Indicadores de Gestión

Nombre Proceso: HSEQ

Sergio Alejandro Torres Rosas
Ana Sofía Jiménez Garzón
Yurley Carolina Nieto Ramos
Santiago Naranjo Rodríguez

Periodo que se presenta: Enero a mayo 2021.

Año: 2021

ELABORÓ: Ana Sofía Jiménez Garzón Yurley Carolina Nieto Ramos	**REVISÓ:** Sergio Alejandro Torres Rosas	**APROBÓ:** Santiago Naranjo Rodríguez
FECHA: 7/06/2021	**FECHA:** 7/06/2021	**FECHA:** 7/06/2021

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN 6

DESARROLLO 6

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES. 6

❖ **Gestión Estratégica** 6

1. Indicador encuestas satisfacción del cliente 6

1.1 Análisis General Satisfacción del cliente. 7

1.2 Logros 7

1.3 Dificultades 7

1.4 Plan de acción 7

2. Indicador Cumplimiento de objetivos. 8

2.1 Análisis General Cumplimiento de objetivos. 8

2.2 Logros 8

2.3 Dificultades 9

2.4 Plan de acción 9

3. Oportunidad de mejora 9

3.1 Análisis General Cumplimiento de objetivos. 10

3.2 Logros 10

3.3 Dificultades 10

3.4 Plan de acción 10

❖ **Sistema de Gestión Integrado.** 10

1. Indicador Cumplimiento de actividades. 10

1.1 Análisis General Cumplimiento de objetivos. 11

1.2 Logros 11

1.3 Dificultades 11

1.4 Plan de acción 11

2. Indicador Entrega de productos. 12

2.1 Análisis General Entrega de productos. 12

2.2 Logros 12

2.3 Dificultades 12

2.4 Plan de acción 13

3. Indicador Cumplimiento de actividades ambientales 13

3.1 Análisis General Cumplimiento de actividades ambientales. 14

3.2 Logros 14

3.3 Dificultades 14

3.4 Plan de acción 14

❖ **Diseño** 14

1. Prendas aprobadas por el cliente 14

1.1 Análisis del indicador de diseño 15

1.2 Logros 15
1.3 Dificultades 15
1.4 Plan de acción 15
2. Devolución de Prendas 16
2.1 Análisis del indicador 16
2.2 Logros 16
2.3 Dificultades 16
2.4 Plan de acción 17
3. Prendas con Bordados aprobados 17
3.1 Análisis del indicador 17
3.2 Logros 17
3.3 Dificultades 18
3.4 Plan de acción 18
❖ **Producción** 18
1. Productos totales vendidos 18
1.1 Análisis del indicador 19
1.2 Logros 19
1.3 Dificultades 19
1.4 Plan de acción 19
2. Productos fabricados con defectos 19
2.1 Análisis del indicador 20
2.2 Logros 20
2.3 Dificultades 20
2.4 Plan de acción 20
3. Órdenes de pedidos por clientes 21
3.1 Análisis del indicador 21
3.2 Logros 21
3.3 Dificultades 22
3.4 Plan de acción 22
❖ **Contabilidad y Finanzas** 22
1. Análisis Presupuesto mensual 22
1.1 Análisis del indicador 22
1.2 Logros 23
1.3 Dificultades 23
1.4 Plan de acción 23
2. Análisis ventas mensuales 23
2.2 Logros 24
2.3 Dificultades 24
2.4 Plan de acción 24

3. Análisis facturación de dotación empresarial 24
3.1 Análisis del indicador 25
3.2 Logros 25
3.3 Dificultades 25
3.4 Plan de acción 25
❖ **Talento Humano** 25
1. Años de experiencia 25
1.1 Análisis del indicador 26
1.2 Logros 26
1.3 Dificultades 26
1.4 Plan de acción 27
2. Enfermedades laborales 27
2.1 Análisis del indicador 27
2.2 Logros 28
2.3 Dificultades 28
2.4 Plan de acción 28
3 Planes de Emergencias (promedio) 28
3.1 Análisis del indicador 29
3.2 Logros 29
3.3 Dificultades 29
3.4 Plan de acción 29
❖ **Gestión Comercial** 29
1. Ventas del periodo 29
1.1 Análisis del indicador 30
1.2 Logros 30
1.3 Dificultades 30
1.4 Plan de acción 30
2. Encuesta de Satisfacción 30
2.1 Análisis del indicador 31
2.2 Logros 31
2.3 Dificultades 31
2.4 Plan de acción 32
3. Proveedores Críticos 32
3.1 Análisis del indicador 32
3.2 Logros 32
3.3 Dificultades 32
3.4 Plan de acción 33
❖ **Mantenimiento** 33
1. Mantenimiento preventivo a maquinaria 33

1.1 Análisis del indicador 33
1.2 Logros 34
1.3 Dificultades 34
1.4 Plan de acción 34
2. Mantenimiento preventivo a infraestructura 34
2.1 Análisis del indicador 35
2.2 Logros 35
2.3 Dificultades 35
2.4 Plan de acción 35
3. Orden y aseo 35
3.1 Análisis del indicador 36
3.2 Logros 36
3.3 Dificultades 37
3.4 Plan de acción 37
Anexos 38
MODELO BL INDICADORES V0 1.xlsx 38
Mapa de procesos 39
CONCLUSIONES 40
Recomendaciones 43

INTRODUCCIÓN

De acuerdo al mapa de procesos de la empresa BENGIOTTO S.A.S, se analiza cada uno de los procesos comprendidos en este, con el fin de buscar no conformidades, todo esto se realiza a partir de indicadores de gestión, herramienta capaz de identificar una problemática o hallar puntos dentro de los procesos que son mejorables.
En la empresa BENGIOTTO S.A.S se utilizaron los indicadores de tal manera que se buscaba dar respuesta a varias preguntas como, por ejemplo; el porcentaje en las ventas, la cantidad de máquinas inspeccionadas, las ventas, etc. Dando respuestas que se utilizarán como herramienta en la toma de decisiones en los mismos procesos y la organización en general.

DESARROLLO

Se elaboró una Ficha de Indicadores a partir de los procesos según el Mapa de procesos de la organización, lo que permite un indicador de Gestión es determinar si en la empresa está cumpliendo con los objetivos establecidos lo cual se establece una fórmula para medir el alcance de estos, unos logros y dificultades según los periodos que se requiere para analizar, unas conclusiones y un Plan de acción para mejorar y aumentar el cumplimiento de dicho indicador

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES.

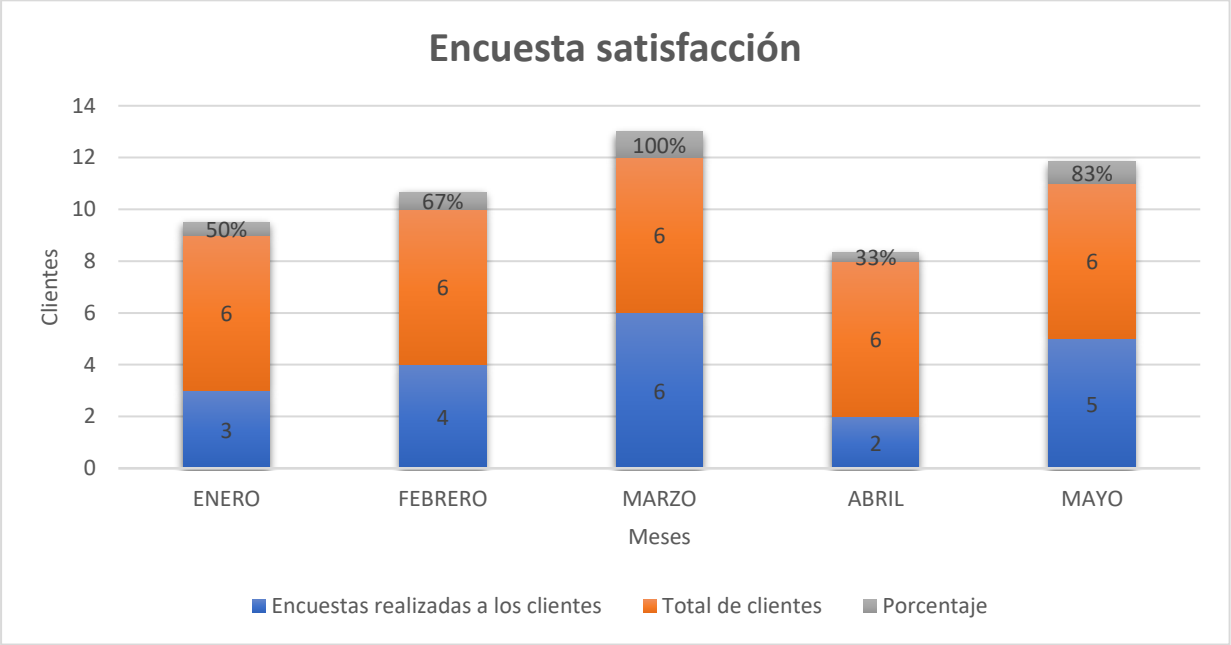
- **Gestión Estratégica**

1. Indicador encuestas satisfacción del cliente

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Encuestas realizadas a los clientes	3	4	6	2	5
Total de clientes	6	6	6	6	6
Porcentaje	50%	67%	100%	33%	83%

Tabla 1. *Consolidado encuestas satisfacción del cliente.*



Gráfica 1. *Encuestas satisfacción del cliente.*

1.1 Análisis General Satisfacción del cliente.

En las encuestas realizadas de (enero a mayo) se evidenció un grado de inconfomidad de los clientes hacia la organización ya que en ese periodo de tiempo la empresa no a logrado tener eficacia en su totalidad con el cumplimiento de los productos por motivo de la pandemia del evento especial COVID-19 que viene presenciando el país desde el año 2020 y el paro nacional de los últimos dos meses presentando por las inconformidades del país respecto a la reforma tributaria, logrando solo en el mes de (marzo y mayo) que la totalidad de los clientes respondan la encuesta con respuestas positivas hacia la organización.

1.2 Logros

Las encuestas realizadas en el mes de marzo logran evidenciar un 100% de satisfacción de los clientes hacia la organización.

1.3 Dificultades

Los periodos de enero 50%, febrero 67%, abril 33% y mayo 83% se evidencias inconformidades de los clientes hacia la organización, por falta de atención y falta de eficacia en la entrega de los productos generando asi poca confianza hacia la organización.

1.4 Plan de acción

Para mejorar los periodos de los siguientes meses se deberan implementar capacitaciones de atención al cliente para garantizar la satisfacción de este y tambien se podria implementar una ruta a los trabajadores para que se trasladen de su hogar a la organización mientras el gobierno y los organizadores del paro llegan a un acuerdo sobre la reforma tributaria, y así poder garantizar el cumplimiento

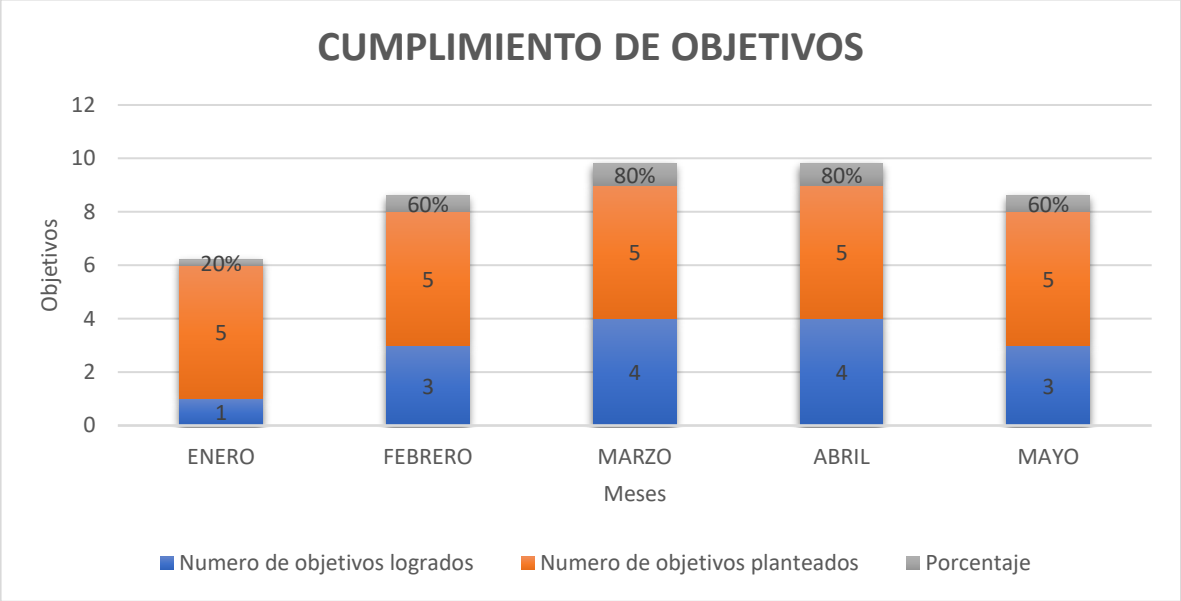
efectivo de las actividades, y poder efectuar la entrega del producto en su totalidad, mejorando al mismo tiempo el estado económico de la empresa.

2. Indicador Cumplimiento de objetivos.

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Numero de objetivos logrados	1	3	4	4	3
Numero de objetivos planteados	5	5	5	5	5
Porcentaje	20%	60%	80%	80%	60%

Tabla 2. *Consolidado Cumplimiento de objetivos*



Gráfica 2. *Cumplimiento de objetivos*

2.1 Análisis General Cumplimiento de objetivos.

Enero es el mes mas bajo en logros obtenidos en la organización, por perdidas económicas y de recursos que provoco la pandemia del evento especial COVID-19 que viene presenciando el pais desde el año 2020, a diferencia que en el mes de marzo y abril se logro un cumplimiento de objetivos del 80%, logrando asi la mejora de la organización. En el mes de mayo se evidencia un 60% de incumplimiento de objetivos por perdidas economicas provocadas por el paro nacional que se a presentado desde finales de abril y todo el mes de mayo.

2.2 Logros

En el periodo de marzo y abril se evidenció en cada uno de estos dos periodos un cumplimiento de objetivos del 80%, generando asi una buena satisfacción en la

organización y trabajadores apartir de que se logra en su totalidad la aplicación de lo estipulado por la empresa.

