



Actividad | 1 | Análisis de Procesos

Reingeniería de Procesos

**Ingeniería en Desarrollo de
Software**



TUTOR: Felipe de Jesús Araux López

ALUMNO: José Adolfo Herrera Segura

FECHA: 28 de septiembre del 2025

Contenido

<i>Introducción</i>	3
<i>Descripción del área y procesos actuales</i>	3
<i>Justificación</i>	4
<i>Desarrollo</i>	4
<i>Descripción General del proceso actual (antes de la reingeniería)</i>	4
Análisis de fallas, debilidades o áreas de oportunidad.	8
Propuesta de rediseño del proceso.	9
Diagrama del proceso rediseñado.	10
<i>Conclusión</i>	12
<i>Referencias</i>	12

Introducción

Dentro de una empresa ocurren innumerables procesos durante el día, unos más complejos que otros, siendo cada uno parte fundamental para el correcto desempeño de una empresa, sin embargo, existen ocasiones donde ciertos procesos resultan redundantes o cuentan con algunas áreas de oportunidad, que a simple vista podrían parecer irrelevantes, pero si se gestionan de una manera correcta, una empresa puede mejorar su rendimiento, su eficiencia e incluso ser más competitivo en el mercado.

Para lograr percibir que procesos son los que tienen un área de oportunidad, es necesario realizar un análisis sobre ellos, donde se busque el identificar, mapear y documentar cada paso que dicho proceso tenga, desde la entrada de los recursos (información, insumos, etc.), hasta la salida del producto o servicio. Gracias a que podemos desglosar parte por parte, utilizar este análisis como una herramienta nos podrá ayudar a tener una mejora continua y una mejor toma de decisiones en nuestros procesos.

Descripción del área y procesos actuales

En la presente actividad se busca identificar los procesos dentro de una empresa, esta información nos servirá para realizar un análisis, con la finalidad de conocer que áreas de oportunidad existen dentro de los procesos que se realizan en las áreas operativas de una tienda departamental.

En este caso, el área que me gustaría analizar es el de los pedidos de coppel.com y sus entregas, para contextualizar, los colaboradores cuando no cuentan con los artículos que desean los clientes, se les invita a hacer su pedido en el canal digital, por medio de coppel.com, el colaborador ayudara al cliente a buscar su artículo, este una vez encontrado procedemos a ingresar los datos del cliente, nombre, número de teléfono, su correo y su dirección para que su pedido le llegue a su domicilio, se sondea al cliente si su compra será a crédito o de contado, autoriza el cliente la compra y se genera una referencia, en conjunto con ello se le menciona cuando llegara su pedido, si deja algún pago se pasa a cajas y en caso de no dejar nada bastara con el procesos anterior, el pedido ya está en el sistema, esto quiere decir que en la fecha propuesta deberá de llegar el articulo del cliente. Esa es la manera en la que se espera y debería de funcionar al hacer los pedidos de los artículos que no tenemos en tienda en el canal digital, sin embargo, dentro del análisis posterior nos daremos cuenta de que algunos procesos no están funcionando de manera eficiente, gracias a esto como nos menciona la actividad se hará el análisis correspondiente para lograr hacer más eficiente el proceso.

Justificación

El realizar el análisis de esta área en particular es realmente importante, esto debido a que mayormente nosotros como colaboradores, invitamos al cliente a adquirir sus artículos en el canal digital, dándoles el beneficio de que si no encuentra su talla en tienda o no encuentra el artículo que busca, se encarga en línea y le llegara a su domicilio, sin embargo, al momento de hacer el pedido, el sistema nos pide cierta información para posteriormente pasar al llenado de los datos del domicilio, cabe destacar que en esta parte se nos vuelve a pedir los datos que ya se habían puesto y esto hace que sea un poco más tardado, el problema radica en que una vez llenado toda la información y pasar al método de pago, en algunos artículos nos arroja un enunciado que dice “Lo sentimos, este artículo no se encuentra disponible en tu ciudad”, esto provoca molestia al cliente, ya que nosotros le habíamos confirmado que teníamos el artículo en existencia, esto debido a que el sistema no marco falta de existencia del artículo desde un principio, si no que lo marca al final de llenar todos los datos, aunado a esto, si se realizo el pedido, en ciertas ocasiones el día que nos arroja que llegara es inexacto ya que hay ocasiones que tarda más de lo habitual, trayendo a clientes molestos, ya que no se cumple con la fecha propuesta.

