



**UNIVERSIDAD
DE
SOTAVENTO A.C.**



ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE INFORMÁTICA

**“DISEÑO DE SISTEMAS DE CALIDAD BAJO NORMAS
INTERNACIONALES PARA WAL MART.”**

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN INFORMÁTICA

PRESENTA:

JOSÉ BARUC CONSTANTINO BARRIOS ROMERO

ASESOR DE TESIS:

LIC. EMILIO DE JESÚS ESPRONCEDA GONZÁLEZ

Coatzacoalcos, Veracruz

2011.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Tabla de Contenidos.

	Tema	Página
I.	INTRODUCCIÓN	3
II.	FUNDAMENTACIÓN	5
	II.1 Marco teórico	5
	II.2 Organización Internacional de Normalización	7
	II.3 Sistema de Gestión de la Calidad	8
	II.4 Requisitos Generales	8
	4. Requisitos Generales	8
	5. Responsabilidad de la Dirección.	11
	6. Gestión de los Recursos.	14
	7. Realización del producto.	15
	8. Medición Análisis y Mejora.	25
	II.5 Wal-Mart Store Inc.	29
	II.6 Wal-Mart en México.	35
	II.7 Historia de Wal-Mart en México.	38
	II.8 Delimitación del Problema	40
	II.9 Hipótesis	42
	II.10 Objetivos	42
III.	METODOLOGÍA	43
	III.1 Aspectos Generales	43
	III.2 Diseño Metodológico	44
IV.	RESULTADOS	47
	LISTA DE ANEXOS	
	Anexo 1.- Encuesta de satisfacción al cliente.	54
	Anexo 2.- Encuesta de satisfacción al asociado.	56
	Anexo 3.- Procedimiento de Selección Mercancía de un Contenedor en el Backroom.	57
	Anexo 4.- Procedimiento de Control y Administración de Inventarios Bin Locator .	61
	Anexo 5.- Manual de Calidad.	66
	BIBLIOGRAFÍA	86

I. INTRODUCCIÓN

El papel que juega el comercio en la transformación del país es trascendental, nuestra nación se encuentra inmersa en una etapa de transición económica que la impulsa a ser una potencia en la generación y comercialización de productos de alto valor agregado para lo que es indispensable contar con esquemas de puntos de venta competitivos.

La eficiencia en la operación de las tiendas de autoservicio y supermercados en el país responde a criterios diferentes que tienen relación directa con su ubicación geográfica así como a la vocación productiva de sus regiones, siendo el avance de cadenas comerciales de capital nacional o extranjero una constante dado lo extenso de nuestro país.

El Estado de Veracruz cuenta con más de siete millones de habitantes en sus 212 municipios con una vocación productiva sin paragón en el país, distinguiéndose en sus 700 kilómetros de litoral una clara cultura exportadora a través de las Administraciones Portuarias Integrales de Coatzacoalcos y Veracruz; una fuerte producción agroindustrial en la zonas norte y la región de sotavento donde se destaca por la producción de cítricos y caña; la manufactura metalmecánica en la región Córdoba – Orizaba y la producción petroquímica en el sur de la entidad; distinguiéndose Xalapa, capital del Estado, como el eje de la educación superior, lo que la ha llevado a tomar el sobrenombre de “la Atenas Veracruzana”; sedes que demandan productos globales de máxima calidad a precios competitivos; razón por la cual Wal-Mart ha establecido puntos de venta en estas regiones estratégicas.

En la ciudad de Coatzacoalcos se ubica uno de los principales puntos de venta del sureste del país, donde opera el esquema completo de franquicias derivado de los empleos que generan la industria petroquímica y portuaria. En atención a esta problemática, un grupo visionario de inversionistas ubicó a Wal-Mart en esta ciudad, empresa que se distingue por ser la primera cadena de tiendas de autoservicio en el mundo, México y en el Estado de Veracruz.

Ante este aumento en la competencia y con el propósito de estandarizar la calidad de los servicios que se prestan Wal-Mart, se propuso la implantación de un sistema administrativo que contemplara el cumplimiento de lo establecido en la norma ISO-9001:2008 cubriendo su alcance la selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el Control y Administración de Inventarios -Bin Locator-.

Este sistema administrativo, incorpora elementos de mejora continua en las actividades de Wal-Mart, orientando el esfuerzo y dedicación de los trabajadores de la institución hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus clientes. En este sentido, el personal que conforma Wal-Mart entiende que la implantación de un sistema de calidad, debe tener como resultado más que la obtención de un certificado el crear conciencia en la organización sobre la necesidad urgente de mejorar la calidad a partir de las expectativas reales completas de los clientes o usuarios, coincidiendo en una filosofía y visión amplia y actualizada del concepto de calidad; facilitando la comunicación y el intercambio de información dentro de Wal-Mart como entre los diversos sectores o ramas bajo un denominador común de los parámetros a definir, implantar y mantener para incrementar la competitividad, al dar siempre un valor creciente o superior a los clientes y usuarios, al mismo tiempo que se optimiza la productividad.

Previo al diseño e implantación del sistema de calidad en Wal-Mart se identificó como problemática la selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el Control y Administración de Inventarios -Bin Locator-. La falta de estandarización como consecuencia de la falta de conocimiento sobre la normatividad ocasionaba que existieran mermas y desabasto de productos.

El presente documento describe el manual de calidad diseñado para Wal-Mart Coatzacoalcos, o cualquier unidad administrativa del grupo, y los resultados de operación, resaltando los beneficios de contar con un sistema de calidad basado en la norma de calidad ISO-9001:2008; teniendo la finalidad tan sólo de servir de base para el diseño de nuevos esquemas de mejora de la gestión de supermercados y tiendas de autoservicio.

II. FUNDAMENTACIÓN

El presente trabajo pretende ser un documento metodológico que soporte la decisión de los supermercados y tiendas de autoservicio del proceso de implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) según la serie de normas ISO 9001:2008, mediante el conocimiento general del proceso.

La metodología dota a las empresas de herramientas y técnicas así como del momento en el cual aplicarlas para realizar el diagnóstico de la situación actual del SGC y el cumplimiento de los requisitos de la norma ISO 9001:2008, así como establecer los mapas de procesos y variables críticas de estos, dando lugar a la identificación de las acciones y el diseño de los planes de acción a corto, mediano y largo plazo para el cumplimiento de los requisitos presentes en la Norma.

II.1 Marco teórico

El comercio como piedra angular de la existencia del hombre encuentra su justificación en la propia naturaleza de su ser. La sed de satisfacer sus necesidades, lo orilla a continuar con su lucha por acceder a posesiones, en un intento de abandonar su posición pasiva dentro de los avatares sociales, políticos y económicos.

Wal-Mart como ente generador, catalizador y distribuidor de productos, ha sufrido una serie de transformaciones a lo largo de la historia, mismos que se referirán en los siguientes apartados del presente capítulo.

II.2 Organización Internacional de Normalización

La Organización Internacional de Normalización es una red integrada por 148 países, sobre las bases de un miembro por país, con sede central en Ginebra, Suiza.

Debido a que su abreviación en diferentes idiomas "International Organization for Standardization" (IOS en inglés) u "Organisation internationale de normalisation" (OIN en frances), se decidió usar una palabra derivada del griego ISOS que significa Igual.

La organización internacional comenzó en el campo de la electrónica, con los trabajos de la International Electrotechnical Commission (IEC) establecida en 1906; sumándose los esfuerzos de la International Federation of the National Standardizing Associations (ISA), que comenzó actividades en 1926, ampliando su actividad a la ingeniería mecánica, siendo en 1946 cuando delegados de 25 países reunidos en Londres decidieron crear una nueva organización internacional que tuviera como objetivo “Facilitar la coordinación internacional y unificar los estándares de la industria”. La nueva organización fue oficialmente llamada ISO y comenzó sus operaciones el 23 de febrero de 1947.

Para la redacción de los estándares o normas, ISO Integra Comités Técnicos que periódicamente actualizan las normas de la organización; fue el Comité Técnico 176 el encargado de hacer una norma aplicable a la producción que garantizara la disminución en la variabilidad de productos y servicios independientemente de la actividad que fuera realizada. A esta familia de normas se le conoce como normas ISO-9000.

Las normas ISO-9000 en su versión 2008 son aplicables a todo tipo de organización.

Familia de normas 9000 se integran fundamentalmente por las siguientes normas:

ISO 9000: Son los fundamentos y el vocabulario empleado en la norma ISO 9001.

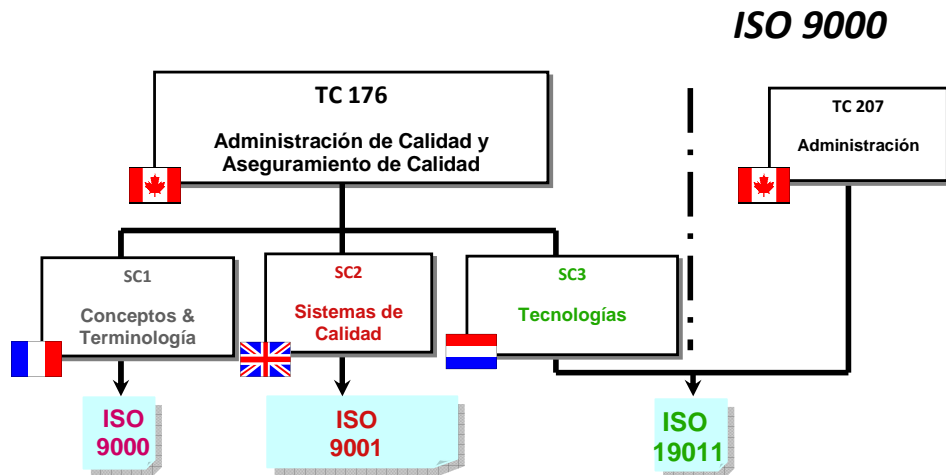
ISO 9001: Contiene la especificación del modelo de gestión. La norma ISO 9001:2008 contiene los requisitos que han de cumplir los sistemas de la calidad, contractuales o de certificación.

ISO 9004: Es una directriz para gestionar el éxito sostenido en una organización.

ISO 19011: Especifica los requisitos para la realización de las auditorías de un sistema de gestión ISO 9001, para el sistema de gestión de salud y seguridad ocupacional especificado en OHSAS 18001 y también para el sistema de gestión medioambiental especificado en ISO 14001.

Las organizaciones interesadas en certificar la norma, deben declarar y justificar los elementos del requisito 7 “Realización del Producto” que no les aplicaba para así certificarse 9001.

La norma es elaborada por el Comité Técnico 176 como se detalla a continuación y es revisada para su reedición en un proceso de cerca de 7 años.



II.3 Estructura de ISO 9001:2008

La norma ISO 9001:2008 está estructurada en ocho capítulos, refiriéndose los TRES primeros a declaraciones de principios, estructura y descripción de la empresa, requisitos generales, etc., es decir, son de carácter introductorio. Los capítulos CUATRO a OCHO están orientados a procesos y en ellos se agrupan los requisitos para la implantación del sistema de calidad.

A la fecha, ha habido cambios en aspectos claves de la norma ISO 9001, al 15 de noviembre del 2008, la norma 9001 varía,

Los ocho capítulos de ISO 9001 son:

1. Guías y descripciones generales, no se enuncia ningún requisito.
1. Generalidades.
2. Reducción en el alcance.
2. Normativas de referencia.
3. Términos y definiciones.
4. Sistema de gestión de la calidad

A Continuación se describirá de manera puntal los elementos que integran el apartado 4 en adelante, dónde se incluyen los requisitos de la Norma ISO-9001:2008; Cabe señalar que con el propósito de identificar a cada elemento con su numeral original se respetará la numeración de la Norma.

II.4 Sistema de gestión de la calidad

4.1. Requisitos generales

La organización debe establecer, documentar, implementar y mantener un sistema de gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de esta norma mexicana.

La organización debe:

- a) Identificar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización (véase 1.2.);
- b) Determinar la secuencia e interacción de estos procesos;
- c) Determinar los criterios y métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces;
- d) Asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos;
- e) Realizar el seguimiento, la medición y el análisis de estos procesos; e
- f) Implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.

La organización debe gestionar estos procesos de acuerdo con los requisitos de esta norma mexicana.

En los casos en la que la organización opte por contratar externamente cualquier proceso que afecte la conformidad del producto con los requisitos, la organización debe asegurarse de controlar tales procesos. El control sobre dichos procesos controlados externamente debe estar identificado dentro del sistema de gestión de la calidad.

NOTA - Los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad a los que se ha hecho referencia anteriormente deberían de incluir los procesos para las actividades de gestión, la provisión de recursos, la realización del producto y las mediciones.

4.2. Requisitos de la documentación

4.2.1. Generalidades

La documentación del sistema de gestión de la calidad debe incluir:

- a) Declaraciones documentadas de una política de la calidad y de objetivos de la calidad;
- b) Un manual de la calidad;
- c) Los procedimientos documentados requeridos en esta norma mexicana;
- d) los documentos necesitados por la organización para asegurarse de la eficaz planificación, operación y control de sus procesos; y
- e) los registros requeridos por esta norma mexicana (véase 4.2.4.)

NOTA 1 Cuando aparezca el término “procedimiento documentado” dentro de esta norma mexicana, significa que el procedimiento sea establecido, documentado, implementado y mantenido.

NOTA 2 La extensión de la documentación del sistema de gestión de la calidad puede diferir de una organización a otra debido a:

- a) el tamaño de la organización y el tipo de actividades;
- b) la complejidad de los procesos y sus interacciones; y
- c) la competencia del personal.

Nota 3 La documentación puede estar en cualquier formato o tipo medio.

4.2.2. Manual de la calidad

La organización debe de establecer y mantener un manual de la calidad que incluya:

- a) El alcance del sistema de gestión de la calidad, incluyendo los detalles y la justificación de cualquier exclusión (véase 1.2.);

- b) Los procedimientos documentados establecidos para el sistema de gestión de la calidad, o referencia a los mismos; y
- c) Una descripción de la interacción entre los procesos del sistema de gestión de la calidad.

4.2.3. Control de los documentos

Los documentos requeridos por el sistema de gestión de la calidad deben controlarse. Los registros son un tipo especial de documento y deben controlarse de acuerdo con los requisitos citados 4.2.4.

Debe establecerse un procedimiento documentado que defina los controles necesarios para:

- a) Aprobar los documentos en cuanto a su adecuación antes de su emisión.
- b) Revisar y actualizar los documentos cuando sea necesario y aprobarlos nuevamente;
- c) Asegurarse de que se identifican los cambios y el estado de revisión actual de los documentos;
- d) Asegurarse de que las versiones pertinentes de los documentos aplicables se encuentran disponibles en los puntos de uso;
- e) Asegurarse de los documentos permanecen legibles y fácilmente identificables;
- f) Asegurarse de que se identifican los documentos de origen externo y se controla su distribución; y
- g) Prevenir el uso no intencionado de documentos obsoletos, y aplicarles una identificación adecuada en el caso de que se mantengan por cualquier razón.

4.2.4 Control de los registros

Los registros deben establecerse y mantenerse para proporcionar evidencia de la conformidad con los requisitos así como de la operación eficaz del sistema de gestión de la calidad. Los registros deben permanecer legibles, fácilmente identificables y recuperables. Debe establecerse un procedimiento documentado para definir los controles necesarios para la identificación, el almacenamiento, la protección, la recuperación, el tiempo de retención y la disposición de los registros.

5 Responsabilidad de la dirección

5.1 Compromiso de la dirección

La alta dirección debe proporcionar evidencia de su compromiso con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de la calidad, así con la mejora continua de su eficacia:

- a) Comunicando a la organización la importancia de satisfacer tanto los requisitos del cliente como los legales y reglamentarios.
- b) Estableciendo la política de la calidad.
- c) Asegurando que se establecen los objetivos de la calidad.
- d) Llevando a cabo las revisiones por la dirección; y
- e) Asegurando la disponibilidad de recursos.

5.2 Enfoque al cliente

La alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente (véase 7.2.1 y 8.2.1)

5.3 Política de la calidad

La alta dirección debe asegurarse de que la política de la calidad:

- a) Es adecuada al propósito de la organización;
- b) Incluye un compromiso de cumplir con los requisitos y de mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad;
- c) Proporcionar un marco de referencia para establecer y revisar los objetivos de la calidad;
- d) Es comunicada y entendida dentro de la organización; y
- e) Es revisada para su continua revisión.

5.4 Planificación

5.4.1 Objetivos de la calidad

La alta dirección debe asegurarse de que los objetivos de la calidad, incluyendo aquellos necesarios para cumplir los requisitos para el producto [véase 7.1 a)], se establecen en las funciones y niveles pertinentes dentro de la organización. Los objetivos de la calidad deben ser medibles y coherentes con la política de la calidad.

5.4.2 Planificación del sistema de gestión de la calidad

La alta dirección debe asegurarse de que:

- a) La planificación del sistema de gestión de la calidad se realiza con el fin de cumplir con los requisitos citados en 4.1, así como los objetivos de la calidad; y
- b) Se mantiene la integridad del sistema de gestión de la calidad cuando se planifican e implementan cambios en éste.

5.5 Responsabilidad, autoridad y comunicación

5.5.1 Responsabilidad y autoridad

La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades están definidas y son comunicadas dentro de la organización.

5.5.2 Responsabilidad de la dirección

La alta dirección debe designar un miembro de la dirección quien, con independencia de otras responsabilidades, debe tener la responsabilidad y autoridad que incluya:

- a) Asegurarse de que se establecen, implementan y mantienen los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad;
- b) Informar a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión de la calidad y de cualquier necesidad de mejora; y

- c) Asegurarse de que se promueva la toma de conciencia de los requisitos del cliente en todos los niveles de la organización.

NOTA - La responsabilidad del representante de la dirección puede incluir relaciones con partes externas sobre asuntos relacionados con el sistema de gestión de la calidad.

5.5.3 Comunicación interna

La alta dirección debe asegurarse de que se establecen los procesos de comunicación apropiados dentro de la organización y de que la comunicación se efectúa considerando la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

5.6 Revisión de la dirección

5.6.1 Generalidades

La alta dirección debe, a intervalos simplificados, revisar el sistema de gestión de la calidad de la organización, para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia continuas. La revisión debe incluir la evaluación de las oportunidades de mejora y la necesidad de efectuar cambios en el sistema de gestión de la calidad, incluyendo la política de la calidad y los objetivos de la calidad.

Deben mantenerse registros de las revisiones por la dirección (véase 4.2.4).

5.6.2 Información para la revisión

La información de entrada para la revisión por la dirección debe incluir:

- a) Resultados de auditorias
- b) Retroalimentación del cliente;
- c) Desempeño de los procesos y conformidad del producto;
- d) Estado de las acciones correctivas y preventivas;
- e) Acciones de seguimiento de revisiones por la dirección previas;
- f) Cambios que podrían afectar al sistema de gestión de la calidad; y
- g) Recomendaciones para la mejora.

5.6.3 Resultados de la revisión

Los resultados de la revisión por la dirección deben incluir todas las decisiones y acciones relacionadas con:

- a) La mejora de la eficiencia del sistema de gestión de la calidad y sus procesos;
- b) La mejora del producto en relación con los requisitos del cliente; y
- c) Las necesidades de recursos.

6. Recursos

6.1 Provisión de recursos

La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para:

- a) Implementar y mantener el sistema de gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia; y
- b) Aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

6.2 Recursos Humanos

6.2.1 Generalidades

El personal que realice trabajos que afecten a la calidad del producto debe ser competente con base a la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas.

6.2.2 Competencia, toma de conciencia y formación

La organización debe:

- a) Determinar la competencia necesaria para el personal que realiza trabajos que afectan a la calidad del producto;
- b) Proporcionar formación o tomar otras acciones para satisfacer dichas necesidades;
- c) Evaluar la eficacia las acciones tomadas;

- d) Asegurarse de que su personal es consciente de la pertinencia e importancia de sus actividades y de cómo contribuyen al logro de los objetivos de la calidad; y
- e) Mantener los registros apropiados de la educación, formación, habilidades y experiencia (véase 4.2.4)

6.3 Infraestructura

La organización debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para lograr la conformidad con los requisitos del producto. La infraestructura incluye, cuando sea aplicable:

- a) Edificios, espacio de trabajo y servicios asociados;
- b) Equipo para los procesos, (tanto hardware como software); y
- c) Servicios de apoyo tales (como transporte o comunicación).

