



**Documentación del desarrollo de los productos de marcas propias en el grupo éxito:
Desarrollo de la documentación requerida para la producción de diferentes alimentos.**

Katherin Vergara Gómez

Ingeniera Industrial

Modalidad de Práctica:

Práctica Empresarial

Nelson Orozco, Título académico más alto PHD en Administración Gerencial

Universidad de Antioquia

Facultad de Ingeniería

Ingeniería Industrial

Medellín, Antioquia, Colombia

2025

Documentación del desarrollo de productos para las marcas propias en el grupo éxito: Desarrollo de la documentación requerida para la producción de diferentes alimentos.

Cita	(Vergara Gómez Katherin, 2024)
Referencia	Vergara Gómez Katherin. (2024). <i>Documentación de procesos en Grupo Éxito para productos de marcas propias</i> [Informe de práctica]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	



Centro de Documentación Ingeniería (CENDOI)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Documentación del desarrollo de productos para las marcas propias en el grupo éxito: Desarrollo de la documentación requerida para la producción de diferentes alimentos.

Dedicatoria

A todos aquellos que, de una u otra forma, han contribuido a la culminación de este trabajo, quiero expresar mi más sincero agradecimiento. A mi familia, mi refugio y mi mayor apoyo, por creer en mí incondicionalmente y brindarme su amor incondicional. A mis padres, quienes me inculcaron el valor del estudio y me animaron a seguir mis sueños. A mi pareja, por su apoyo incondicional, por las risas compartidas y los momentos inolvidables. A mis amigos, mi segunda familia, por celebrar mis logros y acompañarme en los momentos más difíciles.

A mis profesores, quienes con su pasión y conocimiento han despertado en mí la curiosidad por la ingeniería industrial y me han guiado en este camino. A mi universidad, por proporcionarme las herramientas y el entorno necesarios para desarrollar este proyecto. A mi mentor, Nelson Orozco, cuyo asesoramiento y experiencia han sido fundamentales para la realización de este trabajo. Su guía me ha permitido superar obstáculos y alcanzar nuevas metas.

Y finalmente, a la vida, por todas las experiencias, oportunidades y desafíos que me ha brindado. Cada paso de este recorrido ha sido una lección valiosa que me ha moldeado como persona y como profesional. Este trabajo es el fruto de todo lo que he aprendido y vivido.

Agradecimientos

Este logro es el resultado de la unión de diversos factores. Agradezco a mi familia, mi mayor apoyo, por su amor incondicional y su confianza en mí. A mis amigos, por compartir conmigo las alegrías y las dificultades de este camino. A la Universidad de Antioquia, por brindarme las herramientas y el ambiente necesarios para llevar a cabo este recorrido. Al Grupo Éxito por brindarme la oportunidad de realizar las prácticas empresariales y darme una experiencia inolvidable llena de conocimiento, retos y personas maravillosas. Y, por supuesto, a todos aquellos que, de una u otra forma, han contribuido a la realización de este trabajo.

Documentación del desarrollo de productos para las marcas propias en el grupo éxito: Desarrollo de la documentación requerida para la producción de diferentes alimentos.

Tabla de contenido

Contenido

Resumen.....	7
Abstract.....	8
1. Introducción.....	9
2. Objetivos.....	10
2.1 Objetivo general.....	10
2.2 Objetivos específicos.....	10
3. Marco teórico.....	11
4. Metodología.....	18
5. Resultados.....	23
6. Análisis de resultados.....	25
6.1 Resultados objetivo 1.....	30
6.2 Resultados objetivo 2.....	32
6.3 Resultados objetivo 3.....	33
7. Conclusiones y recomendaciones.....	39
7.1 conclusiones.....	39
7.2. Recomendaciones.....	39
Referencias.....	42
8. Anexos.....	44

Documentación del desarrollo de productos para las marcas propias en el grupo éxito: Desarrollo de la documentación requerida para la producción de diferentes alimentos.

Lista de tablas

Tabla 1 Resultados	23
Tabla 2. Modelo de mejora base	24

Documentación del desarrollo de productos para las marcas propias en el grupo éxito: Desarrollo de la documentación requerida para la producción de diferentes alimentos.

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Diagrama causa efecto	19
Ilustración 2 Diagrama de flujo negociación	25
Ilustración 3 Diagrama de flujo desarrollo de producto	26
Ilustración 4 Diagrama de flujo control de calidad	27
Ilustración 5 Diagrama de flujo etapa final	28
Ilustración 6 Respuesta encuesta control de calidad	30
Ilustración 7 Respuesta encuesta control de calidad	31
Ilustración 8 Respuesta encuesta control de calidad	32
Ilustración 9 Respuesta encuesta control de calidad	33
Ilustración 10 Modelo base mejora	34

Documentación del desarrollo de productos para las marcas propias en el grupo éxito: Desarrollo de la documentación requerida para la producción de diferentes alimentos.

Resumen

Este proyecto se enfoca en fortalecer la calidad de los productos de marcas propias en Grupo Éxito, líder del retail en Colombia. A través de la documentación de procesos, se busca optimizar la documentación de fichas técnicas, tablas nutricionales, diagramas de procesos, materias primas, registros sanitarios, materiales de empaque y vidas útiles con sus respectivos soportes para garantizar una información clara respecto a lo que se produce. El objetivo principal es documentar detalladamente los procesos actuales y estandarizar formatos documentados en todas las etapas de desarrollo de productos. La metodología incluirá análisis exhaustivo de procesos, revisión de normativas de calidad, y la creación o actualización de herramientas documentales específicas para garantizar la mejora continua en la producción de marcas propias de Grupo Éxito para de esta manera iniciar una mejora en la calidad de estos buscando siempre aportar de forma positiva a la compañía.

Palabras clave: Normativa, calidad, desarrollo, producción, documentar, retail, Colombia, producto, optimizar.

Abstract

This project aims to enhance the quality of private label products within Grupo Éxito, a leading retail company in Colombia. By implementing comprehensive process documentation, we seek to optimize the documentation of technical data sheets, nutritional information, process flowcharts, raw materials, sanitary registrations, packaging materials, shelf life, and their respective supporting documentation. The primary objective is to thoroughly document current processes and standardize documentation formats at all stages of product development. The methodology will involve a comprehensive analysis of processes, a review of quality standards, and the creation or updating of specific documentation tools to ensure continuous improvement in the production of Grupo Éxito's private label brands. Ultimately, this project will contribute to a significant improvement in product quality and positively impact the company.

Keywords: Regulation, quality, development, production, document, retail, Colombia, product, optimize.

1. Introducción

El sector retail a nivel mundial está en una transformación profunda debido a factores tecnológicos, socioeconómicos y culturales. Tendencias como el comercio electrónico, la personalización de la experiencia del cliente y el auge de las marcas propias están cambiando los modelos de negocio tradicionales. En este escenario, Grupo Éxito, líder del retail en Colombia, enfrenta retos y oportunidades en el desarrollo de sus marcas propias.

El comercio electrónico ha crecido exponencialmente, impulsado por la pandemia, lo que obliga a los retailers a adaptarse a nuevos canales de venta y a ofrecer experiencias de compra omnicanal. Las tecnologías de datos permiten personalizar la experiencia del cliente, ofreciendo recomendaciones y promociones dirigidas que satisfacen necesidades individuales. Además, las marcas propias han tomado relevancia como estrategia para diferenciarse, mejorar márgenes de ganancia y fidelizar a los clientes, quienes perciben estas marcas como una alternativa de calidad.

En Colombia, el mercado retail se caracteriza por una clase media en crecimiento, mayor urbanización y una demanda de productos y servicios de calidad. Grupo Éxito ha consolidado su posición con una amplia red de tiendas y una oferta diversificada, aunque enfrenta una competencia creciente con la llegada de nuevos actores y la expansión de los formatos de descuento. (Murcia, 2024)

Bajo el trabajo que se realizó se mostraron diferentes resultados que permiten inquietarse como compañía y dar pie a implementar soluciones, se implementó una recolección de datos que por medio de fichas técnicas de la empresa con información correspondiente a cada uno de sus productos que pertenecen a las marcas propias; dándole un orden a la información y recopilando información que no hacía parte de las bases de datos que se manejaban en la compañía.

Todo esto dio paso a un trabajo largo que por meses permitió que se documentara información detallada para la mejora de cada uno de sus procesos internos y a un futuro poder ver una mejora significativa en reducción de errores y disminución de costos.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Mejorar, actualizar y crear la documentación del desarrollo de productos bajo la marca propia del éxito alineándose con las tendencias del mercado y las expectativas de los consumidores.

2.2 Objetivos específicos

- Revisar la documentación actual correspondiente al proceso de desarrollo de los productos de la marca propia de grupo éxito.
- Identificar las principales ineficiencias presentadas en el desarrollo de los productos de la marca propia del grupo éxito.
- Realizar un plan de mejoramiento para el desarrollo del producto realizados por el grupo éxito.