2.3 Dificultades

Enero con un 20% es el mes más bajo en logros de objetivos, ya que la pandemia del evento especial COVID-19 provoco nuevamente el cierre temporal de algunas empresas textiles, generando perdidas económicas y baaj participación en el mercado (disrupción)

2.4 Plan de acción

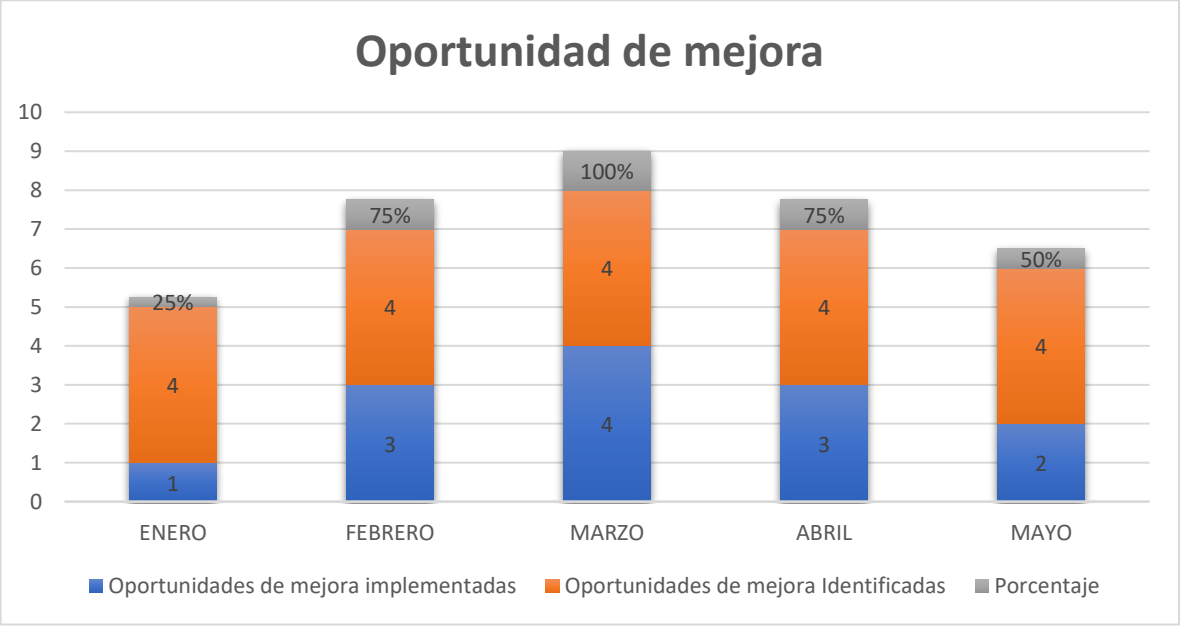
Crear nuevos planes de acción como la eficacia de la producción, para asi recuperar las perdidas económicas de la empresa y asi evitar mas incumplimientos de objetivos.

3. Oportunidad de mejora

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Oportunidades de mejora implementadas	1	3	4	3	2
Oportunidades de mejora Identificadas	4	4	4	4	4
Porcentaje	25%	75%	100%	75%	50%

Tabla 3. *Consolidado oportunidad de mejora*



Gráfica 3. *Indicador de oportunidad de mejora*

3.1 Análisis General Cumplimiento de objetivos.

En el mes de enero por falta de personal y perdidas económicas no se pudo cumplir con las mejoras identificadas, pero en los demás periodos si se evidencia un buen porcentaje de cumplimiento, siendo el mes de (marzo) el logro de todas las mejoras implementadas.

3.2 Logros

En el mes de marzo se obtuvo una mejora del 100% ya que se cumplió en su totalidad con las oportunidades de cambio planteadas hacia los trabajadores y la organización en general.

3.3 Dificultades

En el mes de enero se obtuvo un 25% de mejora ya que por pérdidas económicas y falta de personal no se pudieron implementar los cambios respectivos

3.4 Plan de acción

Crear nuevos planes de acción como una ruta para los trabajadores para que el paro nacional que presenta este momento el país no afecte la llegada del trabajador a la organización evitando asi la afectación de la mejora que logró la organizacion en el mes de marzo y seguir dando capacitaciones de atención al cliente para así garantizar una buenta satisfacción de la parte interesada

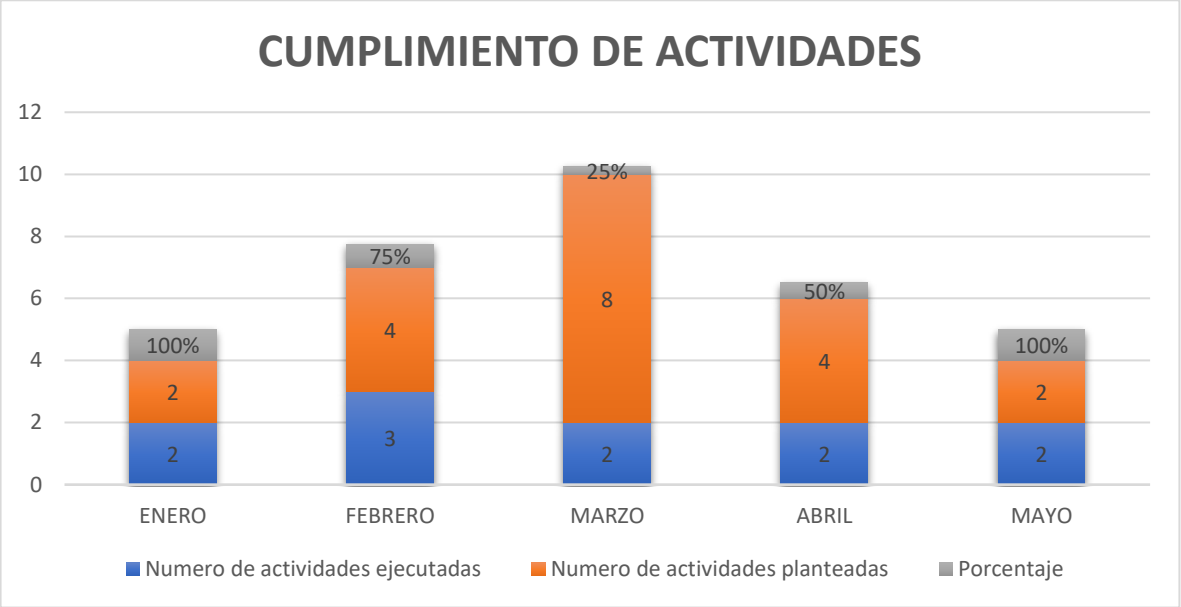
- **Sistema de Gestión Integrado.**

1. Indicador Cumplimiento de actividades.

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Número de actividades ejecutadas	2	3	2	2	2
Número de actividades planteadas	2	4	8	4	2
Porcentaje	100%	75%	25%	50%	100%

Tabla 4. *Consolidado Cumplimiento de actividades*



Gráfica 4. *Indicador Cumplimiento de actividades.*

1.1 Análisis General Cumplimiento de objetivos.

Se evidencia un porcentaje de incumplimiento acercado a la meta estipulada lo cual sucedió por la mala distribución de los programas y actividades por desarrollar en el cronograma

1.2 Logros

Se logro un cumplimento máximo de actividades del 100% en el mes de enero y mayo, ya que había bajado el pico de la pandemia del evento especial COVID-19 y las actividades se estaban poniendo en marcha normalmente.

1.3 Dificultades

En los periodos de febrero 75%, marzo 25% y abril 50% hubo bajo cumplimiento de actividades por motivo de la pandemia, desarrollada anteriormente desde el año 2020, evitando así cumplir con las metas planteadas para cada mes.

1.4 Plan de acción

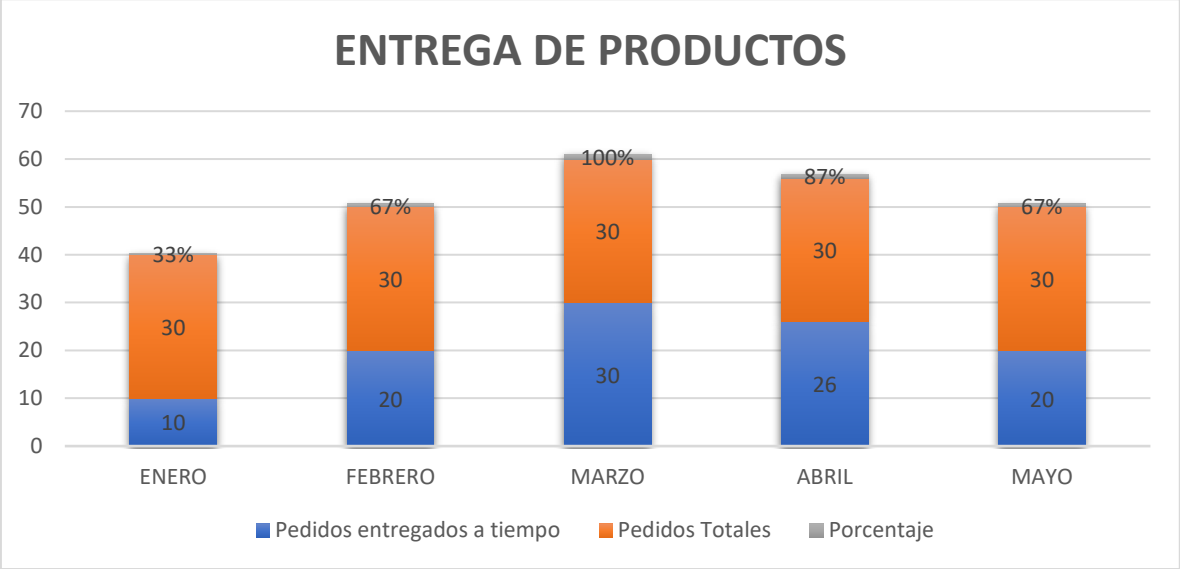
Para mejorar los periodos de los siguientes meses se podría implementar una ruta a los trabajadores para que se trasladen de su hogar a la organización mientras el gobierno y los organizadores del paro llegan a un acuerdo sobre la reforma tributaria del país y así poder garantizar el cumplimiento efectivo de las actividades, y poder efectuar la entrega del producto en su totalidad, mejorando al mismo tiempo el estado económico de la empresa.

2. Indicador Entrega de productos.

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Pedidos entregados a tiempo	10	20	30	26	20
Pedidos Totales	30	30	30	30	30
Porcentaje	33%	67%	100%	87%	67%

Tabla 5. *Consolidado Entrega de productos*



Gráfica 5. *Cumplimiento entrega de productos.*

2.1 Análisis General Entrega de productos.

Por motivos del evento especial COVID-19 y el paro nacional ocasionado por la reforma tributaria se han presentado inconvenientes de producción y entrega de los productos en los últimos meses, destacando solo el mes de (marzo) que logro cumplir en su totalidad con la entrega del producto.

2.2 Logros

En el periodo del mes de marzo se logro el 100% de la entrega de los productos, ya que había bajado el pico de la pandemia del COVID-19 y no se había presentado aun el paro nacional, logrando así que todo el personal asistiera sin inconveniente alguno a cumplir con su horario de trabajo y sus actividades destinadas, efectuando así la entrega del producto y generando un buen estado económico en la organización.

2.3 Dificultades

En los periodos de enero con 33%, febrero con 67% y mayo con 67% se a tenido dificultades con la entrega de los productos ya que por motivos del COVID-19 y el

paro nacional ocasionado por la reforma tributaria e inconformidades del país que se presentado en los últimos dos meses de abril y mayo el personal no a podido asistir en su totalidad ya que han tenido complicaciones de salud y dificultad para conseguir transporte y llegar a tiempo a cumplir con su horario asignado, generando así perdidas económicas en la organización.

2.4 Plan de acción

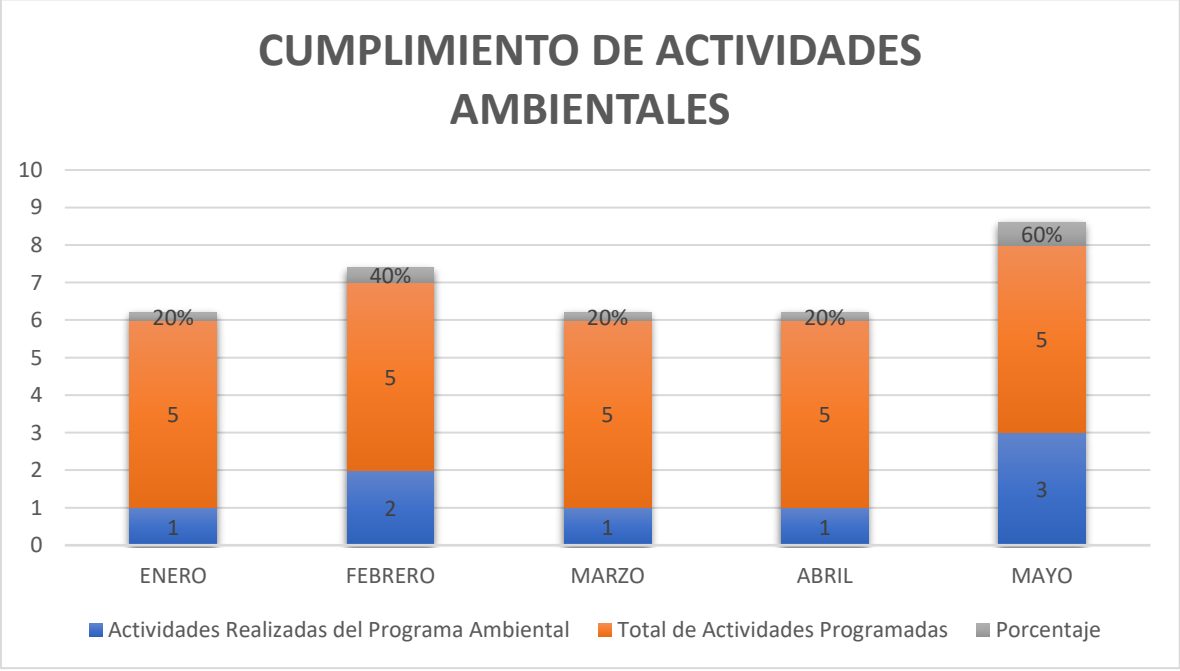
Para mejorar los periodos de los siguientes meses se podría implementar una ruta a los trabajadores para que se trasladen de su hogar a la organización mientras el gobierno y los organizadores del paro llegan a un acuerdo sobre la reforma tributaria del país y así poder garantizar el cumplimiento efectivo de las actividades, y poder efectuar la entrega del producto en su totalidad, mejorando al mismo tiempo el estado económico de la empresa.

