



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
PICHINCHA**

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA**

**CARRERA DE ASISTENTE DE GERENCIA**

**TÍTULO: “PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DEL  
ARCHIVO EN EL AREA DE VEHICULOS NUEVOS CASABACA EN  
AGENCIA MATRIZ”**

**Trabajo de titulación presentado como requisito para optar por el Título de  
Tecnóloga en Asistente de Gerencia**

**AUTORA: MARIA JOSE CARDENAS LARA**

**TUTOR: DR. JUAN CARLOS ZAMBRANO ACOSTA**

**QUITO, 05 DE JULIO DEL 2019**

## **CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Tecnológico Superior “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” certifico:

Que el Trabajo de Investigación: **“PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DEL ARCHIVO EN EL AREA DE VEHICULOS NUEVOS CASABACA AGENCIA MATRIZ”**

Presentado por la estudiante MARIA JOSE CARDENAS LARA de la promoción 25AGQ1, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

En la ciudad de Quito al 05 de julio del 2019.

Atentamente,

---

FIRMA DEL TUTOR

Dr. Juan Carlos Zambrano

CC. 1708904287

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera en Asistente de Gerencia promoción 25AGQ1 declara que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Tecnóloga en Asistencia de Gerencia son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

En la ciudad de Quito a los 05 de julio del 2019.

Atentamente,

---

María José Cárdenas Lara

CC.092410065-4

AUTORA

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada la memoria de una gran amiga Lesli Aguirre, quien a pesar de su ausencia, me inspiró para creer que los sueños y las etapas se pueden cumplir, sobre todo en este campo del estudio, y durante varios años compartió su tiempo como amiga y compañera de aula, estuvo presente cuando necesité un apoyo con su enorme carisma, porque ella creía que la vida en un futuro sería más exitosa para el crecimiento personal y profesional. La fuerza y la fe de Lesli durante el último año de su vida me dieron una nueva apreciación del significado y la importancia de la amistad. Vivió cada instante de su vida, actuando concienzudamente sobre sus creencias, ayudando tanto a familiares como a extraños necesitados. Se enfrentó valientemente a su muerte prematura. Su ejemplo me mantuvo soñando cuando quise rendirme.

## **AGRADECIMIENTO**

### **A Dios.**

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

### **A mis padres.**

Alejandro y Patricia, por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron. Gracias por cada una de sus bendiciones que han ayudado para mantenerme donde estoy.

### **A mi esposo,**

Gracias por entenderme en todo, gracias porque en todo momento fue un apoyo incondicional, es mi felicidad encajada en una sola persona. Con el mismo furor y pasión que describo el perfecto e incondicional apoyo de mi esposo, es el mismo con el que desarrollé cada parte y punto de esta tesis, mi inmensa gratitud para mi pareja, nunca podré terminar de agradecerle por tantas ayudas.

### **A los docentes,**

Agradezco a cada uno de los docentes del Instituto Tecnológico Superior Honorable Consejo provincial de Pichincha, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi preparación de mi profesión, de manera especial, al Dr. Juan Carlos Zambrano, tutor de mi proyecto de investigación quien me ha guiado con paciencia y rectitud.

## RESUMEN

El presente proyecto está basado en la mejora del archivo de la empresa Casabaca. Aunque sus funciones puedan estar basadas dentro de las tradicionales de un archivo, se trata de un tipo de archivo muy específico y digitalizado. El surgimiento de nuevos perfiles laborales vinculados al empleo privado (gestor documental, gestor de información, o documentalista de proyecto) ha puesto de manifiesto la necesidad que tienen la empresa Casabaca de contar con profesionales que gestionen adecuadamente la documentación para que de esta manera facilite y añada valor a cada uno de los ciclos de trabajo, respetando su cultura de empresa. Toda información bien gestionada es vital, para la toma de decisiones en la empresa. Por tal motivo la necesidad de contar con materiales específicos sobre la historia de estos archivos y sus necesidades. Muchos de los procesos de la Archivística tradicional que se han aplicado no resultan operativos a largo plazo en una empresa. Primero debemos realizar antes una completa auditoría de información para diseñar el modelo de gestión que más se ajuste a cada empresa.