6.4 Ambiente de trabajo

La organización debe determinar y gestionar el ambiente de trabajo necesario para lograr la conformidad con los requisitos del producto.

7 Realización del producto

7.1 Planificación de la realización del producto

La organización debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la realización del producto. La planificación de la realización del producto debe ser coherente con los requisitos de los otros procesos del sistema de gestión de la calidad (véase 4.1).

Durante la planificación de la realización del producto, la organización debe determinar, cuando sea apropiado, lo siguiente:

- a. Los objetivos de la calidad y los requisitos para el producto;
- b. La necesidad de establecer procesos, documentos y de proporcionar recursos específicos para el producto;

- c. Las actividades requeridas de verificación, validación, seguimiento, inspección y ensayo/prueba específicas para el producto así como los criterios para la aceptación del mismo; y
- d. Los registros que sean necesarios para proporcionar evidencia de que los procesos de realización y el producto resultante cumplen los requisitos (véase 4.2.4).

El resultado de esta planificación debe presentarse de forma adecuada para la metodología de operación de la organización.

NOTA 1 Un documento que especifica los procesos del sistema de gestión de la calidad (incluyendo los procesos de realización del producto) y los recursos que deben aplicarse a un producto, proyecto o contrato específico, puede denominarse como un plan de la calidad.

NOTA 2 La organización también puede aplicar los requisitos citados en 7.3 para el desarrollo de los procesos de realización del producto.

7.2 Procesos relacionados con el cliente

7.2.1 Determinación de los requisitos relacionados con el producto

La organización debe determinar:

- a. Los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma;
- b. Los requisitos no establecidos por el cliente pero necesarios para el uso especificado o para el uso previsto, cuando sea conocido;
- c. Los requisitos legales y reglamentarios relacionados con el producto; y
- d. Cualquier requisito adicional determinado por la organización.

7.2.2 Revisión de los requisitos relacionados con el producto

La organización debe revisar los requisitos relacionados con el producto. Esta revisión debe efectuarse antes de que la organización se comprometa a proporcionar un producto al cliente (por ejemplo envío de ofertas, aceptación de contratos o pedidos, aceptación de cambios en los contratos o pedidos) y debe asegurarse de que:

- a. Están definidos los requisitos del producto;
- b. Están resueltas las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente; y
- c. La organización tiene la capacidad para cumplir con los requisitos definidos.

Deben mantenerse registros de los resultados de la revisión y de las acciones originadas por la misma (véase 4.2.4).

Cuando el cliente no proporcione una declaración documentada de los requisitos, la organización debe confirmar los requisitos del cliente antes de la aceptación.

Cuando se cambien los requisitos del producto, la organización debe asegurarse de que la documentación pertinente sea modificada y de que el personal correspondiente sea consciente de los requisitos modificados.

NOTA en algunas situaciones, tales como las ventas por Internet, no resulta práctico efectuar una revisión formal de cada pedido. En su lugar, la revisión puede cubrir la información pertinente del producto, como son los catálogos o el material publicitario.

7.3 Diseño y desarrollo

7.3.1 planificación del diseño y desarrollo

La organización debe planificar y controlar el diseño y desarrollo del producto.

Durante la planificación n del diseño y desarrollo la organización debe determinar:

- a. las etapas del diseño y desarrollo;
- b. la revisión, verificación y validación, apropiadas para cada etapa del diseño y desarrollo; y
- c. las responsabilidades y autoridades para el diseño y desarrollo.

La organización debe gestionar las interfaces entre los diferentes grupos involucrados en el diseño y desarrollo para asegurarse de una comunicación eficaz y una clara asignación de responsabilidades.

Los resultados de la planificación deben actualizarse, según sea apropiado, a medida que progresa e diseño y desarrollo.

7.3.2 Elementos de entrada para el diseño y desarrollo

Deben determinarse los elementos de entrada relacionados con los requisitos del producto y mantenerse registros (véase 4.2.4). estos elementos de entrada deben incluir:

- a. Los requisitos funcionales y de desempeño;
- b. Los requisitos legales y reglamentos aplicables;
- c. La información proveniente de diseños previos similares, cuando sea aplicable;
- d. Cualquier otro requisito esencial para el diseño y desarrollo.

Estos elementos deben revisarse para verificar su adecuación. Los requisitos deben estar completos, sin ambigüedades y no deben ser contradictorios.

7.3.3 Resultados del diseño y desarrollo

Los resultados del diseño y desarrollo deben proporcionarse de tal manera que permitan la verificación respecto a los elementos de entrada para el diseño y desarrollo, y deben aprobarse antes de su liberación.

Los resultados del diseño y desarrollo deben:

- a. Cumplir los requisitos de los elementos de entrada para el diseño y desarrollo;
- b. Proporcionar información apropiada para la compra, la producción y la prestación del servicio;
- c. Contener o hacer referencia a los criterios de aceptación del producto; y
- d. Especificar las características del producto que son esenciales para el uso seguro y correcto.

7.3.4 Revisión del diseño y desarrollo

En las etapas adecuadas, deben realizarse revisiones sistemáticas del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado (véase 7.3.1):

- a. Evaluar la capacidad de los resultados de diseño y desarrollo para cumplir los requisitos; e
- b. Identificar cualquier problema y proponer las acciones necesarias

Los participantes en dichas revisiones deben incluir representantes de las funciones relacionadas con la (s) etapa (s) de diseño y desarrollo que se está (n) revisando. Deben mantenerse registros de los resultados de las revisiones y de cualquier acción necesaria (véase 4.2.4).

7.3.5 Verificación del diseño y desarrollo

Se debe realizar la verificación, de acuerdo con lo planificado (véase 7.3.1), para asegurarse de que los resultados del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de los elementos de entrada del diseño y desarrollo. Deben mantenerse registros de los resultados de la verificación y de cualquier acción que sea necesaria (véase 4.2.4).

7.3.6 Validación del diseño y desarrollo

Se debe realizar la validación del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado (véase 7.3.1) para asegurarse de que el producto resultante es capaz de satisfacer los requisitos para su aplicación especificada o uso previsto, cuando sea conocido. Siempre que sea factible, la validación debe completarse antes de la entrega o implementación del producto. Deben mantenerse registros de los resultados de la validación y de cualquier acción que sea necesaria (véase 4.2.4).

7.3.7 Control de los cambios del diseño y desarrollo

Los cambios del diseño y desarrollo deben identificarse y deben mantenerse registros. Los cambios deben revisarse, verificarse y validarse, según sea apropiado, y aprobarse antes de su implementación. La revisión de los cambios del diseño y desarrollo debe incluir la evaluación del efecto de los cambios en las partes constitutivas y en el producto ya entregado.

Deben mantenerse registros de los resultados de la revisión de los cambios y de cualquier acción que sea necesaria (véase 4.2.4).

7.4 Compras

7.4.1 Proceso de compras

La organización debe asegurarse de que el producto adquirido cumples los requisitos de compra especificados. El tipo y alcance del control aplicado al proveedor y al producto adquirido debe depender del impacto del producto adquirido en la posterior realización del producto o sobre el producto final.

La organización debe evaluar y seleccionar los proveedores en función de su capacidad para suministrar productos de acuerdo con los requisitos de la organización. Deben establecerse los criterios para la selección, la evaluación y la re-evaluación. Deben mantenerse los registros de los resultados de las evaluaciones y de cualquier acción necesaria que se derive de las mismas (véase 4.2.4).

7.4.2 Información de las compras

La información de las compras debe describir el producto a comprar, incluyendo cuando sea apropiado:

- a. Requisitos para la aprobación del producto, procedimientos, procesos y equipos;
- b. Requisitos para la calificación del personal; y
- c. Requisitos del sistema de gestión de la calidad.

La organización debe asegurarse en la adecuación de los requisitos de compra especificados antes de comunicárselos al proveedor.

7.4.3 Verificación de los productos comprados

La organización debe establecer e implementar la inspección u otras actividades necesarias para asegurarse de que el producto comprado cumple los requisitos de compra especificados.

Cuando la organización o su cliente quieran llevar a cabo la verificación den las instalaciones del proveedor, la organización debe establecer en la información de compra las disposiciones para la verificación pretendida y el método para la liberación del producto.

7.5 Producción y prestación del servicio

7.5.1 Control de la producción y de la prestación del servicio

La organización debe planificar y llevar a cabo la producción y la prestación del servicio bajo condiciones controladas. Las condiciones controladas deben incluir, cuando sea aplicable:

- a) La disponibilidad de información que describa las características del producto.
- b) La disponibilidad de instrucciones de trabajo, cuando sea necesario;
- c) El uso del equipo apropiado;

- d) La disponibilidad de uso de dispositivos de seguimiento y medición;
- e) La implementación del seguimiento y de la medición; y
- f) La implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.

7.5.2 Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio

La organización debe validar aquellos procesos de producción y de prestación del servicio donde los productos resultantes no puedan verificarse mediante actividades de seguimiento o medición posteriores. Esto incluye a cualquier proceso en el que las deficiencias se hagan aparentes únicamente después de que el producto esté siendo utilizado o se haya prestado el servicio.

La validación debe mostrar la capacidad de estos procesos para alcanzar los resultados planificados.

La organización debe establecer las disposiciones para estos procesos, incluyendo, cuando sea aplicable:

- a) Los criterios definidos para la revisión y aprobación de los procesos;
- b) La aprobación de equipos y calificación del personal;}
- c) El uso de métodos y procedimientos específicos;
- d) Los requisitos de los registros (véase 4.2.4); y
- e) La revalidación.

7.5.3 Identificación y trazabilidad

Cuando sea apropiado, la organización debe de identificar el producto por medios adecuados, a través de toda la realización del producto.

La organización debe de identificar el estado del producto con respecto a los requisitos de seguimiento y medición.

Cuando la trazabilidad sea un requisito, la organización debe controlar y registrar la identificación única del producto (véase 4.2.4).

NOTA - En algunos sectores industriales, la gestión de la configuración es un medio para mantener la identificación y la trazabilidad.

7.5.4 Propiedad del cliente

La organización debe cuidar los bienes que son propiedad del cliente mientras estén bajo el control de la organización o estén siendo utilizados por la misma. La organización debe identificar, verificar, proteger y salvaguardar los bienes que son propiedad del cliente suministrados para su utilización o incorporación dentro del producto. Cualquier bien que sea propiedad del cliente que se pierda, deteriore o que de algún otro modo se considere inadecuado para su uso debe ser registrado (véase 4.2.4) y comunicado al cliente.

NOTA - La propiedad del cliente puede incluir la propiedad intelectual.

7.5.5 Preservación del producto

La organización debe preservar la conformidad del producto durante el proceso interno y la entrega del destino previsto. Esta preservación debe incluir la identificación, manipulación, embalaje, almacenamiento y protección. La preservación debe aplicarse también, a las partes constitutivas de un producto.

7.6 Control de los dispositivos de seguimiento y de medición

La organización debe determinar el seguimiento y la medición a realizar, y los dispositivos de medición y seguimiento necesarios para proporcionar la evidencia de la conformidad del producto con los requisitos determinados (véase 7.2.1).

La organización debe de establecer procesos para asegurarse de que el seguimiento y medición pueden realizarse y se realizan de una manera coherente con los requisitos de seguimiento y medición.

Cuando sea necesario asegurarse de la validez de los resultados, el equipo de medición debe:

- a) Calibrarse o verificarse a intervalos especificados o antes de su utilización, comparado con patrones de medición trazables a patrones de medición nacionales o internacionales; cuando no existan tales patrones debe registrarse la base utilizada para la calibración o la verificación;
- b) Ajustarse o reajustarse según sea necesario;
- c) Identificarse para poder determinar el estado de calibración;
- d) Protegerse contra ajustes que pudieran invalidar el resultado de la medición; y
- e) Protegerse contra los daños y deterioro durante la manipulación, el mantenimiento y el almacenamiento.

Además, la organización debe evaluar y registrar la validez de los resultados de las mediciones anteriores cuando se detecte que el equipo no está conforme con los requisitos. La organización debe tomar las acciones apropiadas sobre el equipo y sobre cualquier producto afectado. Deben mantenerse registros de los resultados de la calibración y la verificación (véase 4.2.4).

Debe confirmarse la capacidad de los programas informáticos para satisfacer su aplicación prevista cuando éstos se utilicen en las actividades de seguimiento y medición de los requisitos especificados. Esto debe llevarse a cabo antes de iniciar su utilización y confirmarse de nuevo cuando sea necesario.

NOTA - Véanse las normas NMX-CC-017/1-IMNC e ISO 10012-2 a modo de orientación.

8 Medición, análisis y mejora

8.1 Generalidades

La organización debe planificar e implementar los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora necesarios para:

- a) Demostrar la conformidad del producto;
- b) Asegurarse la conformidad del sistema de gestión de la calidad; y
- c) Mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

Esto debe comprender la determinación de los métodos aplicables, incluyendo las técnicas estadísticas, y el alcance de su utilización.

8.2 Seguimiento y medición

8.2.1 Satisfacción del cliente

Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información.

8.2.2 Auditoría interna

La organización debe llevar a cabo a intervalos planificados auditorías internas para determinar si el sistema de gestión de la calidad:

- a) Es conforme con las disposiciones planificadas (véase 7.1), con los requisitos de esta norma mexicana y con los requisitos del sistema de gestión de la calidad establecidos por la organización; y
- b) Se ha implementado y se mantiene de manera eficaz.

Se debe planificar un programa de auditorías tomando en consideración el estado y la importancia de los procesos y las áreas a auditar, así como los resultados de auditorías previas. Se deben definir los criterios de auditoría, el alcance de la misma, su frecuencia y metodología. La selección de los auditores y la realización de las auditorías deben asegurar la objetividad e imparcialidad del proceso de auditoría. Los auditores no deben auditar su propio trabajo.

Deben definirse, en un procedimiento documentado, las responsabilidades y requisitos para la planificación y la realización de auditorías, para informar de los resultados y para mantener los registros (véase 4.2.4).

La dirección responsable del área que esté siendo auditada debe asegurarse de que se toman acciones sin demora injustificada para eliminar las no conformidades detectadas y sus causas. Las actividades de seguimiento deben incluir la verificación de las acciones tomadas y el informe de los resultados de la verificación (véase 8.5.2).

NOTA Véase las normas NMX-CC-007/1-SCFI, NMX-CC-008-SCFI y NMX-CC-007/2-SCFI a modo de orientación.

8.2.3 Seguimiento y medición de los procesos

La organización debe aplicar métodos apropiados para el seguimiento, y cuando sea aplicable, la medición de los procesos para alcanzar los resultados planificados. Cuando no se alcancen los resultados planificados, deben llevarse a cabo correcciones y acciones correctivas, según sea conveniente, para asegurarse de la conformidad del producto.

8.2.4 Seguimiento y medición del producto

La organización debe medir y hacer un seguimiento de las características del producto para verificar que se cumplen los requisitos del mismo. Esto debe realizarse en las etapas apropiadas del proceso de realización del producto de acuerdo con las disposiciones planificadas (véase 7.1).

Debe mantenerse evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación. Los registros deben indicar la(s) persona(s) que autoriza(n) la liberación del producto (véase 4.2.4).

La liberación del producto y la prestación del servicio no deben llevarse a cabo hasta que se hayan completado satisfactoriamente las disposiciones planificadas (véase 7.1), a menos que sean aprobados de otra manera por una autoridad pertinente y, cuando corresponda, por el cliente.

8.3 Control del producto no conforme

La organización debe asegurarse de que el producto que no sea conforme con los requisitos, se identifica y controla para prevenir su uso o entrega no intencional. Los controles, las responsabilidades y autoridades relacionadas con el tratamiento del producto no conforme deben estar definidos en un procedimiento documentado.

La organización debe tratar los productos no conformes mediante una o más de las siguientes maneras:

- a) Tomando acciones para eliminar la no conformidad detectada;
- b) Autorizando su uso, liberación o Aceptación bajo concesión por una autoridad pertinente y, cuando sea aplicable, por el cliente; y
- c) Tomando acciones para impedir su uso o aplicación originalmente previsto.

Se deben mantener registros (véase 4.2.4) de la naturaleza de las no conformidades y de cualquier acción tomada posteriormente, incluyendo las concesiones que hayan obtenido.

Cuando se corrige un producto no conforme, debe someterse a una nueva verificación para demostrar su conformidad con los requisitos.

Cuando se detecta un producto no conforme después de la entrega o cuando ha comenzado su uso, la organización debe tomar las acciones apropiadas respecto a los efectos, o efectos potenciales, de la no conformidad.

8.4 Análisis de datos

La organización debe determinar, recopilar y analizar los datos para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de la calidad y para evaluar dónde puede realizarse la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión de la calidad. Esto debe incluir los datos generados del resultado del seguimiento y medición y de cualesquiera otras fuentes pertinentes.

El análisis de datos debe proporcionar información sobre:

- a) La satisfacción el cliente (véase 8.2.1);
- b) La conformidad con los requisitos del producto (véase 7.2.1);
- c) Las características y tendencias de los procesos y de los productos, incluyendo las oportunidades para llevar a cabo acciones preventivas; y
- d) Los proveedores.

8.5 Mejora

8.5.1 Mejora continua

La organización debe mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad mediante el uso de la política de la calidad, los objetivos de la calidad, los resultados de las auditorias, el análisis de datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión por la dirección.

8.5.2 Acción correctiva

La organización debe tomar acciones para eliminar la causa de no conformidades con objeto de prevenir que vuelva a ocurrir. Las acciones correctivas deben ser apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.

Debe establecerse un procedimiento documentado para definir los requisitos para:

- a) Revisar las no conformidades (incluyendo las quejas de los clientes);
- b) Determinar las causas de las no conformidades;
- c) Evaluar la necesidad de adoptar acciones para asegurarse de que las no conformidades no vuelvan a ocurrir;

- d) Determinar e implementar las acciones necesarias;
- e) Registrar los resultados de las acciones tomadas (véase 4.2.4); y
- f) Revisar las acciones correctivas tomadas.

8.5.3 Acción preventiva

La organización debe determinar acciones para eliminar las causas de no conformidades potenciales para prevenir su ocurrencia. Las acciones preventivas deben ser apropiadas a los efectos de los problemas potenciales.

Debe establecerse un procedimiento documentado para definir los requisitos para:

- a) Determinar las no conformidades potenciales y sus causas;
- b) Evaluar la necesidad de actuar para prevenir la ocurrencia de no conformidades;
- c) Determinar e implementar las acciones necesarias;
- d) Registrar los resultados de las acciones tomadas (véase 4.2.4); y
- e) Revisar las acciones preventivas tomadas.

II.5 Wal-Mart Store Inc.

Wal-Mart Stores, Inc. es una empresa multinacional de origen estadounidense, el mayor minorista del mundo; y por sus ventas y número de empleados, la mayor compañía del mundo. Su concepto de negocio es la tienda de autoservicio de bajo precio y alto volumen.

La compañía fue fundada por Sam Walton en 1962, se incorporó el 31 de octubre de 1969, y cotiza en la Bolsa de Nueva York desde 1972. Wal-Mart ofrece la mayor oferta de empleo privada y es el mayor minorista de comestibles en los Estados Unidos. También es propietaria de los almacenes Sam's Club.

Wal-Mart opera en el Reino Unido con la marca Asda, en Japón con la marca Seiyu, en Chile con las marcas Híper Líder, Express de Líder, Ekono y Acuenta y en la India como Best Price. También tiene operaciones en Argentina, Brasil, Canadá, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Puerto Rico con la marca de la matriz. Las inversiones de Wal-Mart fuera de Estados Unidos han tenido resultados mixtos: sus operaciones en el Reino Unido, América del Sur y China han tenido mucho éxito, mientras que en Alemania y Corea del Sur no han sido tan exitosas.

Wal-Mart se centró primero en las poblaciones pequeñas y después buscó trasladarse a ciudades grandes. Esto sucedía cuando sus competidores buscaban ubicarse siempre en ciudades grandes. Sin embargo al empeorar la economía, la gente lo que quería eran tiendas de precios bajos. Más aún, las personas que vivían en la ciudad al contar con más movilidad por el incremento en el uso del automóvil y la gasolina barata, estaban dispuestos a transportarse a los suburbios o ciudades pequeñas en busca de precios bajos.