3. Indicador Cumplimiento de actividades ambientales

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Actividades Realizadas del Programa Ambiental	1	2	1	1	3
Total de Actividades Programadas	5	5	5	5	5
Porcentaje	20%	40%	20%	20%	60%

Tabla 6. *Consolidado Cumplimiento de actividades ambientales*



Gráfica 6. *Cumplimiento de actividades ambientales.*

3.1 Análisis General Cumplimiento de actividades ambientales.

No se cuenta con un adecuado presupuesto, tiempo ni aprobación de recursos para poder implementar de forma eficaz y de manera correcta el programa ambiental

3.2 Logros

En el periodo de mayo se logro un cumplimiento máximo de actividades Ambientales realizadas del 60%.

3.3 Dificultades

Se presentó unas dificultades e incumplimientos de las metas en los periodos de enero 20%, febrero 40%, marzo 20% y abril 20% debido a que no se cuenta con un adecuado presupuesto para realizar de forma efectiva el programa ambiental.

3.4 Plan de acción

Identificar y evaluar las condiciones de la empresa en cuanto a recursos y personas competentes para asumir dicho programa ambiental (recursos, material, capacitaciones).

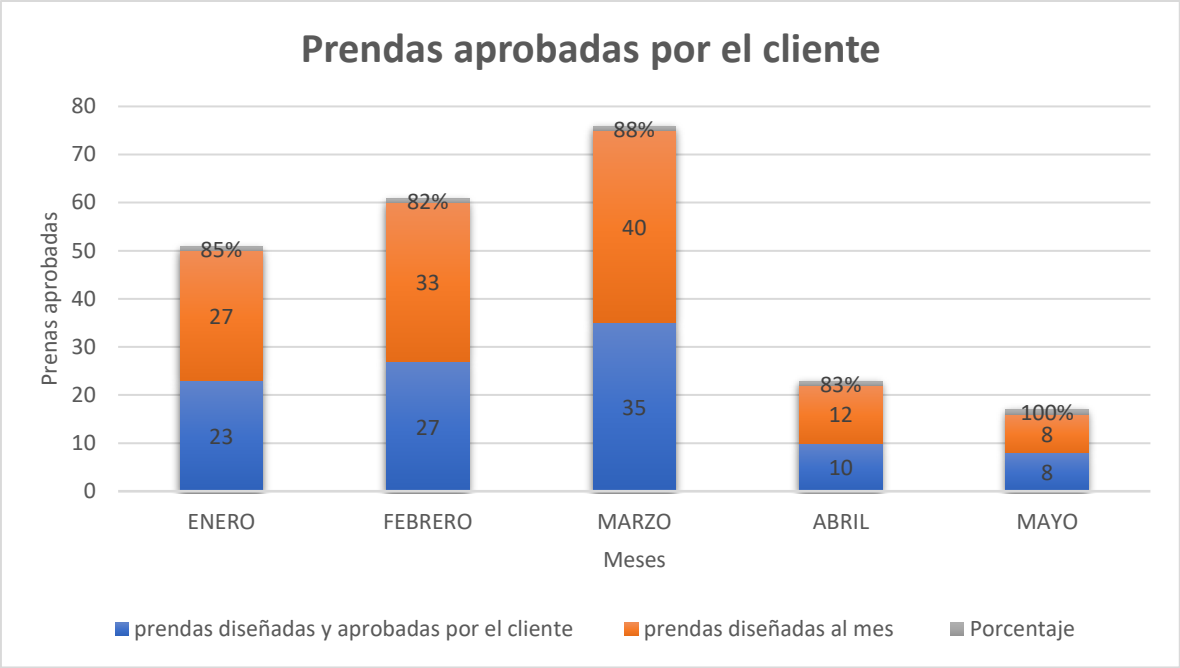
❖ Diseño

1. Prendas aprobadas por el cliente

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
prendas diseñadas y aprobadas por el cliente	23	27	35	10	8
prendas diseñadas al mes	27	33	40	12	8
Porcentaje	85%	82%	88%	83%	100%

Tabla 7. *Consolidado Prendas aprobadas por el cliente*



Gráfica 7. *Prendas aprobadas por el cliente*

1.1 Análisis del indicador de diseño

Se puede identificar que en los meses de enero, febrero, marzo y abril se presentaron varias fallas en el diseño de los productos debido a que no se contaba con personal suficiente para el diseño de las prendas por lo tanto muchas de las prendas se realizaban de afán sin concentrarse en los detalles, también se puede evidenciar que en los meses de abril y mayo no se realizaron tantas ventas debido al paro nacional y el evento especial del COVID-19, por último se evidencio que en el mes de mayo se cumplieron con los requisitos del cliente debido a que no se presentó ninguna inconformidad.

1.2 Logros

En el mes de mayo con un 100% se aprobaron todos los diseños estipulados por el cliente y se cumplió con todas las expectativas

1.3 Dificultades

En los meses de enero a abril (85%, 82%, 88% y 83%)se evidenciaron muchas inconformidades por parte de los clientes por ende muchas de las prendas no fueron aprobadas.

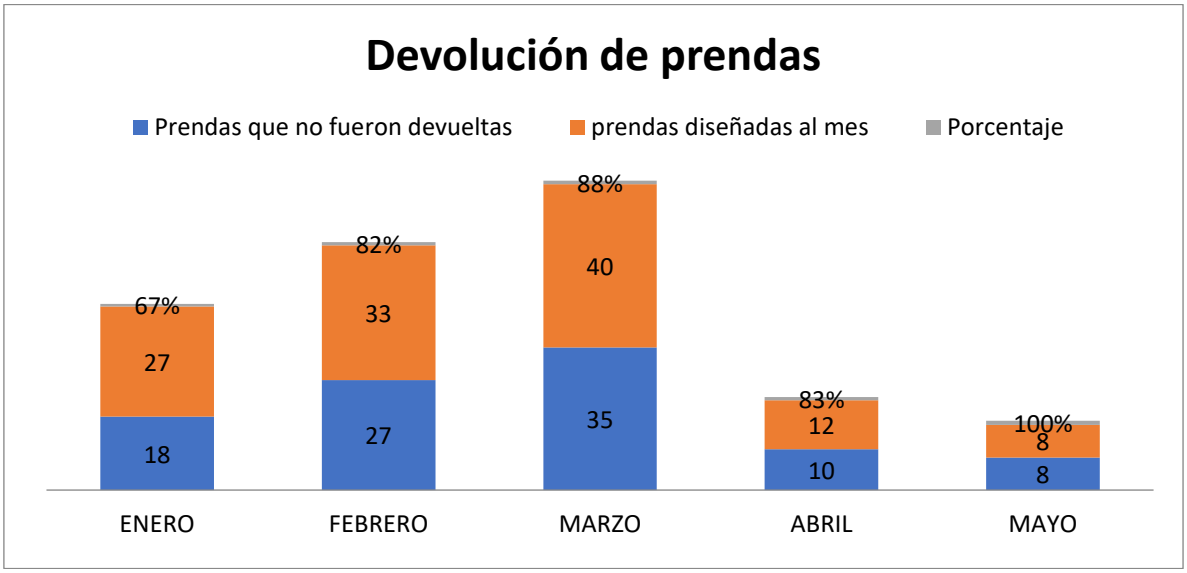
1.4 Plan de acción

- Contratar a más personal para que ayude en la fabricación de las prendas.
- Cronograma de actividades y permanente seguimiento
- Innovar las prendas y comprar tela de mejor calidad.

2. Devolución de Prendas

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Prendas que no fueron devueltas	18	27	35	10	8
prendas diseñadas al mes	27	33	40	12	8
Porcentaje	67%	82%	88%	83%	100%

Tabla 8. *Consolidado Devolución de Prendas*



Gráfica 8. *Devolución de Prendas*

2.1 Análisis del indicador

En la anterior tabla y gráfica se puedo evidenciar el total de las prendas aprobada sobre el total de las prendas que se realizaron en cada mes donde se evidenció que en el mes de febrero y abril no se cumplió con el 100% debido a que la no se tuvo mucho cuidado a la hora de coser las prendas, la tela y los bordados no eran de buena calidad también se identificó que debido al evento especial del COVID-19 se despidió a mucho personal lo que ocasionó muchos retrasos al momento de realizar las prendas y éstas se realizaban de afán sin fijarse en los detalles, sin embargo en el mes de enero, marzo y mayo se cumplió con la meta establecida ya que hubo una satisfacción por parte del cliente.

2.2 Logros

En el mes de mayo con 100% de cumplimiento de la meta, se pudo evidenciar que no se realizaron devoluciones de los productos esto quiere decir que se cumplió con las expectativas de los clientes.

2.3 Dificultades

En los meses de enero 67%, febrero 82%, marzo 88% y abril 83% se presentaron devoluciones de las prendas debido a que están no cumplían las expectativas de

los clientes por lo tanto se tuvo que hacer el arreglo correspondiente para poder cumplir con los requisitos del cliente.

2.4 Plan de acción

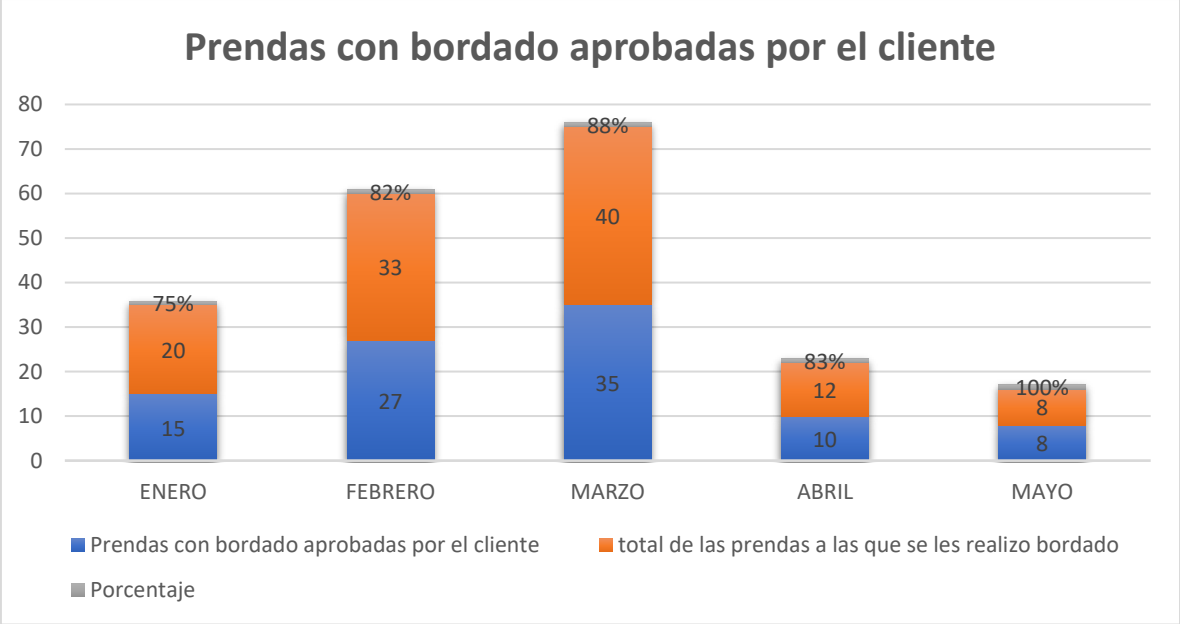
La empresa debe exigir que los trabajadores cumplan con los criterios establecidos por el cliente a la hora de diseñar una prenda sin importar el tiempo, para así tener un buen diseño de las prendas y tener una mejor organización en la empresa.

3. Prendas con Bordados aprobados

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Prendas con bordado aprobadas por el cliente	15	27	35	10	8
total de las prendas a las que se les realizo bordado	20	33	40	12	8
Porcentaje	75%	82%	88%	83%	100%

Tabla 9. *Consolidado Prendas con bordados aprobados*



Gráfica 9. *Prendas con bordados aprobados*

3.1 Análisis del indicador

Se evidenció que en el mes de mayo se cumplió con la meta establecida debido a que se cumplió con los requisitos del cliente por otro lado sabiendo que en los meses de enero, febrero, marzo y abril no se cumplió con el porcentaje establecido idea que los bordados no eran de buena calidad y se presentaban imperfecciones.

3.2 Logros

En el mes de mayo con un 100% de cumplimiento de la meta se pudo evidenciar que no se presentaron inconformidades por parte de los clientes con respecto al bordado de las prendas

3.3 Dificultades

En los meses de enero 67%, febrero 82%, marzo 88% y abril 83%, no se cumplió con el porcentaje establecido debido a que los bordados de las prendas no estaban bien hechos y se tuvieron que volver a realizar.

3.4 Plan de acción

- Realizar mayor seguimiento al momento de que se realice el bordado de las prendas para que no se puedan presentar más devoluciones
- Mejorar la calidad en las telas y bordados.
- Tener una mejor organización del tiempo.