Para comenzar, analizaremos algunos conceptos sobre los archivos de una empresa, partiendo de su definición y de las funciones que debe cumplir en la misma.

Con el objetivo de establecer su contexto, se incluye un análisis comparativo de cómo se organizaban los archivos en distintas épocas de la historia, con especial hincapié en la contemporánea, abordando también los retos de esta labor en las empresas actuales.

Por último, se hace una propuesta de gestión explicando las fases del proceso de constitución de un archivo, que puede ser tomado como protocolo de actuación inicial.

Si bien sabemos que no existe un modelo único de archivo de empresa, su documentación requiere un tratamiento especializado, acorde con los usos y destinatarios que le son propios. Esperamos que las páginas que siguen contribuyan al menos facilitar la visibilidad y gestión de este tipo de fondos con criterios de calidad, eficacia y profesionalidad.

## INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>- 7 -</b>
<b>Tema del Proyecto</b> .....	<b>- 8 -</b>
<b>“PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DEL ARCHIVO EN EL AREA DE VEHICULOS NUEVOS CASABACA AGENCIA MATRIZ”</b> .....	<b>- 8 -</b>
<b>Planteamiento de problema</b> .....	<b>- 8 -</b>
<b>Justificación</b> .....	<b>- 9 -</b>
<b>OBJETIVOS</b> .....	<b>11</b>
General .....	<b>11</b>
Específicos.....	<b>11</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>12</b>
<b>1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>12</b>
<b>1.1 MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>12</b>
<b>1.1.1 Concepto de Archivo</b> .....	<b>12</b>
<b>1.1.2 Principios de procedencia de un archivo</b> .....	<b>13</b>
<b>1.1.3 Tipo de archivos</b> .....	<b>14</b>
<b>1.1.3.1 Archivos normales</b> .....	<b>14</b>
<b>1.1.3.2 Archivos de texto</b> .....	<b>14</b>
<b>1.1.3.3 Archivos binarios</b> .....	<b>15</b>
<b>1.1.3.4 Archivos de directorios</b> .....	<b>15</b>
<b>1.1.3.5 Archivos especiales</b> .....	<b>15</b>
<b>1.1.4 DOCUMENTO</b> .....	<b>16</b>
<b>1.1.4.1 Edades y tipos de archivo</b> .....	<b>16</b>
<b>1.1.4.2 Edad administrativa</b> .....	<b>17</b>
<b>1.1.4.3 Edad intermedia</b> .....	<b>17</b>
<b>1.1.4.4 Edad histórica</b> .....	<b>17</b>
<b>1.1.4.5 Kaisen</b> .....	<b>18</b>

<b>1.2 MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>19</b>
1.2.1 Reseña histórica de la Empresa Casabaca S.A. ....	19
<b>1.2.2 FILOSOFIA .....</b>	<b>20</b>
PORQUE .....	20
MISIÓN.....	20
VISIÓN.....	20
CULTURA INNOVADORA .....	20
<b>1.2.3 POLITICA DE AMBIENTE, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO.....</b>	<b>21</b>
<b>1.2.4 GUIAS DE ACCION .....</b>	<b>21</b>
1.2.5 VALORES.....	22
<b>1.2.6 PRINCIPIOS .....</b>	<b>23</b>
<b>1.2.8 Ubicación de la Institución.....</b>	<b>26</b>
<b>1.2.9 ORGANIGRAMA.....</b>	<b>27</b>
<b>1.3 MARCO LEGAL .....</b>	<b>28</b>
1.3.1 La Constitución de la República .....	28
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>29</b>
<b>2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....</b>	<b>29</b>
2.1 DISEÑO METODOLOGICO .....	29
2.3 POBLACIÓN .....	30
<b>2.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL FOCUS GROUP.....</b>	<b>30</b>
2.4.1 INFORME CUALITATIVO.....	30
2.4.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	30
2.4.3 Objetivo General .....	30
2.4.4 Perfil de Personas Entrevistadas .....	31
2.4.5 Diseño de la prueba.....	32
2.4.6 Caracterización del Focus Gruop. ....	32