En 1967, existían 24 tiendas Wal-Mart en Arkansas con ventas de \$12.6 millones de dólares. La empresa se constituyó en empresa pública en Octubre 31 de 1969. Los 70's marcaron el principio del crecimiento acelerado de la empresa. Wal-Mart también comenzó a vender acciones en sus propias tiendas.

En 1978 la empresa adquirió a la compañía de zapatos Huthcheson e introdujo las farmacias Wal-Mart, el servicio de mantenimiento de autos y la división de joyería. En 1979 fue la primera empresa en alcanzar ventas por más de mil millones de dólares en un período de tiempo tan corto.

La empresa cerró la década con 276 tiendas, 21.000 asociados y 1.248 mil millones en ventas. Forbes calificó a Wal-Mart como la empresa número uno entre las minoristas por un período de 8 años consecutivos hasta el año 1983.

En 1990 fue reconocida como la minorista número uno de Estados Unidos. Siguiendo con su expansión, en 1991 dio el primer paso en su internacionalización al abrir su primera tienda fuera de Estados Unidos y lo hizo en México DF.

El 5 de Abril de 1992, muere Sam Walton a la edad de 74 años, unas semanas antes el presidente Bush le había otorgado la medalla de la Libertad, el más alto reconocimiento entregado a una personalidad civil en los Estados Unidos. Este hecho tuvo lugar en las oficinas corporativas de la empresa. Después de la muerte de Walton, su hijo Robson Walton fue nombrado presidente del Consejo.

En 2006, el número de clientes semanales creció a más de 176 millones alrededor del mundo en 6,779 tiendas. Wal-Mart Internacional alcanzó una meta significativa. En agosto de 2007, Wal-Mart y Baharti Enterprises anunciaron un acuerdo para establecer Bharti Wal-Mart Private Limited una coinversión para operaciones de venta al menudeo en India.

Si bien la empresa ha crecido de manera consistente en base a su posicionamiento como líder en reducción de costos, estrategia de bajo precio, su sólida cadena de suministro, el concepto de tienda en donde se puede encontrar todo y su política de satisfacción garantizada, en los últimos años han surgido una serie de preocupaciones entre ellas la de las relaciones con su personal, en 2011 un grupo de ex empleadas estuvo a punto de ganar una batalla legal por discriminación de la mujer en la que acusaban a la empresa de no dar igualdad de oportunidades ya que las mujeres perciben menos sueldo y no se les permite desarrollarse igual que a los hombres, de igual manera muchas comunidades han rechazado a la empresa por la forma como destruye los negocios pequeños atendidos por familias.

Año Fiscal	Ventas por acción	Dividendos por acción	Utilidad por acción	Margen Bruto	Margen Neto	Número de tiendas	Razón de ingreso por acción
1999	37.02	0.19	1.28	22.9%	3.5%	3,985	39.1
2000	42.80	0.23	1.40	23.0%	3.3%	4,189	38.0
2001	48.91	0.27	1.50	22.7%	3.1%	4,414	34.9
2002	55.64	0.30	1.81	22.9%	3.3%	4,688	30.3
2003	59.46	0.35	2.03	24.0%	3.5%	4,906	26.9
2004	67.36	0.48	2.41	24.5%	3.6%	5,289	22.8
2005	75.01	0.58	2.63	24.6%	3.5%	6,141	18.3
2006	83.51	0.65	2.92	25.0%	3.5%	6,779	16.0
2007	94.27	0.83	3.16	25.2%	3.4%	7,262	14.5
2008	103.25	0.93	3.38	25.2%	3.3%	7,550	16.5

Las estrategias de la empresa enfatizan su enfoque a la fuerza de trabajo y a su cultura organizacional caracterizada por su posición conservadora y moralista y de orientación a la familia.

Su crecimiento internacional que la ha llevado a posicionarse en 14 países de los cuales recibe un cuarto de sus ingresos no ha sido siempre exitoso, sus inversiones en Alemania y Sur Corea fueron un fracaso y se tuvo que retirar por falta de conocimiento de las culturas de estos países y del mercado de ventas al menudeo. La empresa subraya la forma como escucha a las necesidades de su fuerza de trabajo de tal forma que cada empleado o asociado tiene las puertas abiertas para sugerir mejoras.

De igual manera se ofrecen recompensas financieras generosas a los empleados a través del reparto de utilidades y opciones para compra de acciones.

Sin embargo, estas prestaciones se adquieren solo hasta que se hayan cumplido 5 años de antigüedad en la empresa por lo que antes de los 5 años existe una rotación alta ya que adicionalmente a no recibir prestaciones los salarios generalmente se pagan -en el caso de Estados Unidos- por debajo de los salarios que marcan la línea de pobreza.

Hoy en día los principales competidores de Wal-Mart son K-Mart y Target que se ubican por debajo de la empresa en el mercado al menudeo. Muchos de los grandes minoristas han empezado a desarrollar sus propias marcas y en eso Wal-Mart lleva desventaja, ha centrado más sus esfuerzos en buscar precios bajos para las marcas que hay en el mercado y ha sido lento para generar sus propias marcas.

Por otra parte, si por años las ciudades se fueron extendiendo hacia los suburbios, en Estados Unidos empieza a presentarse una nueva tendencia, el regresar a los centros ya que la burbuja generacional de los “baby boomers” empiezan a jubilarse y a replegarse, las grandes tiendas que visitaban y las grandes compras que realizaban empiezan a verse desde otra perspectiva y esto no aplica solo a esa generación, el precio de la gasolina y la crisis ha hecho a los consumidores más racionales en cuanto al gasto de desplazamiento y almacenamiento de víveres.

La tendencia global muestra que en la actualidad la gente compra menos, derivado de los aumentos a los bienes y servicios y al elevado precio de las gasolinas, que en México aún siendo un productor de petróleo se refleja en incrementos mensuales y en otros países no productores en incrementos aún mayores, lo que ocasiona que la gente que vive de forma más apretada no compre más de lo necesario en un Supercenter, como sucedía en las décadas pasadas. Otra situación que se presenta en el mercado de los minoristas es el desarrollo que está teniendo la compra por internet ya que hace que los consumidores estén mejor informados y que busquen las ofertas desde sus computadoras sin salir de casa.

El 4 de Junio de 2010 el Presidente de Wal-Mart presentó cuatro estrategias para el desarrollo de la nueva generación Wal-Mart en la junta anual de accionistas. Dijo que estas estrategias buscan hacer realidad la visión de Sam Walton “dar la oportunidad al mundo de que vea lo que es ahorrar dinero y vivir una mejor vida.”

Las estrategias que planteó:

1. Convertirse en una empresa global.
2. Entender los futuros retos que enfrentarán los minoristas y resolverlos.
3. Asumir un liderazgo mayor en las cuestiones sociales que les interesan a los clientes.
4. Mantener una cultura fuerte.

El presidente de Wal-Mart ha comentado que para convertirse en una empresa realmente global piensa que debe servir a sus clientes en otras partes del mundo en tiendas que realmente sean locales y no trasplantadas de Estados Unidos, compartir mejores prácticas y apalancarse en la cadena de suministro global. De igual manera ha enfatizado la importancia del talento: en los próximos 5 años abrirán 500,000 puestos alrededor del mundo por lo que requieren reclutar el mejor talento.

En la reunión de accionistas también se plantearon los retos para los siguientes 20 años, entre ellos el impacto de la tecnología en los hábitos de compra y en particular en el precio de los productos. El presidente de la empresa mencionaba que “la empresa estaba por entrar en una era de transparencia en precios y preguntaba ¿qué tipo de empresas ganan cuando hay transparencia en el precio?”

En cuanto a otra de las estrategias planteadas, la responsabilidad social, el presidente mencionaba la necesidad de desarrollar un modelo para asegurar la sinceridad y credibilidad de sus intenciones. La gerencia ve en la cultura de Wal-Mart una ventaja competitiva que los diferencia de la competencia y que es atraer la atención de la gente en cualquier parte del mundo por lo que considera que tendrán que seguir trabajando fuerte para mantenerla y fortalecerla. Considera que el respeto al individuo, poner primero al cliente y la confianza del mercado son clave para ganar en el futuro.

II.6 Wal-Mart en México

Al 31 de diciembre de 2009 Wal-Mart cuenta con 1,472 unidades distribuidas en 265 ciudades. La empresa tiene 178 mil 276 asociados (empleados), y con esto Wal-Mart se convierte en uno de los mayores empleadores privados en el país.

Además, inició una nueva etapa de crecimiento y se convirtió en un detallista internacional al adquirir las operaciones de Wal-Mart Centroamérica. Por lo que ahora cuenta con 29 mil 225 asociados más y 519 unidades.

La presencia de Wal-Mart en el mundo es de 4070 unidades

Premios y reconocimientos

Durante el 2009, Wal-Mart de México y la Fundación Wal-Mart de México recibieron diversos premios y reconocimientos:

- Empresa Socialmente Responsable otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y Alianza por la Responsabilidad Social (AliaRSE) por noveno año, siendo la única empresa en el sector autoservicio en recibirlo durante 9 años consecutivos.
- Modelo de Equidad Género evaluado y reconocido desde 2003 por el Instituto Nacional de las Mujeres.
- Empresa Comprometida con la Educación de sus Trabajadores entregado por el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA).
- Una de las 50 empresas más innovadoras según ranking elaborado por Netmedia Research y Ernst & Young.

- Una de las compañías cuyo valor y aportación social significan una mejora para el país por sus prácticas de responsabilidad social según listado de la revista Istmo: Liderazgo con valores.
- Uno de los Mejores Casos de Responsabilidad Social al Grupo Transforma, conformado por Wal-Mart de México, Unilever, Natura, Coca-Cola y Phillips por los premios Ganar-Ganar.
- 15 grandes en Responsabilidad Social en el listado de la revista Poder y Negocios, por sus prácticas como ciudadano corporativo responsable.
- Premio Nacional de Ahorro de Energía Eléctrica y Energías Renovables 2009 en la categoría Edificaciones y Comercios por las diversas iniciativas de ahorro de energía que se instalaron en las unidades, y en la categoría Energías Renovables por la instalación solar fotovoltaica en Aguascalientes, entregados por la Secretaría de Energía.
- Tercera posición como empresa socialmente responsable de acuerdo con un estudio de HSM y Millward Brown.
- Única compañía mexicana en el top 5 de empresas de Latinoamérica que desarrollan a sus líderes de acuerdo al ranking Las Mejores Compañías para Líderes elaborado por Hewitt Associates, Grupo RBL y la revista Fortune.
- Premio Estatal al Altruismo Mexiquense otorgado por la Secretaría de Desarrollo Social y la Junta de Asistencia Privada del Estado de México por su compromiso solidario para apoyar a los grupos más vulnerables del Estado de México.
- Reconocimiento al programa para el bienestar familiar en manos de mujeres rurales de Oaxaca "En Pro de la Mujer" otorgado por la Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural A.C. (Fundar) de manos del Presidente de la República Mexicana.

- Reconocimiento por sus acciones de responsabilidad social a Fundación Wal-Mart de México por parte del gobierno del Estado de México.
- Testimonio de gratitud a Fundación Wal-Mart de México por su apoyo y colaboración en los diversos programas asistenciales y humanitarios, por la Cruz Roja Mexicana delegación Distrito Federal.
- Reconocimiento por su compromiso, actuación y contribución en la Campaña Nacional por un México sin Hambre 2009 a Fundación Wal-Mart de México de Alimento para Todos, I.A.P.
- Reconocimiento por su compromiso y apoyo otorgado a instituciones pertenecientes a la Junta de Asistencia Privada del Estado de México durante 2009 a Fundación Wal-Mart de México.

Su lema es: “Estamos orgullosos de nuestros resultados financieros, pero más de nuestra gente que ¡hace la diferencia!”

Las unidades en Wal-Mart de México han ascendido a 1,472, de las cuales, con base en el segmento de la población al que se dirigen, los formatos de tiendas, son los siguientes:

- Wal-Mart
- Bodega Aurrerá
- Mi Bodega
- Superama
- Sam's Club
- Suburbia
- Vips
- El Portón
- Ragazzi

Además Wal-Mart ha incursionado en los servicios financieros a través de los Módulos Bancarios de Atención a Clientes y Socios (MACS), que a la fecha ascienden a 39 y que le permite participar en el mercado de servicios financieros.

Wal-Mart ha establecido estrategias para expandir su influencia en Centroamérica a través de 519 unidades de negocio, que de acuerdo a su tamaño se clasifican en:

Supermercados

Tiendas de Descuento

Hipermercados

Bodegas

II.7 Historia de Wal-Mart de México

Con objeto de clarificar el desarrollo que ha tenido Wal-Mart en México, a continuación se enuncian de manera cronológica las principales efemérides del grupo:

1958 Se abre la primera tienda Aurrerá

1960 Inicia Superama

1964 Nace Restaurantes Vips

1970 Inician operaciones Suburbia y Bodega Aurrerá

1976 Primer Centro de Distribución en México

1978 Se inaugura El Portón

1991 Se crea la División Internacional de Wal-Mart Stores y se firma un convenio de asociación con Cifra. Nace el primer SAM'S Club en México

1993 Inicia operaciones Wal-Mart Supercenter

1994 Se incorporan a la asociación Suburbia, Vips y Distribuidora Cifra Wal-Mart, S.A de C.V.

1997 Wal-Mart compra la mayoría de las acciones y adquiere el control de la empresa

2000 Cambia el nombre de Cifra a Wal-Mart de México

2001 Las tiendas Aurrerá se convierten en Supercenters y Bodegas Aurrerá

2006 Wal-Mart de México es el mayor empleador privado en el país, con 917 unidades en la República Mexicana

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y Banxico otorgan a Wal-Mart de México la autorización oficial para la operación de una institución de banca múltiple

2007 Logra una expansión histórica. Abre 136 unidades, lo que equivale a inaugurar una tienda o restaurante casi cada tres días. Además, con la apertura de Supercenter Los Cabos, en Baja California Sur, nuestra empresa ya tiene cobertura en los 32 estados de la República Mexicana. También nuestra red logística creció con la apertura de dos nuevos centros de distribución (Chalco y Villahermosa) y fuimos testigos del inicio de operaciones de Banco Wal-Mart de México Adelante

2008 Cumple 50 años al servicio de las familias mexicanas y lanza la campaña de "Buenas Noticias" en todos los formatos de negocio para contribuir al cuidado de su economía.

Durante 2008 logra el nivel más alto de ventas en nuestra historia e inauguramos 182 unidades, lo que representó un incremento del 12% en piso de venta y del 3.2% en asientos de restaurantes.

2009 Fusión con Wal-Mart Centroamérica.

Wal-Mart de México tiene presencia en 265 ciudades de la República Mexicana y 5 países de Centroamérica.

Las últimas cifras establecen que a finales de 2010 los asociados en México ascendieron a 178,276 y la generación de ventas durante el mismo periodo se ubicó en \$269,397 millones de pesos, atendiendo a 1,219 millones de clientes.

La Fundación Wal-Mart de México canalizó \$386.8 millones a proyectos comunitarios, beneficiando a 3.4 millones de personas y contribuyendo a la construcción de 4,198 huertos y granjas familiares.

Asimismo, se invirtieron \$49.7 millones en capacitación y se promovieron a 15, 287 asociados. Con la política de Precios Bajos Todos los Días, se generan ahorros por más de \$11, 458 millones para los clientes.

En la ciudad de Coatzacoalcos, polo de desarrollo del sureste del país, centro de integración del agrupamiento industrial de la petroquímica básica y puerto de trascendencia para la exportación de los productos de la región hacia Mobile, Alabama en los estados Unidos; por su importancia geográfica se han desarrollado diferentes industrias como: la metalmecánica, la agroindustrial, el turismo y la educación, entre otras; lo que ha conllevado a una concentración de personas que realizan el surtimiento de sus víveres e insumos para el hogar. En este sentido, Wal-Mart determinó instalar un agrupamiento completo de la cadena de servicios, que además de la representación en restaurantes del grupo incluye: un Sams Club, la tienda de autoservicio Wal-Mart Supercenter y la Bodega Aurrera.

Cabe señalar que el sistema propuesto que se describirá, se desarrollo como prueba piloto en las tres franquicias de la cadena, por lo que a pesar del incidente que ocasionó la pérdida total del Supercenter a finales de 2011, su aplicación continua en las dos franquicias restantes y se estima nuevamente su reinstalación en cuanto se habilite nuevamente el Supercenter.

II.8 Delimitación del problema

Constituirse como una organización inteligente, orientada a satisfacer plenamente las aspiraciones de sus clientes y grupos de interés, debiera ser una prioridad en las entradas del sistema de planeación de cualquier empresa. Esto implica su operación bajo un enfoque sistémico, que se retroalimenta a través de nuevos modelos mentales que facilitan estructuras donde los patrones de pensamiento individual propician, como una aspiración colectiva, el aprendizaje en conjunto para la organización. La concepción de estos sistemas y esquemas de operación de manera ordenada para sus productos y/o servicios y procesos, depende de la complejidad de los entes socioeconómicos, sus objetivos y su filosofía institucional.

La clave en los aspectos de comercialización de productos, se encuentra en el adecuado manejo del inventario; sin embargo, aunque se han presentado avances no se tiene un proceso de organización definido y se presentan deficiencias en el servicio, ya que no existe una adecuada planeación y administración en sus recursos tanto materiales como humanos, razón que afecta directamente el proceso de venta de productos, originando que en ocasiones habiendo existencia en bodegas se presente desabasto, situación que ocasiona quejas constantes de los clientes por no cumplir con la entrega a tiempo de compromisos y en consecuencia, existe una mala percepción de los consumidores, generando pérdidas económicas para la empresa.

La calidad del servicio también se ve afectada por la falta de un enfoque basado en procesos que permita la estandarización de los mismos y la ausencia de un enfoque de sistema que gestione su calidad, lo cual se ve reflejado en la satisfacción de los clientes. Por lo tanto, el presente documento describe el proceso de elaborar un sistema de gestión de la calidad para la selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el Bin Locator para el control y Administración de Inventarios- para Wal-Mart basado en las normas ISO 9001:2008 y su equivalente mexicana la NMX-CC-9001-IMNC-2008 con la finalidad de disminuir las quejas por parte de los clientes y así poder tener un lugar preferente en el mercado de supermercados y tiendas de autoservicio.

Por todo lo anterior mencionado surge la siguiente interrogante para ser resuelta por la investigación que será desarrollada: ¿De qué manera influye la elaboración del sistema de gestión de calidad para la selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el control y administración de inventarios de Wal-Mart basado en las normas ISO 9001:2008 y su equivalente mexicana la NMX-CC-9001-IMNC-2008?

II.9 Hipótesis

La elaboración del sistema de gestión de la calidad para la selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el control y administración de inventarios en Wal-Mart, basado en las normas ISO 9001:2008 y su equivalente mexicana la NMX-CC-9001-IMNC-2008, aumenta la satisfacción del cliente a través del surtimiento efectivo de productos en bodega.

II.10 Objetivos

II.10.1 Objetivo general

Elaborar el sistema de gestión de la calidad para la selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el control y administración de inventarios en Wal-Mart, basado en las normas ISO 9001:2008 y su equivalente mexicana la NMX-CC-9001-IMNC-2008 para aumentar la satisfacción del cliente a través del surtimiento efectivo de productos en bodega.

II.10.2 Objetivos particulares

- a. Realizar un análisis para examinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que permita obtener una visión general de la situación estratégica de Wal-Mart.
- b. Comparar la documentación existente de Wal-Mart, para definir la estructura documental del sistema de gestión de la calidad que permita cumplir con los requisitos de las normas ISO 9001:2008 y su equivalente mexicana la NMX-CC-9001-IMNC-2008.
- c. Determinar los procesos del sistema de gestión de la calidad, su secuencia e interacción.
- d. Elaborar el manual de calidad que establece el sistema de gestión de la calidad, en cumplimiento con las normas ISO 9001:2008 y su equivalente mexicana la NMX-CC-9001-IMNC-2008.
- e. Proponer un manual de la calidad para Wal-Mart, basado en las normas ISO 9001:2008 y su equivalente mexicana la NMX-CC-9001-IMNC-2008 que permita aumentar la satisfacción del cliente.