❖ Producción

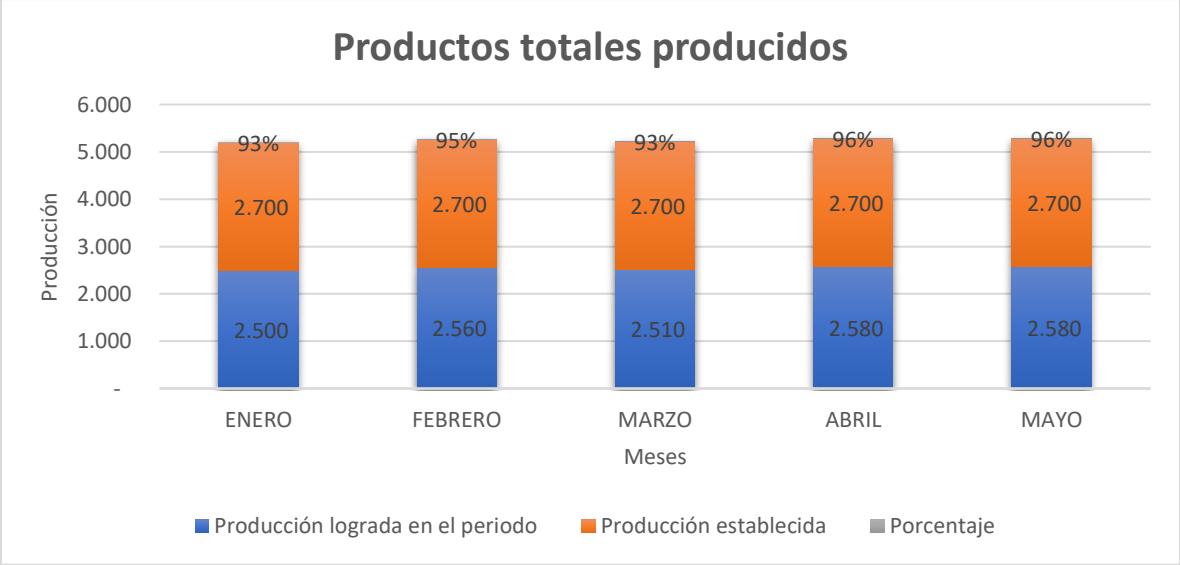
1. Productos totales vendidos

Frecuencia: Mensual

Se realizaron una serie de indicadores con el fin de identificar los productos totales vendidos; productos fabricados con defectos y órdenes de pedidos por clientes, en éstas se identificaron logros y dificultades, como también la propuesta de planes de acción pertinentes para la organización.

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Producción lograda en el periodo	2.500	2.560	2.510	2.580	2.580
Producción establecida	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700
Porcentaje	93%	95%	93%	96%	96%

Tabla 10. *Consolidado Productos totales vendidos*



Gráfica 10. *Productos totales vendidos*

1.1 Análisis del indicador

La finalidad de la creación de este indicador es medir la cantidad de ventas que comprende la empresa en cuanto a sus productos, por eso; el objetivo de este indicador es; la medición del comportamiento de la producción mensual obtenida y su crecimiento, como instrumento para la toma de decisiones.

Se puede evidenciar que la producción fue mayor en mayo y abril, mese donde se cumplió la meta, además de que se mantuvo el número de producción de ventas, además la gráfica indica que hay una tendencia a que la producción aumente en la empresa. Esto es debido a que más personas están conociendo la empresa, y que, por lo tanto, se cierran más tratos y se aumentan las ventas al detal, esto es beneficioso para la empresa si se enfoca en aumentar la satisfacción del cliente en la experiencia de compra.

1.2 Logros

Se puede observar que el margen de producción se mantiene a comparación de la producción establecida, indicando en el mes de abril y mayo con 96% se mantuvo una alta tasa de producción.

1.3 Dificultades

La tendencia de la producción indica que se va a mantener la producción, pero no indica que haya un crecimiento exponencial, por lo tanto, debido a las circunstancias de la pandemia es complicado llegar a la meta del 100 %

1.4 Plan de acción

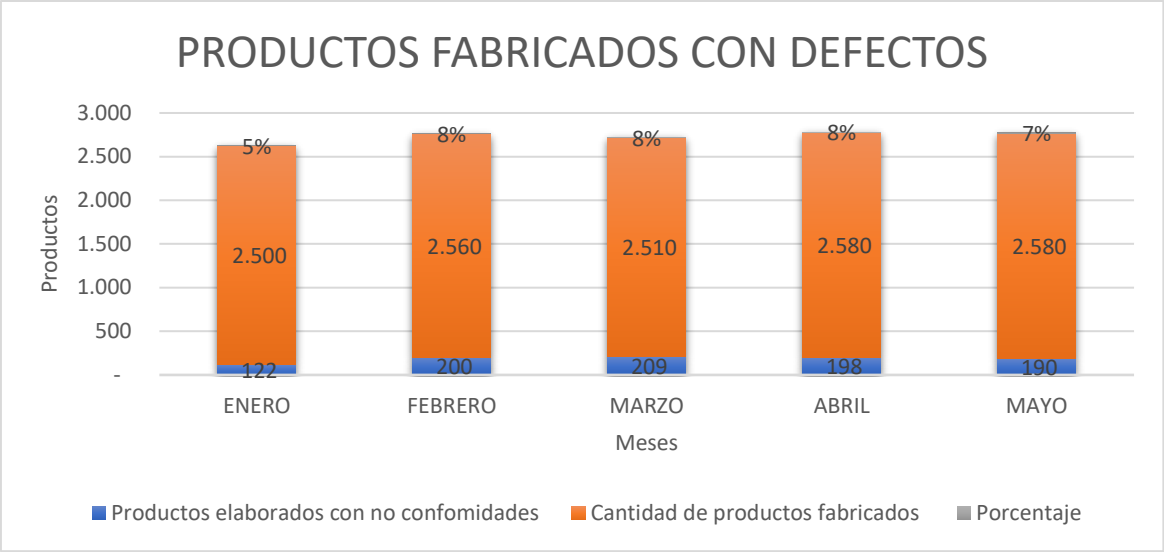
Se debe aumentar la producción de la empresa, y a su vez incrementar las ventas, todo esto es posible si se aumenta la publicidad de la marca y se agilizan los procesos de producción.

2. Productos fabricados con defectos

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Productos elaborados con no confomidades	122	200	209	198	190
Cantidad de productos fabricados	2.500	2.560	2.510	2.580	2.580
Porcentaje	5%	8%	8%	8%	7%

Tabla 11. *Consolidado Productos fabricados con defectos*



Gráfica 11. *Productos fabricados con defectos*

2.1 Análisis del indicador

La finalidad de este indicador es analizar la producción y los productos que salen con no conformidades dentro de este proceso en la empresa, por eso, el objetivo de este indicador es; La medición de la producción mensual como instrumento para el hallazgo de posibles fallas en los procesos y en los productos.

Se puede evidenciar que a mayor producción de la empresa es más probable que se presenten más inconformidades en los productos realizados, por eso, en los meses consecuentes, a marzo hubo una baja en los productos con defectos, esto es debido a que se están implementando cada vez más las tareas de control de calidad, pero esto, necesariamente significa un reproceso en la tarea de producción, por eso es necesario que el número de no conformidades disminuya en los próximos meses.

2.2 Logros

Se muestra una baja en las no conformidades en los meses de enero y mayo con 5% y 7%

2.3 Dificultades

El promedio de la gráfica muestra que es muy recurrente el porcentaje (8%de febrero a abril) de no conformidades, pero que esta se mantiene y no aumenta en lo recorrido del año.

2.4 Plan de acción

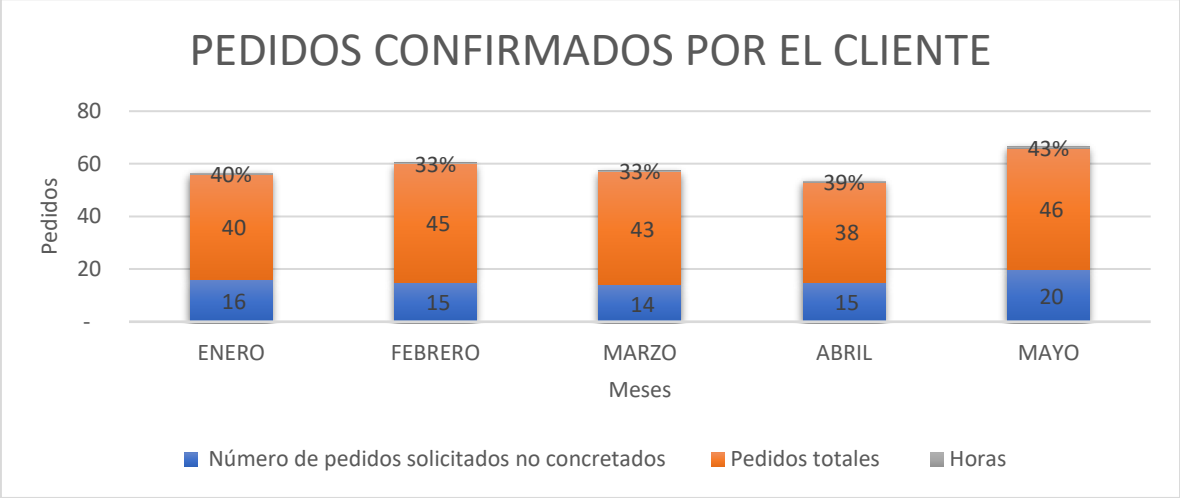
Es obligatorio tener en cuenta los flujogramas y las fichas comprendidas en el proceso de producción; hacer énfasis en la tarea de control de calidad para reprocesar el producto y tener un porcentaje más bajo en las no conformidades.

3. Órdenes de pedidos por clientes

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Número de pedidos solicitados no concretados	16	15	14	15	20
Pedidos totales	40	45	43	38	46
Horas	40%	33%	33%	39%	43%

Tabla 12. *Consolidado Órdenes de pedidos por clientes*



Gráfica 12. *Órdenes de pedidos por clientes*

3.1 Análisis del indicador

La finalidad de este indicador es medir la cantidad de pedidos no concretados y utilizar la información como instrumento para toma de decisiones, por eso, el objetivo de este indicador es; Conocer el número de pedidos solicitados que son realmente confirmados por el cliente

Por medio del gráfico se puede identificar que la cantidad de clientes que no concretan los pedidos aumenta dependiendo de la cantidad de pedidos totales, es decir, a mayores pedidos totales mayores pedidos no concretados, esto es debido a que más personas están conociendo la empresa por la publicidad que se está haciendo durante la cuarentena, también es debido que a los clientes solo contactan con la empresa porque requieren información, además de estar buscando “opciones”.

3.2 Logros

En los meses de enero y mayo (40% y 43%) se cumplió la meta establecida, en los meses consecuentes se nota un alza, pero es debido a que más personas están conociendo la organización

3.3 Dificultades

En los meses de febrero, marzo y abril (33%, 39%) se nota un alza exponencial en el porcentaje de pedidos no concretados, de igual manera, se espera una continuidad en esta subida.

3.4 Plan de acción

Colocar información que más se solicita en la página web de la organización, realizar tratos más atractivos para los clientes.

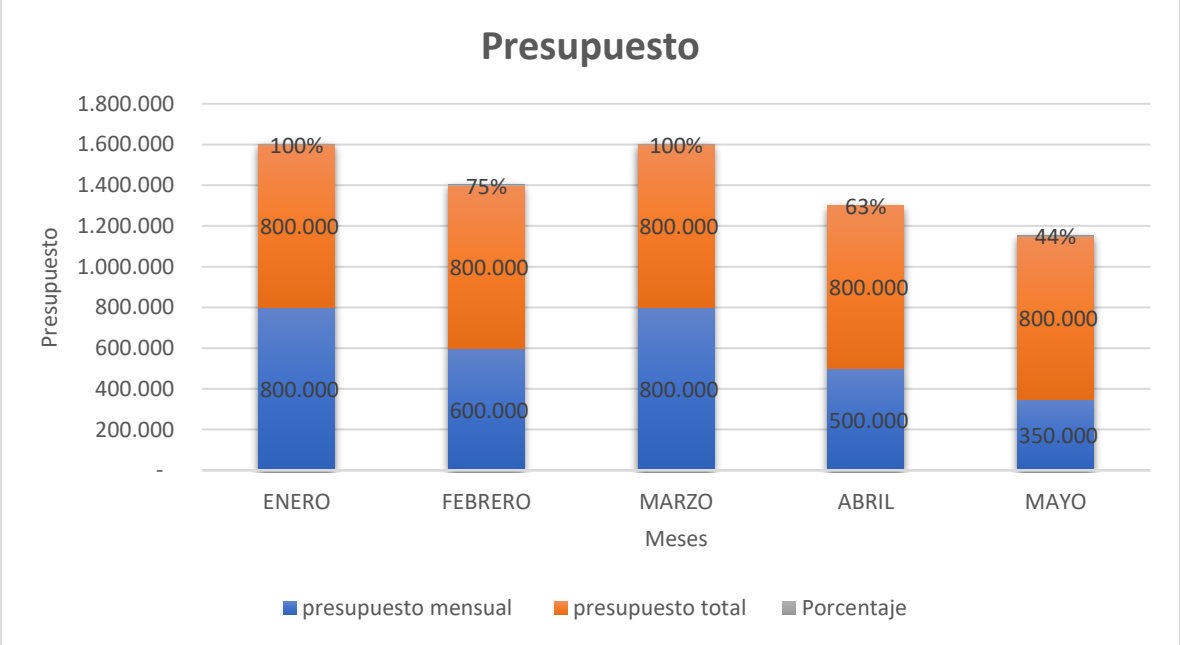
❖ Contabilidad y Finanzas

1. Análisis Presupuesto mensual

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
presupuesto mensual	800.000	600.000	800.000	500.000	350.000
presupuesto total	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Porcentaje	100%	75%	100%	63%	44%

Tabla 13. *Consolidado Presupuesto Mensual*



Gráfica 13. *Presupuesto Mensual*

1.1 Análisis del indicador

Se evidenció que en los meses de enero, febrero y marzo se cumplió con el presupuesto establecido debido a que se cumplió con la demanda del producto, por

lo tanto, en los meses de abril y mayo no se cumplió con el presupuesto establecido debido a que no hubo tanta demanda en estos meses debido al evento especial del COVID-19 y al paro nacional.

1.2 Logros

En los meses de enero 100%, febrero 75% y marzo 100% se cumplió con el porcentaje establecido ya que en estos meses hubo más ventas.

1.3 Dificultades

En los meses de abril 63% y mayo 44% no se cumplió con el porcentaje establecido debido a la situación del paro nacional.