3. Marco teórico

En el contexto actual de la industria alimentaria, caracterizado por una creciente demanda de productos seguros y de alta calidad, la gestión de la documentación se ha convertido en un aspecto fundamental. La presente investigación se centra en analizar las deficiencias en la documentación de los productos de marca propia del Grupo Éxito y proponer estrategias para mejorar su gestión. Este marco teórico tiene como objetivo establecer las bases conceptuales que sustentan la importancia de una documentación precisa y actualizada, explorando las relaciones entre la gestión de la calidad, el desarrollo de nuevos productos, la gestión documental y la innovación.

La revolución industrial 4.0 ha traído consigo la necesidad de digitalizar y optimizar los procesos productivos. En este contexto, la gestión de la documentación de productos adquiere una relevancia especial. Por esta razón se exploran las bases conceptuales que sustentan la importancia de una documentación digitalizada y conectada, así como las tecnologías emergentes que pueden contribuir a mejorar la eficiencia y la eficacia de los procesos. (comunicaciones, 2019)

Mediante la metodología Six Sigma se enfoca en la reducción de la variabilidad de los procesos y la eliminación de defectos. La documentación detallada es esencial para identificar y cuantificar los defectos y para realizar un seguimiento de las mejoras (Harry & Schroeder, 2000); y aunque en este caso no se uno de esta metodología como tal, su concepto, abre una base muy importante, mediante la cual se plantea una corrección dentro de los procesos que los haría mucho más productivos, que esto fue lo que se llevó a cabo dentro de la metodología.

Los Sistemas de Gestión Documental Electrónicos pueden mejorar la eficiencia y la eficacia de la gestión documental, facilitando la búsqueda, el almacenamiento y la recuperación de la información (O'Brien & Marakas, 2011); razón por la cual, se implementó de esta forma dentro del proceso, permitiendo tener una trazabilidad de la información, que brindara a quien requiera un

acceso a esta, garantías de que la información esta lo más actualizada posible y además que esta verificada y aprobada por el equipo de calidad de la compañía.

Por otro lado, la calidad y seguridad alimentaria son factores indispensables dentro de este proceso, porque principalmente se busca que los requerimientos nutricionales y legales, estén completamente cumplidos y de la mejor forma posible por lo que la **Resolución 2492 de 2022** emitida por el Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia es una normativa fundamental que regula el etiquetado nutricional y frontal de los alimentos envasados y empacados para consumo humano en el país, esta es una herramienta clave para desarrollar todo el proceso, ya que permite validar la información y tener un enfoque claro en lo que se pide y en cómo se debe diligenciar legalmente.

Otra herramienta legal muy importante a utilizar es la **5109 de 2005** que es el reglamento del etiquetado de alimentos en Colombia, emitido por el Ministerio de la Protección Social en 2005, establece las reglas básicas que deben seguir los fabricantes de alimentos envasados y sus materias primas para informar de manera clara y precisa a los consumidores sobre los productos que adquieren; Garantizando que los consumidores tengan acceso a información veraz y comprensible sobre los alimentos que consumen para así evitar prácticas engañosas o que induzcan al error en el etiquetado de los productos y contribuir a la seguridad alimentaria al exigir información clara sobre los ingredientes, alérgenos y condiciones de almacenamiento.

La gestión de la documentación en la industria alimentaria ha evolucionado significativamente en las últimas décadas, pasando de sistemas analógicos a plataformas digitales cada vez más sofisticadas. Sin embargo, esta transformación digital plantea nuevos desafíos relacionados con la privacidad de los datos y la sostenibilidad. La creciente digitalización de los procesos industriales ha llevado a una acumulación masiva de datos, incluyendo información sensible sobre consumidores, proveedores y procesos productivos. En este contexto, la protección de la privacidad se ha convertido en un imperativo legal y ético. Las regulaciones como el RGPD

y las leyes nacionales de protección de datos establecen un marco normativo riguroso para el tratamiento de datos personales. (CEPAL, 2022)

- Datos de consumidores: Información de contacto, hábitos de consumo, preferencias alimentarias, alergias, etc.
- Datos de proveedores: Información comercial, contratos, certificaciones de calidad, etc.
- Datos de productos: Fórmulas, procesos de producción, trazabilidad, etc.

Para garantizar la protección de estos datos, es necesario implementar medidas de seguridad robustas, como:

- Encriptación: Codificación de los datos para hacerlos ilegibles para terceros no autorizados.
- Acceso restringido: Control de acceso a los sistemas y datos basado en roles y perfiles.
- Pseudonimización: Sustitución de datos identificativos por identificadores artificiales.
- Anonimización: Eliminación de cualquier información que pueda identificar a un individuo.

Sin embargo, la única variable que juega en el camino no es la seguridad de los datos, es también que estos estén verificados y validados por un equipo que les permita seguir todos los lineamientos de calidad según las normas que lo rigen, por lo que se entiende calidad como la una virtud multidimensional que afecta todos los aspectos de un producto o servicio en medio de la búsqueda constante de la satisfacción al cliente (Hoyer, revista Quality Progress, 2001). Por lo anterior mencionado, se podría evidenciar, que buscar la calidad en el ámbito que se requiera es un proceso largo y constante ya que es necesario estar evaluando constantemente diferentes variables que impactan de alguna manera la producción completa y detallada de un producto o servicio, enfocado siempre en que genere buenos resultados en todos los aspectos con relación al cliente.

La calidad dentro de una empresa esta denotada por muchos factores realmente importantes, por lo que “El sistema de calidad puede interpretarse como una combinación de dirección y mando, vigilancia y actividades de mejora, tratando con aspectos o características de calidad, así como con la organización de esas actividades” (Broekhuis, 1998), que busca constantemente una mejora continua dada a la empresa por datos y resultados que impacten la organización ya que es claro que pequeños detalles y cambios en el proceso pueden ser completamente beneficiosos para cada uno de los procesos presentados; además de esto, mantener a los colaboradores capacitados e informados en un gran porcentaje sobre cada uno de los procesos que le compete es de vital importancia para el correcto desarrollo de sus funciones, ya que “la capacitación es el proceso en el que una empresa busca que sus empleados obtengan habilidades y destrezas necesarias para el desempeño en el cargo donde se impulsa el aprendizaje de sus colaboradores” (Rodríguez-Fonseca2, 2015).

Por todo lo anterior mencionado es muy importante velar por unos mejores resultados en cada aspecto que se presente dentro del proceso, siempre teniendo en cuenta que cada paso es importante y se debe realizar cuidadosamente para generar una confianza en el producto y lograr desarrollarlo correctamente, por esto, la documentación es un aspecto tan clave dentro de las bases que se consolidan y que hay tras toda una producción, ya que son los soportes verídicos de lo que realmente se está entregando.

Por último, una marca propia es una etiqueta que pertenece y es comercializada por una tienda o cadena de supermercados, en lugar de un fabricante independiente. Estos productos, que van desde alimentos hasta artículos de limpieza, suelen ser más económicos que las marcas líderes y se venden exclusivamente en esos establecimientos. Al eliminar intermediarios, las tiendas obtienen mayores ganancias y pueden ofrecer precios más competitivos. Además, las marcas propias ayudan a las tiendas a diferenciarse de la competencia, generar lealtad en los clientes y tener un mayor control sobre la calidad y el suministro de sus productos.

Existen dos principales modelos de producción para marcas propias, la primera es la fabricación propia donde la tienda cuenta con sus propias instalaciones de producción y fabrica los productos

bajo su marca y la fabricación por terceros donde la tienda encarga la producción a fabricantes externos, pero supervisa todo el proceso y garantiza que los productos cumplan con sus estándares de calidad.

las marcas propias son una estrategia comercial que beneficia tanto a las tiendas como a los consumidores. Al ofrecer productos de calidad a precios competitivos, las tiendas aumentan sus ventas y fidelizan a sus clientes. Por su parte, los consumidores pueden acceder a una amplia variedad de productos a precios más accesibles. (COMUNICACIÓN, 2024)

Crear una marca propia es un proceso complejo y emocionante que implica una inversión significativa de tiempo, esfuerzo y recursos. Desde la conceptualización de la idea hasta el lanzamiento al mercado, cada etapa requiere una planificación meticulosa. Es fundamental realizar un profundo análisis de mercado para identificar a tu público objetivo, sus necesidades y las tendencias del sector y ya una vez definido el nicho, construir una identidad de marca sólida, que incluya un nombre memorable, un logo atractivo y un eslogan impactante. El desarrollo del producto o servicio es otro aspecto crucial, ya que debe ofrecer un valor diferencial y satisfacer las expectativas de los consumidores. Paralelamente, es necesario diseñar una estrategia de marketing integral que permita posicionar la marca en el mercado y generar demanda. La gestión continua de la marca, incluyendo la atención al cliente y la adaptación a los cambios del mercado, es esencial para asegurar su éxito a largo plazo.