Considero que el analizar y lograr mejorar esta área ayudara a que los clientes tengan mayor confianza en el servicio, logrando que más clientes se unan al canal digital y por ende generar mayores ventas, además como colaboradores, creo que ayudaría mucho el poder estar seguros de que lo que le comentamos al cliente desde un principio sea correcto, para no causar disgustos del cliente por ofrecerle una solución que al final no soluciono nada.

Desarrollo

Descripción General del proceso actual (antes de la reingeniería).

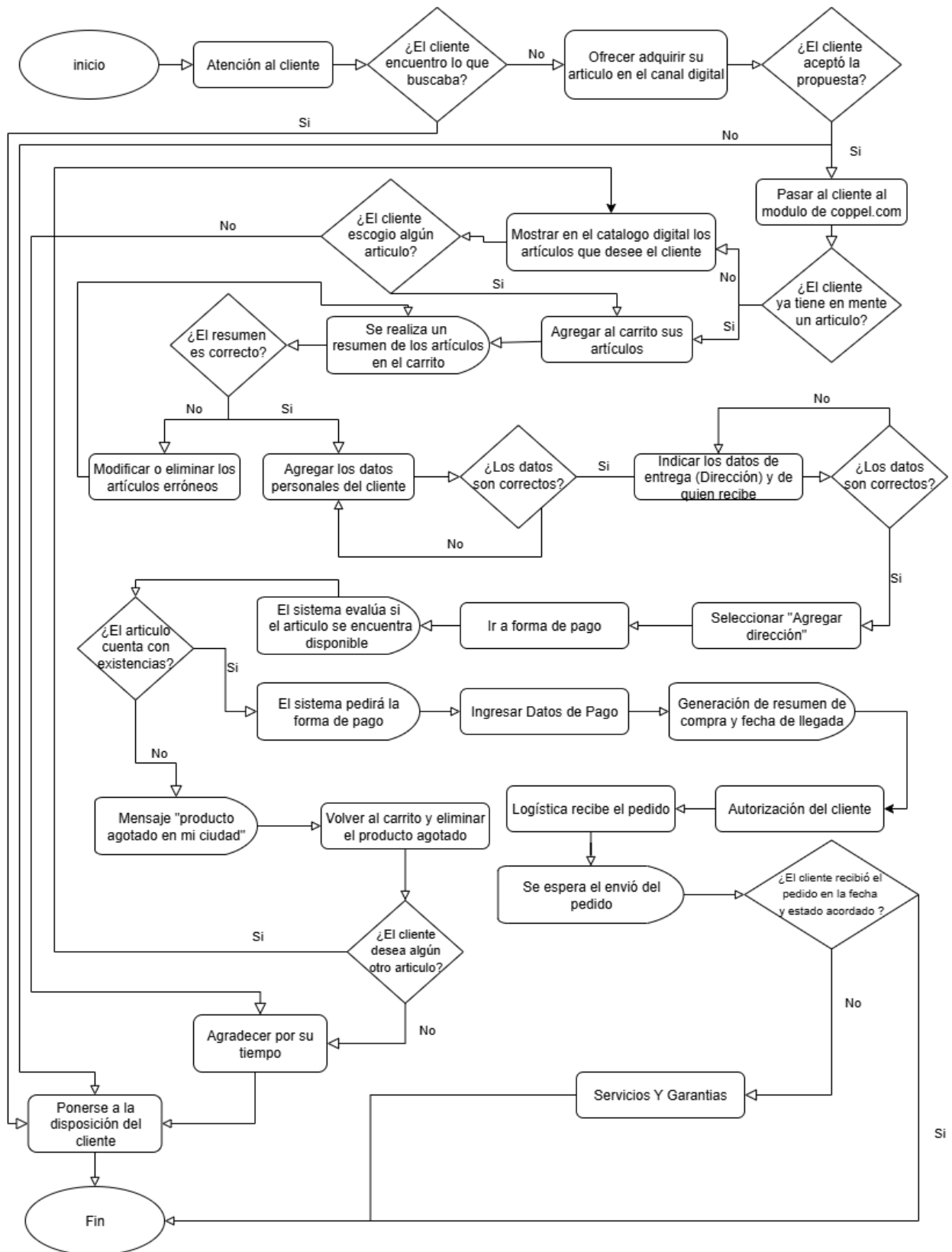


Ilustración 1 Diagrama de flujo del proceso de los pedidos en Coppel.com

El diagrama (Ilustración 1), simula el proceso que se realiza al momento de ayudar a un cliente en tienda a realizar un pedido de algún artículo, en el canal digital coppel.com, iniciando desde la etapa de asesorar, buscar y seleccionar el artículo que el cliente desea, la etapa de confirmación del pedido y llenado de los datos, pasando a la etapa de pago y autorización, para posteriormente esperar la logística y la entrega de los artículos, finalmente la post-venta en caso de ser necesario.

Etapas de asesoramiento, búsqueda y selección de artículos. En esta etapa en caso de no contar con el artículo que el cliente desea en tienda, se le invita a realizar el pedido en línea y el cliente decide si hacer la compra o no. En este apartado la entrada es la necesidad del cliente por adquirir sus artículos y la salida sería el agregar los artículos al carrito de compras, en caso de no querer el servicio, la salida sería ponerse a disposición del cliente por si necesita ayuda con alguna cosa. La actividad clave es el asesoramiento de parte del colaborador mediante el uso de la plataforma coppel.com, para que nuestro cliente seleccione los artículos que desee.