1.4 Plan de acción

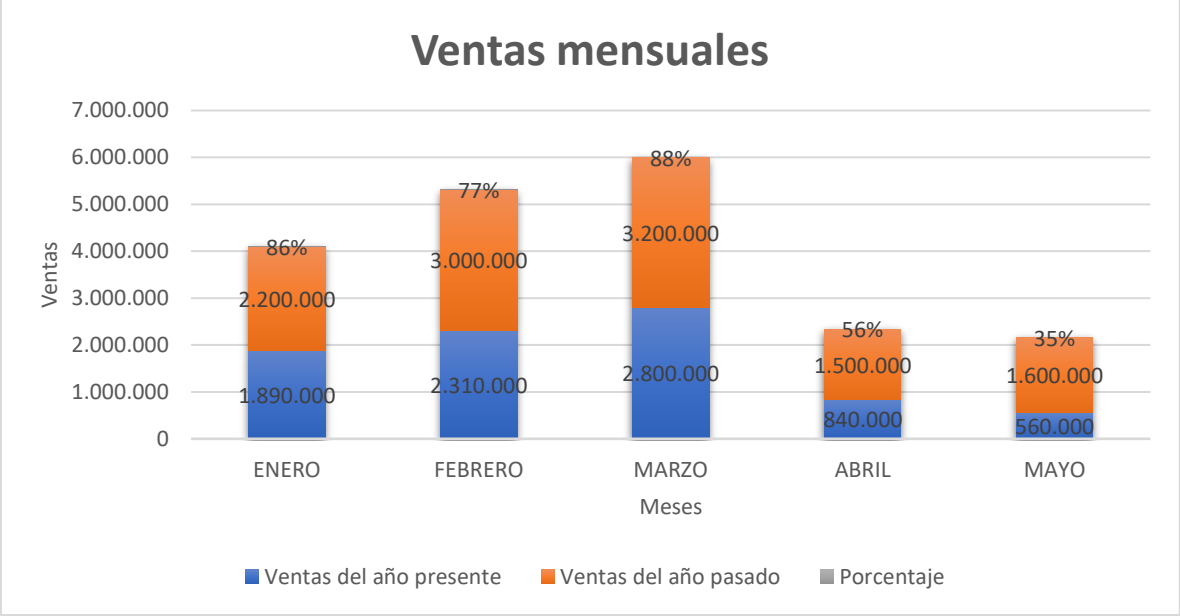
Realizar mayor publicidad a la organización para que más personas conozcan la organización.

2. Análisis ventas mensuales

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Ventas del año presente	1.890.000	2.310.000	2.800.000	840.000	560.000
Ventas del año pasado	2.200.000	3.000.000	3.200.000	1.500.000	1.600.000
Porcentaje	86%	77%	88%	56%	35%

Tabla 14. *Consolidado Ventas mensuales*



Gráfica 14. *Ventas mensuales*

2.1 Análisis del indicador

Durante los meses de enero y marzo se incrementaron las ventas ya que hubo una mayor demanda de los productos puesto que varias empresas contrataron más

personal y esto ocasionó que incrementarán nuestras ventas, por otro lado, en los meses de febrero, abril y mayo disminuyeron las ventas debido al evento especial del COVID-19 y al paro nacional, no se realizaron tantas ventas por lo tanto ocasionó una disminución de las mismas

2.2 Logros

En el año pasado hubo una gran cantidad de ventas con respecto al primer trimestre y en el mes de abril del año presente se logró tener la mayor cantidad de ventas en el año.

2.3 Dificultades

No se cumplió con un 100% en los meses debido a que las ventas han disminuido debido a la pandemia y al paro nacional y debido a esto muchas empresas han tenido que cerrar y en vista de esto se han perdido muchos clientes.

2.4 Plan de acción

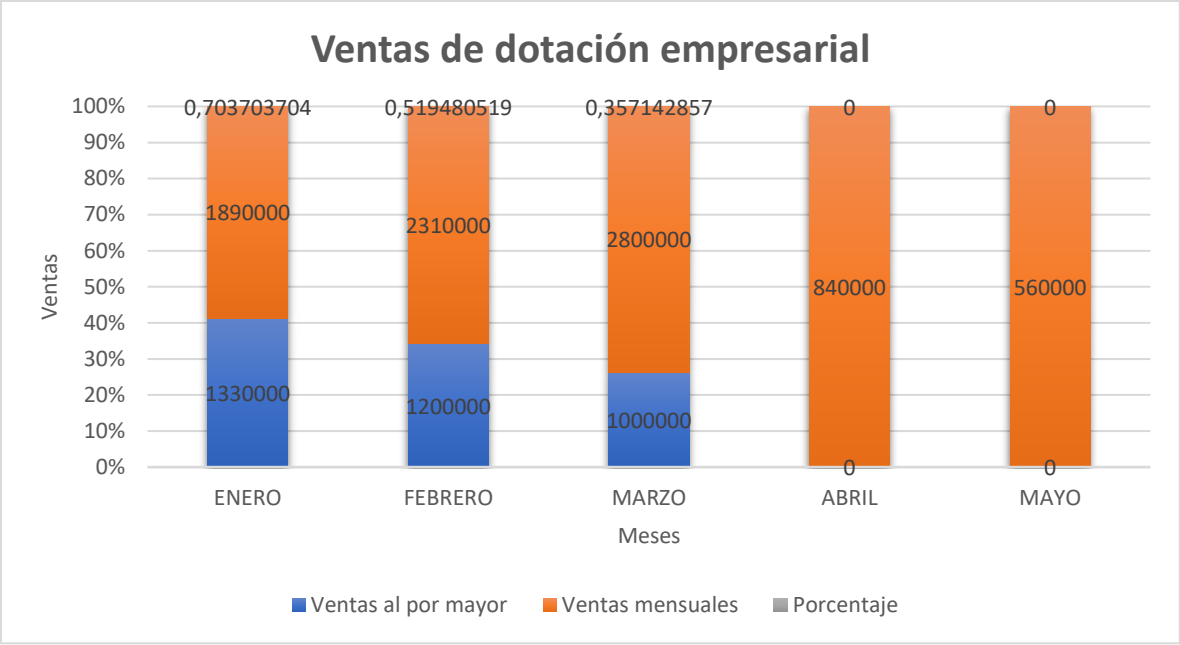
Realizar mayor publicidad, para que la organización sea más reconocida y así mismo tener más clientes.

3. Análisis facturación de dotación empresarial

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Facturación Venta de dotación empresarial	1.330.000	1.200.000	1.000.000	0	0
Facturación Ventas mensuales	1.890.000	2.310.000	2.800.000	840.000	560.000
Porcentaje	70%	52%	36%	0%	0%

Tabla 15. *Consolidado Facturación de Dotación empresarial*



Gráfica 15. *Facturación de Dotación empresarial*

3.1 Análisis del indicador

En el mes de enero se cumplió con el porcentaje establecido debido hubo apertura de varias empresas por lo tanto hubo mayor facturación durante este mes, por otro lado, los meses de febrero marzo abril y mayo no se cumple con el porcentaje establecido por varios factores debido al segundo pico de la pandemia y por los problemas sociales que se presentaron en el país.

3.2 Logros

En el mes de enero 70% se cumplió con la meta establecida ya que fue el mes en el que hubo más compras por parte de empresas.

3.3 Dificultades

En los meses de febrero a mayo (52%, y 35%) no se cumplió con lo establecido debido a que no hubo tantas ventas a empresas de dotación empresarial debido al evento especial COVID-19 y al paro nacional.

3.4 Plan de acción

Realizar más marketing con el fin de tener más clientes y que la empresa pueda cumplir con el porcentaje establecido.

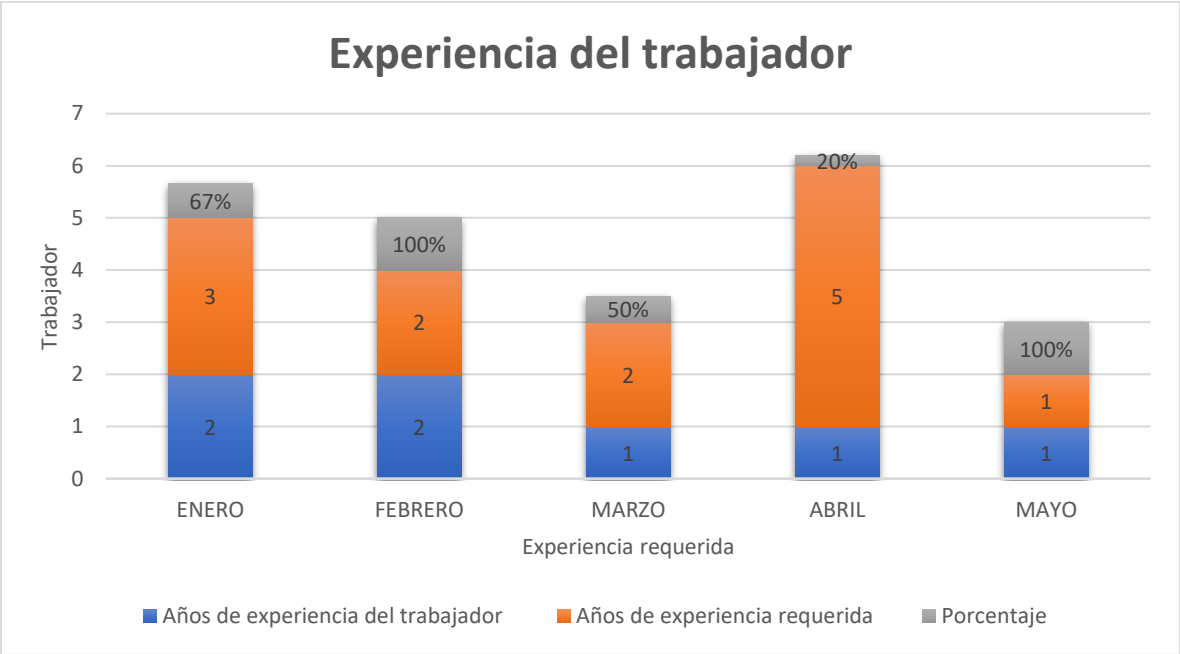
❖ Talento Humano

1. Años de experiencia

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Años de experiencia del trabajador	2	2	1	1	1
Años de experiencia requerida	3	2	2	5	1
Porcentaje	67%	100%	50%	20%	100%

Tabla 16. *Consolidado Años de experiencia*



Gráfica 16. *Experiencia del trabajador*

1.1 Análisis del indicador

Se requiere establecer un indicador en la parte de talento humano en el cual se analice la experiencia adecuada del trabajador para cada uno de los puestos de trabajo, evidenciando así 2 periodos de un 100% lo cual el personal es adecuado y competente según lo requerido por la empresa

1.2 Logros

Se obtuvo un 100% en los periodos de febrero y mayo por lo cual el personal es competente según a los años de experiencia requeridos

1.3 Dificultades

En los periodos de enero 67%, marzo 50% y abril 20% se presentó un incumplimiento de la meta lo cual el trabajador no cumple con los años de experiencia requeridos

1.4 Plan de acción

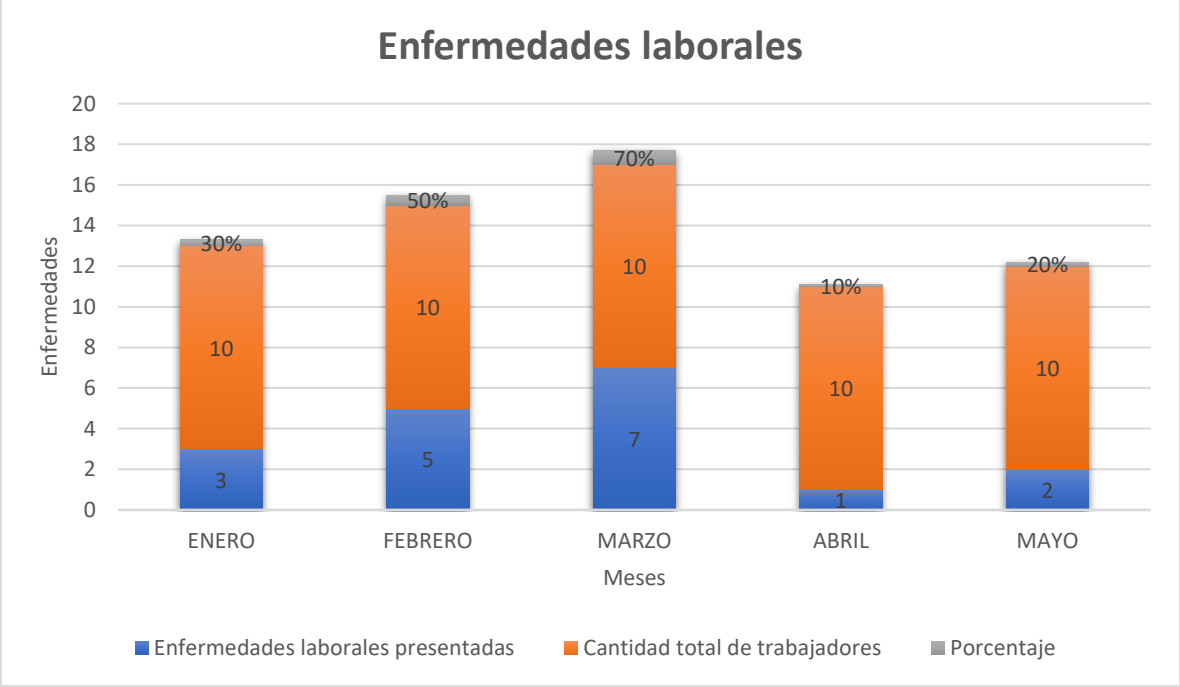
Identificar y Analizar cada posible trabajador de la empresa para que se desempeñe de manera eficaz y correspondiente a cada una de las áreas por medio de encuestas

2. Enfermedades laborales

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Enfermedades laborales presentadas	3	5	7	1	2
Cantidad total de trabajadores	10	10	10	10	10
Porcentaje	30%	50%	70%	10%	20%

Tabla 17. *Consolidado Enfermedades laborales*



Gráfica 17. *Enfermedades laborales*

2.1 Análisis del indicador

En el mes de enero, abril y mayo se cumplió con el porcentaje establecido debido a que se presentó bajas enfermedades laborales durante este mes, por otro lado, los meses de febrero marzo abril y mayo no se cumple con el porcentaje establecido por varios factores debido al tercer pico de la pandemia y por los problemas sociales que se presentaron en el país, enfermedades físicas, mecánicas y respiratorias