Los desafíos que se pueden enfrentar al crear una marca propia son múltiples. La competencia es cada vez más feroz, lo que exige una diferenciación clara y una propuesta de valor única. Además, la inversión inicial puede ser elevada, y es necesario contar con los recursos necesarios para llevar a cabo todas las etapas del proceso. Sin embargo, los beneficios de tener una marca propia son innegables. Permite a las empresas tener un mayor control sobre su imagen, establecer relaciones más directas con los consumidores y construir un negocio a largo plazo. (LA REPÚBLICA, 2023)

Para llevar todo esto al contexto de la empresa en la que se está aplicando el proyecto miremos que el Grupo Éxito, con raíces en Colombia, ha experimentado una transformación impresionante

desde sus inicios como una pequeña tienda de textiles en Medellín en 1949. Su evolución hacia un conglomerado multinacional del retail se ha caracterizado por una serie de adquisiciones estratégicas y una adaptación constante a las demandas del mercado.

- **Expansión regional:** A través de los años, el Grupo Éxito ha extendido su presencia a otros países de Latinoamérica, consolidando su posición como uno de los líderes en el sector.
- **Diversificación:** Inicialmente enfocado en textiles, la empresa ha diversificado su portafolio, abarcando desde alimentos y electrodomésticos hasta servicios financieros y viajes.
- **Innovación:** El Grupo Éxito ha sido pionero en la implementación de nuevas tecnologías y formatos comerciales, buscando siempre ofrecer una experiencia de compra más satisfactoria a sus clientes.

- El modelo de negocio del Grupo Éxito se basa en la operación de una amplia red de tiendas físicas y virtuales, ofreciendo una gran variedad de productos y servicios. Sus principales líneas de negocio incluyen: Supermercados con formatos que van desde hipermercados hasta tiendas de conveniencia, el Grupo Éxito satisface las necesidades de diferentes segmentos de consumidores; Centros comerciales la compañía desarrolla y opera centros comerciales, generando ingresos por el alquiler de locales y la participación en las ventas de los establecimientos allí ubicados; Servicios financieros a través de su división financiera, el Grupo Éxito ofrece una gama de productos y servicios como tarjetas de crédito, seguros y créditos de consumo; E-commerce la empresa ha invertido significativamente en el desarrollo de sus canales de venta online, adaptándose a los cambios en los hábitos de consumo de los consumidores.

Las marcas propias han sido una pieza clave en la estrategia de crecimiento del Grupo Éxito. Estas marcas permiten a la compañía ofrecer productos de calidad a precios competitivos, fortaleciendo su relación con los consumidores y mejorando sus márgenes de ganancia. El Grupo Éxito cuenta con un amplio portafolio de marcas propias que abarcan diversas



categorías de productos, desde alimentos y bebidas hasta productos para el hogar; se caracterizan por ofrecer un buen balance entre calidad y precio, además de contar con un diseño atractivo y una comunicación efectiva.

El Grupo Éxito es un ejemplo de éxito empresarial en Latinoamérica. Su capacidad para adaptarse a los cambios del mercado, su enfoque en el cliente y su compromiso con la sostenibilidad lo han posicionado como uno de los líderes del sector retail. Las marcas propias han sido un factor clave en su crecimiento y le permiten diferenciarse de sus competidores.

4. Metodología

Para el cumplimiento de primer objetivo se tuvo en cuenta lo relacionado con el análisis realizado dentro de la empresa bajo el proceso de las prácticas, se dividieron los productos por referencias Pareto y no Pareto de acuerdo con las proporciones vendidas a nivel global, en base a esto se le dio prioridad de más vendidos a menos vendidos, y de esta manera se empezaron a analizar las documentaciones correspondientes a estos productos, inicialmente se creó un cronograma con las referencias actualizadas que se deberían entregar de forma mensual.

Bajo esta modalidad, se trabajó durante los 6 meses en pro de la actualización de panadería garantizando que los productos Pareto de las 3 ciudades quedarán completamente actualizados y de esta forma poder continuar luego con el proyecto de actualización buscando una mejora de la información clave para los procesos productivos.

Adicionalmente se mostró el presupuesto que se requiere para culminar la documentación específicamente de la planta de panadería enfocada principalmente en los productos Pareto donde se tuvieron a consideración tanto la persona que deben realizar el proyecto que en este caso es el practicante, el equipo a utilizar, las licencias utilizadas en el desarrollo de la actualización, los materiales de oficina y los insumos de impresión.

Basado en toda la información recolectada al inicio del proceso se decidió crear dos plantillas, una de ellas por medio de la cual se registró toda la información necesaria y estandarizada (*Ver anexo 3*) para la actualización especialmente de fichas técnicas, dentro de esta se incluye, materiales de empaque, lotes, direcciones de fabricación, alérgenos, entre otros. Además, se realizó una base de datos que, con ayuda del aplicativo SAP, se recolectaron los proveedores actualizados para cada materia prima dependiendo de la ciudad a la que corresponde, y así de una forma más sencilla encontrar los proveedores para cada materia prima dependiendo de los requerimientos del producto.

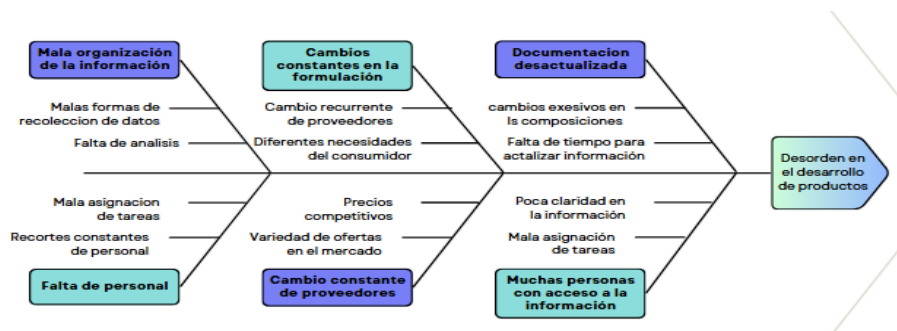
La creación de esta plantilla nos permitió analizar más a fondo las diferencias que se generan en las diferentes etapas de la documentación, garantizando así que la información quede lo más exacta posible ya que los datos que se repiten y son indispensables Según la Resolución No. 2492 de 2022 del Ministerio de Salud y Protección Social (2022), deben estar ubicado correctamente y permitir un desarrollo claro de la documentación de este.

Para el segundo objetivo se desarrolló una metodología por secuencia de actividades donde se hizo un registro detallado de cada uno de los procesos del desarrollo del producto, teniendo en cuenta el alcance de la información que se tiene a disposición.

Inicialmente se realizó un análisis basado en el diagrama causa efecto que "es una representación gráfica que muestra la relación cualitativa e hipotética de los diversos factores que pueden contribuir a un efecto o fenómeno determinado." en este caso el fenómeno en cuestión es el desarrollo de productos de marca propia del Grupo Éxito, por medio del cual se identificó cuáles eran los problemas por los que la documentación estaba siendo un retroceso para el correcto desarrollo de los productos y que efectos estaban ocasionando estas fallas que estaban llegando a afectar detalles importantes dentro del proceso productivo. Ver **Ilustración 1**.

Ilustración 1

Diagrama causa efecto



Fuente: Elaboración propia.

Con la ayuda de este diagrama causa efecto, se identificó causas para un efecto, en este caso el desorden en el desarrollo de productos que en este orden de ideas es un problema para la

compañía. Estas causas estaban basadas en la documentación y la forma en la que esta manejaba anteriormente, por eso el proceso indicó iniciar la actualización de manera continua, luego de finalizar los productos que por su alto volumen de ventas son considerados productos Pareto, se debería continuar en orden hasta terminar los Pareto y luego continuar con la actualización de los que no están en esta categoría.

El primer proceso de negociación y diseño que es requerido para el desarrollo del producto, pero el alcance de la información no tiene detalles al respecto por lo que el primer proceso a analizar fue el proceso mediante el cual se hace la negociación respectiva desde el área comercial, se elige el proveedor respectivo y se realiza la solicitud de los productos a comprar.

Este proceso se centra en seleccionar al proveedor más adecuado para la adquisición de materias primas necesarias para la producción. Un negociador, asignado específicamente a esa línea de productos, tiene la responsabilidad de evaluar las opciones, llegar a un acuerdo con el proveedor seleccionado y posteriormente, se lleva a cabo el proceso de clasificación de las materias primas. En esta etapa, se organizan los insumos requeridos para el desarrollo de marcas propias, analizando cuáles de ellos ya están disponibles en el inventario y cuáles deben ser solicitados de manera adicional. Esta clasificación es esencial para garantizar que los materiales necesarios para cada producto estén completamente ideales. Luego se lleva a cabo el proceso de elaboración del producto donde se replantea la formulación hasta que este cumpla con los requerimientos necesarios y las condiciones nutricionales establecidas, además de buscar que su público esté conforme con lo que brinda el producto y que sus características sensoriales sean aptas para la comercialización.

Luego se lleva a cabo el proceso de elaboración del producto donde se replantea la formulación hasta que este cumpla con los requerimientos necesarios y las condiciones nutricionales establecidas, además de buscar que su público esté conforme con lo que brinda el producto y que sus características sensoriales sean aptas para la comercialización.