2.4.7 Preguntas del tema de interés.....	33
2.4.8 Conclusión Final .....	34
2.4.10 Recursos empleados.....	34
<b>2.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL FOCUS GROUP.....</b>	<b>35</b>
2.5.1 Diagnóstico de Necesidades .....	47
<b>CAPITULO III .....</b>	<b>48</b>
PROPUESTA ARCHIVISTICA PARA EL MANEJO DE DOCUMENTACIÓN DE LA EMPRESA TOYOTA CASABACA EN EL AREA DE VEHICULOS NUEVOS AGENCIA MARIZ. ....	48
3.1 INTRODUCCIÓN .....	48
<b>3.2 OBJETIVOS .....</b>	<b>49</b>
3.2.1 Objetivo General .....	49
3.2.2 Objetivo Especifico .....	49
3.3 INDICADORES .....	49
3.3.1 METODOLOGÍA.....	50
3.3.2 BENEFICIARIO .....	50
3.3.3. RESPONSABILIDAD .....	50
3.3.4 DURACIÓN.....	50
<b>3.4 PROCESO KAISEN CASABACA (INGRESO DE IDEA DE MEJORAMIENTO CONTINUO). ..</b>	<b>51</b>
3.4.1 Objetivo.....	51
3.4.2 Descripción del proceso: .....	51
3.4.3 Capacitación de herramientas Kaizen.....	51
3.4.4 Participación de colaboradores en Kaizen .....	52
3.4.5 Registro de idea de mejora continua.....	52
3.4.6 INGRESO DE IDEAS DE MEJORA CONTINUA EN S3S .....	53
3.4.7 Evaluación de factibilidad de idea para Círculo de Calidad .....	53
3.4.8 Revisión de idea por dueño de proceso y generación de comentarios .....	54
3.4.9 Inscripción de Círculo de Calidad .....	54

3.4.10 Inscripción de Círculo de calidad .....	55
3.4.11 Correo de aprobación de idea de mejora .....	55
3.4.12 Seguimiento de avance Círculo de Calidad .....	56
3.4.13 Cierre de Círculo de Calidad.....	56
3.4.14 Cierre de círculo de calidad .....	57
3.4.15 Soporte y seguimiento Kaizen .....	57
3.4.16 Riesgo Kaisen.....	58
3.4.15 Anexo N° 1: Flujograma del proceso Kaizen .....	59
<b>3.5 Estructura Organizacional .....</b>	<b>60</b>
Sistemas de gestión.....	60
3.5.1 Mapa de procesos Casabaca.....	61
3.5.3 Portafolio de productos y servicios de Vehiculos .....	61
3.5.4 MANUAL DE PROCESOS DE GESTION DE VEHICULOS.....	63
3.5.5 DIAGRAMA DE FLUJO PROCESO VENTA DE VEHICULOS NUEVOS .....	76
<b>3.6 REALIZAR LA MEDICIÓN Y MUESTRA DE ARCHIVOS DE LA EMPRESA .....</b>	<b>77</b>
3.6.1 Toma fotos que evidencien como encuentras todo antes de hacer el Diagnóstico de Archivo.....	78
<b>3.7 Implementar en el sistema Kaisen el programa ACCESS, para realizar un plan piloto de la mejora continua. ....</b>	<b>79</b>
Creación de la base de datos.....	81
3.7.2 Procedimiento.....	83
3.7.3 CREACIÓN DE UNA TABLA EN UNA BASE DE DATOS.....	85
3.7.4 CREACIÓN DEL FORMULARIO .....	87
3.7.5 Ciclo vital del documento .....	88
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>90</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>91</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>92</b>