2.2 Logros

Se evidencia una tasa de bajas enfermedades laborales en los periodos de enero 30%, abril 10% y mayo 20% estando por debajo de la meta establecida

2.3 Dificultades

Se cuenta con 2 periodos de altas enfermedades laborales entre febrero y marzo superando el 50%

2.4 Plan de acción

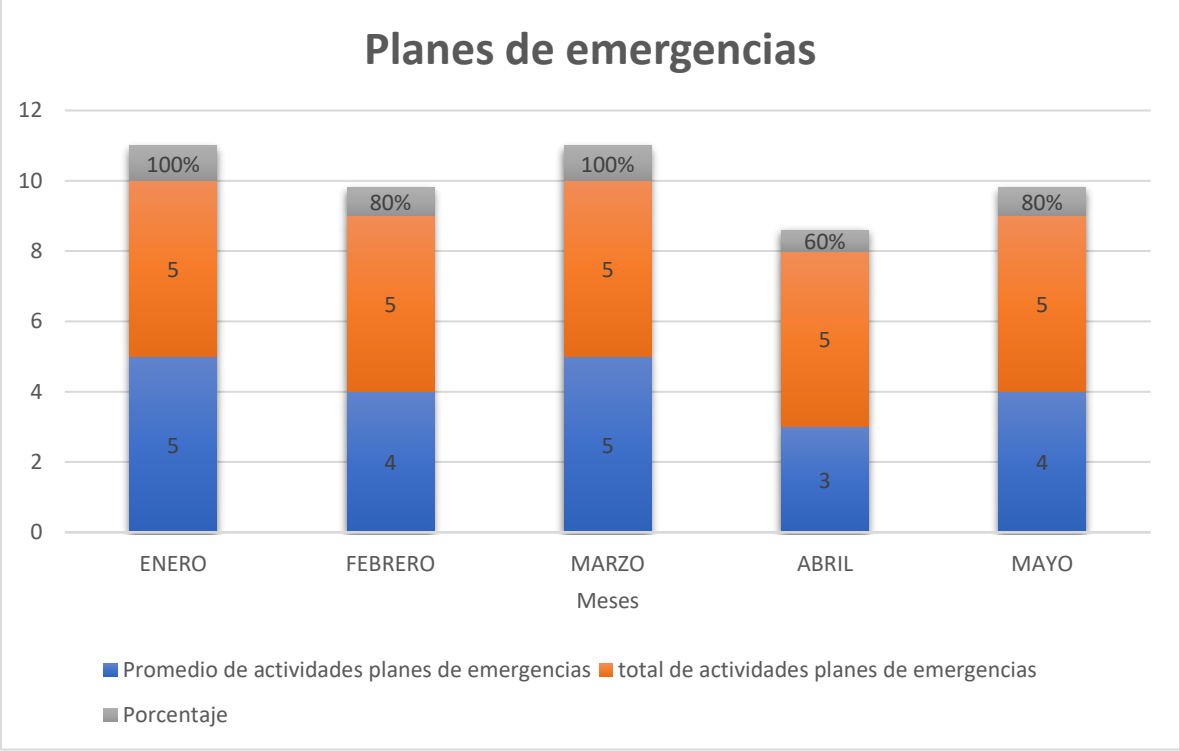
Implementar y revisar constantemente los elementos de protección personal, que se encuentren en sus mejores condiciones y realizar capacitaciones por medio de la ARL como son pausas activas (controles de ingeniería, administrativos, epps, sustitución y eliminación)

3 Planes de Emergencias (promedio)

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Promedio de actividades planes de emergencias	5	4	5	3	4
total de actividades planes de emergencias	5	5	5	5	5
Porcentaje	100%	80%	100%	60%	80%

Tabla 18. *Consolidado Planes de Emergencia*



Gráfica 18. *Planes de Emergencia*

3.1 Análisis del indicador

La finalidad de este indicador es proporcionar y mantener actualizado el Plan de emergencias correspondientes para brindar y resguardar la seguridad de cada uno de los trabajadores de la empresa.

3.2 Logros

Se obtuvo un 100% en los periodos de enero y marzo de acuerdo al promedio de actividades estipuladas en las capacitaciones de SGI Y PLAN DE EMERGENCIAS

3.3 Dificultades

No se cumplió con la meta estipulada en los periodos de febrero, abril y mayo con porcentajes faltantes del 20% y 40%

3.4 Plan de acción

Estipular en los cronogramas y planes de trabajos anuales más capacitaciones sobre los temas del SGI y de forma frecuente para que no se presenten olvidos de los temas y se implementen en cualquier momento

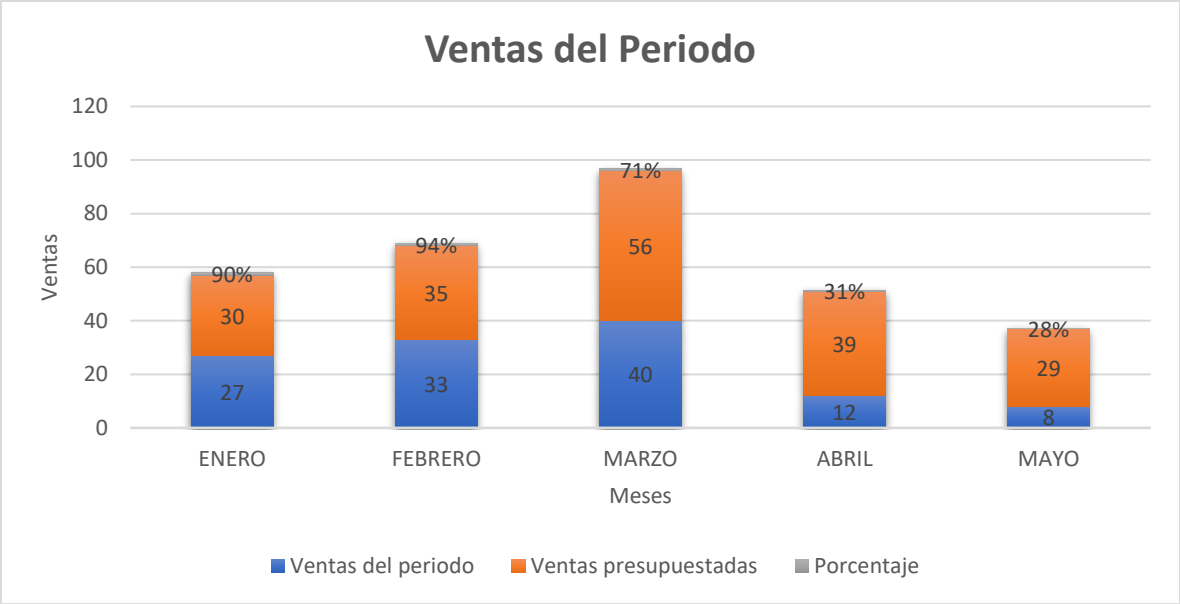
❖ Gestión Comercial

1. Ventas del periodo

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Ventas del periodo	27	33	40	12	8
Ventas presupuestadas	30	35	56	39	29
Porcentaje	90%	94%	71%	31%	28%

Tabla 19. *Consolidado Ventas del Periodo*



Gráfica 19. *Ventas del Periodo*

1.1 Análisis del indicador

La finalidad de este indicador es analizar y verificar el factor de las ventas dentro de la organización en distintos periodos del año en cuanto a factores externos como lo es evento especial COVID-19 o paro de la reforma tributaria

1.2 Logros

Se cumplió en 2 periodos del año 2021 (**enero** y **febrero**) debido a que se evidencia el factor de ventas proporcional a lo esperado y estipulado anteriormente, analizando y teniendo factores claves como evento especial COVID-19 y la reapertura del mercado en cuanto a la industria textil y manufacturera (Aumento del 4%)

1.3 Dificultades

Periodos de baja comercialización y producción debido a factores del aumento en contagios del evento especial COVID-19 (Tercer pico) y cierre temporal debido a manifestaciones ocasionadas por el Paro de la Reforma Tributaria, generando así una decadencia en la meta estipulada entre marzo y mayo disminuyendo un 40% y un 4%

1.4 Plan de acción

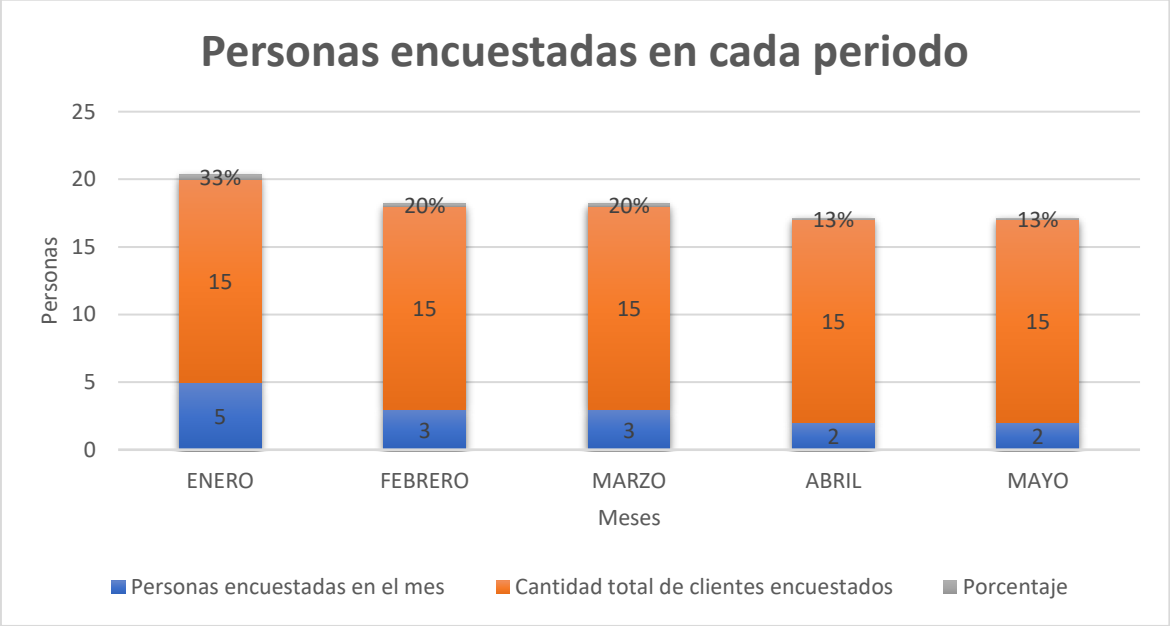
Utilizar herramientas de mercadeo como por ejemplo descuentos, promociones y garantías para no dejar de comercializar de manera eficaz, creando o diseñando otros productos que se acoplen a la situación en la que se basa la industria y el país actualmente

2. Encuesta de Satisfacción

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Personas encuestadas en el mes	5	3	3	2	2
Cantidad total de clientes encuestados	15	15	15	15	15
Porcentaje	33%	20%	20%	13%	13%

Tabla 20. *Consolidado Satisfacción del cliente*



Gráfica 20. *Satisfacción del cliente*

2.1 Análisis del indicador

La finalidad de este indicador es analizar y verificar el factor de satisfacción del cliente relacionado con las ventas de la organización en distintos periodos del año en cuanto a factores externos como lo es evento especial COVID-19 o paro de la reforma tributaria

2.2 Logros

No se obtuvieron ningún tipo de logro lo cual no se alcanzó la meta estipulada por personas encuestadas durante un mismo periodo

2.3 Dificultades

Las personas encuestadas durante los 5 periodos establecidos fueron muy pocas en especial abril y mayo con 13% relacionado al total de personas que son 15

2.4 Plan de acción

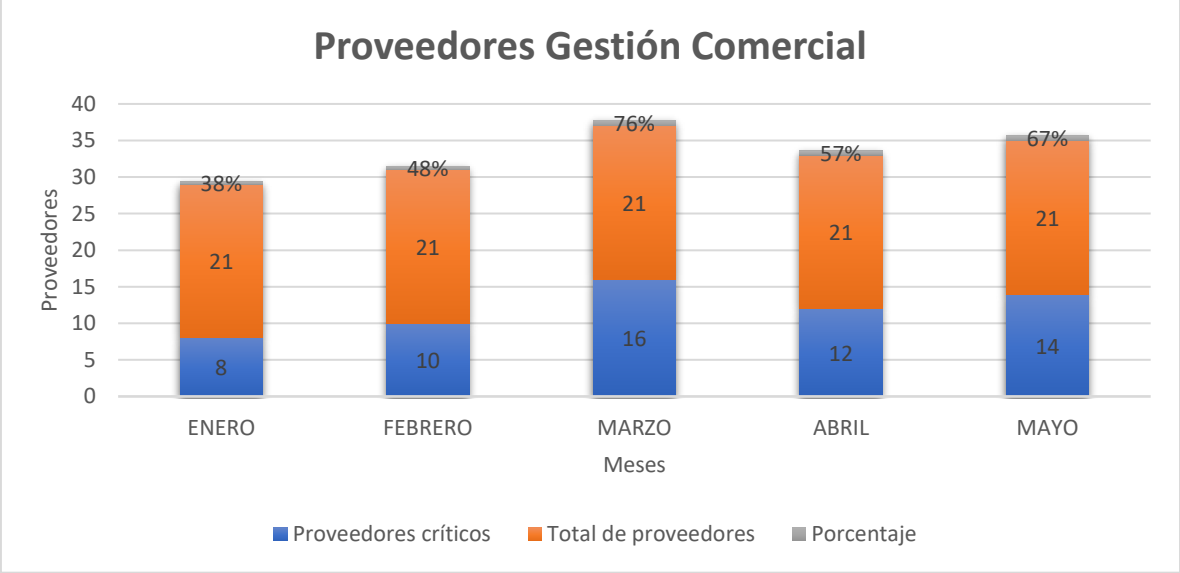
Recordar cada vez que algún cliente realice alguna compra que llene la encuesta de satisfacción o generar medidas más fáciles como lo es por vía internet mandar la respectiva encuesta a algún correo correspondiente

3. Proveedores Críticos

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Proveedores críticos	8	10	16	12	14
Total de proveedores	21	21	21	21	21
Porcentaje	38%	48%	76%	57%	67%