III. METODOLOGÍA

III.1 Aspectos generales

Wal-Mart Coatzacoalcos, se encuentra ubicada en la ciudad Coatzacoalcos, Veracruz, en la zona más importante de desarrollo, junto a los principales malls y nuevas cadenas de hoteles. De acuerdo a la clasificación realizada por la Secretaría de Economía, el tamaño de la organización pertenece a la mediana de servicios, y se identifica con el rubro de supermercado y tienda de autoservicio. Las áreas funcionales de Wal-Mart son: Bodega, Blancos, Abarrotes, Cárnicos, Pescados y Mariscos, Verduras, Línea blanca, Joyería, Electrónicos, Pastelería, Farmacia y Computo.

La propuesta de elaborar un sistema documental en Wal-Mart, nace por el interés manifestado por el DiResponsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos General de la misma, con el fin de adoptar una estrategia de negocio que le permita disminuir pérdida de clientes debido a la falta de mercancías en piso; a través de documentar eficientemente los métodos e instrucciones de trabajo que sirvan de base para su implementación y lograr una posición competitiva en el mercado de mercados y tiendas de autoservicio.

Para poder elaborar el sistema documental primero se realizó un diagnóstico organizacional para analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa y así poder determinar la situación actual de la misma, posteriormente se procedió a revisar la documentación existente de la unidad de negocio que permitió conocer el cumplimiento con los requisitos de las normas ISO 9001:2008 y su equivalente mexicana la NMX-CC-9001-IMNC-2008 para después continuar con las etapas de planificación, diseño de sistema y desarrollo documental.

El periodo de realización del trabajo recepcional comprendió los meses de enero de 2011 a septiembre de 2011, la investigación se realizó en las instalaciones de la tienda Wal-Mart Supercenter, Sams Club y Bodega Aurrera; las cuales se encuentran en el mismo radio de influencia separadas por menos de 1 kilometro; se pretende lograr a futuro un funcionamiento eficaz del sistema documental a través de la implementación, mantenimiento y mejora del sistema de gestión de la calidad.

III.2 Diseño metodológico

El primer estudio llevado a cabo en esta investigación es de tipo descriptiva ya que se dio a conocer las variables encontradas y la caracterización de la problemática, el método general utilizado fue el análisis causal que ayudo a demostrar la hipótesis planteada, se realizó también una investigación de campo apoyada en información que proviene de un cuestionario y de observaciones en los procesos, este tipo de investigación se desarrollo de manera conjunta a la investigación de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie como métodos de trabajos existentes. Con lo anteriormente descrito, se identificaron las principales actividades realizadas por Wal-Mart, además se determinaron los requerimientos de las normas ISO 9001:2008 y su equivalente mexicana la NMX-CC- 9001-IMNC-2008, posteriormente se realizó un cuestionario con el fin de medir la satisfacción de los clientes, ya que resulta de vital importancia monitorear regularmente sus expectativas y determinar si estas necesidades se encuentran dentro de lo que la empresa puede proporcionar, si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia o si coinciden con lo que el cliente promedio espera.

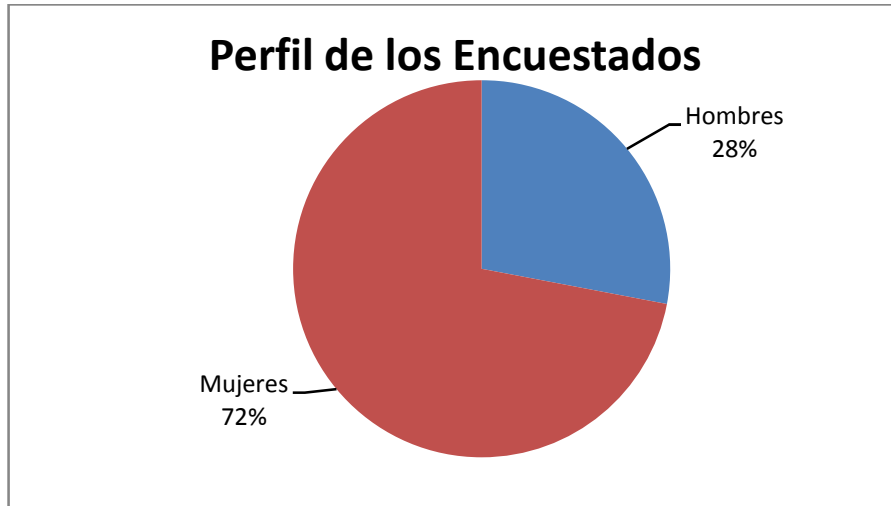
Las etapas que fueron utilizadas como base para la elaboración del sistema documental del trabajo recepcional: etapa uno: se realizó un diagnóstico organizacional para conocer los factores internos y externos de la empresa; etapa dos: se determinaron los tipos de documentos que deben existir en Wal-Mart para garantizar que los procesos se lleven a cabo bajo condiciones controladas mediante las siguientes actividades que fueron: a) el estudio de la serie principal de normas ISO 9000 y los elementos de la documentación aplicables a la universidad; b) el estudio de las regulaciones específicas del sector en que se desenvuelve el Supercenter para determinar los documentos que deben responder al cumplimiento de requisitos legales; c) el estudio de mapas de proceso y la determinación de cuáles deben ser documentados; d) determinación de los tipos de documentos que deben existir y sus requisitos; etapa tres: se realizó un diagnóstico situacional de la documentación en la tienda, comparando lo que existe con las necesidades determinadas en la etapa anterior mediante las siguientes actividades: a) elaboración de la guía para el diagnóstico (check-list ISO 9001:2008/NMX-CC-9001-IMNC-2008), b) ejecución del diagnóstico, c) elaboración y presentación del informe de diagnóstico, d) elaboración del plan de acciones correctivas para eliminar no conformidades en la documentación existente y la etapa cuatro: se establecieron en el diseño todos los elementos necesarios para la elaboración del sistema documental mediante las siguientes actividades: a) definición de la jerarquía de la documentación, b) definición de estructura y formato del manual de calidad, c) determinación de los procesos de la documentación, d) establecimiento del flujo de la documentación, e) planificación de la elaboración de documentos, f) planificación de la capacitación del personal implicado; etapa cinco: se elaboraron, revisaron y aprobaron todos los documentos en cada nivel mediante las siguientes actividades: a) capacitación al personal implicado, b) elaboración de los procedimientos generales, c) elaboración del manual de calidad, d) elaboración de otros documentos de acuerdo al plan trazado en la etapa anterior, e) revisión y aprobación de los documentos por parte del personal autorizado.

La población de estudio para este trabajo, estuvo compuesta por una población finita de tamaño $N = 900$ clientes, la técnica de muestreo es de tipo aleatorio simple, el tamaño de la muestra es de 200 clientes. Cabe mencionar que los clientes fueron seleccionados en la salida de las tiendas. El formato de respuesta que se utilizó para el cuestionario fue de tipo opción múltiple, este estudio también se caracterizó, por ser prospectivo y longitudinal, ya que se registró la información tal y como se presentaban los fenómenos durante la investigación. El procedimiento metodológico propuesto se caracterizó por tener el objeto de servir como una guía para implementar sistemas documentales que cumplan con los requisitos de la norma internacional ISO 9001:2008 y su equivalente mexicana la norma NMX-CC-9001-IMNC-2008, y pueda ser aplicado por cualquier organización que se enfrente a la compleja tarea de establecer un sistema de gestión de la calidad.

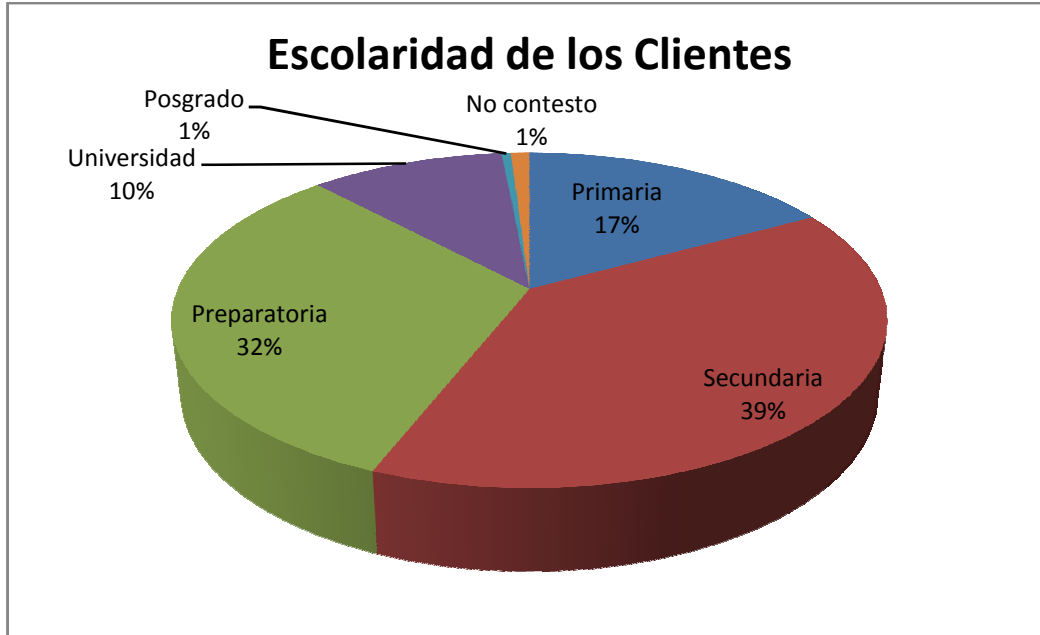
IV. RESULTADOS

Derivado de la aplicación del sistema se desprenden los siguientes indicadores:

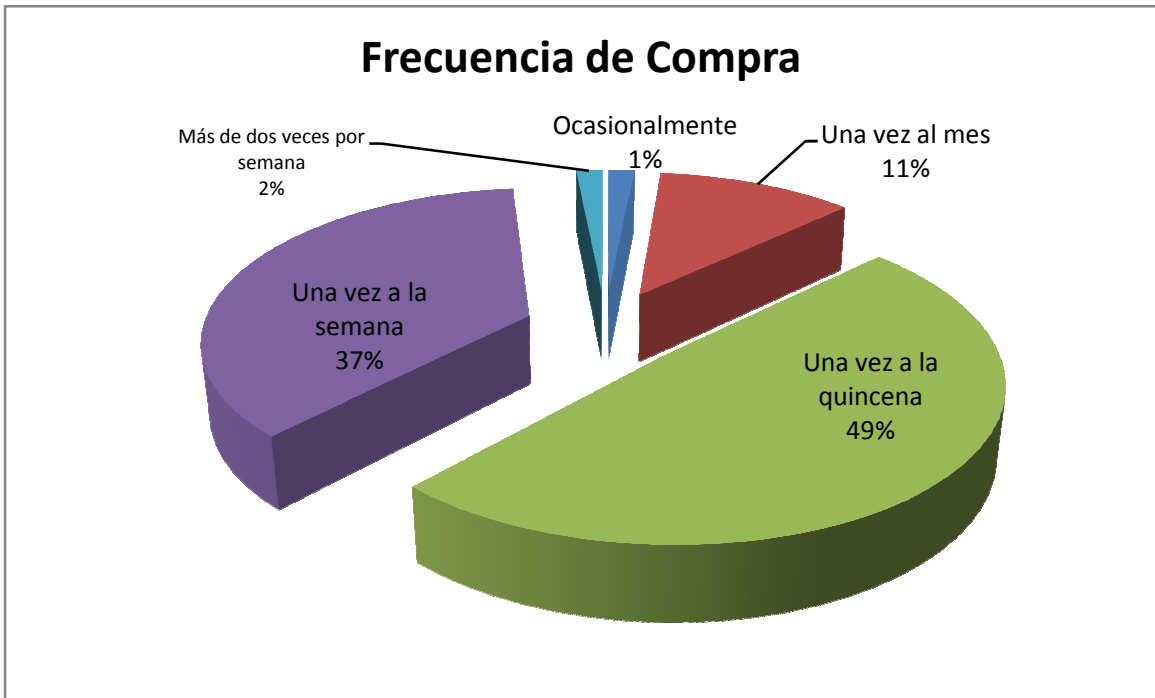
IV.1 Satisfacción de clientes



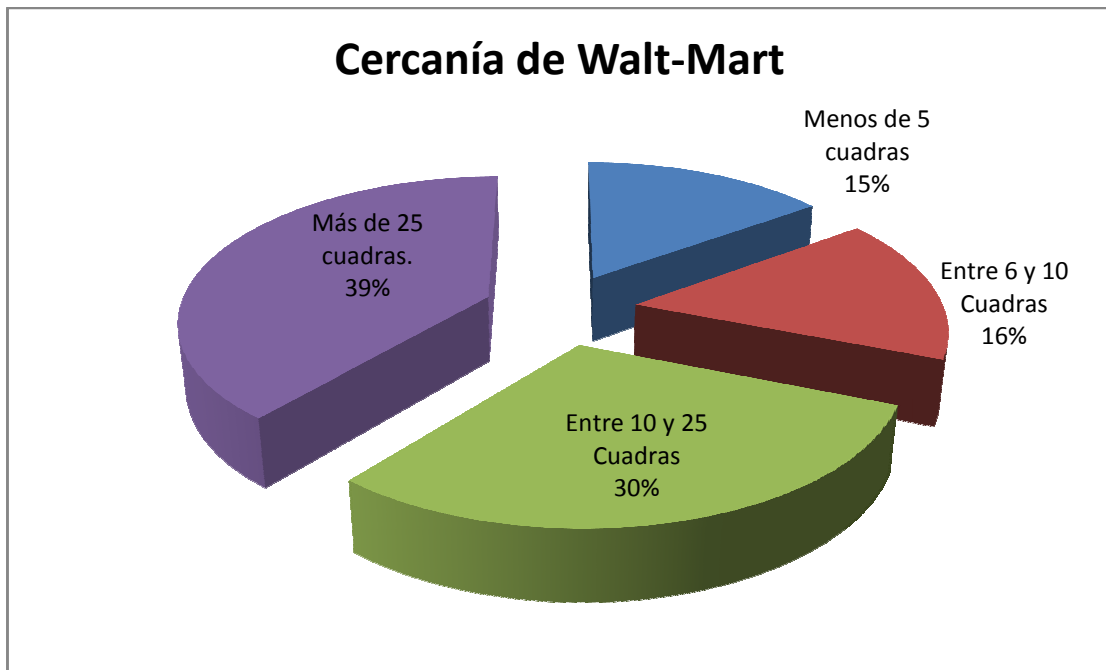
Como se observa en la gráfica el 72% de los clientes que acuden a realizar compras es del sexo femenino; situación que hace aún más necesario el correcto control de inventarios derivado a que las amas de casa comparan el surtido y abasto en diferentes tiendas.



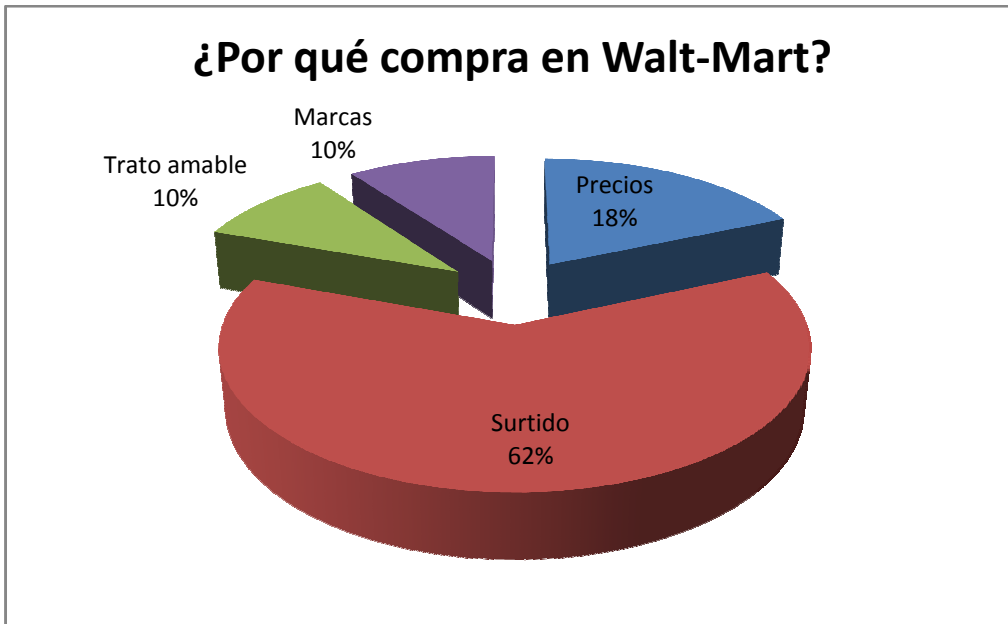
El 72% de los usuarios de Wal-Mart tienen nivel de educación media y media superior que supone un mayor razonamiento en la compra de productos y en la percepción global de la firma con base en su surtido y existencia de productos.



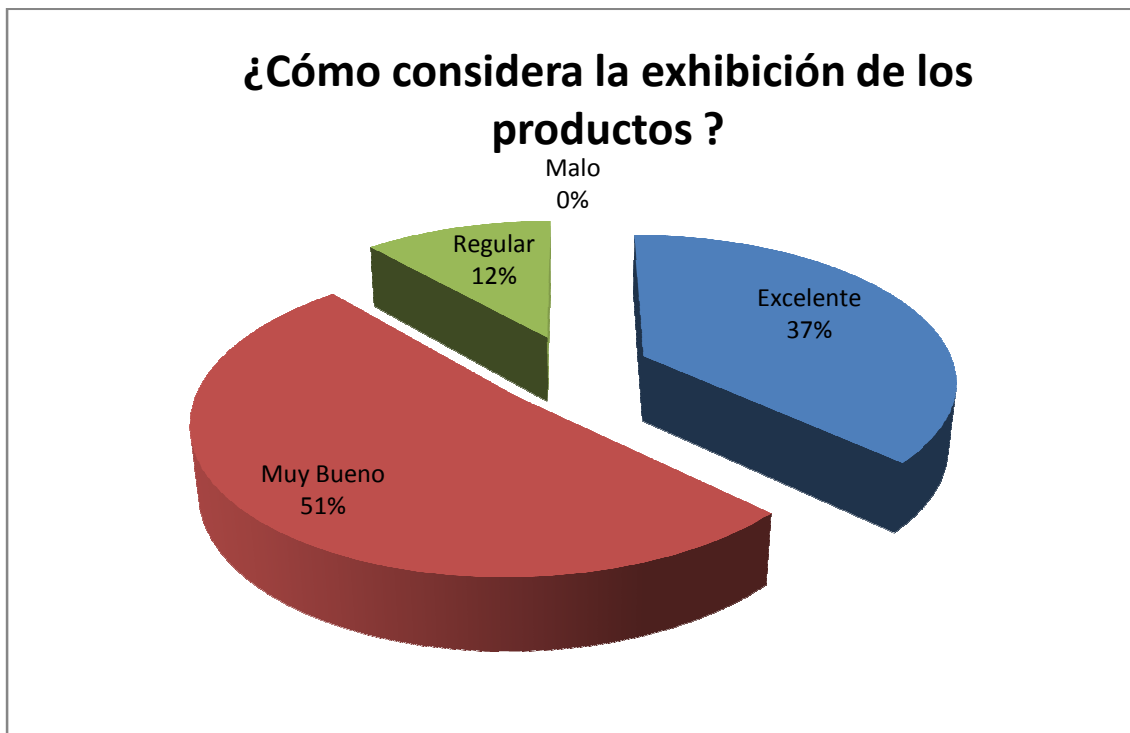
El 86% de los usuarios de Wal-Mart son compradores frecuentes que visitan la tienda al menos una vez por quincena.



