



Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

ANEXO Tarea 1

Escuela: Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería
de Sistemas

Programa: Ingeniería

Curso: Calidad de software

Código: 202016903

Anexo 1. Estudio de caso. Descripción COSMECOL S.A

COSMECOL S.A. es una empresa colombiana ligada a la fabricación de cosméticos y venta de productos capilares sobre todo para la mujer. La empresa ésta ubicada en el barrio Restrepo en Bogotá y cuenta con un edificio de 10.000 metros cuadrados.

El presidente y dueño del 50 % del capital, es **Pablo Pérez**, y el vicepresidente y dueño de la otra mitad es **José Solano**. La empresa, emplea a 200 personas entre funcionarios administrativos, de comercialización y de producción.

A 25 años de su creación, sus productos capilares compiten con las más grandes firmas en el mundo (L’Oreal, Wella, etc) y llegan a través de empresas exportadoras a 10 países además de los limítrofes.

El éxito de **COSMECOL S.A.** radica en fabricar una tintura de alto grado tecnológico con muy buen rendimiento y a bajo precio.

Cuentan con 2 mercados en expansión; uno promocionado con el lema: “la gente que se tiñe más” y el otro es el del público de bajos ingresos, por que venden sus productos a menor precio que otros fabricantes del mercado.

La empresa tiene una gestión abierta a su personal, esto permite que sus empleados sepan lo que se vende o se fabrica.

La estructura organizativa de COSMECOL S.A. está formada por las siguientes tres áreas, coordinadas y controladas por una Gerencia General, que recibe las solicitudes de innovación de las distintas áreas de la empresa y conjuntamente con los gerentes de cada área define los cambios a incorporar y las modificaciones en planes y procesos:

1. Área de Comercialización





2. Área de Producción y Desarrollo

3. Área de Administración

1. Área de comercialización: cuenta con un gerente de comercialización que coordina las actividades llevadas a cabo por esta área a través de los jefes de cada departamento que le envían periódicamente informes de su accionar.

El gerente de comercialización también se encarga de determinar los precios de los cosméticos para la venta, considerando los informes provenientes de Marketing acerca de los estudios de mercado, y los provenientes del departamento de Compras.

De este departamento dependen:

Departamento de Distribución: en este lugar se encargan de la distribución de los productos a los distintos centros de venta, con base a los pedidos de los clientes.

La distribución de los productos a nivel nacional se realiza a través de su flota de camiones, los cuales realizan viajes a distintos puntos del país.

Departamento de atención al Cliente: el cual se encarga de atender los pedidos de compra, consultas, quejas y sugerencias acerca de los productos y su distribución, presentadas por los clientes. Para ello se emplea un 01-8000 (línea gratuita), además de un correo electrónico para que los clientes puedan dejar sus inquietudes.

Últimamente el número de pedidos a nivel nacional ha aumentado considerablemente, así como también ha presentado un porcentaje de aumentado el número de quejas relacionadas con la entrega de los productos, debido a que no llegan de forma oportuna al destino o llegan incompletos.

Al personal de este Departamento se lo capacita periódicamente acerca de las características de los productos y de las distintas técnicas de atención al cliente y de mercadeo.

Se realizan informes periódicamente de las distintas quejas y sugerencias acerca de los productos y se los envían al Gerente de Comercialización quién después de analizarlos, envía una copia de los mismos al Departamento de Marketing, al área de Producción y desarrollo y a la Gerencia general.

El departamento de atención al cliente realiza las anotaciones de pedidos nacionales en formatos manuales, son funcionales pero dado que el software con el que cuenta





actualmente no cubre todas las necesidades de la empresa. Este departamento envía una copia del pedido del cliente al departamento de distribución con los datos anexos requeridos en los formatos, emite la factura de venta y envía una copia al departamento de Finanzas, no entrega una copia al cliente, esto solo se hace cuando recibe los productos y archiva el original.

Departamento de Marketing, utilizando estrategias publicitarias, se relaciona con los medios de comunicación más importantes solicitando la difusión de sus productos capilares. Realiza constantes análisis de mercado, captando los gustos, las necesidades de la comunidad en general, las condiciones económicas vigentes, las tendencias en productos capilares de la competencia, y con base en esta información elabora informes periódicos de análisis de mercado, y los envía al gerente de comercialización, al departamento de Laboratorio de desarrollo y a la gerencia general.

2. Área de Producción y desarrollo: consta de un Gerente de Producción, que coordina las actividades llevadas a cabo por esta área. A través de los jefes de cada departamento que le envían periódicamente informes de su accionar.