El proceso de desarrollo de producto está diseñado para gestionar la salida de los productos de marcas propias mediante una revisión detallada y la documentación correspondiente para diversas referencias, marcando así el inicio de su comercialización. Este paso es crucial en el desarrollo del producto, ya que implica garantizar el cumplimiento total de los requisitos de etiquetado, la realización de pruebas sensoriales necesarias y la definición clara de las estrategias que se implementarán para su marketing, distribución logística y venta. Este enfoque asegura que el producto cumpla con los estándares y se posiciona como un producto de calidad y competitivo en el mercado.

Por último, se analizó el proceso de calidad, almacenamiento y comercialización de los productos donde el proceso permite llegar a tiendas y consumidores finales, brindando siempre la mejor calidad posible y garantizando una satisfacción del cliente bajo sus requerimientos específicos.

Finalmente, se evaluó el proceso de almacenamiento y comercialización de los productos, el cual asegura su llegada a las tiendas y a los consumidores finales; este procedimiento se orienta a ofrecer la mejor calidad posible, cumpliendo con los requisitos específicos de los clientes y garantizando su plena satisfacción. Además, incluye estrategias para mantener la integridad de los productos durante su almacenamiento y transporte, asegurando que lleguen en óptimas condiciones, y contempla la retroalimentación del cliente para realizar mejoras continuas.

Luego del análisis de estos procesos por separado, se revisó el tema de inventarios para mantener un stock considerable de este y de la misma forma poder decidir su precio en el mercado y garantizar que cumpla las expectativas de los clientes.

Se revisó detalladamente las partes del proceso donde había fallas en la información, y se decidió realizar un documento guía, ya que el factor a intervenir inicialmente era la documentación, y este documento permitió bajo una lista de los productos a trabajar, dejar por escrito cuáles eran

los documentos y soportes faltantes para tener legalmente registrado el desarrollo de cada uno de estos.

Se creó el archivo Entrega con el propósito de realizar un seguimiento detallado de cada uno de los procesos previamente mencionados relacionados con los productos trabajados a lo largo del semestre en la industria (*ver Anexo 2*). Este archivo contiene información clave, como el tipo de producto, el mes en que se realizó, la ciudad de origen, el código SAP y el nombre.

Además, se incluyó una columna destinada a registrar los documentos faltantes o cualquier informe requerido que aún no esté disponible. Con base en esta información, se evalúa si la documentación asociada está completa o si es necesario realizar acciones adicionales antes de poder proceder al siguiente paso del proceso. Este sistema asegura un control efectivo y organizado, facilitando la gestión y continuidad

Con el apoyo de la matriz metodología elaborada en Excel, se organizaron los objetivos específicos junto con las actividades correspondientes, los recursos asignados, el mes de ejecución y el producto utilizado para desarrollar cada punto. Además, en la misma plantilla se incluye la propuesta de planificación desde el inicio del proyecto, con el propósito de estructurar un plan integrado.

Este plan, alineado con el tercer objetivo, se diseñó para ejecutarse en pasos pequeños y progresivos, garantizando un enfoque ordenado y eficaz. La implementación de estas etapas está orientada a lograr un plan de mejoramiento exitoso que sea posible mantener en el tiempo y que siempre este orientado a recibir resultados positivos.

Adicionalmente se creó una encuesta bajo algunas preguntas muy simples y concretas que fueran muy sencillas para ser respuesta por todas las personas afines al equipo que tuvieran acceso a las carpetas compartidas, enfocándose en ver que óptimos estaban siendo los resultados y de qué manera estos iban en pro de crear mejoras para la empresa, encuesta que se utilizó para analizar los resultados.

5. Resultados

El proyecto se implementó para resolver problemas de seguridad de la información y calidad en los procesos de desarrollo de productos. Al analizar los procesos existentes, se identificaron y corrigieron las siguientes deficiencias:

- **Información obsoleta:** Se utilizaban formatos antiguos y desactualizados.
- **Datos de proveedores incorrectos:** La información sobre proveedores era errónea y no confiable.
- **Documentación incompleta:** Faltaban registros documentales importantes para muchos productos.
- **Trazabilidad de la información:** No había registros viejos de la mayoría de los productos.

Tabla 1 Resultados

Deficiencia	Solución implementada
Trazabilidad de la información	Creación de formato de entrega con avance de cada actualización 80% de las carpetas actualizadas por completo y publicadas en la ruta 20% de las carpetas actualizadas y publicadas en la ruta, pero con algunos pendientes
Proveedores desactualizados	Creación del 100% de la base de datos de proveedores por materias primas
Formatos obsoletos	Actualización del 70% de los formatos de fichas técnicas a su última versión.
Modelo de mejora	Mejora mediante un modelo normativo, modelo operacional y modelo de decisiones de mejora.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del trabajo durante este tiempo se revisaron por medio de una encuesta de elaboración propia que ayudo a evidenciar con claridad lo que arrojó este proceso; Para el objetivo

1 el **77,8%** de los encuestados estuvieron de acuerdo en que las fichas técnicas que han requerido desde el mes de septiembre que se completó la actualización de los formatos están al orden de su última versión y cumpliendo los requerimientos a la fecha y el **100%** de las personas estuvieron de acuerdo en que los proveedores que han requerido desde la base de datos de proveedores están actualizados en su totalidad.

Para el segundo objetivo se encontró que la actualización documental, aunque ya está completa hay productos completos y otros que aún poseen faltantes en su información y la encuesta nos mostró que el **55,6%** de las personas encontró las documentaciones actualizadas en su mayoría, pero con algunos faltantes y el **44,4%** de las personas encontraron la documentación completa a totalidad y no se encontraron documentaciones desactualizadas; por último, para el objetivo 3 se debía tomar la decisión de aplicar esto para las demás plantas de producción y el resultado fue del **100%** de las personas de acuerdo.

Tabla 2. Modelo de mejora base

Modelo	Descripción
Modelo normativo	Cumplimiento de normativas y regulaciones por medio de herramientas de análisis práctico.
Modelo operacional	Documentar y estandarizar los procesos para asegurar su operabilidad y eficiencia.
Modelo de decisiones de mejora	Tomar decisiones informadas basadas en la gestión por indicadores para la mejora continua de los procesos.

Fuente. Elaboración propia.

Para el tercer objetivo el modelo base de mejora que ese presente (*Ver ilustración 10*) nos muestra como de formas sencillas aplicadas constantemente dentro de la empresa se pueden realizar cambios que significan un porcentaje representativo en los costos operacionales, dando

resultados positivos en los KPIS que se evalúan de manera constante dentro de la empresa y evidenciando en datos su proceso de mejoramiento continuo.

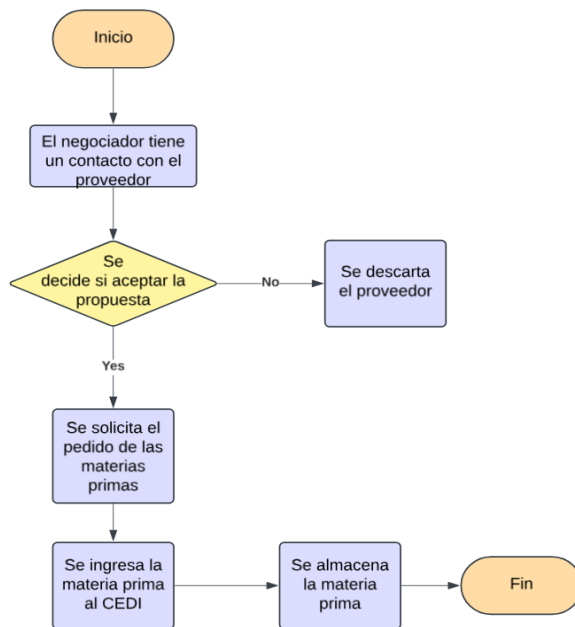
6. Análisis de resultados

Es de importancia recalcar que el desarrollo de este proyecto se dio basado en los errores que estaba generando la poca seguridad de la información y que a grandes rasgos estaba afectando la compañía desde el desarrollo del producto hasta la comercialización final de cada uno de ellos, dejando así una marca negativa desde los insumos y proveedores hasta poder verse afectado el cliente.

Los procesos que se llevan a cabo para un desarrollo de producto son 4 y cada uno de estos tiene una importancia significativa que permite que el producto se desarrolle correctamente, a continuación, las fases del proceso que se muestran fue el resultado de investigar cómo funcionaba cada una de ellas y mapearlo ya que estas no se encontraban diligenciadas en ningún lugar.