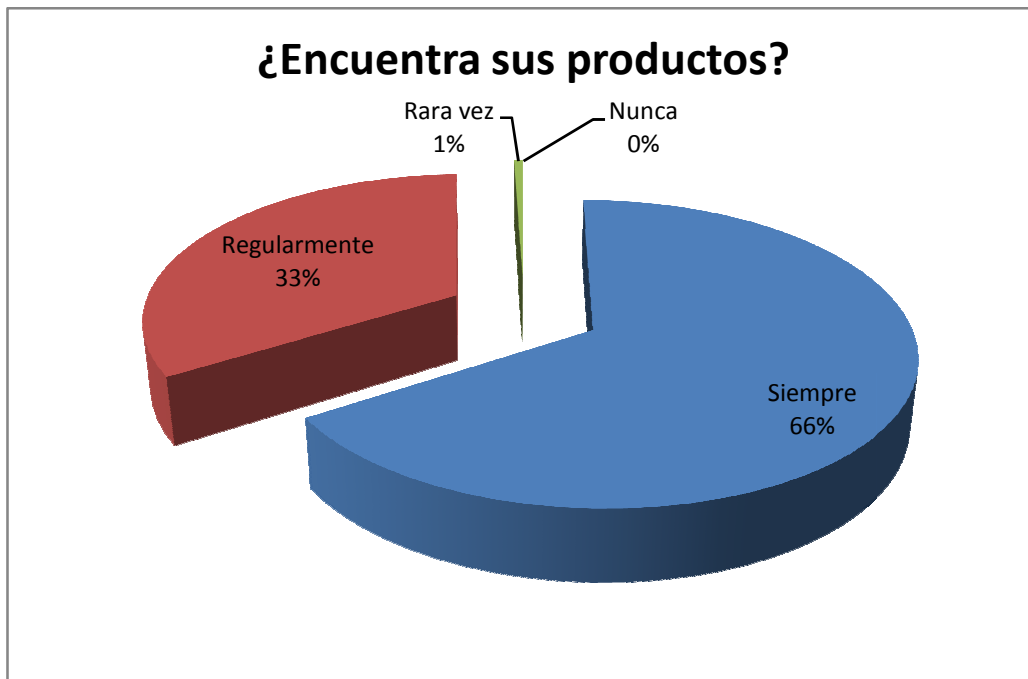
El 69% de los usuarios de Wal-Mart son compradores que viven alejados de Wal-Mart y se trasladan por la experiencia agradable que obtiene al surtir sus artículos de consumo en la tienda.



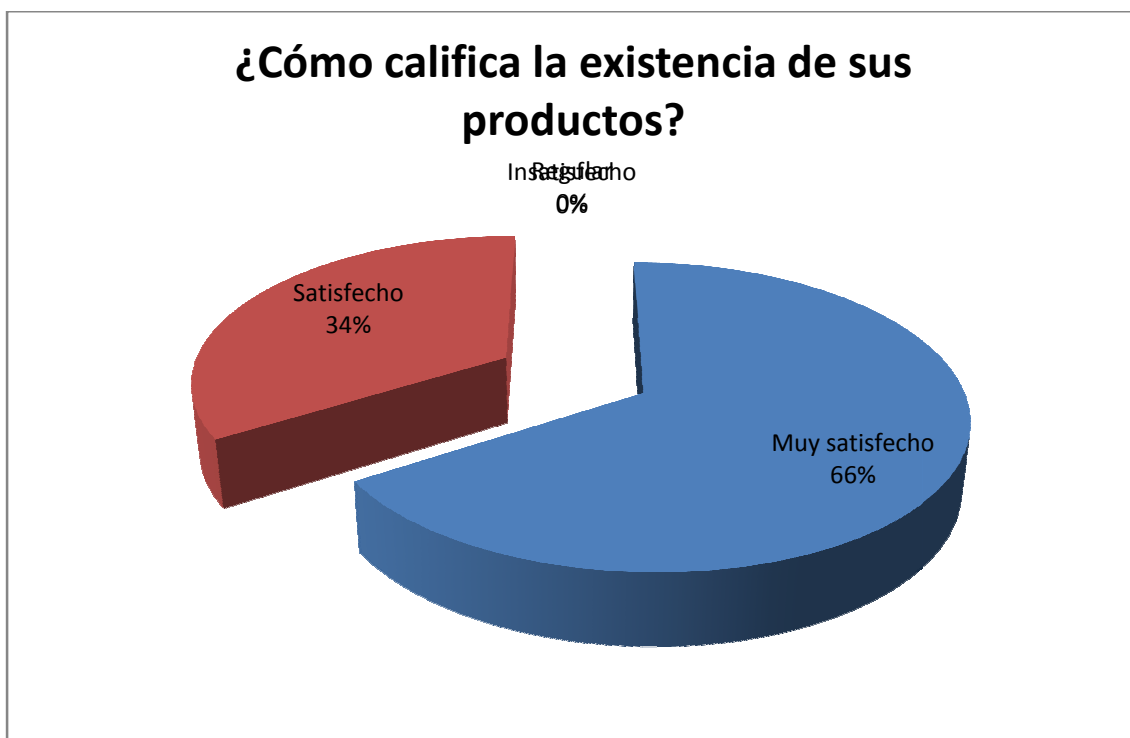
El 62% de los usuarios de Wal-Mart compran por el surtido que ofrece la tienda así como un 10% por las marcas que encuentran en la tienda; esto refuerza la necesidad de contar con un sistema eficiente de inventarios.



El 88% de los usuarios de Wal-Mart consideró que la exhibición de los productos era adecuada.



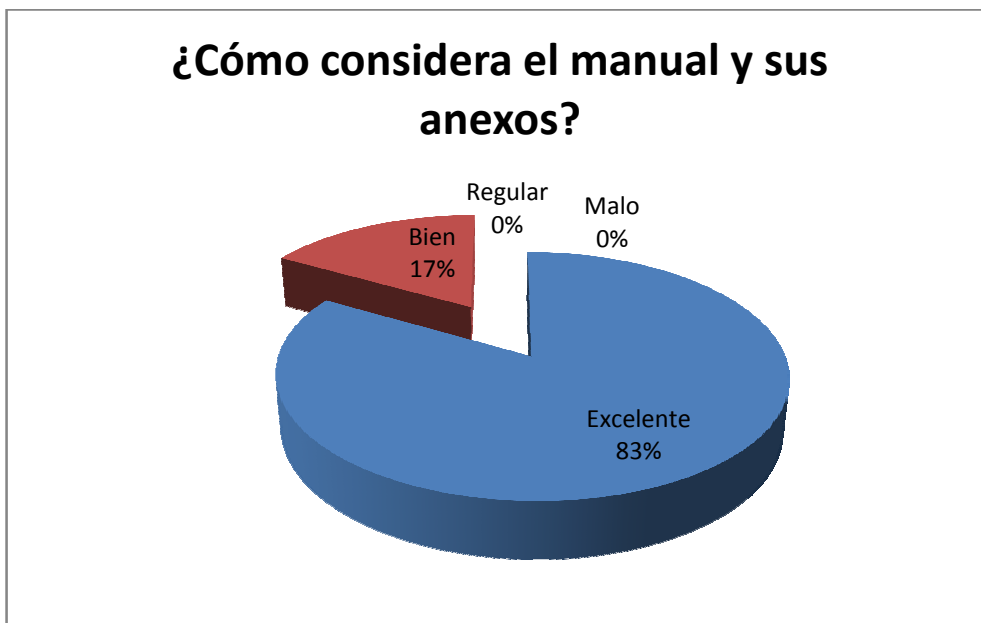
El 99% de los usuarios de Wal-Mart siempre encuentra sus productos, cabe resaltar que sólo el 1% de los encuestados señaló que rara vez encuentra el producto que busca; específicamente se refirió a las ocasiones en que existe en el mercado desabasto con propósitos de especulación de precios, situación en que la tienda en ocasiones no puede controlar.



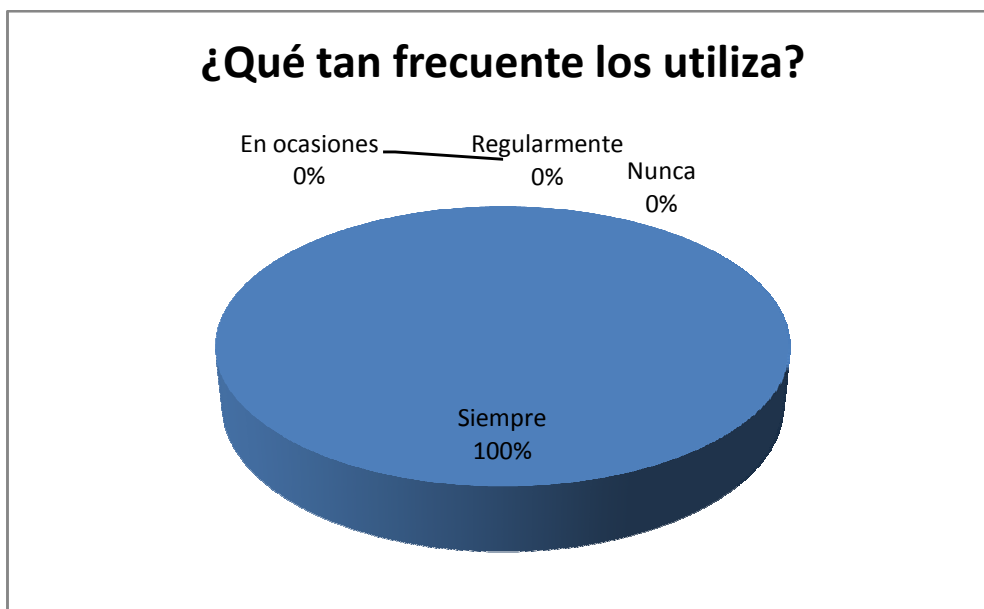
El 100% de los usuarios de Wal-Mart está satisfecho con la existencia de sus productos.

IV.2 Satisfacción de Asociados

Con el propósito de medir si el sistema sirvió para su propósito, se encuestó también a los asociados responsables del almacén sobre la utilidad del sistema a través de tres preguntas.

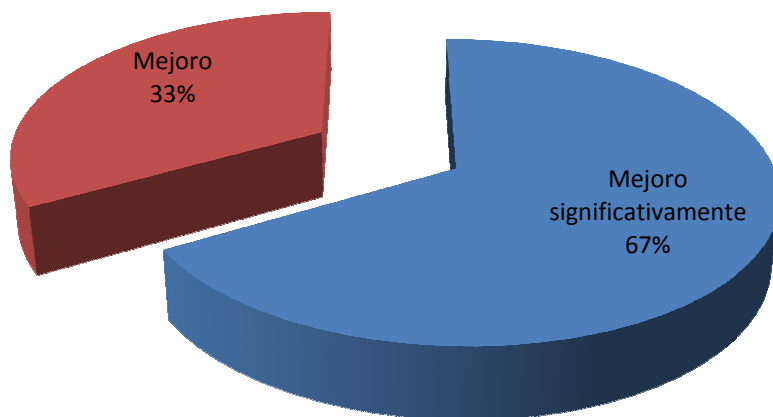


El 83% de los asociados de Wal-Mart vinculados a la propuesta considera excelente el manual y sus anexos como herramienta de trabajo para el manejo de inventarios. El 100% está satisfecho con ellos.



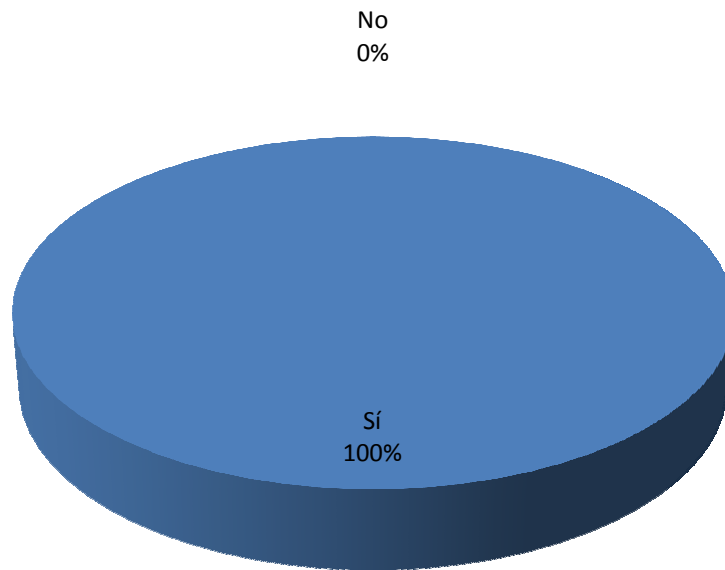
El 100% de los asociados de Wal-Mart vinculados a la propuesta utilizan siempre el procedimiento.

¿Cómo considera que fue la aportación al sistema?



El 67% de los asociados de Wal-Mart vinculados a la propuesta considera que el sistema mejoró significativamente el control de los inventarios y el 100% propondría que fuera implementado en los demás centros de distribución de Wal-Mart.

¿Propondría su uso en otros centros?



El 100% de los asociados de Wal-Mart vinculados a la propuesta utilizan están de acuerdo en proponer que se lleve a cabo su uso en otros centros de trabajo.

ANEXO 1.



Encuesta de Satisfacción del Cliente CL-ENC-01

Con el propósito de conocer el nivel de satisfacción de nuestros clientes aplique la siguiente encuesta identificándose por su nombre, agradeciendo al cliente por aceptar la entrevista.

Buenas tardes: ¿Me permite hacerle una breve entrevista para conocer su opinión?

En el caso de que acepte indique marcando la respuesta que proceda:

Hombre ()

Mujer ()

1.- ¿Cuál es su máximo grado de estudios?

- A. Primaria
- B. Secundaria
- C. Preparatoria
- D. Universidad
- E. Posgrado

2.- ¿Con qué frecuencia compra en esta tienda?

- A. Ocasionalmente.
- B. Una vez al mes.
- C. Una vez a la quincena.
- D. Una vez a la semana.
- E. Dos veces por semana o más.

3.-¿Qué tan cerca está su casa u oficina de esta tienda?

- A. Menos de 5 cuabras.
- B. Entre 6 y 10 cuabras.
- C. Entre 11 y 25 cuabras.
- D. Más de 25 cuabras.

4.- ¿Por qué compra en esta tienda?

- A. Surtido
- B. Precio.
- C. Trato amable.
- D. Marcas.
- E. Otra.

En el caso que señale otra. ¿Cuál?

5.- ¿Cómo le pareció que están exhibidos los productos?

- A. Excelente.
- B. Bien.
- C. Regular.
- D. Mal

6.- Los productos que busca en la tienda ¿Los encuentra?

- A. Nunca.
- B. Rara vez.
- C. Regularmente.
- D. Siempre.

7.- ¿Está satisfecho con la existencia de los productos en nuestras tiendas?

- A. Muy satisfecho.
- B. Satisfecho.
- C. Regularmente satisfecho.
- D. Insatisfecho.

8.- ¿Desea agregar algo más?

Gracias por su cooperación; sus respuestas nos ayudarán a darle un mejor servicio.

En Wal-Mart ahorras dinero, vives mejor.

Fecha	Responsable de aplicarlo	Revisó

ANEXO 2.



**Encuesta de Satisfacción Asociados
AS-ENC-01**

Con el propósito de conocer los resultados obtenidos de la implementación del sistema de gestión de la calidad, en específico de los procedimientos para la selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el control y administración de inventarios (Bin Locator), responde con sinceridad a las siguientes preguntas.

Tus respuestas particulares serán confidenciales.

1.- ¿Cómo Consideras la utilidad del Manual de Calidad y sus Anexos para el control de inventarios?

- A. Excelente.
- B. Bien.
- C. Regular.
- D. Mal

2.- ¿Qué tan frecuentemente los utilizas?

- A. Siempre.
- B. Regularmente.
- C. Ocasionalmente.
- D. Nunca

3.- ¿Cómo Consideras la aportación de los nuevos procedimientos?

- A. Mejoro significativamente.
- B. Mejoro.
- C. No hubo cambios.
- D. Empeoró.

4.- ¿Propondrías su uso en otras de nuestras unidades de negocio?

- A. Sí.
- B. No.
- C. No sé.

Gracias por tu cooperación; tus respuestas nos ayudarán a dar un mejor servicio.

Fecha	Responsable de aplicarlo	Revisó

**DOCUMENTO**

PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN MERCANCÍA DE UN CONTENEDOR EN EL BACKROOM

CÓDIGO:

PR/7.5.1/01

REVISIÓN:

1

VIGENTE A PARTIR:

1 de Julio de 2011

1.0 Objetivo

Seleccionar mercancía de un contenedor en el Backroom.

2.0 Alcance

Áreas de almacén y piso.

3.0 Responsables

Responsable de almacén.

4.0 Contenido

Seguir los pasos detallados a continuación para escanear la mercancía fuera de un contenedor en el backroom (bodega) con una lista de selección automática, lista de selección crítica o lista de selección manual.

¿Cuál es la diferencia entre una lista de selección automática y una crítica?

Una lista de selección automática es una lista de selección generada por el sistema que se crea automáticamente a diferentes horas del día. La lista de selección automática más grande se genera a las 9:15pm todas las noches. A las 9:15, el sistema creará una selección de todos los artículos en el backroom que se pueden resurtir. Las listas de selección automáticas que se generan entre las 7:15am y 8:15pm son las denominadas de Selección Crítica.

La lista de selección crítica se actualiza continuamente. Para que un artículo sea considerado una selección crítica, debe tener una de las siguientes características:

1 Artículo agotado en el piso de ventas – Esto se basa en el inventario, cantidad en contenedores en el backroom y capacidad de anaquel del artículo.

2 Artículo que será un agotado – Este artículo estará agotado en el anaquel en el transcurso de la siguiente hora, con base en el inventario, la cantidad de contenedores en el backroom, la capacidad de anaquel y tasa de venta del artículo.

3 Artículo colocado en una lista de selección por un asociado – Colocar artículos que tienen inventario y están agotados en el piso de ventas en una lista de selección utilizando la pantalla de Manténlo en existencias (Keep It Stocked): En la pantalla del piso de ventas (Sales Floor) y con la tecla de función F7. No utilizar la pantalla de selección rápida (Quick Picks).

Los departamentos que tienen mercancía escaneada en contenedores encontrarán todas las listas de selección en la pantalla de Selección de Departamento en el menú Keep It Stocked / Inventory Management. Aunque las listas de selección automatizadas aparecen en las pantallas de listas de selección existentes, el trabajar con esta selección

desde la pantalla del Backroom o del Resumen no eliminará el artículo del contenedor. Los departamentos que utilizan el sistema de gestión de inventarios para asignar artículos a ubicaciones de contenedor en el backroom, deben trabajar toda su selección en las pantallas de Selección de Departamento o Selección de Mercancía.

La forma de crear las listas de selección puede ser diferente. Sin embargo, el proceso para seleccionarlas del contenedor es el mismo. Seguir las instrucciones presentadas a continuación para seleccionar mercancía fuera de un contenedor del backroom.

Procedimiento

Step 1

Dept	Count
---	-----
8	55
13	21
46	3
###- bottom -###	
Highlight & ENTER F2=Input Dept	

Seleccionar el contenedor para remover mercancía • Entrar a la terminal portátil. Introducir su identificación de usuario y clave de acceso.

Navegar en la pantalla de selección de departamentos "Department Picks" al seleccionar:

- Inventario perpetuo
- Mantelo en existencias
- Gestión de inventario
- Selección de Departamento

Backroom	
Dept: 8	
042/009/003	2
042/009/018	2
042/010/003	3
42/010/011	4
042/011/003	1
042/011/018	3
042/012/003	1
042/012/011	2
ENT=SEL F12=CANCEL F2=SCAN BIN LABEL	

NOTA: Para seleccionar un artículo de un contenedor que no se encuentra en una lista de selección, seleccionar la opción de selección de mercancía "Pick Merchandise" en la pantalla de gestión de inventario y simplemente escanear la etiqueta del contenedor y proceder con el Paso 2. • Seleccionar el número de departamento de la mercancía a seleccionarse.

```
[ PICK FROM BIN ]
BIN: 042/010/011
UPC: 1780002471
ITEM: 806236
BENEFUL HLTHY WT MGT
17.6LB
$11.94
[ ITEM      PICK QTY ]
806236      8
859575      1
875575      1
838533      5
802123      6
F10=PICK F12=CANCEL
```

Paso 2 Seleccionar el artículo a ser escaneado fuera

- Si el contenedor contiene artículos colocados en una lista de selección, solamente aparecerán en la lista esos artículos.

NOTA: Si se selecciona un contenedor que no tiene artículos de la lista de selección asociados con él, aparecerá una lista de TODOS los artículos escaneados en el contenedor.

- Encontrar el primer artículo en la lista o recorrer la lista hasta llegar al artículo que se quiere seleccionar del contenedor y presionar [F10], o presionar intro [ENTER] para seleccionar el artículo marcado.

```
[ PICK FROM BIN ]
BIN: 042/010/011
UPC: 1780002471
ITEM: 806236
BENEFUL HLTHY WT MGT
Please Scan the
label of the item
ENTER=CONTINUE
802123      6
F10=PICK F12=CANCEL
```

Paso 3 Escanear la mercancía fuera del contenedor

- Escanear el código de barras del artículo o teclear el número UPC del artículo.