## TABLA DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1</i> MARCO LEGAL CASABACA.....	28
<i>Ilustración 2</i> LISTADO DE PERSONAS FOCUS GROUP.....	31
<i>Ilustración 3</i> PREGUNTAS DE TEMA DE INTERES.....	33
<i>Ilustración 4</i> RECURSOS EMPLEADOS.....	34
<i>Ilustración 5.</i> ¿CREEN USTEDES QUE TENEMOS UN PROBLEMA AL MOMENTO QUE RECOPIRAR INFORMACIÓN O DOCUMENTACIÓN DEL ARCHIVO?.....	35
<i>Ilustración 6.</i> ¿CON QUE FRECUENCIA SE REALIZA EL ARCHIVO DE LOS DOCUMENTOS EN EL ÁREA DE VEHÍCULOS NUEVOS EN LA AG. MATRIZ?.....	36
<i>Ilustración 7</i> ¿LOS DOCUMENTOS QUE SE BUSCA, SE LOCALIZA FÁCILMENTE?.....	37
<i>Ilustración 8</i> ¿QUÉ TIPOS DE ARCHIVOS SE MANEJA EN LA AG. MATRIZ?.....	38
<i>Ilustración 9</i> LA AGENCIA CUENTA CON ÁREAS DESTINADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EL ARCHIVO?.....	39
<i>Ilustración 10</i> ¿LA AGENCIA CUENTA CON ÁREAS DESTINADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EL ARCHIVO?.....	40
<i>Ilustración 11.</i> ¿QUE TIPO DE ORDEN SE EMPLEA PARA LA ORGANIZACIÓN DEL ARCHIVO DENTRO DEL AREA?.....	41
<i>Ilustración 12</i> ¿CUENTAN CON MANUALES DE PROCEDIMIENTOS ARCHIVISTICOS?.....	42
<i>Ilustración 13</i> ¿CONTAMOS CON ALGÚN SISTEMA INTEGRAL PARA LA GESTIÓN ARCHIVÍSTICA?.....	43
<i>Ilustración 14</i> APROBARÍAN EL MANEJO DE UN ARCHIVO DIGITALIZADO?.....	45
<i>Ilustración 15</i> ¿CON LA AYUDA DE UN MANUAL ARCHIVISTICO NOS COMPROMETERIAMOS A MEJORAR EL ARCHIVO PARA FACILITAR LA BUSQUEDA Y EVITAR PROBLEMAS EN LOS PROCESOS?.....	46
<i>Ilustración 16</i> MANUAL DE PROCESOS GESTION VEHICULAR.....	63
<i>Ilustración 17</i> DIAGRAMA DE FLUJO PROCESO VENTA DE VEHICULOS NUEVOS.....	76

## INTRODUCCIÓN

El rol que cumple la gestión documental dentro del ámbito administrativo y organizacional en Casabaca, influye directamente en el buen desarrollo de las funciones que se desempeñan dentro del área de vehículos nuevos; es así como el archivo es un área de soporte administrativo muy importante para la gestión empresarial.

Sin embargo el manejo documental ha presentado una problemática desde sus inicios, lo cual ha desencadenado graves consecuencias al momento de recuperar información.

“El acceso documental se enfrenta a un acuciante problema: la identificación, valoración y selección de imponentes masas documentales”, lo anterior dio paso a la idea de un mejoramiento de Gestión Documental, comenzando con el reconocimiento de la archivística como una técnica para el mejor manejo de la documentación, desde entonces existen diferentes propuestas y modelos internacionales como el norteamericano conllevan a desarrollar estándares y políticas con miras a normalizar el concepto archivístico.

Y dentro de este proyecto realizar una mejor continua, para estandarizar los procesos de archivo dentro del área de vehículos nuevos de la agencia matriz de Toyota Casabaca.

## **Tema del Proyecto**

“PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DEL ARCHIVO EN EL AREA DE VEHICULOS NUEVOS CASABACA AGENCIA MATRIZ”

### **Planteamiento de problema**

La pérdida de tiempo en la búsqueda de documentación de los procesos, ha conllevado a realizar una propuesta para mejorar el archivo en el área de Vehículos-Nuevos en la empresa Toyota Casabaca Agencia Matriz.