Ilustración 2

Diagrama de flujo negociación

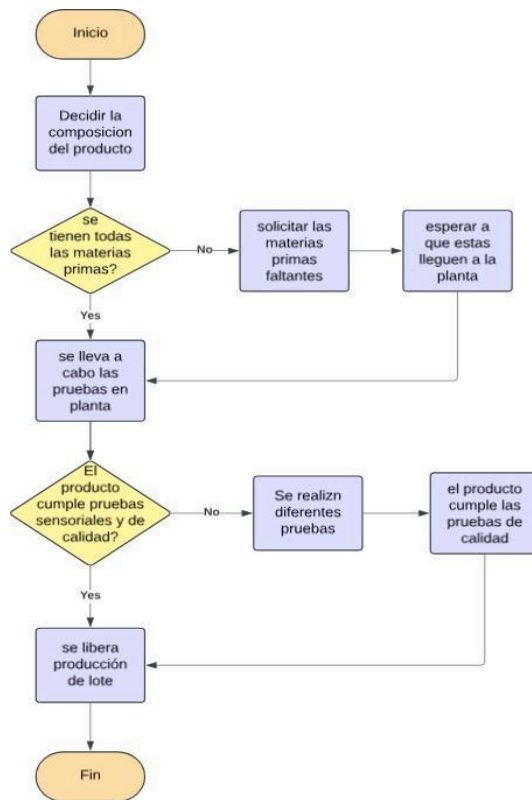


Fuente: Elaboración propia.

Este primer diagrama de flujo ver **Ilustración 2**, nos muestra el proceso de negociación por medio del cual se decide el proveedor con el que se va a trabajar y, además, se realiza la primera solicitud bajo el acompañamiento del negociador y el proveedor directamente para hacer funcionar el flujo correctamente y así poder llevar la materia prima al CEDI correspondiente.

Ilustración 3

Diagrama de flujo desarrollo de producto

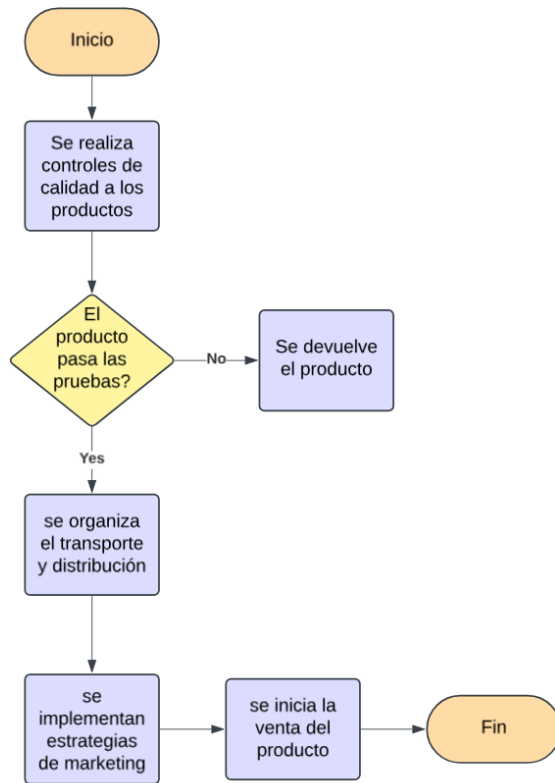


Fuente: Elaboración propia.

El segundo diagrama de flujo del proceso ver **Ilustración 3**, de desarrollo de producto es una de las etapas más importantes del proceso, ya que aquí se decide como va a estar compuesto el producto, se realizan las pruebas sensoriales de alimentos y no alimentos que corresponda y de esta manera se hace la revisión de cada detalle cuidadosamente a una cantidad de personas determinada para tener una variedad considerable de respuestas.

Ilustración 4

Diagrama de flujo control de calidad

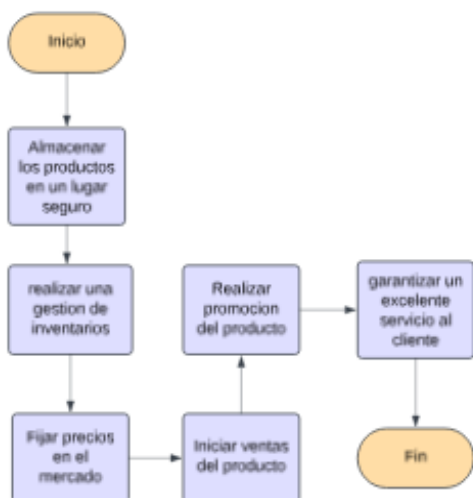


Fuente: Elaboración propia.

Luego de esto, se realiza bajo el proceso de control de calidad donde se realizan pruebas más específicas y legales que son la última etapa donde se decide si el producto entra a comercialización y producción, seguido de esto iniciar todo el proceso de promocionar y vender el producto a su consumidor final.

Ilustración 5

Diagrama de flujo etapa final



Fuente: Elaboración propia.

Con este último diagrama ver Ilustración 5, se terminó el mapeo de los procesos productivos por medio de los cuales se lleva a cabo el desarrollo completo de un producto X de marca propia, sin importar su procedencia, todos pasan por la misma cantidad de análisis y pruebas.

El proyecto mostró grandes resultados bajo el trabajo únicamente de un periodo de 6 meses por la práctica académica realizada, que de forma contundente dio una mejora significativa en el proceso, los formatos de última versión se actualizaron en un 95% con un faltante mínimo de productos que no están activos actualmente por lo que su información no se puede manipular, en ese orden de ideas se proyecta finalizarlo al 100% apenas sea posible; por otro lado la base de datos verificada de proveedores se realizó desde cero con un nivel de seguridad de un 90% lo que antes se manejaba de forma empírica y tenía un margen de error mucho más amplio, con un porcentaje de cumplimiento del 50% aproximadamente, generando fallas recurrentes en casi la mitad de la información; la planta de panadería con sus productos Pareto se concluyó la actuación al 70% del total de productos, teniendo en cuenta que la actualización que había antes del proyecto era aproximadamente del 35%, por lo que el proyecto brindo resultados contundentes e inmediatos casi al doble de lo que se tenía; por ultimo más del 90% de los involucrados estuvieron de acuerdo en aplicar esta misma estrategia las diferentes plantas de producción.

Los resultados de la investigación evidencian que las deficiencias en la gestión documental no solo comprometían la calidad de la información, sino que también tenían un impacto directo en nuestros resultados financieros y operativos. La falta de trazabilidad de los ingredientes generaba costos adicionales por reprocesos, devoluciones y pérdidas de productos, además de dificultar la identificación de las causas raíz de los problemas de calidad. Esta situación no solo afectaba la eficiencia, sino que también ponía en riesgo la reputación y la satisfacción de los clientes.

Con la ayuda de una encuesta de elaboración propia que fue creada con el objetivo de dar claridad a temas puntuales se llegaron a los siguientes análisis donde con la ayuda de aproximadamente 60 personas que hacen parte del equipo de calidad o del equipo de innovación y desarrollo se llegaron a los resultados que muestran el avance en cuestión.

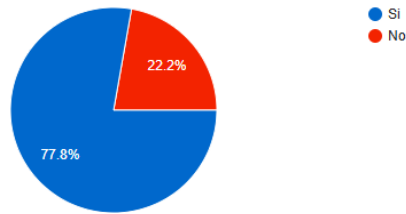
6.1 Resultados objetivo 1:

Mostró que se estaba trabajando con información incorrecta principalmente en el tema del formato expuesto por la empresa para seguir los lineamientos, ya que se estaba manejando una versión antigua y obsoleta desde hace más de dos años y esto no permitía tener una trazabilidad de realmente cual es la información que está actualizada y verificada; por medio de una encuesta realizada al equipo de calidad y demás interesados en la información se obtuvieron resultados que se van a analizar a continuación respecto a cada punto importante, con una cantidad de respuestas aproximada de 60 personas.

Ilustración 6

Respuesta encuesta control de calidad

Ha encontrado usted a partir del mes de septiembre del 2024 todos los formatos que ha necesitado de las fichas técnicas actualizados a la última versión?



Fuente: Elaboración propia.

Las fichas técnicas actualizadas en su mayoría fueron publicadas a partir del mes de septiembre, por lo que se preguntó a quienes hayan tenido acceso o requerido de alguna información de las fichas técnicas, si los formatos ya estaban actualizados y en su mayoría todas las visualizaciones son de la última versión de las fichas técnicas ver **Ilustración 6**.

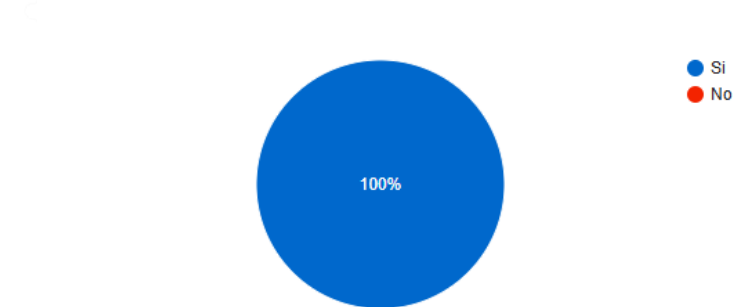
Además, arrojó que se estuvo trabajando con los proveedores erróneos, por ende la información nutricional equivocada y así mismo todo el proceso presentaba fallas, por lo que se decidió implementar una base de datos actualizada periódicamente a su mayor porcentaje posible, ver anexo , mediante la cual se puede mantener la información actualizada de cada materia prima correspondiente a cada una de las ciudades donde se trabaja la planta, el producto correspondiente y su proveedor, se construyó con la ayuda del software SAP.