Si no se localiza el artículo en el contenedor en el que está seleccionado, buscar el artículo y presionar [F10] o intro [ENTER]. Quitar el artículo del contenedor al introducir el número UPC. Solamente se puede hacer si el artículo removido no se encuentra en el contenedor. Considerar todos los artículos con referencia cruzada antes de introducir un número UPC para remover un artículo no encontrado del contenedor.

```
[ PICK FROM BIN ]
BACKROOM
BIN: 042/010/011
UPC: 1780002471
ITEM: 806236
BENEFUL HLTHY WT MGT
17.6LB
$11.94
[ PICK ITEM ]
QTY NEEDED : 8
ON HAND: 29
SHELF CAP : 12
BIN QTY : 8
QTY PICKED : 8
ENT=ACCEPT F12=CANCL
```

Paso 4 Cantidad a removerse

- Introducir la cantidad que deseas remover del contenedor y presionar intro [ENTER].

NOTA: Es crítico ser preciso cuando se seleccionan artículos de un contenedor para mantener la precisión en el contenedor y en inventario.

- En el ejemplo de la izquierda, pueden ver que se seleccionará una cantidad de 8 artículos del contenedor. • La terminal portátil regresará a la lista de artículos del contenedor y puedes

continuar seleccionando el resto de los artículos para ese contenedor.



DOCUMENTO

PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN MERCANCÍA DE UN CONTENEDOR EN EL BACKROOM

CÓDIGO:

PR/7.5.1/01

REVISIÓN:

1

VIGENTE A PARTIR:

1 de Julio de 2011

5.0 Referencias

DA/0.5.6/01	Procedimiento de Juntas de Revisión por la Dirección.
FR/0.8.3/01	Formato para Control del Producto No Conforme.
FR/0.8.3/02	Formato de Asesorías Mal Proporcionadas.
DA/8.5.1/01	Procedimiento para Propuestas de Mejora.
PR/8.5.2/01	Procedimiento para Acciones Correctivas.
DA/0.7.1/01	Proceso de Asesorías y Promoción de Programas
DA/0.7.1/02	Proceso de Trámites
PR/8.5.3/01	Procedimiento de Acciones Preventivas

Gestión de inventario | Proceso y Procedimientos Página 3 de 3 6/26/2011 Wal-Mart Stores, Inc. Confidencial

1.0 Objetivo

Ordenar y facilitar el acomodo de mercancías, para garantizar un surtido fácil y rápido del piso de ventas, disminuyendo el trabajo en el Backroom; proporcionando un mejor control del inventario perpetuo; la reducción de excepciones (menor tiempo para resolverlas) y un mayor alcance a la utilidad (reducción de merma y rebajas) que se traduzca en mayor calidad en el servicio al cliente.

2.1 Alcance

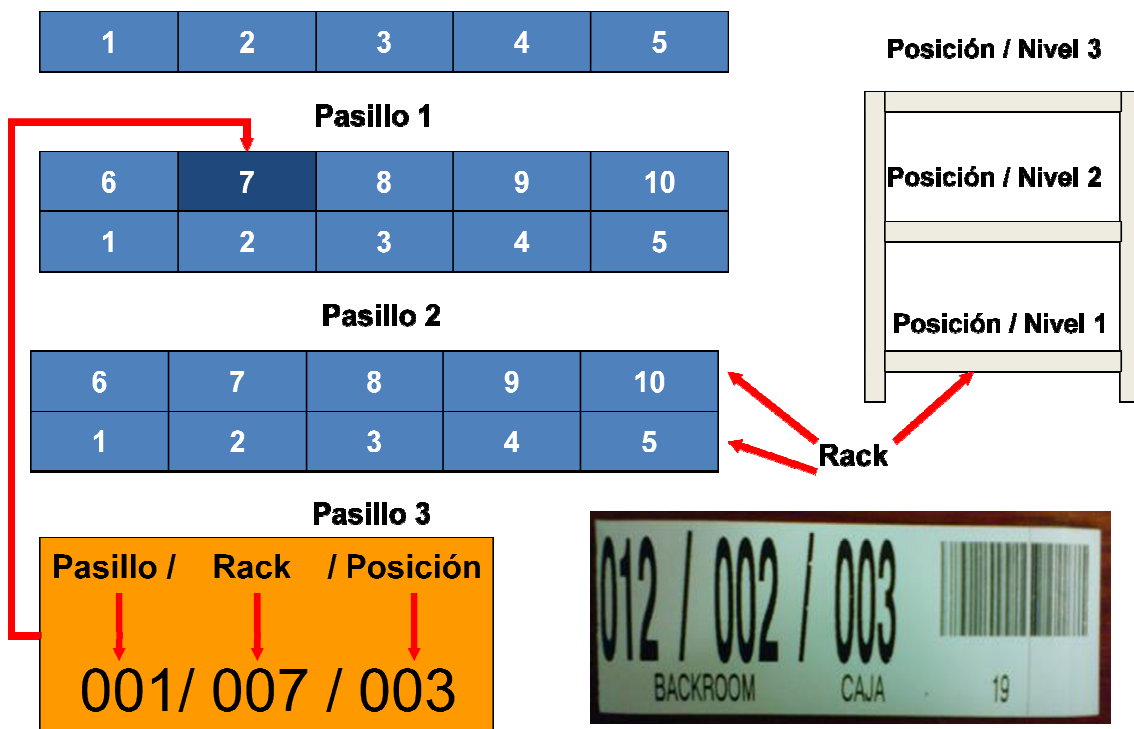
Áreas de almacén y piso.

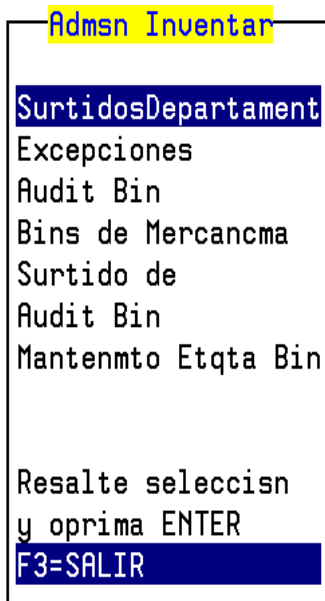
4.0 Responsables

Responsable de almacén.

4.0 Contenido

Bin Locator - Etiquetas en el Backroom





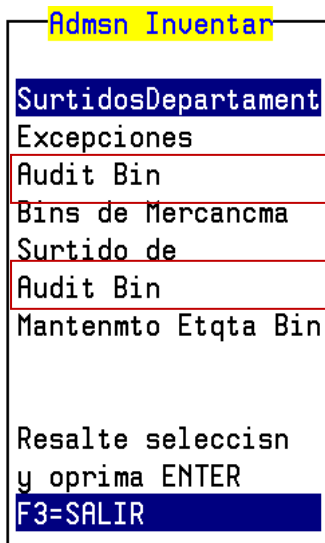
Te muestra los departamentos que tienen Auto Picks pendientes por surtir

En esta pantalla los asociados de IP y Jefes de departamento, deberán trabajar las excepciones

Funcionan al igual que Bin Merchandise pero esta función es utilizada por los auditores (asociados de IP para satisfacer Solicitudes y Asociados de Backroom para mantener la integridad en los Bin's)

Sirve para dar mantenimiento a las posiciones, como reimprimir etiquetas, crear nuevas posiciones, etc. (Jefe de Backroom)

Auditoría Bin

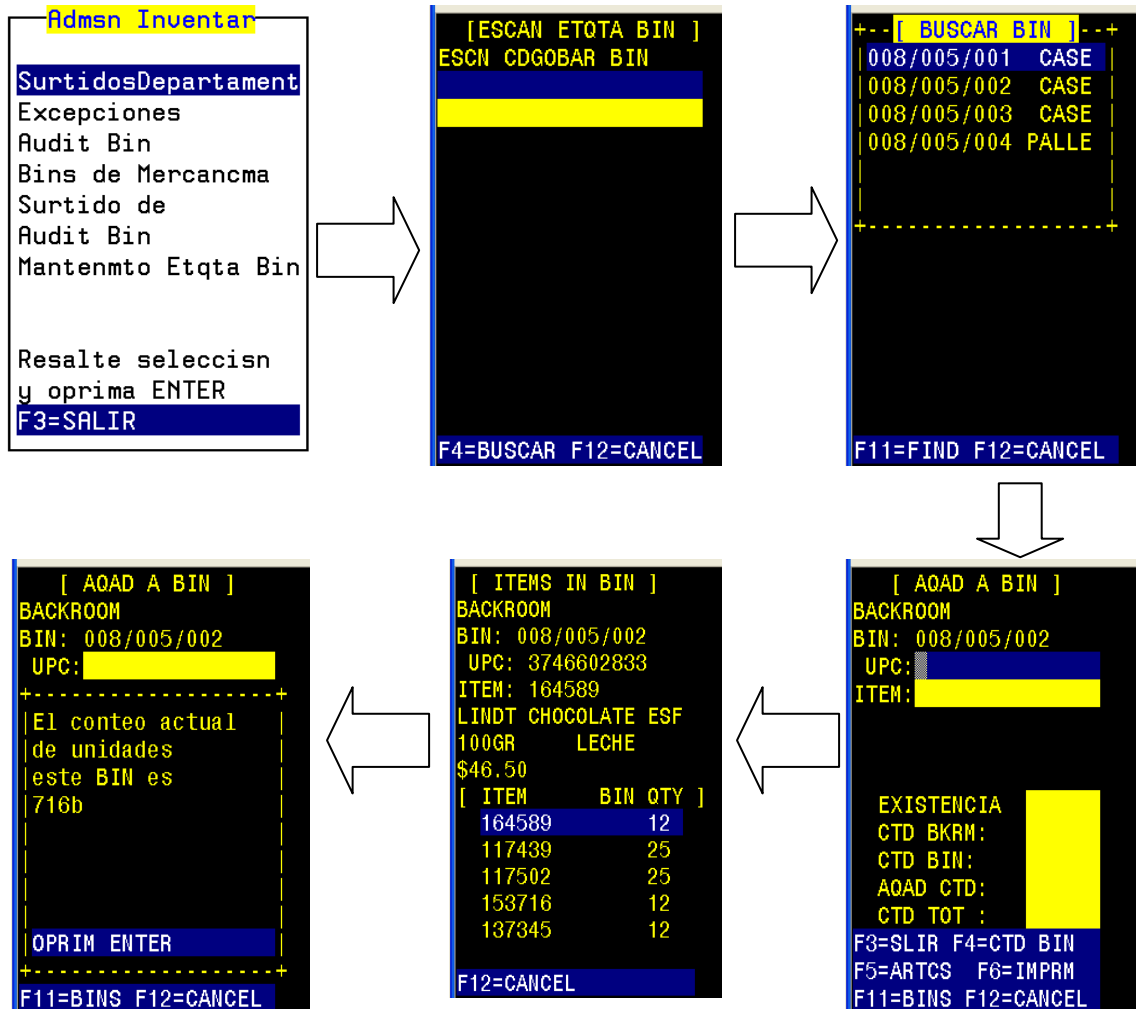


Estas son las auditorías programadas que el sistema te sugiere aleatoriamente y debes satisfacer. (Jefe de Backroom)

En esta pantalla tu decidirás a que Bin hacerle auditoría, con el fin de mantener su integridad (Asociados de Backroom) ó para satisfacer las excepciones (Asociados de IP)

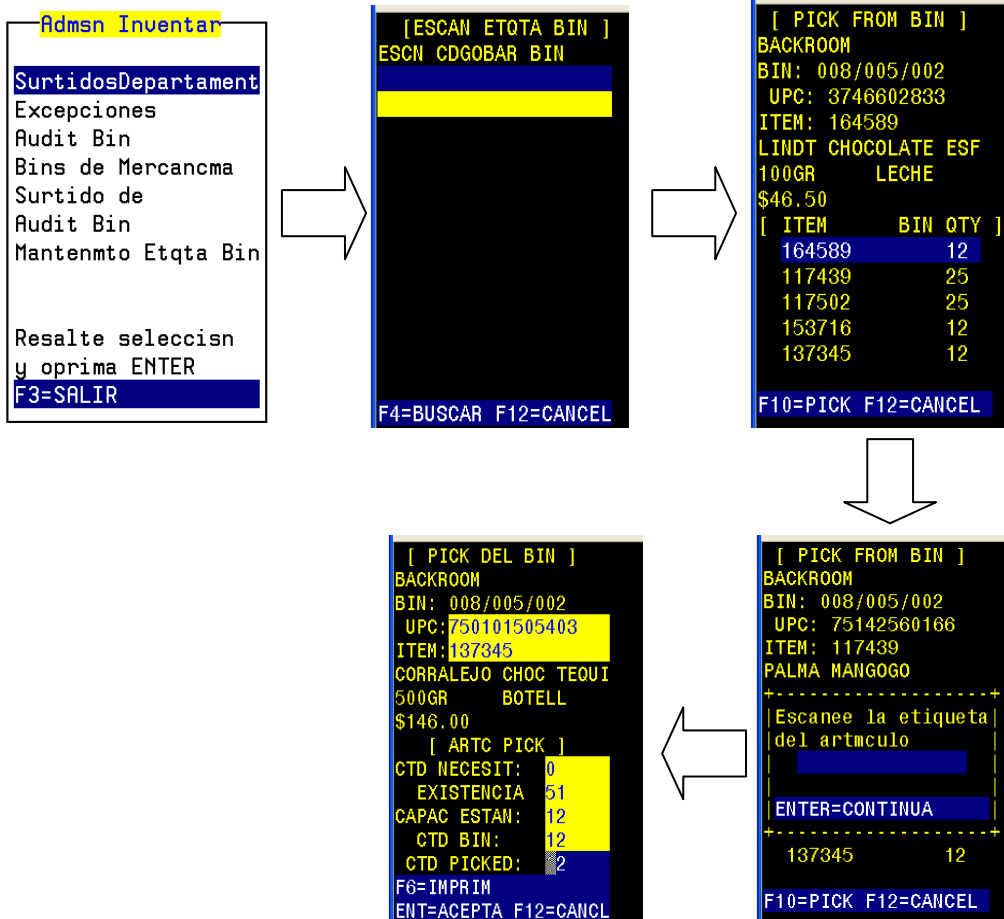


4.1. Flujo de pantallas de posición a mercancía.

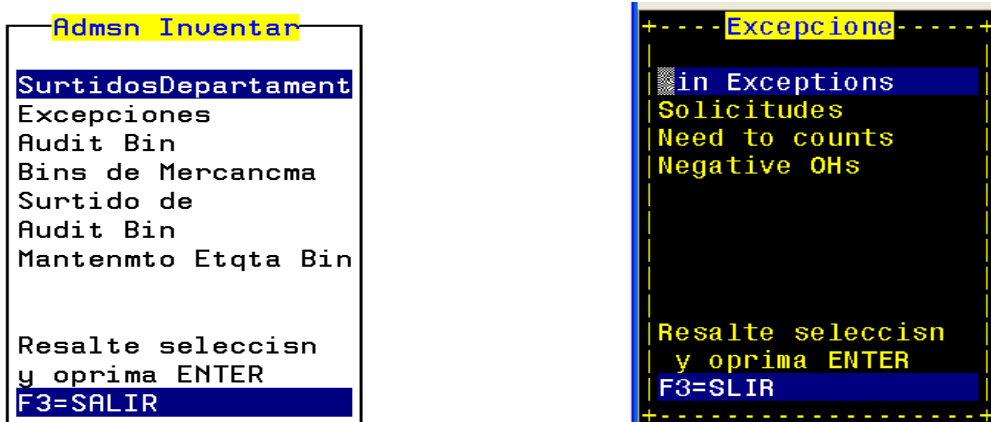


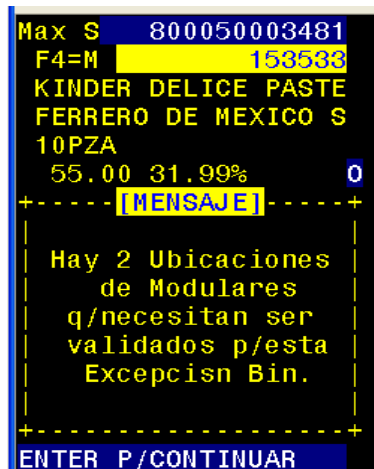
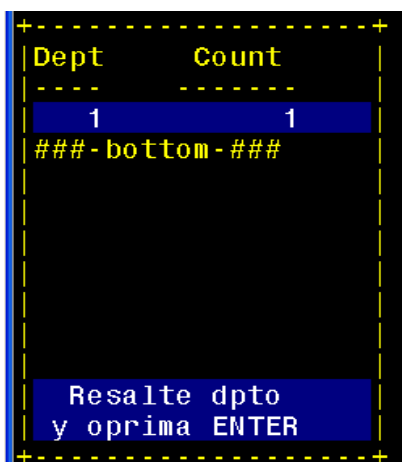
Para dar posición Escaneas el ITEM, tecleas cantidades ó escaneas el número de cajas que hay y das F2.

4.2.Pantallas para surtir piso de Ventas



En esta pantalla los jefes de departamento deberán satisfacer Bin Exceptions, las cuales están relacionadas con la capacidad en estante de los artículos. Los asociados de Inventario Perpetuo, deberán satisfacer el resto de las Excepciones (Solicitudes de Conteo).





5.0 Referencias

DA/0.5.6/01	Procedimiento de Juntas de Revisión por la Dirección.
FR/0.8.3/01	Formato para Control del Producto No Conforme.
FR/0.8.3/02	Formato de Asesorías Mal Proporcionadas.
DA/8.5.1/01	Procedimiento para Propuestas de Mejora.
PR/8.5.2/01	Procedimiento para Acciones Correctivas.
DA/0.7.1/01	Proceso de Asesorías y Promoción de Programas
DA/0.7.1/02	Proceso de Trámites
PR/8.5.3/01	Procedimiento de Acciones Preventivas




SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD
Unidad de Negocios Coatzacoalcos, Ver.

MANUAL DE CALIDAD

Nota: Este documento es propiedad de Wal-Mart, por lo tanto queda prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la gerencia.


Advertencia: Si este documento electrónico es bajado a un sistema de almacenamiento de cualquier tipo o si se imprime, se considera una **Copia No Controlada**.

REVISÓ	AUTORIZÓ
<p>LIC. JOSÉ BARUC BARRIOS ROMERO COORDINADOR DE CALIDAD</p>	<p>LIC. NOE RODRÍGUEZ HERNÁNDEZ GERENTE REGIONAL</p>


	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

ÍNDICE


1.0 INTRODUCCIÓN.
2.0 MISION.
3.0 ORGANIZACIÓN DE WAL-MART Y SU ADMINISTRADOR.
4.0 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD
4.1 Requisitos Generales del sistema de Gestión de la Calidad
4.2 Requisitos de la Documentación
4.2.1 Generalidades
4.2.1.1 Estructura Documental
4.2.2 Manual de Calidad
4.2.3 Control de los documentos
4.2.4 Control de los registros
4.3 Filosofía Organizacional
5.0 RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN
5.1 Compromiso de la Dirección
5.2 Enfoque al usuario
5.3 Política de la Calidad
5.4 Planificación
5.4.1 Objetivos de la Calidad
5.4.2 Planificación del sistema de gestión de la calidad
5.5. Responsabilidad, autoridad y comunicación
5.5.1 Responsabilidad y Autoridad
5.5.2 Representante de la Dirección
5.5.3 Comunicación Interna
5.6 Revisión por la Dirección
5.6.1 Generalidades
5.6.2 Información para la revisión
5.6.3 Resultados de la revisión

 <small>Ahorras Dinero. Vives Mejor.</small>	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

6.0 GESTIÓN DE LOS RECURSOS
6.1 Provisión de los Recursos
6.2. Recursos Humanos
6.2.1 Generalidades
6.2.2 Competencia, formación y toma de conciencia.
6.3 Infraestructura y ambiente de trabajo
7.0 REALIZACIÓN DEL SERVICIO
7.1 Planificación de la realización del servicio
7.2 Procesos relacionados con el usuario
7.2.1 Determinación de los requisitos relacionados con el servicio.
7.2.2 Revisión de los requisitos relacionados con el servicio.
7.2.3 Comunicación con el usuario
7.3 Diseño y Desarrollo
7.4 Compras
7.4.1 Proceso de compras
7.4.2 Información de las compras
7.4.3 Verificación de los productos comprados
7.5 Prestación del servicio
7.5.1 Control de la prestación del servicio
7.5.2 Validación de los procesos de la prestación del servicio
7.5.3 Identificación y Trazabilidad
7.5.4 Propiedad del Usuario

 <small>Ahorras Dinero. Vives Mejor.</small>	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

7.5.5 Preservación del servicio
7.6 Control de los equipos de seguimiento y de medición
8.0 MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA
8.1. Generalidades
8.2 Seguimiento y medición
8.2.1 Satisfacción del usuario
8.2.2 Auditoría Interna
8.2.3 Seguimiento y medición de los procesos
8.2.4 Seguimiento y medición de los servicios
8.3 Control del producto No Conforme
8.4 Análisis de datos
8.5 Mejora
8.5.1 Mejora Continua
8.5.2 Acción Correctiva
8.5.3 Acción Preventiva.
9.0 GLOSARIO
10.0 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS
11 ANEXOS

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

1.0 INTRODUCCIÓN.

OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

La selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el Control y Administración de Inventarios través del Bin Locator.