Proceso	Descripción	Responsable	Líder de Equipo
Asesoramiento, búsqueda y selección.	Se invita y asesora al cliente a realizar sus compras en coppel.com según sus necesidades, logrando añadirlos al carrito de compras.	Asesor de venta en turno y sistema de Coppel.com.	J. Adolfo Herrera Segura.

Etapas de confirmación del pedido y llenado de datos (personales y domiciliarios). En este punto se realiza un resumen de los artículos que el cliente desea adquirir, así como el llenado de los datos personales y los datos domiciliarios para posteriormente recibir estos datos confirmados y validados por el cliente. En esta etapa la actividad clave es verificar que los datos proporcionados sean los correctos, donde los responsables de verificarlo es el asesor en conjunto con el cliente, mediante la plataforma de coppel.com.

Proceso	Descripción	Responsable	Líder de Equipo
Confirmación y llenado de datos.	Se revisa el resumen de los artículos agregados al carrito de compras, se llenan los datos personales y domiciliarios del cliente.	Asesor de venta en turno y sistema de Coppel.com.	J. Adolfo Herrera Segura

Etapas de pago y autorización. Una vez los datos son validados en el sistema coppel.com y se pasara a el pago, el sistema checara en su base de datos del inventario si es que cuenta con los artículos, en caso de no contar con ellos se pedirá que se borre los artículos, ya que se han agotado y en caso contrario se procede al método de pago del cliente, seguido de su autorización mediante huella de el para realizar la compra. El cliente decide su método de pago

para recibir la evaluación del inventario de parte del sistema para saber si hay en existencia dentro de la base de datos.