Ilustración 7

Respuesta encuesta control de calidad



Los proveedores actuales de las materias primas coinciden con los que están documentados en la base de datos?



Fuente: Elaboración propia.

La base de datos fue un éxito por completo ya que garantizo al 100% que los proveedores con los que se está trabajando estén completamente actualizados y así mismo las personas que han tenido acceso desde la creación de esta base, corroboran la información de una actualización correcta ver **Ilustración 7**.

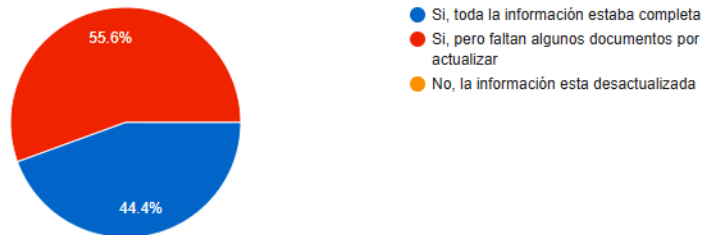
6.2 Resultados objetivo 2:

Arrojó como resultados una cantidad de 485 productos desactualizados considerados Pareto dentro de la empresa pertenecientes a la planta de panadería, de los cuales 170 estaba su documentación creada anteriormente pero con una información errónea y desactualizado y 315 productos que no existían anteriormente en sus registros legales y su documentación no estaba registradas en una carpeta que garantizara la trazabilidad de la información; así mismo se concluyó con el 100% de los productos actualizados y aunque se presentaron algunos faltantes, que podrían generar reprocesos en la información, la mayor cantidad de datos importantes quedaron actualizados.

Ilustración 8

Respuesta encuesta control de calidad

Si requirió algún producto de la planta de panaderita, encontró su documentación actualizada?



Fuente: Elaboración propia.

Por lo evidenciado en la encuesta, ver **Ilustración 8**, se muestra que no hay productos desactualizados, sin embargo, hay faltantes en la información como se menciona anteriormente, de igual forma es un avance muy beneficioso para el equipo ya que se está garantizando que la mayoría de la información utilizada en este momento está actualizada a su mayor nivel.

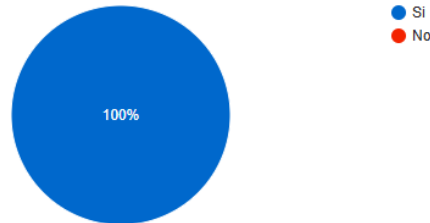
6.3 Resultados objetivo 3:

Dio claridad en los aspectos importantes que se requieren para hacer una actualización documental completa, mediante la cual se garantice tener una información clara y concisa de cada uno de los aspectos importantes y legales; De esta manera con unos buenos resultados y con un porcentaje de avance a más del 70%, donde se encuentra toda la información requerida para realizar una gestión eficiente. Luego de analizarlo y preguntar a los involucrados con los siguientes resultados de por medio, Ver **Ilustración 9**.

Ilustración 9 Respuesta encuesta control de calidad



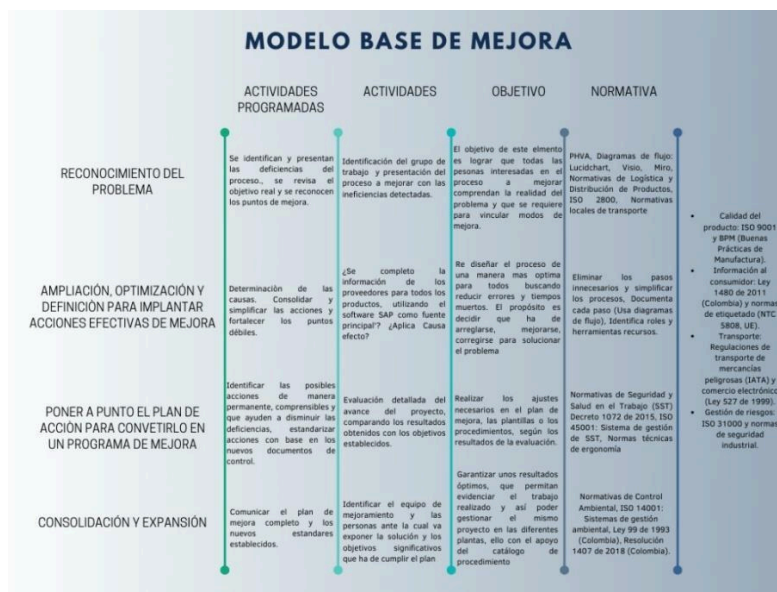
Considera que esta actualización se debería aplicar para las demás plantas de producción de la industria?



Fuente: Elaboración propia.

Se decidió aplicar la misma estrategia para las diferentes plantas, que son bebidas, comidas preparadas y cárnicas; buscando que, bajo los resultados satisfactorios con la planta de panadería, el resto de estas, tengan una mejora significativa tanto en sus resultados como en la facilidad de producción y no se encuentren tantos desperdicios en materias primas. Se propuso un modelo de mejora que busca que los resultados obtenidos perduren en el tiempo y puedan seguir mejorando el proceso de forma continua, el modelo propuesto es un modelo sencillo que se enfoca en garantizar la continuidad de los resultados, ver **Ilustración 10**.

Ilustración 10 Modelo base mejora



Fuente: Elaboración propia.

Modelo Global de Mejora (MGM)

1. MODELO NORMATIVO

Objetivo: Asegurar el cumplimiento de normativas y regulaciones aplicables, así como la optimización de factores productivos.

Herramientas de Análisis Práctico:

- **Checklists de Cumplimiento Normativo:** Listas de verificación para asegurar que todos los procesos cumplen con las normativas legales y estándares internacionales.
- **Auditorías Internas y Externas:** Evaluaciones periódicas para verificar el cumplimiento de normativas y detectar áreas de mejora.
- **Matrices de Riesgo y Cumplimiento:** Identificación y evaluación de riesgos asociados al incumplimiento normativo y su impacto en la organización.
- **Documentación de Procedimientos:** Manuales y guías que detallan los procedimientos estandarizados para asegurar la consistencia y calidad en la ejecución de los procesos.

2. MODELO OPERACIONAL

Objetivo: Documentar y estandarizar los procesos para asegurar su operabilidad y eficiencia.

Herramientas de Análisis Práctico:

- **Diagramas de Flujo:** Visualización de los pasos y actividades de cada proceso para identificar cuellos de botella y redundancias.
- **Mapas de Procesos:** Representación gráfica de los procesos y sus interacciones para una mejor comprensión y análisis.
- **Análisis de Valor Añadido:** Evaluación de cada actividad del proceso para determinar si agrega valor y eliminar aquellas que no lo hacen.

- **Sistemas de Gestión Documental:** Plataformas digitales para almacenar, gestionar y acceder a la documentación de procesos de manera eficiente.
- **Indicadores de Desempeño (KPIs):** Definición y monitoreo de KPIs para medir la eficacia y eficiencia de los procesos.

3. MODELO DE DECISIONES DE MEJORA

Objetivo: Tomar decisiones informadas basadas en la gestión por indicadores para la mejora continua de los procesos.

Herramientas de Análisis Práctico:

- **Análisis de Datos y KPIs:** Uso de herramientas de análisis de datos para monitorear los KPIs y evaluar el desempeño de los procesos.
- **Benchmarking:** Comparación de los procesos con los de empresas líderes para identificar mejores prácticas y oportunidades de mejora.
- **Simulación de Procesos:** Modelado y simulación de procesos para prever el impacto de las mejoras antes de su implementación.
- **Ciclos de Mejora Continua (PDCA):** Aplicación del ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar para implementar y evaluar mejoras de manera sistemática.
- **Reuniones de Revisión de Desempeño:** Sesiones periódicas para revisar el desempeño de los procesos, discutir los resultados de los KPIs y tomar decisiones sobre las acciones correctivas necesarias.

Resumen del Modelo Global de Mejora (MGM)

1. Normativas:

- o Checklists de Cumplimiento Normativo
- o Auditorías Internas y Externas
- o Matrices de Riesgo y Cumplimiento
- o Documentación de Procedimientos

2. Operacionalidad:

- o Diagramas de Flujo
- o Mapas de Procesos
- o Análisis de Valor Añadido
- o Sistemas de Gestión Documental
- o Indicadores de Desempeño (KPIs)

3. Decisiones Proyectivas de Mejora:

- o Análisis de Datos y KPIs
- o Benchmarking
- o Simulación de Procesos
- o Ciclos de Mejora Continua (PDCA)
- o Reuniones de Revisión de Desempeño

Este **Modelo Global de Mejora (MGM)** proporciona una estructura clara y práctica para la mejora de procesos en cualquier organización, asegurando el cumplimiento normativo, la operabilidad eficiente y la toma de decisiones informadas para la mejora continua. El modelo presentado propone un ciclo de mejora continua enfocado en la identificación, análisis y resolución de problemas dentro de un proceso específico. La metodología se basa en la identificación de las deficiencias, el análisis de las causas raíz, la implementación de acciones correctivas y la medición de los resultados obtenidos.