2.0 CONSTITUCION


Wal-Mart es uno de los casos de crecimiento acelerado más exitosos en la historia de la empresa moderna, la empresa pudiera presumir de su crecimiento sin precedentes en cualquier indicador que uno pudiera concebir. Ya sean los metros cuadrados de espacio para ventas, ventas, utilidades o crecimiento en dividendos, una mirada rápida a Wal-Mart revela una trayectoria impresionante que muy pocos en su sector pudieran aspirar a igualar. Sin embargo, al observar las estadísticas en los últimos 10 años se puede percibir que un indicador se ha mantenido estancado: el precio de sus acciones.

En general, la estrategia de Wal-Mart es de crecimiento, expansión y diversificación buscando nuevas áreas que le permitan seguir creciendo en la industria de servicio al menudeo. Como resultado es la empresa número uno en el mundo en este ramo. la competencia les teme. Los clientes conocen la marca, y compran ahí por el precio, la selección de productos y las dimensiones de sus tiendas. ha sido catalogada como la empresa número uno de acuerdo al índice de Fortune 500.



3.0 GENERALIDADES.

El presente manual puede incluir elementos relacionados con otras normas de seguridad y normatividad gubernamental, así como las relativas a la responsabilidad social, ambiental, salud ocupacional o a la equidad de género dado que es un documento de operación interno; Para objeto de auditorías de segunda y de tercera parte de calidad, los auditores deberán sujetarse exclusivamente a los requisitos descritos en la Norma ISO-9001:2008.

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

4.0 SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

4.1 Requisitos Generales del Sistema de Gestión de la Calidad

El Sistema de Gestión de la Calidad tiene como objetivo definir un método de trabajo bajo los lineamientos de la Norma ISO 9001:2008 y su homóloga en México NMX-CC-9001-IMNC-2008 para gestionar el proceso selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el Control y Administración de Inventarios través del Bin Locator, con la finalidad de proporcionar servicios de calidad a los usuarios con una mejora continua.

Wal-Mart estableció, documentó, implementó y mantiene el Sistema de Gestión de la Calidad aplicable a las Oficinas Centrales, con base en los requisitos de la Norma ISO 9001:2008 con el propósito de mejorar continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de esta norma internacional.


Wal-Mart:

- Determinó los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad. (4.2.2).
- Determinó la secuencia e interacción de los procesos. (4.2.2).
- Determinó lo criterios y métodos necesarios para asegurar la operación y control eficaz del sistema (7).
- Aseguró la disponibilidad de los recursos e información para la operación y seguimiento de los procesos (6.1), (6.2).
- Aseguró la realización del seguimiento, medición y análisis de los procesos (8), e
- Implementado las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de los procesos. (5) (8)

Corresponde al personal adscrito de Wal-Mart la implementación del Sistema en el ámbito de su competencia y responsabilidad declarada en los documentos del SGC, el personal de Wal-Mart está facultado para realizar propuestas de modificación a los documentos, con el propósito de mejorar su operación continuamente, y es responsabilidad de la Coordinación de la Calidad mantener la integridad respecto a las solicitudes de modificación que proponga el personal.

El presente Manual de la Calidad describe un sistema flexible y dinámico, sujeto a revisiones y modificaciones, que deberán ser gestionadas ante la Oficina del Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos a fin de mantener la homologación del sistema, siendo responsabilidad de todos los mandos medios y superiores asegurar que los requerimientos de este Manual sean implantados así como el resto de los documentos que se describen en el punto 4.2.1 del presente manual.

Nota.- En las Oficinas Centrales de Wal-Mart, no existen procesos que sean contratados externamente.

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

4.2 Requisitos de la Documentación

4.2.1 Generalidades

La documentación del Sistema de Gestión de la Calidad incluye la declaración de una Política de Calidad y Objetivos de la Calidad, que fueron integrados en el presente Manual, con la finalidad, de ser comunicado y transmitido por la Alta Dirección a todos los niveles de las Oficinas Centrales y debe considerarse como documento controlado en caso de reproducción, con el propósito de mantener su actualización en caso de cambios. WAL-MART-SGC-PR-4.2.3-01 (Procedimiento para el Control de Documentos).


La extensión de la documentación del Sistema de Gestión de la Calidad está fundamentada en el tamaño de la Organización de Wal-Mart considerando las diferentes actividades que realizan las Oficinas Centrales así como la competencia del personal para la realización de los procesos.

La documentación se encuentra en medios impresos y/o electrónicos y/o magnéticos.

La estructura de la documentación del Sistema se integra en cuatro niveles y la descripción del contenido de cada nivel se encuentra en el punto 4.2.1.1.

4.2.1.1 Estructura Documental



	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

4.2.2. Alcance del Sistema de Gestión de la Calidad

El Sistema de Gestión de la Calidad de Wal-Mart (SGC) es aplicable a los procesos de selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el control y administración de inventarios través del Bin Locator en la tienda de Wal-Mart Coatzacoalcos, se ha establecido en una estructura documental con base a los requisitos de la Norma ISO:9001:2008.

El Alcance del Sistema de Gestión de la Calidad que implementó Wal-Mart comprende: el servicio de selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el Control y Administración de Inventarios través del Bin Locator.

El sistema es aplicable a los siguientes procesos:

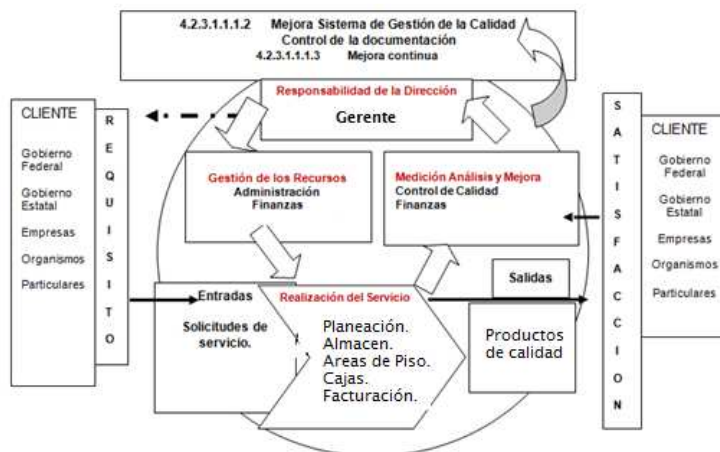
- selección de mercancía de un contenedor en el Backroom y el Control y Administración de Inventarios través del Bin Locator.


Exclusiones:

De acuerdo a la naturaleza de los servicios que se otorgan se han excluido de este sistema los siguientes requisitos y la justificación de las exclusiones se encuentran descritas en el numeral 7.3, 7.5.5 y 7.6 del manual de la calidad de Wal-Mart.

Requisito	Nombre
7.3	Diseño y Desarrollo
7.5.5	Preservación del Servicio
7.6	Control de los Dispositivo de Seguimiento y Medición
Alcance limitado Equipos	

Identificación e interacción de los Procesos del Sistema de Gestión de Calidad Diagrama de interacción de los procesos.



	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

4.2.3 Control de los Documentos

Los documentos del Sistema de Gestión de la Calidad se controlan conforme a lo establecido en la Norma, a través del procedimiento documentado WAL-MART-SGC-PR-4.2.3-01 (Procedimiento para el Control de Documentos)

4.2.4 Control de los Registros

Los registros del Sistema de Gestión de la Calidad se controlan para proporcionar evidencia de su operación eficaz y del cumplimiento de los requisitos, conforme a lo establecido en la Norma, a través del procedimiento documentado WAL-MART-SGC-PR-4.2.4-01 (Procedimiento para el Control de Registros)

4.3 Filosofía Organizacional

MISIÓN INSTITUCIONAL


"Proporcionar a la empresa el talento necesario para cumplir con los objetivos estratégicos de la organización."

5.0 RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN

5.1 Compromiso de la Dirección

El Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos de WAL-MART, proporciona evidencia de su compromiso para con el desarrollo, implementación y mejora continua de la eficacia del SGC por medio de:

- a) Comunicar a todo el personal que labora en las oficinas centrales de Wal-Mart la importancia de satisfacer los requisitos del cliente, considerando al mismo tiempo, los requisitos legales y reglamentarios relacionados.
- b) El establecimiento y mantenimiento de una política de calidad, la cual se describe en Wal-Mart-SGC-DA-5.6.1-01.
- c) El establecimiento de los objetivos de la calidad.
- d) Revisiones periódicas por la Dirección de acuerdo a la metodología descrita en el apartado 5.6 de este manual.
- e) El aseguramiento de una eficiente disponibilidad de los recursos.

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

5.2 Enfoque al usuario

Las unidad de negocios Coatzacoalcos ha establecido una metodología para la detección de necesidades, expectativas y niveles de satisfacción de los usuarios (sistema informático de registro) además de un sistema de quejas y su áreas del artículo 25, con el fin de asegurar que sus expectativas son cubiertas, además de que sirven como insumo para las Juntas de Revisión por la Dirección (Wal-Mart-SGC-DA-5.6.1-01) con el objetivo de definir líneas de acción que permitan incrementar la satisfacción de los mismos, en caso de ser necesario se envían copias de los resultados a las áreas afectadas.

5.3 Política de la Calidad

La Política de Calidad expresa el compromiso adquirido con el usuario respecto a los servicios ofrecidos y representa la guía de todas nuestras actividades y es utilizada como marco de referencia para el establecimiento de los Objetivos de Calidad. Siendo ésta un compromiso de los empleados en todos los niveles para lograr la satisfacción del Usuario y mejorar el sistema de gestión.

POLÍTICA DE LA CALIDAD

Los que integramos Wal-Mart nos comprometemos a contar con productos y servicios oportunos, calificados y confiables cumpliendo cabalmente con los requisitos de nuestros usuarios obligándonos a mejorar continuamente.

El conocimiento y difusión de la Política de la Calidad es de suma importancia para el logro de nuestros objetivos, con el propósito de alcanzar el mejoramiento continuo en la calidad de los servicios que brindemos. Por lo tanto, el Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos se asegura que la Política de Calidad es comunicada y entendida en todos los niveles de la organización de la siguiente manera:

Comunicada: Se difunde a todo el personal una vez establecida o modificada por el Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos asimismo se exhibe en las áreas de trabajo y atención a usuarios (Documento controlado), se incluye en el Programa de Capacitación y Adiestramiento para el personal de nuevo ingreso.


Entendida: El grado de entendimiento de la Política de Calidad, se evalúa en las Auditorías Internas (WAL-MART-SGC-PR-8.2.2-01) de Calidad a través de preguntas al personal para evaluar la comprensión de la misma o mediante exámenes sobre la interpretación de la misma. Adicionalmente el personal es consciente de su participación en el cumplimiento de la misma, ya que los indicadores de su registro de asignación de tareas estas alineados a los indicadores de los objetivos de calidad.

Revisada: La Política de Calidad es examinada en la Junta de Revisión por la Dirección de el Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos para su continua adecuación y que ésta sea acorde al propósito (WAL-MART-SGC-DA -0.5.1-01). La Gerencia Jurídica Consultiva tiene la responsabilidad de informar a la alta dirección, sobre cambios, modificaciones y adiciones a la Ley para evaluar si estos cambios impactan a la Política de Calidad establecida.

5.4 Planificación

5.4.1. Objetivos de la Calidad

La Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos a establece en el marco de la Política de Calidad los Objetivos de la Calidad que aseguran el cumplimiento de la misma.

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

1. **Realizar el surtimiento de productos, de acuerdo al calendario aprobado para las diferentes áreas.**
2. **Realizar el re surtimiento de productos en piso en un máximo de 2 horas después de la identificación de faltantes.**
3. **Garantizar que los asociados asignados a las diferentes actividades cursaron el proceso de selección y entrenamiento requerido para sus actividades.**
4. **Implementar un mecanismo de medición de satisfacción del usuario.**
5. **Utilizar eficientemente los recursos de la organización.**

Estos objetivos son medibles y coherentes con la Política de Calidad definida y con el compromiso de mejora continua, y son desplegados en todos los niveles de la organización con responsabilidad y autoridad definida para su logro (Reglamento Interior de Wal-Mart).

Los resultados obtenidos con relación a los Objetivos de la Calidad son sometidos a un seguimiento periódico y revisados dentro de las Juntas de Revisión (WAL-MART-SGC-DA-5.6.1-01), con el objeto de definir Planes de Acción cuando se detecten áreas de oportunidad o incumplimientos sobre los resultados previstos.

5.4.2 Planificación del Sistema de Gestión de la Calidad

Las acciones a emprender para alcanzar los Objetivos de la Calidad son planificadas de forma que se asegura un control sobre las mismas, garantizando así la integridad del Sistema de Gestión de la Calidad. Las Oficinas Centrales han establecido dentro de su Sistema Mejora Continua los mecanismos de Planificación que le permitirán asegurar que cuenta con los recursos y métodos necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de los procesos. Tiene definido un Sistema de Juntas, que incluye las Juntas de Revisión de la Dirección en las que se verifica el cumplimiento a los planes y metas establecidos con diferentes horizontes de tiempo, dependiendo del periodo en análisis, llevándose a cabo revisiones, Trimestrales.

Cualquier proceso de cambio que se realice dentro de la Organización debe estar sujeto a una mecánica de Planificación utilizando las herramientas que se han definido para estos fines, como el Procedimiento de Revisiones de la Dirección (DA-5.6.1-01), Acciones Correctivas (PR/8.5.2/01) y Acciones Preventivas (PR-8.5.3-01), asegurándonos de realizar los cambios documentales cuando sea necesario (PR-4.2.3-01).


5.5. Responsabilidad, autoridad y comunicación

5.5.1. Responsabilidad y Autoridad

La Asignación de Tareas y Responsabilidades se efectúa de acuerdo a lo establecido en el I Reglamento Interior y manual de organización respectivamente, donde se define la misión, responsabilidades y contribución fundamental de cada puesto en la organización. Cada empleado posee un expediente debidamente requisitado.

5.5.2 Representante de la Dirección

El Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos con responsabilidad ejecutiva, designa por escrito al Representante de la Dirección, o también llamado Coordinador de Calidad, a quien se le ha otorgado y definido autoridad y responsabilidad para asegurar que el Sistema de Gestión de la Calidad se establezca y mantenga de acuerdo con los lineamientos de la norma de Calidad ISO-9001:2008, o su

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

equivalente legal en México NMX-CC-9001-IMNC-2008. El Coordinador de Calidad informa sobre el desempeño del Sistema de Gestión en las Juntas de Revisión por la Dirección (WAL-MART-SGC-DA-5.6.1-01) y tiene, independientemente de otras responsabilidades, las siguientes funciones:

1. Asegurarse de que se establecen, implementan y mantienen los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad.
2. Informar a sus respectivas Áreas sobre el desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad y de cualquier necesidad de mejora.
3. Asegurarse de que se promueva la toma de conciencia de los requisitos del cliente, en todos los niveles de la organización. Fungir de enlace con organizaciones externas, en asuntos relacionados con el Sistema de Gestión de la Calidad (Organismos Certificadores, entre otros).

5.5.3 Comunicación Interna


La Reunión de Revisión de la Dirección (WAL-MART-SGC-DA-5.6.1-01) constituye la plataforma central del sistema de comunicación organizacional, a través de esta reunión se asegura que la información relevante relacionada con la gestión de la calidad llega a todos los involucrados, ya que en estas participan personal operativo y mandos medios.

El sistema de comunicación interna también se puede apoyar en la aplicación informática o correo electrónico institucional, a través de la cual se gestionan las notificaciones y comunicados internos.

5.6 Revisión por la Dirección

5.6.1. Generalidades

El Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos con responsabilidad ejecutiva, tiene como política revisar los indicadores de desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad a intervalos definidos en el Sistema de Juntas, y en situaciones extraordinarias cuando así se requiera, para asegurar su adecuación y efectividad continua, con el fin de satisfacer los requisitos de esta norma, así como la política y objetivos de calidad establecidos (5.3). El objetivo de estas revisiones es mejorar la efectividad del Sistema de Gestión de la Calidad, revisar el avance de las acciones correctivas y/o preventivas, las propuestas de mejora, las opiniones y sus áreas de los usuarios y los reportes de Auditorías, entre otros, mediante los cuales se generan los registros correspondientes (WAL-MART-SGC-FR-5.6.1-01). Estos registros son mantenidos en la carpeta "Juntas de Revisión por la Dirección", y la mantiene el Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos o el Coordinador de Calidad (WAL-MART-SGC-DA-5.6.1-01).

 <small>Ahorras Dinero. Vives Mejor.</small>	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

5.6.2. Información para la revisión

La información de entrada con la que se cuenta para la Revisión de las Oficinas Centrales; se integra de manera genérica, durante los 15 primeros días de cada trimestre, cada responsable de proceso, entrega al Representante de la Dirección los índices descritos a continuación, según aplican:

- 1) La medición y seguimiento del objetivo de la calidad de cada proceso de la organización.
- 2) El desempeño del proceso y la conformidad del producto.
- 3) La retroalimentación del cliente (encuestas de satisfacción del cliente).
- 4) Los resultados de auditorías (internas).
- 5) El estado de las acciones correctivas y preventivas.
- 6) Las acciones del seguimiento de revisiones por la dirección previas.
- 7) Los cambios que puedan afectar al SGC.
- 8) Las recomendaciones para la mejora.
- 9) Cualquier otro dato de importancia para el Instituto relacionado con el SGC.

5.6.3 Resultados de la revisión

Como salida del proceso de Revisión por la Dirección, se obtiene la emisión de los resultados de la revisión de los datos anteriormente mencionados, transmitiéndose a las partes involucradas a través del Coordinador de la Calidad, e incluyen, decisiones y acciones relacionadas con:

- a) La mejora de la eficacia del SGC y sus procesos.
- b) La mejora del producto en relación con los requisitos del cliente.
- c) Las necesidades de recursos.

6.0 GESTIÓN DE LOS RECURSOS


6.1 Provisión de los Recursos

WAL-MART, en las Oficinas Centrales determina desde la planificación de sus procesos y proporciona los recursos necesarios para implementar y mantener el sistema de gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia, así como, cumplir con los requisitos del cliente, procurando siempre aumentar la satisfacción del mismo.

6.2. Recursos Humanos

6.2.1 Generalidades

El personal de la organización es competente en función de haber cubierto la educación, formación, habilidades y experiencia declaradas en la Asignación de Tareas y Responsabilidades del puesto a ocupar (Reglamento Interior de WAL-MART).

 Ahorras Dinero. Vives Mejor.	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

6.2.2. Competencia, toma de conciencia y formación

- a) Determina a través de perfiles de puesto, la competencia necesaria del personal que realiza trabajos que afectan la conformidad con los requisitos de los productos y servicio (
- b) Cuando es aplicable, WAL-MART proporciona formación o toma otras acciones para lograr la competencia
- c) Evalúa la eficacia de las acciones tomadas,
- d) Se asegura de que su personal sea consciente de la importancia de sus actividades y de cómo su contribución es básica para el logro de los objetivos de la calidad.
- e) Mantiene los registros apropiados de la competencia del personal, que labora en las Oficinas Centrales.