Proceso	Descripción	Responsable	Líder de Equipo
Pago y autorización.	Se le pide al cliente su método de pago, puede ser con crédito Coppel, de contado, o con tarjeta bancaria, concluyendo con la autorización del cliente.	Asesor de venta en turno y sistema de Coppel.com.	J. Adolfo Herrera Segura

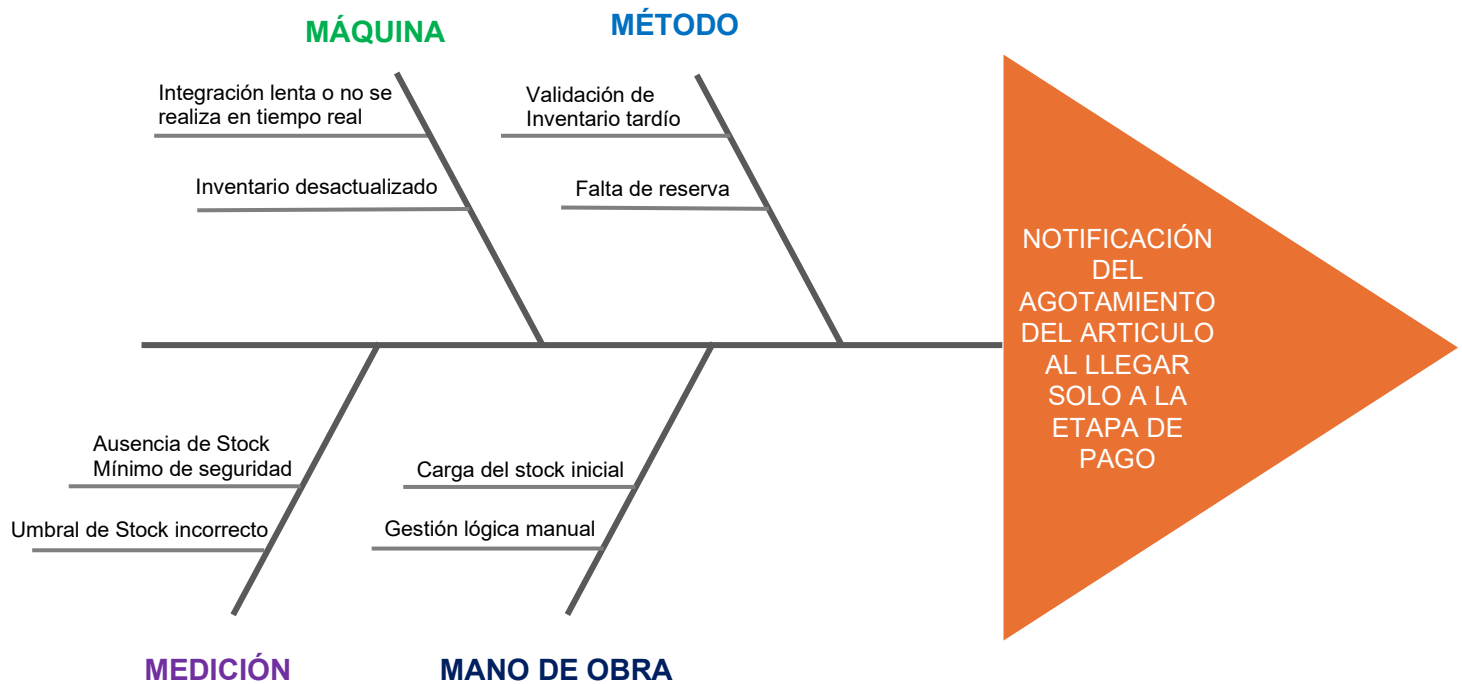
Etapas de logística y entrega de artículos. Ya echo el pago y este ha sido autorizado, el pedido es enviado al área de logística para que en los cedís se pueda preparar y enviar al domicilio del cliente siendo esta la actividad clave, tenemos como entrada la autorización del pago y como salida el producto o servicio entregado al cliente, siendo responsable el área de logística de Coppel y a su vez las paqueterías externas en caso de que no se use las propias, cabe destacar que este punto varía la fecha de entrega a la que se propone lo que puede causar cierta molestia de parte del cliente.

Proceso	Descripción	Responsable	Líder de Equipo
Logística y entrega.	Se recibe el pedido y se gestiona el envío al domicilio del cliente.	logística y cedís de Coppel.	J. Adolfo Herrera Segura

Etapas de Post-Venta. Para este punto el cliente ya recibió su artículo siendo finalizado el proceso de compra, siendo como actividad clave la atención a dudas sobre los servicios y garantías, las entradas en caso de que exista algún inconveniente, es el reporte del problema y la salida sería la solución de este, los responsables es el área de servicios y garantías si se requiere.