Fortalezas del Modelo

- **Enfoque en la mejora continua:** El modelo promueve la mejora constante y la búsqueda de la excelencia.
- **Basado en datos:** El modelo enfatiza la importancia de recopilar datos y utilizarlos para tomar decisiones informadas.

-
- **Participación de equipos:** Involucra a diferentes equipos y personas en el proceso de mejora.
 - **Alineación con normas:** Se vincula con diversas normas y estándares internacionales, lo que garantiza la calidad y la conformidad.

Áreas de Mejora Potenciales

- **Mayor detalle en la fase de análisis de causas:** Se podría profundizar en el uso de herramientas como el diagrama de Ishikawa (espina de pescado) para identificar las causas raíz.
- **Integración de indicadores clave de desempeño (KPI):** La definición de KPI específicos permitiría medir de manera más precisa el progreso y el impacto de las mejoras.
- **Consideración de la cultura organizacional:** Es importante considerar la cultura organizacional y la resistencia al cambio al implementar el modelo.
- **Gestión del conocimiento:** Se podría establecer un sistema para capturar y compartir el conocimiento generado durante el proceso de mejora.

El modelo base de mejora presentado ofrece una estructura sólida para implementar iniciativas de mejora continua en una organización. Al abordar las áreas de mejora potenciales y adaptarlo a las necesidades específicas de cada empresa, se puede maximizar su eficacia.

En conclusión, la implementación de la gestión documental ha demostrado ser una inversión valiosa para el Grupo Éxito. Los resultados obtenidos han mejorado significativamente la trazabilidad de la información crítica para el desarrollo de productos, lo que se traduce en una mayor eficiencia en los procesos, una reducción de errores y una mejora en la calidad final. Esta iniciativa no solo ha optimizado las operaciones en las plantas de producción, sino que también ha sentado las bases para una toma de decisiones más informada y estratégica a largo plazo. Al garantizar la integridad y accesibilidad de la información, el Grupo Éxito se posiciona como una empresa más competitiva y confiable en el mercado.

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1 conclusiones

La implementación de un nuevo sistema de gestión documental ha revolucionado los procesos, generando beneficios significativos para la empresa. Se ha logrado reducir en un 70% los errores de documentación, lo que se traduce en una mayor eficiencia y confiabilidad en la producción. Además, la trazabilidad mejorada de los ingredientes nos permite garantizar la calidad y seguridad de nuestros productos, fortaleciendo la confianza de los consumidores y cumpliendo con los rigurosos estándares de la industria alimentaria.

Al centralizar la información y automatizar los procesos, se ha agilizado el desarrollo de nuevos productos y reducido los tiempos de respuesta a las solicitudes de los clientes. Así mismo, se ha fortalecido nuestra cadena de suministro, mejorando la colaboración con los proveedores y garantizando la disponibilidad de materias primas de calidad.

Esta transformación ha sido posible gracias al compromiso de todo el equipo y a la implementación de herramientas tecnológicas avanzadas. Sin embargo, reconocemos que la mejora continua es un proceso constante. En el futuro, se enfocará en expandir la base de datos de proveedores, integrar nuevas tecnologías de inteligencia artificial y realizar análisis de datos más sofisticados para identificar patrones y tendencias que permitan optimizar aún más nuestros procesos.

Estamos convencidos de que una gestión documental sólida es un pilar fundamental para construir una empresa más competitiva y sostenible. El éxito demuestra que la inversión en tecnología y capacitación es una decisión estratégica que genera un retorno significativo a largo plazo.

7.2. Recomendaciones

Para consolidar los logros alcanzados y asegurar la sostenibilidad de las mejoras en la gestión documental, se propone las siguientes acciones:

- **Fortalecer la adopción y actualización del sistema:**
 - Implementar campañas de comunicación y capacitación continua para fomentar el uso del sistema entre todos los usuarios.
 - Establecer un cronograma de actualización regular del sistema para garantizar que se incorporen las últimas funcionalidades y mejoras.
- **Optimizar la gestión de la documentación:**
 - Definir un proceso formal de revisión y actualización periódica de la documentación de todos los productos, asignando responsabilidades y estableciendo plazos claros.
 - Utilizar herramientas de gestión documental que permitan automatizar tareas repetitivas y mejorar la eficiencia.
- **Capacitar al personal:**
 - Desarrollar programas de capacitación especializados para asegurar que el personal adquiera las competencias necesarias para utilizar el sistema de manera efectiva y eficiente.
 - Integrar la gestión documental en los procesos de desarrollo de nuevos productos, garantizando que la documentación sea una parte integral de cada etapa.
- **Promover la innovación:**
 - Realizar un seguimiento continuo de las últimas tendencias en gestión documental y explorar la implementación de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial o el blockchain, para optimizar los procesos.
- **Fomentar la colaboración:**
 - Establecer canales de comunicación efectivos con otras áreas de la empresa para garantizar la integración de la gestión documental en los procesos generales y fomentar una cultura de colaboración.
- **Medir el impacto:**

-
- o Definir indicadores clave de desempeño (KPI) para evaluar el impacto de las mejoras a largo plazo, como la reducción de errores, el tiempo de respuesta a las solicitudes de información y la satisfacción del cliente.
 - o Realizar auditorías internas periódicas para verificar el cumplimiento de los procedimientos y la eficacia del sistema.

Al implementar estas acciones, no solo se consolidarán los avances logrados, sino que también posicionaremos a la empresa como un referente en la gestión documental, mejorando la eficiencia, la calidad y la toma de decisiones.

Referencias

- Cepal.org. (2024, 11 de diciembre). [Título del documento o página web, si está disponible]. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/879779be-c0a0-4e11-8e08-cf80b41a4fd9/content>
- Doig, B. C. (2002). Las marcas propias desde la perspectiva del fabricante. *Cuadernos de Investigación, (4)*.
- Éxito, G. (2020). ¿Quiénes somos? <https://www.grupoexito.com.co/es/quienes-somos>
- Exito.com. (2025, 15 de enero). [Título del documento o página web, si está disponible]. <https://www.exito.com/>
- Grupo éxito. (2025, 15 de enero). *Informe de sostenibilidad*. <https://www.grupoexito.com.co/sites/default/files/2024-02/Grupo%20%C3%89xito%20Informe%20de%20Sostenibilidad%202023.pdf>
- Hernández-Hernández, N., & Garnica-González, J. (2015). Árbol de problemas del análisis al diseño y desarrollo de productos. *Conciencia tecnológica, (50)*, 38-46.
- Hernando Abdu, S. (2013). *La planeación y el desarrollo de productos*. Universidad Piloto de Colombia.
- Herrera Gómez, D. M. (2022). *Reconversiones en evolución Grupo Éxito*.
- Herrera González, R. I., Victorino Esparza, N., Aviña González, J. S., & Domínguez Domínguez, M. I. (2024). Sistema de Información Gerencial para la detección del alumno en situación extraordinaria. *Programación matemática y software, 16(2)*, 20-34.
- Hoyer, R. W., & Hoyer, B. (2001). ¿Qué es calidad? *Revista Quality Progress, 34(2)*.
- La república. (2023, junio). Marcas propias, el secreto de las cadenas para competir en guerra de precios bajos. <https://www.larepublica.co/empresas/marcas-propias-el-secreto-de-las-cadenas-para-competir-en-guerra-de-precios-bajos-3638336>
- La republica. (2024, marzo). Así va la carrera entre Grupo Éxito y tiendas D1 por el mercado retail y hard discount.

Documentación del desarrollo de productos para las marcas propias en el grupo éxito: Desarrollo de la documentación requerida para la producción de diferentes alimentos.



<https://www.larepublica.co/empresas/asi-va-la-carrera-entre-por-el-mercado-entre-el-grupo-exito-y-las-tiendas-dl-en-colombia-3812698>

Mintic. (2024, 11 de diciembre). [Título del documento o página web, si está disponible].

https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-124767_recurso_1.pdf

Ministerio de la Protección Social. (2005, 29 de diciembre). *Resolución Número 5109 de 2005*.

Ministerio de Salud y Protección Social. (2022). *Resolución No. 2492 de 2022*.

Ministerio de salud de Colombia, M. de S. y. P. S. (2024, 3 de diciembre). Calidad e inocuidad de alimentos. Gov.co. <https://www.minsalud.gov.co/salud/paginas/inocuidad-alimentos.aspx>

Moreno Godínez, D., & Vázquez Romero, D. *Optimización del proceso de actualización de la documentación del sistema de gestión de la calidad de operadora romano aplicando six sigma*.