Del gerente de producción dependen:

Departamento de Producción: elabora los cosméticos en base a las formulas ya chequeadas por el departamento de Laboratorio de desarrollo, contando con la materia prima necesaria para elaborarlos, la cual recibe del departamento de Control de Calidad. Realiza informes de la materia prima que recibió, y lo envía a los departamentos de Compras y al gerente de Producción. Este Departamento también se encarga de la fabricación de los elementos complementarios (activador, guantes, ~~shampoo~~ y acondicionador que acompañan a la tintura). Recibe periódicamente la programación de la producción, autorizada por la gerencia general del departamento de laboratorio de desarrollo.

Una vez elaborado los productos se envían al departamento de Control de Calidad, el cual realiza un control riguroso, en base a estándares de la industria capilar y políticas que recibe del gerente de producción, basadas en las normas vigentes. Si el mismo no cumple con las condiciones de calidad exigida por la empresa, es desechado. En caso contrario, el producto está listo para su comercialización, se envía al Departamento de Distribución, junto a un informe que indica la cantidad y el tipo de cosmético fabricado.





Departamento de Laboratorio de Desarrollo: elabora los procedimientos y fórmulas de fabricación de productos, capacita a los empleados del departamento de producción, elabora la programación de la producción y solicita la autorización del gerente de producción y de la gerencia general; cuando obtiene esta autorización envía dicha programación al departamento de producción, y la programación de recursos materiales necesarios a compras. En base a la información que recibe del departamento de marketing, propone innovaciones en productos para la venta y confecciona informes totalizadores de ventajas y desventajas de incorporar productos alternativos, los envía al gerente de producción, quien los autoriza o solicita nuevos estudios o modificaciones.

Departamento de Control de Calidad: actúa de nexo entre el departamento de Compras y el de Producción, presenta periódicamente informes de especificaciones mínimas de calidad de recursos materiales a adquirir al departamento de Compras, el proveedor entrega la mercadería requerida para producción, en este departamento, que solo acepta dichos artículos si se ajustan en cantidad, tipo y especificaciones de calidad, a lo estipulado en la orden de compra, que recibe del departamento de Compras. Emite una aceptación de recepción, al recibir mercadería del proveedor, y otro de rechazo en recepción ante inconvenientes en el alta de materia prima. Cada vez que entrega mercadería en producción, emite una nota de distribución de materia prima, envía una copia de dicha nota al departamento de producción y archiva el original.

3. Área de Administración: está constituida por un gerente de Administración, el cual es responsable de las actividades que se realizan en:

Departamento de Compras: Su misión es la de realizar las solicitudes de insumos y materias primas para las diversas áreas teniendo en cuenta los informes enviados por el departamento de Control de Calidad y respetando los presupuestos aprobados por la gerencia, que recibe del departamento de Finanzas. Selecciona los proveedores anualmente, realiza licitaciones de precios y emite órdenes de compra. Elabora informes de compras y los eleva al gerente de comercialización, a la gerencia general. Cada área presenta solicitudes de insumos, y reciben la mercadería del departamento de Compras, el proveedor de insumos entrega la mercadería solicitada en este departamento, a excepción de la recepción de materia prima abocada al proceso productivo, que requiere la intervención del departamento de Control de calidad. Compras confecciona una aceptación de recepción de insumos, al dar de alta a la mercadería solicitada a los proveedores, entrega





una copia al gerente de administración y otra a Finanzas.

Departamento de Finanzas: se encarga de efectuar la planeación financiera, organizar presupuestos, manipular y controlar el flujo de caja, pagar a proveedores, cobrar a los clientes, depositar el sueldo de los empleados, pagar impuestos, analizar inversiones, preocupado por reducir pagos de intereses y aumentar las ganancias financieras.

Deposita el dinero obtenido de las ventas en distintos bancos, paga a los proveedores cuando presentan la factura y han efectuado la entrega del pedido, satisfactoriamente; cobra las facturas de los clientes, deposita el sueldo del personal, paga impuestos.

Recibe de compras informes de compras, aceptación de recepción de insumos, y de Control de calidad informes de aceptación de recepción.

Este departamento recibe de cada área, una propuesta de presupuesto, en base a ella, y a los informes de comercialización y producción de años anteriores, que recibe periódicamente de las áreas consideradas, elabora el presupuesto y solicita la autorización del gerente de administración y de la gerencia general.

Departamento de Personal: El jefe de este departamento se encarga de coordinar las actividades del personal: horas extras, licencias, reclutamiento de personal, modificaciones de funciones y categorías, traslados de departamentos, relacionándose con el Sindicato de Empleados de Comercio para negociar los pedidos y reclamos de los empleados. Entrega a Finanzas, mensualmente los informes con información de sueldos de los empleados.

Tiene como tarea también realizar cursos de capacitación para el personal de los distintos departamentos. Los gerentes de área solicitan trimestralmente cursos de capacitación del personal, presentan la descripción del desempeño de su personal a cargo, solicitan de ser necesario licencias, altas, bajas, sanciones y modificaciones de personal.

Le empresa cuenta con un sistema de información