Proceso	Descripción	Responsable	Líder de Equipo
Post-Venta.	Atención a dudas sobre los servicios y garantías en caso de ser necesario.	Área de servicios y garantías.	J. Adolfo Herrera Segura

Análisis de fallas, debilidades o áreas de oportunidad.



Una vez realizado el análisis sobre proceso que se realiza en tienda al momento de realizar una compra en coppel.com nos percatamos de 3 problemas siendo el principal la notificación del agotamiento de los artículos de manera tardía, tras realizar el diagrama de Ishikawa, vemos que hay mayor probabilidad de que el error este el área de maquina o en el de método, ya que se puede observar que el sistema le esta dando prioridad a la captura de información del cliente sobre la existencia en bodega, lo que resulta en pérdida de tiempo y frustración para nuestro cliente o algo menos probable es que no se este haciendo la actualización de existencia en tiempo real lo que causa que el cliente pueda iniciar su compra sin estar actualizado el inventario y permita agregarlo para que después mande un mensaje de que no hay existencia.

Problema Identificado	Descripción de la Falla	Impacto Negativo al Cliente
Duplicación al llenar datos.	El sistema solicita el llenado de los campos básicos 2 veces. (Nombre, apellido, número de teléfono). En la etapa de datos personales y datos domiciliarios.	Perdida de tiempo y riesgo de datos inconsistentes por errores de transcripción.
Inconsistencia en los tiempos de entrega.	La fecha de entrega prometida al finalizar la venta no se cumple, logrando que se extienda por varios días más.	Molestia e insatisfacción del cliente, perdida de confianza en coppel.com y mayor carga al área de atención y servicio al cliente.

En la tabla anterior se especifican otros problemas encontrados en el proceso de la compra dentro de coppel.com, estos son de menor escala, y no causan tanto conflicto, solamente que causan duplicación de tareas, demoras y problemas con clientes externos.

Propuesta de rediseño del proceso.

1.- Búsqueda y pre-validación: Se podrá agregar los artículos en el carrito con normalidad, solamente que el sistema deberá hacer una validación en tiempo real de la existencia en sus bodegas y en caso de ser necesario del código postal de la zona para asegurar la cobertura, en caso de ya no contar con el stock, el proceso se detendrá y no será necesario llenar los datos personales.

2.- Captura de datos unificada: Una vez ya validada la existencia de los artículos, el sistema nos pedirá el llenado de datos, donde para evitar redundancia, se pedirán los datos personales (nombre, apellidos, número de teléfono) una sola vez, siendo estos datos replicados en los campos de datos de entrega, dando la opción de agregar a otra persona si el cliente así lo desea.

3.- Promesa de entrega: El sistema ya no mencionara fechas de entrega genéricas, si no que ajustara las fechas al margen de seguridad que tenga el área de logística por ejemplo si se pide hoy 28 de septiembre, este llega el 4 al 6 de octubre. Ente paso puede ser usado o usar la propuesta cuatro, esta propuesta es mayormente para que el cliente tenga noción y no se moleste si llegara a retrasarse.

4.- Logística y comunicación con el cliente: La confirmación del pedido incluye un enlace de rastreo dentro de la aplicación de Coppel en tiempo real o incluso puede ser por whatsapp, y en caso de que exista algún percance el sistema mandara notificaciones de que podrá entregarse más tarde o que demorara un poco lo que da más confianza al cliente ya que no esta a ciegas con su pedido, incluso cuando el pedido este cerca puede notificar al usuario que se prepare por que su pedido ha llegado creando emoción al cliente.

Proceso	Antes	Después
Validación del Inventario	Se realiza hasta llegar a la etapa de pago.	Se realiza en la etapa de búsqueda y pre-validación (al momento que se agrega al carrito de compras).
Captura de Datos	Duplicación de campos (nombre, apellidos, teléfono) en formularios separados.	Captura única con replica en campos posteriores (a menos que el cliente especifique lo contrario).
Promesa de Entrega	Fecha prometida de entrega puntual, con incumplimiento.	Fecha estimada según la logística que abarca un cierto número de días a entregar.
Comunicación Post-Venta	Molestia de clientes por retrasos lo que causa necesidad de contactar a servicios y garantías.	Comunicación proactiva mediante alertas automáticas en caso de retrasos, así como rastreo en tiempo real.