Tabla 21. *Consolidado Proveedores Críticos*



Gráfica 21. *Proveedores Críticos*

3.1 Análisis del indicador

La finalidad de este indicador es evaluar, seleccionar y reevaluar los proveedores a nivel crítico de la organización en distintos periodos del año en cuanto a factores externos como lo es evento especial COVID-19 o paro de la reforma tributaria

3.2 Logros

Se cumplió con la meta del 65% estipulada por la empresa en los periodos de marzo y mayo con un porcentaje del 76% y del 67%

3.3 Dificultades

Se presentaron dificultades con respecto a los periodos de enero, febrero y abril con porcentajes del 38%, 48% y 57%

3.4 Plan de acción

Realizar e identificar más proveedores de acuerdo a la base de datos de manera crítica en el cual afecten el proceso de producción, aumentando comercialización y distribución, mejorando cada proceso interno de la empresa

❖ Mantenimiento

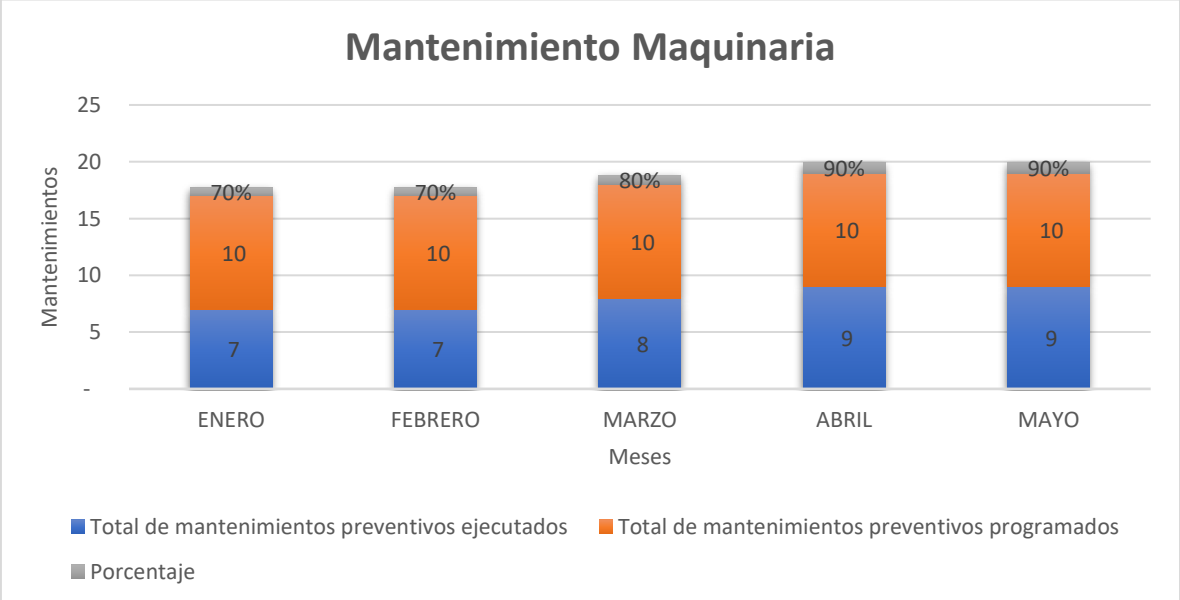
1. Mantenimiento preventivo a maquinaria

Frecuencia: Mensual

Se presentaron una serie de indicadores del área mantenimiento acerca del orden y aseo, el control en la maquinaria y en la infraestructura de la organización, todo esto, con el fin de; monitorear el cuidado y el mantenimiento de las maquinas necesarias en los diferentes procesos de la empresa, la infraestructura y áreas que comprende la organización.

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Total de mantenimientos preventivos ejecutados	7	7	8	9	9
Total de mantenimientos preventivos programados	10	10	10	10	10
Porcentaje	70%	70%	80%	90%	90%

Tabla 22. *Consolidado Mantenimiento preventivo a maquinaria*



Gráfica 22. *Mantenimiento preventivo a maquinaria*

1.1 Análisis del indicador

Frecuencia: Trimestral

La finalidad de este indicador es monitorear el funcionamiento y el estado de la diferente maquinaria que comprende la empresa para los diferentes procesos, por eso, el objetivo del indicador es medir y asegurar el correcto funcionamiento de la maquinaria empleada en el proceso de producción.
La gráfica indica que al inicio de cada trimestre hay un bajo porcentaje de cumplimiento a comparación de los mese consecuentes, esto es debido a que la empresa no realiza la inspección de la maquinaria al inicio de cada trimestre, por no tener los planes de inspección realizados.

1.2 Logros

Se puede apreciar que la meta se alcanzó en los meses de abril y mayo con 90%, la gráfica indica que puede haber una mejora en el porcentaje o de mantenerse.

1.3 Dificultades

En los meses anteriores al mes de abril se identifica que hay un porcentaje (70% y 80%) bajo cuando se inicia otra vez el proceso de medición ya que es trimestralmente.

1.4 Plan de acción

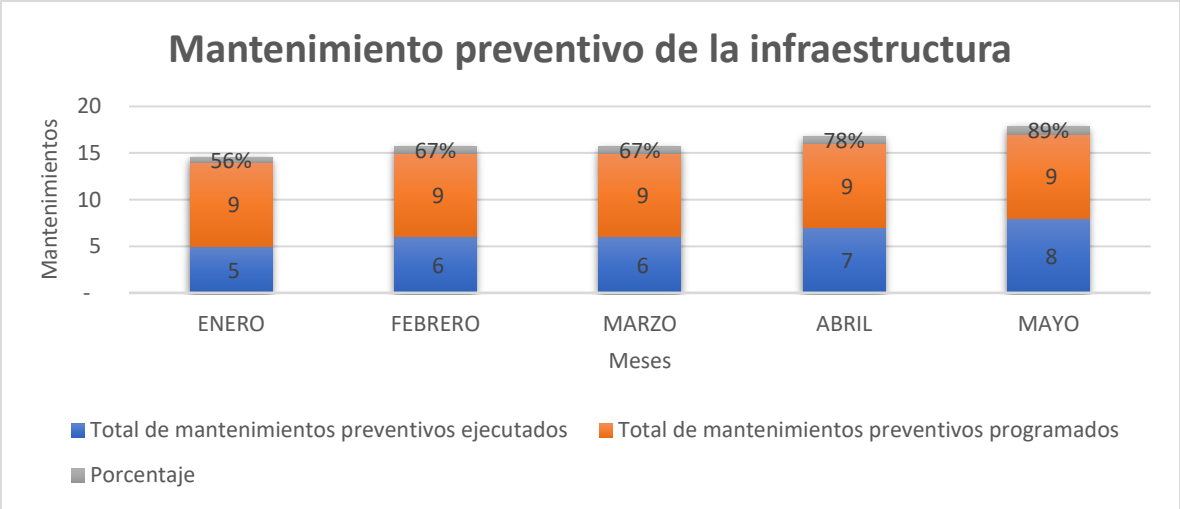
Realizar el plan de mantenimiento al inicio de cada periodo y establecer como objetivo el cumplimiento del mismo, e informar frecuentemente a la alta dirección de posibles fallas en la maquinaria utilizada en el proceso de producción.

2. Mantenimiento preventivo a infraestructura

Frecuencia: Trimestral

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Total de mantenimientos preventivos ejecutados	5	6	6	7	8
Total de mantenimientos preventivos programados	9	9	9	9	9
Porcentaje	56%	67%	67%	78%	89%

Tabla 23. *Consolidado Mantenimiento preventivo de la infraestructura*



Gráfica 23. *Mantenimiento preventivo de la infraestructura*

2.1 Análisis del indicador

La finalidad de este indicador es monitorear el funcionamiento y el estado de la infraestructura y las diferentes áreas que comprende la empresa, por eso, el objetivo del indicador es; medir y asegurar el correcto funcionamiento de las instalaciones empleadas por parte de la organización.
La gráfica indica que, al inicio de cada trimestre hay un bajo porcentaje de cumplimiento a comparación de los mese consecuentes, esto es debido a que la empresa no realiza la inspección de la maquinaria al inicio de cada trimestre, además de que al realizar la inspección de la infraestructura en muchas ocasiones será necesario el cese de la producción, lo cual sería riesgoso para la empresa sin un plan de inspección.

2.2 Logros

El mes de mayo se acercó a la meta del 89% establecida por la organización, además hay una tendencia a aumentar el porcentaje de cumplimiento según la gráfica.

2.3 Dificultades

Es muy frecuente un estancamiento, como se evidencia en el mes de febrero y marzo (67%), esto demuestra el bajo cumplimiento por parte de la empresa en los periodos.

2.4 Plan de acción

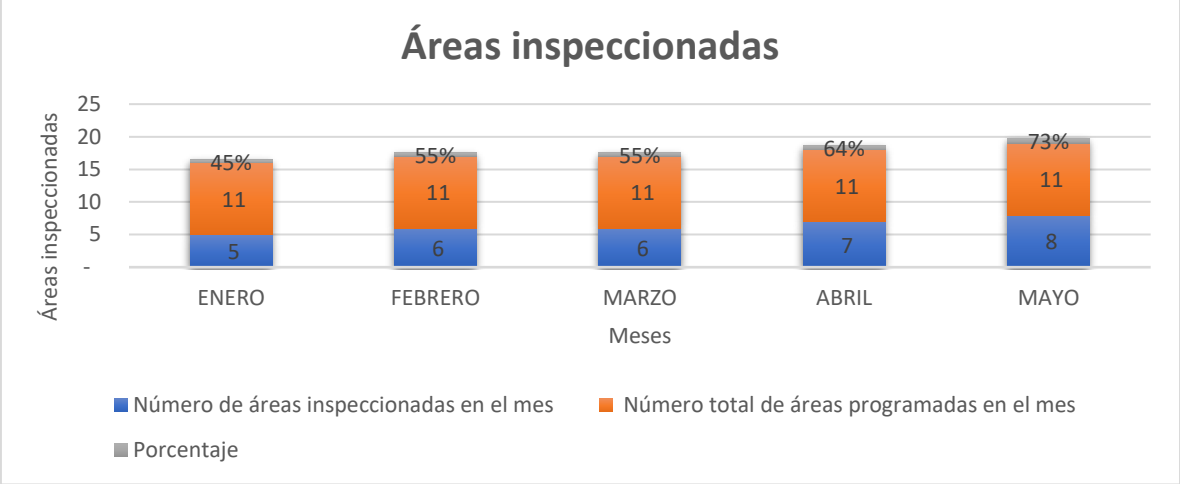
Realizar el plan de mantenimiento al inicio de cada periodo y establecer como objetivo el cumplimiento del plan, e informar frecuentemente a la alta dirección de posibles fallas en la infraestructura.

3. Orden y aseo

Frecuencia: Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Número de áreas inspeccionadas en el mes	5	6	6	7	8
Número total de áreas programadas en el mes	11	11	11	11	11
Porcentaje	45%	55%	55%	64%	73%

Tabla 24. *Consolidado Orden y aseo*



Gráfica 24. *Orden y aseo*

3.1 Análisis del indicador

La finalidad de este indicador es mantener la buena presentación de las áreas de trabajo para aumentar la productividad por parte de los trabajadores, por eso, el objetivo del indicador es; la medición y mejora de las condiciones de trabajo, elevando la cantidad, productividad, la salud y la satisfacción en el trabajo.
Se puede evidenciar en la gráfica que en los últimos meses hay un número alto en el cumplimiento de las inspecciones, pero que aún un se ha logrado inspeccionar todas las áreas programadas en el mes, esto es debido a que muchas de las áreas son necesarias para el normal proceder de los procesos misionales y que una interrupción en estas actividades afectaría directamente a la organización y a la producción de la misma, por esto es necesario un plan de inspección y comunicar con antelación a los trabajadores y jefes de procesos.

3.2 Logros

El mes de mayo con 73% se acercó a la meta, esto es debido a que la empresa cada vez está más al pendiente de las áreas que comprende el lugar.

3.3 Dificultades

No hay cumplimiento de la meta, además de que las inspecciones de las áreas se deben hacer con un plan, para de esta manera, no interrumpir las labores cotidianas de la empresa

3.4 Plan de acción

Realizar un plan para las inspecciones en el lugar, comunicar a los empleados de futras inspecciones en los lugares de trabajo, fomentar el cuidado y el mantenimiento de las instalaciones.

Anexos

MODELO BL INDICADORES V0 1.xlsx

	FICHA DE INDICADORES	CÒDIGO:	F-FI-001
		VERSIÒN:	1
		FECHA:	27/5/2021

NOMBRE DEL INDICADOR :	Indicador encuestas satisfacción del cliente
OBJETIVO DEL INDICADOR :	Medir la satisfacción negativa y positiva del cliente
UBICACIÓN DE LOS REGISTROS SOPORTES	https://docs.google.com/forms/d/18LiU9Tvo8ZJ3SXYJBxb0muURQasFRprQL3WNccLX9Uk/edit
UNIDAD DE MEDIDA:	%(PORCENTAJE)

RESPONSABLE INDICADOR:	Asistente comercial
RESPONSABLE SEGUIMIENTO INDICADOR:	Jefe de ventas
COMUNICAR LOS RESULTADOS :	Gerente

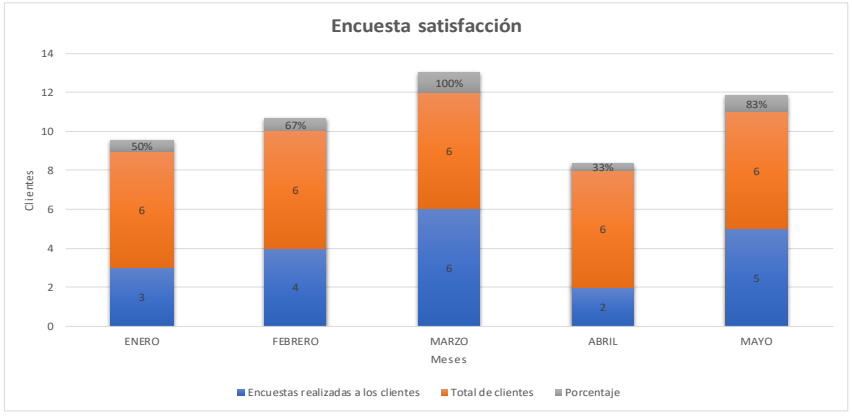
FORMULA DE CALCULO	META
$\frac{Encuestas\ realizadas\ a\ los\ clientes}{Total\ de\ clientes} * 100$	90%

TIEMPO EN EL CUAL SE CUMPLE EL OBJETIVO
Enero a Diciembre

PROCESO	Gestion Estrategica
FECHA DE ACTUALIZACIÒN	1/06/2021
FRECUENCIA	Mensual

CRITERIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Encuestas realizadas a los clientes	3	4	6	2	5							
Total de clientes	6	6	6	6	6							
Porcentaje	50%	67%	100%	33%	83%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!