Ossa Pérez, J. A., & Galindo Monsalve, R. (2021). *Grupo Éxito*.

Parra-Penagos, C. & Rodríguez-Fonseca, F. (2016). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las empresas. *Rev.investig.desarro.innov*, 6(2), 131-143.

Ramírez León, C. (2013). La importancia de la estrategia corporativa en el desarrollo del producto: una propuesta. *Pensamiento & Gestión*, (35), 182-205.

Rojas, E. (2018, 8 de junio). Introducción a la ciencia de datos.

<https://edwinrojase.wordpress.com/2018/06/08/introduccion-a-la-ciencia-de-datos/>

Romero Torres, N. (2013). *Responsabilidad social empresarial en el Grupo Éxito*.

Silva Guerra, H. (2011). Comportamiento de las superficies de retail en Colombia. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 30, 3–20.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762011000100002&script=sci_arttext

Torres, K. B., González, L. H. T., Espitia, H. E., Cortázar, L. O., & Berrío, S. R. (2017). Gerencia y gestión de marcas propias en Colombia: notoriedad de marca, factores de comercialización y posicionamiento en el canal tradicional. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 13(24), 27-39.


Unam.Mx. (2025, 14 de enero). [Título del documento o página web, si está disponible].

<https://www.ingenieria.unam.mx/javica1/planeacion/Planeacion/pescado.pdf>



8. A

nexos

 	FICHA DE ESPECIFICACIÓN TÉCNICA ALIMENTOS MARCA PROPIA GRUPO ÉXITO		Código: F-0079	
			Versión: 2	Año: 2023
			Página 1 de 1	
1. CÓDIGOS EAN				
EAN 13				
PLU				
EAN 14				
2. INFORMACIÓN DEL PROVEEDOR				
Razón social de la empresa				
NIT o numero de identificación comercial de la empresa				
Dirección de la planta(s) de fabricación				
Información de contacto comercial		Nombre		
		Teléfono:		
		E-mail:		
Información de contacto de calidad		Nombre:		
		Teléfono:		
		E-mail:		

Anexos

Anexo 1. Formato fichas técnicas. Elaboración propia

Formato actualizado en su última versión de 2023 mediante el cual se garantiza que las fichas técnicas estén actualizadas y diligenciadas por el proveedor lo más recientemente posible, que cumpla con los campos específicos y de legal diligenciamiento y aunque es un formato completo, por confidencialidad de la empresa se reserva el contenido completo del formato a diligenciar por proveedores.

Documentación del desarrollo de productos para las marcas propias en el grupo éxito: Desarrollo de la documentación requerida para la producción de diferentes alimentos.



Material SAP	Nombre	Proveedor BOGOTA	Proveedor MEDELLÍN	Proveedor CALI
3000010	PREMEZCLA DE PANETTON	FLEISCHMANN FOODS S.A.	N/A	N/A
3000015	CAFE INSTANTANEO	INVERSIONES QIUNVEAR	LA RECETTA SOLUCIONES GASTRONOMICAS	N/A
3000060	ESENCIA DE RON	NO HAY	AROMAS Y SABORES TECNICOS DE CO	N/A
3000100	ACEITE DESMOLDANTE	PRODUCTOS COMESTIBLES TOLIE	CONTINENTAL DE INGREDIENTES S.A.S.	MERCANTIL CONTINENTAL S.A
3000103	ACEITE DE COCINA	TEAM FOODS COLOMBIA SA DEL LLANO ALTO OLEICO SAS	TEAM FOODS COLOMBIA SA C.I. SOCIEDAD INDUSTRIAL DE GRASAS	TEAM FOODS COLOMBIA SA C.I. SOCIEDAD INDUSTRIAL DE GRASAS
3000110	ACIDO LACTICO	CENTRO AGROLECHERO GROUP	CENTRO AGROLECHERO GROUP SAS CIMPACTA.	CENTRAL MATERIAS PRIMAS
3000111	ACIDO SORBICO	CIMPACTA.	CIMPACTA.	CIMPACTA.
3000112	ACIDOMASA	NUTRESOL S.A.S	NUTRESOL S.A.S	NUTRESOL S.A.S
3000116	AGRAZ	DE COLOMBIA ALMEIDA MORA RAUL INVERSIONES QIUNVEAR	A SABANETA MEDELLIN	N/A
3000137	ALMIDON AGRIO	LEVAPAN S.A.	LEVAPAN S.A.	LEVAPAN S.A. ALIMENTOS Y PRODUCTOS EN POLVO
3000144	COLOR AMARILLO PANADERIA	LEVAPAN S.A. JOLI FOODS S.A.S	LEVAPAN S.A.	LEVAPAN S.A.

Anexo 2. Base de proveedores. Elaboración propia.

Base de datos mediante la cual se muestra cada una de las materias primas que se tienen registradas para el desarrollo de todos los productos de marca propia con su respectivo PLU que lo identifica dentro de la empresa, además, se ubica al frente cada una de las ciudades y el proveedor que suministra esta materia prima a cada ciudad.

Clave	PLANTA	Centro	PLU	Codigo del Material	Descripción del Material	ACTIVO	ACTUALIZACIÓN DOCUMENTAL				AGOTAMIENTO DE ARTE IMPRESO			
							Pareto	está en el de actualiza	Estado documental	completa	NOVEDADES	Aplica	materia	Descripción
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3433936	5008983	PAN ROLLITO BOLSA X 5UN X 200GR	SI	SI	SI	actualizado	si		no	0	
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	903479	5002004	ROSCON BOCADILLO PREF X 100 GR	SI	SI	SI	actualizado	no		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3120103	5008624	PAN ROSCON DULCE GUAY SUPERINT XXX 180GR	SI	SI	SI	actualizado	no		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3067732	5008648	PAN MANTEQUILLA PREF X 500GR	SI	SI	SI	actualizado	no		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3120100	5008602	ACEMA SUPERINT XXX 400GR	SI	SI	SI	actualizado	no		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3404604	5008923	POLLO ASADO + AREPA FRESCAMP X 1000GR	SI	SI	SI	pendiente	0		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3181816	5008623	PAN ROSCON AREQUIPE SUPERINT XXX 180GR	SI	SI	SI	actualizado	no		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3233462	5008869	PAN TIPO CLASICO CARULLA 770GR	SI	SI	SI	actualizado	no		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3388993	5008357	PAN PRIMAVERA QUESO TERM X 600GR	SI	SI	SI	pendiente	0		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3120109	5008618	PAN DE MAIZ SUPERINT XXX 610GR	SI	SI	SI	actualizado	si		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	128085	5003222	PAN TRENZA PREF X 900GR	SI	SI	SI	actualizado	no		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3181815	5008615	PAN PRIMAVERA QSO SUPERINT XXX 800GR	SI	SI	SI	pendiente	0		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	342585	5002141	ROSCON AREQUIPE PREF X 300GR	SI	SI	SI	actualizado	si		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	348358	5002143	ROSCON GUAYABA PREF X 300GR	SI	SI	SI	actualizado	no		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	738851	5005800	PAN TRENZA PRIMAVERA QUESO PREF X 840GR	SI	SI	SI	pendiente	0		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3181814	5008290	PAN CREMA SUPERINT X 500GR	SI	SI	SI	actualizado	si		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	923206	5005344	MASA PARA BUGNUELO TRAD X 2KG (SUB88)	SI	No	SI	actualizado	si		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3121223	5008603	ACEMA SUPERINT XXX 540GR	SI	SI	SI	actualizado	si		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3233469	5008867	MANTECADA X 1100GR	SI	No	SI	actualizado	si		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3433935	5009037	PAN ROLLITO BOLSA X 10UN X 400GR	SI	SI	SI	actualizado	si		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	40264	5001764	MASA PANDELUCA X 1000 GR	SI	No	SI	actualizado	no		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	579297	5003921	MAGDALENA CASERA COMBINADA X 700 GR	SI	No	SI	actualizado	no		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3233465	5008870	PAN TRENZA PRIMAVERA QUESO PREF X 740GR	SI	No	SI	pendiente	0		no		
PANADERIA	PANADERIA CALI	7060	3120106	5008613	PAN SUPER ALIGNADO SUPERINT XXX 610GR	SI	No	SI	actualizado	no		no		

Anexo 3. Entrega. Elaboración propia.

Este es un ejemplo del formato de soporte donde se diligenciaba cada campo correspondiente a cada producto para mostrar los avances individuales de la planta de panadería inicialmente, lo que permitió llevar el control total de la actualización, se registra la ciudad a la cual pertenece el producto y su centro de costos correspondiente, además del PLU del producto,

código de registro en SAP y su nombre; para iniciar el proceso de actualización donde se debían poner los documentos faltantes o novedades presentadas en el proceso de la documentación y dar por cerrada cada una cuando esté terminada, de lo contrario, tener claro cuáles son los documentos que faltan para completarla. Por confidencialidad de la empresa no se anexa la base de datos completa, pero adjunto esta la foto de muestra de cómo se maneja esta.