En este caso estos cambios surgen por la necesidad de que los clientes confíen más en el canal digital coppel.com, desde mi punto de vista como asesor ropa, en el área de zapatería, al momento de realizar los pedidos existe una gran desconfianza de parte los clientes por experiencias pasadas, entre ellas que no llegan en el tiempo acordado, no se les notifica si llegó su pedido, he incluso cuando un asesor comenta que si no hay existencia en tienda es posible realizar su pedido en línea, sin embargo, aunque marque existencia, al finalizar el llenado de datos el sistema manda un mensaje de producto agotado, lo que denota una molestia en la cara de nuestros clientes.

El beneficio esperado como ya lo menciona es que los clientes confíen más en el canal digital, y por ende, aumentar más las ventas dentro de este canal. El desempeño mejora gracias a la eliminación de las mayores fuentes de fricción que son las causantes de los daños en la experiencia de los clientes.

Para tomar en consideración los diferentes aspectos tecnológicos se deberá de invertir en api de integración para que la plataforma de e-commerce (coppel.com), se logre comunicarse en tiempo real con el sistema de gestión que tenga el almacén. Dentro del aspecto humano se debe realizar capacitación a los diferentes equipos de atención al cliente (Asesor de piso), sobre la nueva manera de entregas y cómo manejar los casos cuando no hay stock en la etapa inicial. Desde el punto administrativo el equipo logístico deberá revisar la fórmula de cálculo de tiempo de entrega para asegurar que sea sostenible la nueva fecha prometida y se cumpla mayormente un 95% de los casos.

Diagrama del proceso rediseñado.

Dentro del diagrama (ilustración 2), se agregan las propuestas realizadas, estas se encuentran de color verde resaltadas con letras blancas, este proceso se será las mejoras que se realizarán dentro del proceso para mejorar la experiencia del cliente y evitar fricciones.

Cabe destacar que estos procesos serán responsables las mismas personas encargadas del sistema coppel.com, ya que ellos son los que tienen mayor conocimiento en conjunto con el sistema de almacén y logística a nivel interno, del lado externo serán el asesor de venta para asesorar al cliente.