Actualmente, los archivos que se reposan en el área de agencia matriz, se encuentran muy deteriorados por razones tales como: manipulación inadecuada por parte de las personas que tienen acceso al archivo del departamentos comercial , falta de mobiliario idóneo, carencia de espacio apropiado para su custodia, así como, ausencia de un clima apto que preserve su integridad física.

En el caso de Casabaca, estos archivos no se encuentran debidamente organizados, carece de un sistema de clasificación y un método de orden, tampoco cuentan con instrumentos idóneos que garanticen localizar la información eficaz y oportunamente.

Por lo que he visto la necesidad que debe existir los instrumentos para acceder a dicha fuente, y a la vez garantizar el adecuado uso y manipulación de estos documentos, con la finalidad de que esa información sea utilizada por todas las personas autorizadas del área comercial, pues de lo contrario no se aprovecha su potencial y se convierten en una carga incómoda de difícil manejo que no produce mayor beneficio, por lo tanto tiene ¿Tiene el personal del área de vehículos el conocimiento de un proceso de archivo estandarizado para evitar contratiempo en la búsqueda y/o recopilación de documentación?

## **Justificación**

El siguiente proyecto busca diagnosticar y generar propuestas en cuanto al proceso que se lleva a cabo en el Archivo Técnico del área del Departamento de Vehículo-Nuevos, ya que se detectó la necesidad de organizar y establecer un procedimiento de consulta y préstamo de documentos, el cual es de suma importancia para el área, puesto que es necesario satisfacer de manera eficaz, oportuna y con servicio de calidad las necesidades de los clientes internos y externos.

Por otra parte, el procedimiento de consulta y préstamo de la documentación, al no encontrarse establecido por ende no existe una metodología para ambos casos. Por tal motivo surge la necesidad apremiante de proponer la estandarización de las instrucciones y normas que regirán las actividades que debe cumplir el área en su proceso de gestión y control documental.

Salvaguardar los archivos de la Oficina del área de vehículos nuevos de Casabaca, es una necesidad. Su valiosa información y sus actuales condiciones nos llevan a reflexionar sobre la pérdida de la misma, ya que acumula la información de una empresa que se enlaza fuertemente con la historia automovilística en del desarrollo del país.

Otro aspecto por considerar es que los archivos son consultados constantemente por usuarios internos de la empresa para resolver problemas o muchas veces dar información a los clientes externos que nos solicitan en su debido momento.

Sin embargo, el avanzado estado de deterioro, la desorganización, la carencia de instrumentos descriptivos para acceder rápidamente a la información, la manipulación inapropiada de estos documentos y la falta del mobiliario idóneo para su conservación, dificultan su adecuada conservación.

Debido a lo anterior y al valor incalculable de los archivos, es inaplazable asegurar la conservación de estos documentos y el acceso a su información, así como dar difusión a su contenido para que los usuarios puedan utilizar esta información tan valiosa.

Por otro lado, es evidente la mala utilización de las herramientas tecnológicas en algunos archivos del país, donde las mismas son utilizadas para digitalizar el desorden documental que tienen, con la idea de que la rápida recuperación de los documentos que se obtiene a partir de los medios electrónicos se convierta en la panacea que resuelva los problemas de acceso a la información.

Cuando existe la carencia de políticas y no se aplican los procesos de valoración, selección y eliminación, da pie a la explosión documental, y a querer sustituir del todo el soporte papel.

La idea es digitalizar todos los archivos para tener un excelente y adecuado manejo de los archivos.

## **OBJETIVOS**

### **General**

Proponer mejoras al plan de gestión y control documental en el área de Vehículos-Nuevos de Toyota Casabaca agencia matriz.

### **Específicos**

- 1 Indagar en fuentes bibliográficas métodos para la realización de un plan de mejoramiento de los procesos de archivo digital y control documental en el área de vehículos nuevos de la empresa Toyota Casabaca.
- 2 Realizar una investigación de campo en el área de vehículos-nuevos de la empresa Toyota Casabaca, mediante un focus group para determinar las falencias existentes.
- 3 Realizar la propuesta para el plan de mejoramiento para el proceso de archivo y control documental de manera digitalizada en el área de Vehículos-Nuevos de la empresa Toyota Casabaca.