GRAFICO DEL INDICADOR



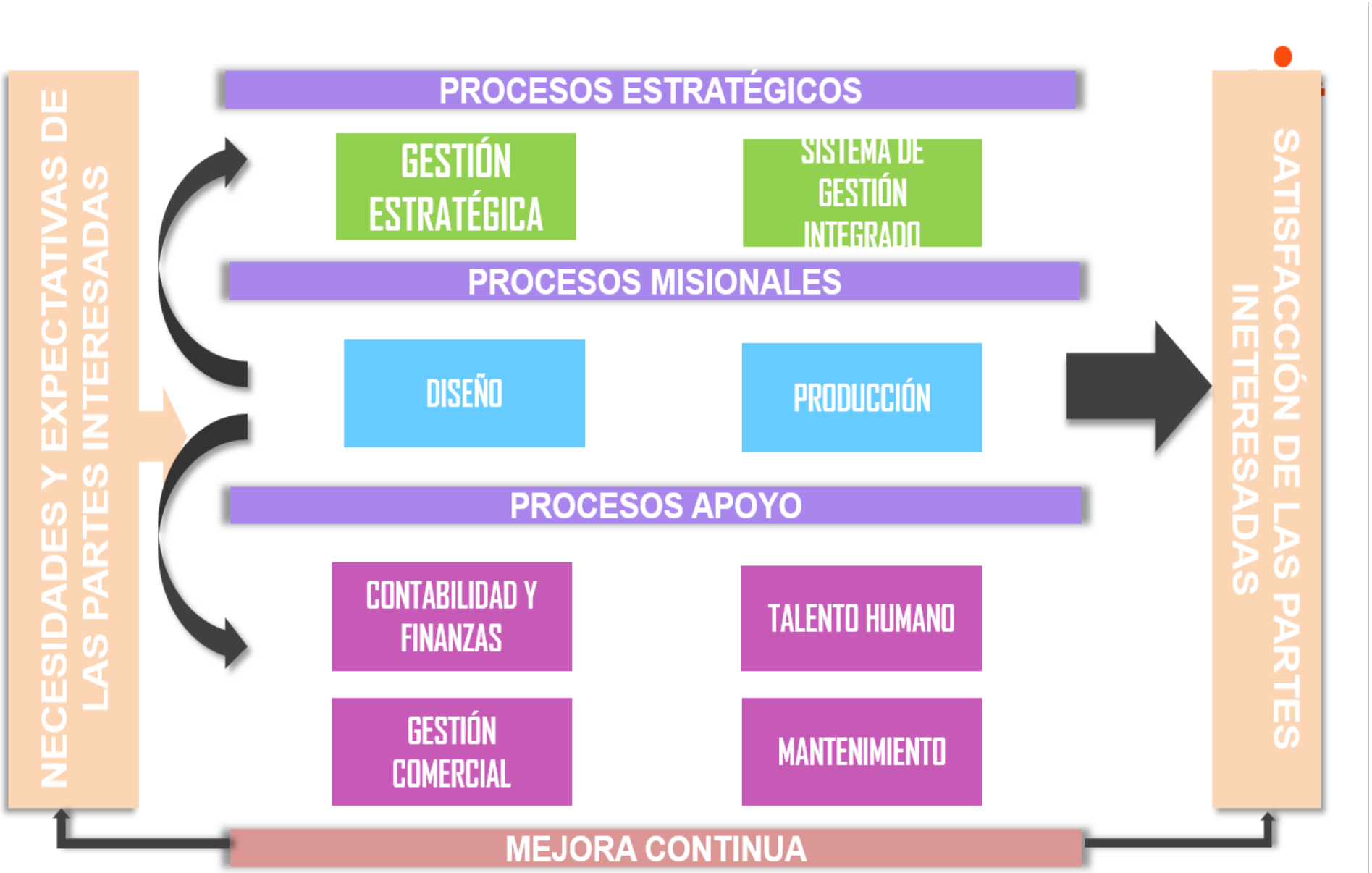
ANÁLISIS DEL INDICADOR

LOGROS	Las encuestas realizadas en el mes de (Marzo) logran evidenciar un 100% de satisfaccion de los clientes hacia la organización
DIFICULTADES	Los periodos de enero 50%, febrero 67%, abril 33% y mayo 83% se evidencias inconformidades de los clientes hacia la organización, por falta de atención y falta de eficacia en la entrega de los productos generando asi poca confianza hacia la organización.
CONCLUSIÓN	En las encuestas realizadas de (Enero a Mayo) se evidencio un grado de inconfomidad de los clientes hacia la oganizacion ya que en ese periodo de tiempo la empresa no a logrado tener eficacia con el cumpliento de los productos por motivo de la pandemia del evento especial COVID-19 que viene desde el año 2020 y el paro nacional de los ultimos dos meses, logrando solo en el mes de (Marzo y Mayo) que la totalidad de los clientes respondan la encuesta con respuestas positivas hacia la organizacion.

PLAN DE ACCIÓN

Para mejorar los periodos de los siguientes meses se deberan implementar capacitaciones de atencion al cleinte para asi garantizar la satisfaccion de este y tambien se podria implementar una ruta a los trabajadores para que se trasladen de su hogar a la organización mientras el gobierno y los organizadores del paro llegan a un acuerdo sobre la reforma tributaria del pais y asi poder garantizar el cumplimiento efectivo de las actividades, y poder efectuar la entrega del producto en su totalidad, mejorando al mismo tiempo el estado economico de la empresa.

Mapa de procesos



CONCLUSIONES

Para resumir lo planteado anterior mente se identificó que en los indicadores realizados no se cumplió con la meta establecida en algunos meses debido a que la empresa no cumplió con la entrega de los productos solicitados por los clientes ya que no contaba con la totalidad del personal y este no contaba con todos los elementos de seguridad y salud en el trabajo (EPPS), la maquinaria no cuenta con el mantenimiento requerido, también hubo una disminución de ventas debido al evento especial del COVID-19 que se está presentando en el país desde el año 2020 y ahora se suma el paro nacional que se presenta desde finales del mes de abril hasta el momento por las inconformidades que tiene el país por la reforma tributaria.

Gestión estratégica

En la gestión estratégica se evidencio en el indicador de satisfacción del cliente un cumplimiento del 100% en el mes de marzo, en las encuestas realizadas hacia los clientes se evidencio un grado de inconformidad de enero (50%) a abril (33%). En el siguiente indicador de cumplimiento de objetivos se evidencio que enero es el mes más bajo de logros obtenidos en la organización ya que tuvo un 20% debido a pérdidas económicas, a diferencia a los meses de marzo y abril que se logró un cumplimiento de objetivos del 80% logrando así la mejora de la organización, volviendo a tener un bajón de un 70%en el mes de mayo volviendo nuevamente a presentar perdidas económicas.

Sistema de gestión integrado

En el sistema de gestión integrado se evidencio que en el indicador de cumplimiento de actividades presentó un porcentaje de incumplimiento en el mes de marzo del 25% debido a la mala distribución de los programas de actividades a desarrollar en el cronograma, logrando en el mes de enero y mayo un cumplimiento del 100% debido a que había bajado el pico del evento especial del covid-19. En el indicador de entrega de producto se evidencian incumplimientos de producción en la entrega del producto en los meses de enero a mayo teniendo enero un cumplimiento de entrega del 33% siendo enero el mes más bajo en entrega de productos, destacando solo el mes de marzo se logró el 100% en la entrega de los productos. En este análisis se evidencio que la organización no cuenta con un adecuado presupuesto, con la aprobación de recursos para poder implementar de manera correcta el programa ambiental teniendo solo en el mes de mayo un logro de cumplimiento máximo de actividades ambientales realizadas del 70%.

Diseño

En este proceso se evidencia la cantidad de prendas aprobadas por el cliente se puede indicar que en los meses de enero a abril se presentaron varias inconformidades por lo tanto no se cumplió con la meta establecida del 100% debido a que no se contaba con el personal suficiente para el diseño de prendas, en el mes de mayo se cumplió con el porcentaje

establecido debido a que se cumplió con los requisitos del cliente, se tenía el personal requerido y no se presentó ninguna inconformidad.
En el indicador de devolución de prendas se identificó en el mes de marzo y abril no se cumplió con el 100% debido a que no se tuvo cuidado a la hora de realizar las prendas y la tela no era de buena calidad, sin embargo, en el mes de enero, marzo y mayo se cumplió con la meta establecida logrando la satisfacción del cliente.
En el indicador de prendas con bordados aprobadas se evidencio que en el mes de mayo se logró con la meta establecida logrando un 100% debido a que se cumplió con los requisitos del cliente, en los anteriores meses de enero a abril se evidencia un incumplimiento con el porcentaje establecido debido a que los bordados presentaron imperfecciones y no eran de buena calidad

Producción

En el indicador de los productos totales vendidos se determinó que la producción fue mayor en febrero, abril y mayo fue del 95% y 96% debido a que se mantuvo la alta tasa de producción, por lo tanto, en los meses de enero y marzo se evidencia un 93% de incumplimiento debido a que se mantiene la producción, pero no indica que hay un crecimiento, fue complicado llegar a la meta del 100% debido a la pandemia.
En el indicador de productos fabricados con defectos se evidencia que en los meses de febrero, marzo y abril se puede evidenciar que se presentaron varias prendas con defectos de un 8% debido que se están a que se están implementando cada vez más las tareas de control de calidad. En el indicador de órdenes de pedidos por clientes se evidencia que en los meses de febrero y marzo se cumplió con la meta establecida teniendo un cumplimiento del 33% a diferencia de los meses de abril y mayo se nota un alza exponencial en el porcentaje ya que en el mes de abril se presenta un 39% y en el mes de mayo un 43%.

Contabilidad y finanzas

En el primer indicador que es del análisis de presupuesto mensual se puede identificar que en los meses de enero a marzo se cumplió con el presupuesto establecido debido a que se cumplió con la demanda del producto, por otro lado, en los meses de abril y mayo que nos dieron un porcentaje del 63% y 44% debido a que no hubo tanta demanda también por el evento especial del COVID-19 y al paro nacional
En el siguiente indicador de análisis de ventas mensuales de identifico que en los meses de enero y marzo nos dio un cumplimiento del 86% y 88% debido a que incrementaron las ventas ya que hubo una mayor demanda, mientras que en los meses de febrero, abril y mayo disminuyeron las ventas disminuyeron las ventas por el evento especial del COVID-19 y el paro nacional.

Talento humano

En el primer indicador de talento humano que son los años de experiencia se pudo identificar que en el mes de febrero y mayo se obtuvo un 100% debido a que el personal

es competente según los años de experiencia requerida a diferencia de los periodos de enero, marzo y abril se presentó un incumplimiento de la meta ya que los trabajadores no cumplían con los años de experiencia requerida.
En el indicador de enfermedades laborales se evidencia una baja de enfermedades laborales en los meses de enero (30%), abril (10%) y mayo (20%), estando así por debajo de la meta establecida teniendo dificultades para cumplir con la meta en los meses de febrero y marzo superando el 50%.
Indicador planes de emergencia (promedio) en este indicador se tuvo un 100% en los meses de enero y marzo de acuerdo al promedio de actividades estipulados en las actividades de capacitaciones de SGI y plan de emergencia, en los meses de febrero abril y mayo con porcentajes faltantes del 80% y 60% no se logró cumplir con la meta estipulada

Gestión comercial
En el primer indicador que es ventas del periodo se identificó que en los meses de enero (90%)y febrero (94%) hubo un cumplimiento debido a que el factor de ventas cumplió con lo esperado y estipulado, teniendo periodos de baja comercialización debido al covid-19 y el paro nacional, generando una decadencia en los meses de marzo, abril y mayo. En el indicador de la encuesta de satisfacción se puedo identificar que no se evidencio ningún logro ya que no cumplió con la meta establecida durante los 5 periodos establecidos en especial abril y mayo que tuvieron un 13% al total de personas encuestadas que son 15.
En el último indicador que hace parte de los proveedores críticos en este indicador se cumplió con la meta estipulada del 65% en los meses de marzo y mayo obteniendo un porcentaje del 76%y 67% presentando dificultades en los meses de enero, febrero y abril con porcentajes del 38%, 48% y 57%.

Mantenimiento
En el primer indicador de mantenimiento que es mantenimiento de maquinaria se puede evidenciar que la meta se alcanzó en los meses de abril y mayo ya que se obtuvo un 90% a los anteriores meses de enero a marzo ya que estos tienen un 70% ya que el proceso de medición es trimestralmente.
Indicador de mantenimiento preventivo a infraestructura, en el mes de mayo se obtuvo un 89% acercándose a la meta establecida en la organización, ya que es muy frecuente un estancamiento como se evidencia en el mes de febrero y marzo que obtuvieron un 77% demostrando el bajo cumplimiento.
En el indicador de orden y aseo se evidencia que en el mes de abril se acercó a la meta establecida obteniendo un 74% de cumplimiento ya que la empresa está más pendiente de las áreas que comprende el lugar, se demuestra un incumplimiento de la meta en los anteriores periodos de un 55% ya que las inspecciones de las áreas se deben hacer con un plan de acción para que de esta manera no se interrumpan las labores cotidianas de la empresa.

Recomendaciones

- Realizar mantenimiento a la maquinaria (cada 6 meses)
- Realizar una mayor publicidad para que la organización sea más reconocida y obtener más clientes
- Realizar capacitaciones de atención al cliente para mejorar la satisfacción de este
- Colocar una ruta para los trabajadores mientras los del comité del paro y el gobierno llegan a un acuerdo
- Implementar los recursos y el personal adecuado para asumir el programa ambiental