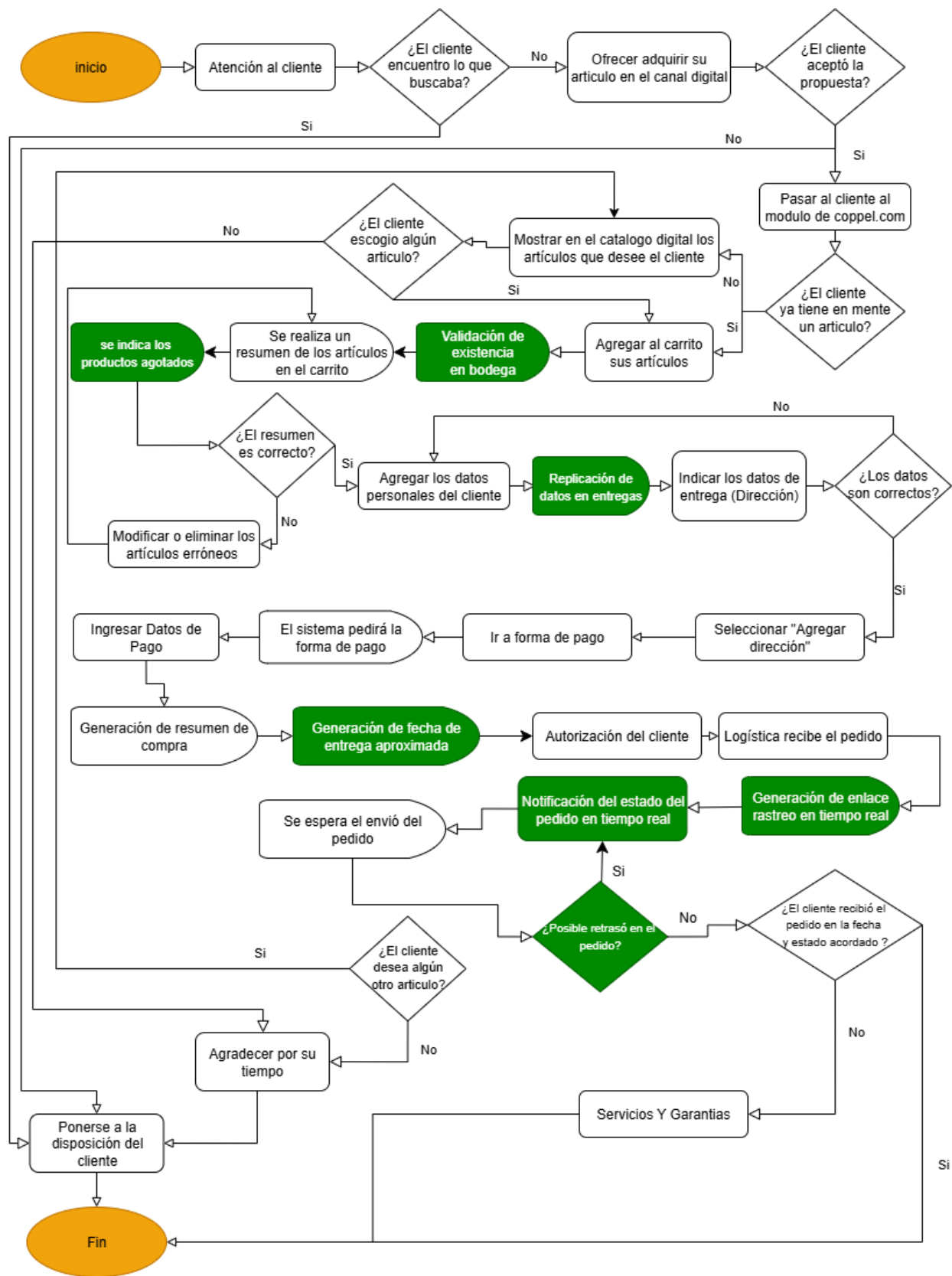


Ilustración 2 Diagrama de flujo del proceso rediseñado de pedidos en Coppel.com

Conclusión

Dentro de una organización se empieza con ciertos procesos que funcionan, sin embargo, en todo momento se esta sujeto al cambio según sea el entorno, el hacer un análisis de los procesos nos ayuda a saber cuales son los aspectos que se están descuidando y dando una mala imagen a la organización, lo que nos lleva a tener que rediseñar ciertos procesos para mejorar la experiencia de nuestros clientes, o incluso mejorar procesos internos que están generando perdida de recursos y por ende generando mayores costos, lo que a lo largo de esta actividad es que el aplicar estos análisis a la vida profesional nos ayuda a identificar los errores que se están cometiendo y como podemos solucionarlos de manera critica, ya sea si se trabaja en una organización o si se tiene un trabajo propio, logrando ser más eficientes, reduciendo costos, incluso aumentando la confianza de nuestros clientes.

Desarrollar esta actividad reveló varios desafíos desde como saber que problemas enfrenta la organización, el saber que fallas son las que realmente estas generando conflictos, que propuestas aportarían valor. Esto me trajo como aprendizaje que pueden existir procesos que uno piensa no se puede mejorar porque ya funciona, siempre existirán muchos procesos donde un pequeño cambio hará la diferencia.

Referencias

- Profesor Oscar Luis. (2024, 9 septiembre). *DIAGRAMA DE ISHIKAWA | MÉTODO DE LAS 6 M's | RECOMENDACIONES* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=0AlwPRQYq4U>
- **Gutiérrez, H.** (2010). *Calidad total y productividad* (3ª ed.). McGraw-Hill Interamericana.