6.3 Infraestructura y ambiente de trabajo

La Oficina del Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos establece los lineamientos para determinar, proporcionar y mantener la infraestructura y ambiente de trabajo necesarios para lograr la conformidad los requisitos del producto de acuerdo a lo establecido en el Reglamento Interior.

7.0 REALIZACIÓN DEL SERVICIO

7.1 Planificación de la realización del servicio

La Oficina del Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos en coordinación con las áreas realiza la planificación para la realización del servicio a través del desarrollo de los procesos requeridos por el Sistema de Gestión de la Calidad. Esta planificación considera:


- Control de inventarios Bin locator y administración de mercancías en el Backroom..

- a) El objetivo de la calidad de cada proceso y los factores con que los procesos serán medidos.
- b) La necesidad de establecer procesos y documentos, y de proporcionar recursos específicos para el producto o salida.
- c) Los puntos de control que aseguran la correcta ejecución de cada etapa del proceso, según sean requeridas las actividades de seguimiento y medición del producto y los criterios de aceptación y de rechazo.
- d) Los registros que sean necesarios para proporcionar evidencia de que los procesos de realización y el producto resultante cumplen los requisitos. (Véase 4.2.4).

7.2 Procesos relacionados con el usuario

7.2.1 Determinación de los requisitos relacionados con el servicio.

Los requisitos de los servicios que provee WAL-MART son definidos por disposiciones legales emitidas por la Normatividad, los cuales son comunicados a través de publicaciones en la Gerencia Corporativa. Sin embargo, a raíz de la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad, hemos detectado los siguientes requisitos expresados por los usuarios relacionados al servicio: Se espera que los empleados de WAL-MART se conduzcan con confiabilidad, profesionalismo y que le proporcionen servicios oportunos que satisfagan sus necesidades, por lo que actualmente se cuenta con un estándar de tiempo

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

de respuesta en el re surtimiento así como en la asignación de asociados; además se realiza la evaluación de características del desempeño de los elementos (visitas de supervisión).

En la oficinas se encuentra disponible al usuario la información sobre los servicios que se prestan, asimismo se pueden consultar vía Internet a través de la pagina www.Wal-Mart.com.mx , sin embargo el encargado del módulo tiene la responsabilidad de proporcionar la información referente a requisitos, formatos, costos y tiempos de respuesta de los servicios.

7.2.2. Revisión de los requisitos relacionados con el servicio.

Las Oficinas administrativas, en el caso de los servicios revisan los requisitos legales y reglamentarios relacionados con el servicio antes de aceptar la solicitud al usuario, de acuerdo a lo requerido en el módulo del sistema informático.

Respecto a los requisitos especificados por el usuario con relación a la oportunidad se han establecido estándares de tiempo de respuesta para nuestro servicio, definiendo un estándar de calidad para los servicios de resolución local que debe ser menor o igual a 2 horas. (ver Objetivos de Calidad 4.2.2).

La organización realiza una planeación de la realización del servicio para cumplir con los requisitos y evaluar al final la satisfacción del usuario. Cuando existen cambios en la normatividad y lineamientos corporativos acerca de los requisitos de los servicios en coordinación con las Oficinas Centrales se asegura de que la documentación pertinente es actualizada en los lugares de trabajo y de que el personal responsable es consciente de los requisitos modificados con la finalidad de comunicárselo al usuario al presentar sus solicitudes.

Para asegurarse de que se cuenta con la capacidad necesaria para la prestación de los servicios se cumple con lo establecido por la normatividad.

1.2.3. Comunicación con el usuario

WAL-MART ha determinado como medios de comunicación con los usuarios la atención personalizada, línea telefónica, la Oficina de Enlace de Comunicación Social, el correo electrónico, el correo postal, trípticos, folletos.


7.3 Diseño y Desarrollo

Este requisito es una exclusión en este Sistema de Gestión de la Calidad.

7.4 Compras

7.4.1 Proceso de compras

WAL-MART cuenta con un procedimiento para las compras que afectan directamente al servicio de acuerdo a las disposiciones emitidas por la normatividad (Programa interno de adquisiciones del área de finanzas).

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

7.4.2 Información de las compras

Los insumos materiales y tecnológicos requeridos para la realización del servicio son solicitados a las Áreas correspondientes de acuerdo a los recursos financieros disponibles en el Presupuesto Anual, en algunas ocasiones llega la reposición sin necesidad de emitir un requerimiento. Los requisitos para cada adquisición son definidos por las áreas contratantes.

7.4.3 Verificación de los productos comprados

El responsable directo de verificar los productos comprados es el responsable del almacén en coordinación con Administración, sin embargo cuando éstos suministros llegan a WAL-MART son revisados, cuándo se requiere, por el responsable de informática ó el responsable del área, para verificar que también la cantidad y condiciones de los productos correspondan a los especificados en la instrucciones de suministro.

7.5 Producción y/o prestación del servicio

7.5.1. Control de la producción y de la prestación del servicio

Las Oficinas Centrales llevan a cabo la prestación del servicio bajo las siguientes condiciones controladas que pueden incluir:


- La disponibilidad de información que describe las características del servicio.
- La disponibilidad de instrucciones de trabajo. (Reglamento Interior)
- El uso del equipo necesario (Establecido en el contrato); así como para las áreas administrativas el uso de aplicaciones informáticas (Sistemas) para seguimiento, así como la disponibilidad y uso del POA (especificación) como equipo de seguimiento y medición general, y las especificaciones propias de cada gerencia.
- La responsabilidad de liberación de servicios para su entrega al usuario.

7.5.2 Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio

En las Oficinas Centrales se llevan a cabo la validación de todo servicio verificando mediante seguimiento y medición de la capacidad para alcanzar los resultados planificados (reglamento Interior). En WAL-MART no se cuenta con procesos especiales.

7.5.3 Identificación y Trazabilidad

WAL-MART considera apropiado identificar y rastrear el servicio desde la recepción de la solicitud del usuario hasta la entrega de su servicio, la responsabilidad de la identificación y trazabilidad de la información base para realizar algún servicio ha sido asignada a la Oficina de Control de Garantías y los formatos electrónicos y en medios impresos que se derivan del mismo.

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

7.5.4 Propiedad del Usuario

Se consideran propiedad del usuario los documentos proporcionados en cualquier medio como soporte o requisito para la realización de un servicio, cabe mencionar que en su mayoría son tarjetas plásticas o fotocopias de los originales por lo que no se le causa un daño mayor al usuario; sin embargo, con la finalidad de evitar su pérdida o deterioro estos serán protegidos y salvaguardados por los responsables a través de métodos administrativos comunes como protección en folders, uso de charolas, archiveros, etc.

En caso de que un documento se pierda, deteriore o sea inadecuado para su uso se le comunica al usuario y es registrado, con la finalidad de analizar la recurrencia y tomar acciones adecuadas (WAL-MART-SGC-PR-8.5.2-05, SGC-PR-8.5.3-06).

7.5.5 Preservación del servicio

Para el servicio que brinda Wal-Mart este requisito no aplica; para el caso en el que un usuario no recoja algún documento relacionado con la prestación de su servicio, las medidas para preservarlo son las siguientes: el documento permanece resguardado dentro del sistema en un lugar seguro en la Oficina de por el tiempo que marca la normatividad. Si pasado este tiempo el usuario no se ha presentado a recoger su documento, el área consulta con el titular del Área jurídica, el lugar donde deberá ser archivado para su resguardo hasta que el usuario lo reclame.

7.6 Control de los equipos de seguimiento y de medición

Este requisito es de alcance limitado y aplica para los sistemas informáticos utilizados en el seguimiento de los procesos y productos (Identificación y Trazabilidad). El aspecto de medición se limita a que los sistemas informáticos proporcionan evidencia del tiempo que transcurre desde el inicio, desarrollo y término de los procesos para obtener los servicios planeados (Procesos definidos en el alcance del SGC).


- Sistema de Gestión de Calidad.
- Módulo de Comercialización y atención a usuarios

WAL-MART ha determinado que no es posible calibrar los sistemas informáticos, sin embargo sí es necesario confirmar la capacidad de los sistemas para asegurarse que satisfacen el propósito para el cual fueron desarrollados. Es responsabilidad del área de servicios generales, verificar la capacidad de los sistemas antes de iniciar su utilización y de confirmarlo cuando sea necesario que aplica para el área de informática previa a la liberación de nuevas versiones de los sistemas.

Con esto, el área se asegurará de la funcionalidad y capacidad de la versión a liberar para el desarrollo de las aplicaciones, a través de pruebas, mismas que garanticen su uso.

Respecto al equipo de cómputo que se utiliza para operar los sistemas informáticos es responsabilidad del titular del área de Informática, realizar el programa de mantenimiento preventivo y correctivo que garantice el funcionamiento de las mismas.

8.0 MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

8.1. Generalidades

WAL-MART planifica e implementa los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora necesarios a través de los procedimientos genéricos y específicos del Sistema de Gestión de la Calidad, con el fin de:

- a) Demostrar la conformidad con los requisitos de los productos y/o servicio.
- b) Asegurarse de la conformidad del sistema de gestión de la calidad.
- c) Mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad.
- d) Determinar métodos aplicables a los procesos y la utilización de las herramientas estadísticas necesarias.

8.2 Seguimiento y medición

8.2.1. Satisfacción del usuario

Dado que la satisfacción del usuario es la razón de ser de nuestra Organización, el objetivo de todas las actividades se orienta por un lado en conocer y satisfacer sus necesidades y expectativas y por otro a adecuar el servicio a los requerimientos del usuario (Sistema Informático de Comercialización).

Con este propósito se realizan periódicamente mediciones de los niveles de satisfacción y expectativas, a través de la encuesta a los Usuarios, cuyos datos son insumos básicos del proceso de Planeación Estratégica, y el análisis de las Opiniones y sus áreas en las Juntas de Revisión, con el fin de establecer las acciones de mejora que en cada momento se consideren oportunas.

8.2.2 Auditoría Interna


WAL-MART ha implantado un sistema de Auditorías internas (WAL-MART-SGC-PR-8.2.2-04) periódicas para comprobar la adecuación, la eficacia y el cumplimiento del sistema de calidad con los requisitos de la Norma Aplicable.

Las auditorías de calidad internas son programadas con base en el estado y la importancia de la actividad a ser auditada. Con el fin de garantizar la objetividad de las auditorías, el personal que las realice deberá contar con la capacitación necesaria para esta actividad y será independiente de los responsables directos del área o proceso auditado.

El Coordinador de Calidad verifica que los resultados de las auditorías internas se registren para evidenciar el cumplimiento con los requisitos especificados, y que éstos se den a conocer al personal que tenga la responsabilidad del área auditada. El personal directivo responsable del área, debe tomar acciones correctivas y preventivas oportunamente, sobre las deficiencias o no conformidades encontradas durante la auditoría (WAL-MART-SGC-PR-8.2.2-04 y WAL-MART-SGC-PR-8.5.2-05).

Los resultados de las auditorías se documentan en un informe, siendo este uno de los documentos de entrada para la Revisión del Sistema de Calidad por las Oficinas Centrales. Las actividades de seguimiento de las auditorías, deben verificar y registrar la implantación y efectividad de las acciones correctivas necesarias, y son responsabilidad de los Auditores Internos y el Coordinador de Calidad.

La responsabilidad para la planeación del Programa Anual de Auditorías Internas, ha sido asignada al Coordinador de Calidad, Auditores Internos y al Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos.

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

8.2.3 Seguimiento y medición de los procesos

WAL-MART utiliza para el seguimiento de los procesos clave el Sistema Informático de Calidad y éste también se utiliza para la medición del tiempo que transcurre desde que se recibe una solicitud de servicio hasta que se genera la respuesta al usuario o se le proporciona el servicio. El Sistema también sirve para dar cumplimiento al requisito de Identificación y Trazabilidad.

La capacidad de los procesos para alcanzar, los resultados planeados (objetivos de calidad y estándares de servicio), se realiza en función del personal disponible y la demanda de servicios.

Las Juntas de Revisión por la Dirección son los foros donde se presentan y revisan los resultados respecto a lo planeado para los procesos clave, asimismo en las auditorías internas se verifica que los procesos establecidos se estén operando adecuadamente.

8.2.4 Seguimiento y medición de los Servicios

Para WAL-MART el producto resultante de los procesos es un servicio intangible sujeto a un horario y a la no ocurrencia de novedades en el servicio. En este sentido el seguimiento de los procesos es aplicable también al seguimiento de los servicios, ya que a través del mismo sistema se monitorean ambas cosas: el proceso y el servicio.

La actividad de monitoreo del proceso y del producto se planea y desarrolla con parámetros de control apropiados para asegurar que el producto o servicio entregado cumple con los requisitos establecidos en cada proceso. (Sistema Informático de WAL-MART).

La responsabilidad para la liberación del producto está definida en la normatividad aplicable.

8.3 Control del Producto No Conforme

WAL-MART ha definido y mantenido procedimientos documentados (WAL-MART-SGC-PR-0.8.3-01) para asegurar que se prevenga el uso no intencionado de los servicios no conformes.

8.4 Análisis de datos


Con la intención de demostrar la eficacia de nuestro SGC, como apoyo para llevar a cabo la mejora continua de éste, Wal-Mart en las Oficinas Centrales se determinan, recopilan y analiza los datos necesarios, incluyendo resultados del seguimiento y la medición de los procesos y el servicio. Este análisis de datos se concluye trimestralmente a través del proceso de Revisión por la Dirección e incluye entre otros:

- a) Información sobre la satisfacción del cliente.
- b) La conformidad con los requisitos de los productos y/o servicio (véase 8.2.4).
- c) Las características y tendencias de los procesos y de los productos, incluyendo las oportunidades para realizar acciones preventivas (véase 8.2.3 y 8.2.4).
- d) Los proveedores (véase 7.4).

8.5 Mejora

8.5.1 Mejora Continua

El Sistema de Gestión de la Calidad implementado en Wal-Mart no se considera como un elemento de gestión estático, continuamente debe evolucionar hacia las necesidades cambiantes de la propia organización, de los usuarios y del entorno.

	Wal-Mart Coatzacoalcos	Clave	Wal-Mart-SGC-MC-4.2.1-01
	Sistema de Gestión de la Calidad.	Revisión	1
		Fecha	15 de Agosto de 2011

La identificación de áreas de oportunidad debe ser el resultado del análisis de los datos objetivos, recogidos en las actividades de medición y seguimiento anteriormente descritas; del estudio de las encuestas de necesidades, expectativas y niveles de satisfacción de los usuarios; del estudio de las áreas tanto de los usuarios como del propio personal de la organización y en general de toda la información relativa al entorno de las Oficinas Centrales que de alguna manera pueda influir en el desarrollo de sus actividades.

8.5.2 Acciones Correctivas y Preventivas

Las Oficinas Centrales, implementan procedimientos documentados para eliminar las causas de no conformidad reales o potenciales (WAL-MART-SGC-PR-8.5.2-05, SGC-PR-8.5.3-06) con el objeto de prevenir su repetición o su aparición (WAL-MART-SGC-PR-0.8.3-01). Cualquier acción correctiva o preventiva adoptada para eliminar las causas de no conformidades (reales o potenciales), es apropiada a la magnitud de los problemas y a los riesgos encontrados.

El Coordinador de Calidad debe implantar, registrar y difundir cualquier cambio en los procedimientos documentados, como resultado de acciones correctivas y preventivas, previa autorización de la Oficina del Responsable de la Unidad de Negocios Coatzacoalcos.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] Hirshleifer, Jack. MICROECONOMIA, TEORIA Y APLICACIONES. México: Prentice Hall, 1990.
- [2] Freud, Williams. ESTADISTICA PARA LA ADMINISTRACION CON ENFOQUE MODERNO. México: Prentice Hall, 1990.
- [3] Horne, Charles Van. ADMINISTRACION FINANCIERA. México: Prentice Hall, 7ª Edición, 1989.
- [4] ISO 10006:1997, Gestión de la calidad. Directrices para la calidad en la gestión de proyectos.
- [5] ISO 10007:1995, Gestión de la calidad. Directrices para la gestión de la configuración.
- [6] ISO 10011 1:1990, Directrices para la auditoría de los sistemas de la calidad. Parte I: Auditoría.
NOTA - La norma mexicana equivalente es la NMX CC 007/1 SCFI 1993, Directrices para auditar sistemas de calidad. Parte 1: Auditorías.
- [7] ISO 10011-2:1991 , Directrices para la auditoría de los sistemas de la calidad. Parte 2: Criterios para la calificación de los auditores de los sistemas de la calidad.
NOTA La norma mexicana equivalente es la NMX CC 008 SCFI 1993, Criterios de calificación para auditores de sistemas de calidad.
- [8] ISO 10011 3:1991, Directrices para la auditoría de los sistemas de la calidad. Parte 3: Gestión de los programas de auditoría.
NOTA La norma mexicana equivalente es la NMX CC 007/2 SCFI 1993, Directrices para auditar sistemas de calidad. Parte 2: Administración del programa de auditorías.
- [9] ISO 10012 1:1992, Requisitos de aseguramiento de la calidad para el equipo de medición.
Parte 1: Sistema de confirmación metrológica para el equipo de medición.
NOTA La norma mexicana equivalente es la NMX CC 017/1:1995 IMNC, Requisitos de aseguramiento de la calidad para equipo de medición. Parte I: Sistema de confirmación metrológica para equipo de medición.
- [10] ISO 10012 2:1997, Requisitos de aseguramiento de la calidad para el equipo de medición.
Parte 2: Directrices para el control de los procesos de medición.

- [11] ISO 10013:1995, Directrices para la documentación de los sistemas de gestión de la calidad.
 NOTA La norma mexicana equivalente es la NMX CC 018:1996 IMNC, Directrices para desarrollar manuales de calidad.
- [12] ISO/TR 10014:1998, Directrices para la gestión de los efectos económicos de la calidad.
- [13] ISO 10015:1999, Gestión de la calidad. Directrices para la formación.
- [14] ISO/TR 10017:1999, Orientación sobre técnicas estadísticas para la norma ISO 9001:1994.
- [15] ISO 14001:1996, Sistemas de gestión ambiental Especificación con guía para su uso.
 NOTA La norma mexicana equivalente es la NMX SAA 00 1:1998 IMNC, Sistemas de administración ambiental Especificación con guía para su uso.
- [16] ISO 9000 3:1997, Normas para la gestión de la calidad y aseguramiento de la calidad. Parte 3: Directrices para la aplicación de la norma ISO 9001:1994 al desarrollo, suministro instalación y mantenimiento de soporte lógico.
- [17] ISO 9004:2000, Sistemas de gestión de la calidad, Directrices para la mejora del desempeño.
 NOTA - La norma mexicana equivalente es la NMX CC 9004 IMNC 2000, Sistemas de gestión de la calidad. Directrices para la mejora del desempeño.
- [18] ISO 10005:1995, Administración de la calidad Directrices para planes de la calidad.
 NOTA - La norma mexicana equivalente es la NMX CC 019:1997 IMNC, Administración de la calidad - Directrices para planes de calidad.
- [19] Guía técnica para la evaluación del negocio, la calidad, la seguridad y el ambiente en la empresa. María de Lourdes Yáñez G., Editorial panorama, Primera edición, México, D.F., 2001.
- [20] Marulanda, Gustavo. FINANZAS PARA ECONOMIAS EN DESARROLLO. Colombia: Norma, 1991. Aguirre, José Manuel (2008).
- [21] Parques tecnológicos: herramientas del desarrollo regional. Tecnológico de Monterrey. Monterrey.
- [22] Grossman, Stephen R. (1992). Innovación S.A. Panorama Editorial. México D.F.

- [23] Peters, Tom. (1998) El Círculo de la Innovación. Atlántida. España

- [24] Battini, Pierre. (1994) Innovar para Ganar. Limusa. México

- [25] Amabile, Teresa M. (2000). Cómo matar la creatividad. Harvard Business Review 1-32

- [26] Leonard, Dorothy; Rayport, Jeffrey F. (2000). Active la Innovación mediante Diseño Empático. Harvard Business Review 33-62

- [27] Drucker, Peter F. (2000). La disciplina de la Innovación. Harvard Business Review 157-174

- [28] Kim, Chan W.; Mauborgne, Renée. (2005). La estrategia del Océano Azul. Norma. Colombia

- [29] Borguino, Mario. (2008). Innovar o Morir. Grijalbo. México

- [30] Jaramillo, Cynthia; Fabre, Fernando. (2008). La Nueva Cara de México. Endeavor. México