, licuadora, cucharas etc.
- Limpieza de electrodomésticos como lo son: tanque, hielera, hornos, computador, entre otros.

PREPARAR MANGO

Para la preparación de los Frappes hay que agregar mangos en trocitos, por lo tanto, es una mejor opción tenerlo preparado cuando se requiere, ya que cortarlo dentro de la preparación del frappe aumentará el tiempo de espera de los clientes, a continuación de explicará brevemente la preparación de mangos en trozos.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

- Primero debes limpiar y desinfectar la picadora.
- Limpie por encima el mango y luego debes cortar la superficie, es decir, separar el mango de la cascara, dejándolo completamente sin conchas.
- Luego cortar el mango en lonjas.
- Al terminar de cortar, debes picar el mango en cubos con la picadora

PREPARACIÓN HORNEADOS

Cuando quedan pocas unidades de horneados en el stand, cuando el vendedor se encuentra en tiempo libre deberá hornear tal como se especificó anteriormente, ya que lo indicado es tener siempre unidades disponibles para la venta.

COMPLEMENTARIAS

- Organizar sillas, una vez los clientes las hayan dejado de utilizar.
- Envasar diferentes insumos como lo son: leche condensada, miel, sal, mantequilla etc., en sus frascos correspondientes tal como se explicó anteriormente.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

14. Salida del punto de venta

Al momento de salir del punto de venta el trabajador debe empezar a limpiar las bandejas del Horno y del horno tostador, luego retirar los insumos y utensilios que se usan para la fabricación de un jugo o Frappe encima de los mesones (El azúcar, sal, pimienta, cuchillo, Trapo de limpieza) y guardar en su correspondiente espacio. Después se debe sacar la basura y limpiar el espacio donde se ubica el basurero. Por otro lado, se empieza a barrer y trapear, una vez finalizado, se limpia las licuadoras, mesones y área de trabajo en general. Por último, se realiza el conteo del dinero, cierre de caja y sistema. Antes de salir del punto se verifica que todo esté limpio y organizado, además se deben desconectar todos los electrodomésticos exceptuado el tanque refrigerador y la hielera, después de realizar todo lo mencionado anteriormente el vendedor cerrará con llave y se podrá retirar del punto de venta.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA

15. Anexos



Figura 5

Infografía proceso de venta



Figura 6

Infografía preparación jugos

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
	PUNTOS DE VENTA



Figura 7
Infografía preparación Frappé