# **CAPITULO I**

## **1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **1.1 MARCO TEÓRICO**

Lo que se detalla a continuación son conceptos básicos, la cual se pretende establecer el protocolo necesario para identificar qué términos podemos utilizar dentro del área de vehículos. De esta forma, la propuesta estará sustentada sobre las bases de esta disciplina de una manera correcta y más efectiva.

Para lo que utilizaremos diversos criterios metodológicos que han sido expuestos por especialistas dentro del área de archivística.

#### **1.1.1 Concepto de Archivo**

Es un conjunto de documentos sean cuales sean su fecha, su forma y su soporte material, producidos o recibidos por toda persona física o moral, y por todo servicios u organismo público o privado, en el ejercicio de su actividad, y son, ya conservados por sus creadores o por sus sucesores para sus propia necesidades, ya transmitidos a la institución de archivos competente en razón de su valor archivístico. (Gestió, 1999, pág. 02)

Con este concepto hemos visto la importancia de tener un archivo clasificado y digitalizado para mejorar la comunicación tanto como los clientes internos como los externos, para evitar cualquier tipo de contratiempo, y que le trabajo sea de una manera práctica y muy eficiente.

## **1.1.2 Principios de procedencia de un archivo**

Principio fundamental de la Archivística que consiste en reunir los documentos producidos por una persona natural o jurídica, sin mezclarlos con los de otros. Fue ideado por Natallis de Wailly en 1841, en el congreso internacional de París se consagra y comienza a aplicarse en la mayoría de países.

De acuerdo al principio de procedencia cada documento debe estar situado en el fondo documental del que procede, teniendo en cuenta que debe mantenerse la unidad e independencia de cada fondo y en éste la integridad y carácter seriado de las secciones, series y expedientes. Este principio es válido tanto para los archivos históricos como para los administrativos, pues en todos los casos debe conocerse o reconstruirse la evolución estructural histórica de la institución, identificando en ella las dependencias y funciones que desarrolla o desarrolló en el pasado, integrando en torno a cada una los documentos correspondientes agrupados en series. Para la aplicación del principio de procedencia debe identificarse la entidad productora de los documentos, la dependencia productora, las funciones desarrolladas y los documentos producidos agrupados en series.

De este principio se derivan los siguientes principios:

El principio de respeto a la estructura establece que la clasificación interna de un fondo debe responder a la organización y competencias de la institución u organismo productor.

El principio de respeto al orden original establece que no se debe alterar la organización dada al fondo por la institución u organismo productor, ya que ésta debe reflejar sus actividades reguladas por la norma de procedimiento.

### **1.1.3 Tipo de archivos**

Los tipos de archivos reconocidos por el sistema son normal, directorio o especial. No obstante, el sistema operativo utiliza muchas variaciones de estos tipos básicos.

A continuación se indican los tipos básicos de archivos existentes:

Elemento	Descripción normal	Almacena datos (texto, binario y ejecutable)
directorio	Contiene la información que se utiliza para acceder a otros archivos	
especial	Define un archivo de conducto FIFO (primero en entrar, primero en salir) o un dispositivo físico.	

Todos los tipos de archivos reconocidos por el sistema se enmarcan en una de estas categorías. No obstante, el sistema operativo utiliza muchas variaciones de estos tipos básicos.

#### **1.1.3.1 Archivos normales**

Los archivos normales son los archivos más comunes y se utilizan para contener datos. Los archivos normales están en formato de archivos de texto o de archivos binarios:

#### **1.1.3.2 Archivos de texto**

Los archivos de texto son archivos normales que contienen información almacenada en formato ASCII y que el usuario puede leer. Puede visualizar e imprimir dichos archivos. Las líneas de un archivo de texto no deben contener caracteres NUL y ninguna puede exceder de {LINE\_MAX} bytes de longitud, incluido el carácter de nueva línea.

El término archivo de texto no impide la inclusión de caracteres de control o de otros caracteres no imprimibles (diferentes de NUL). Por lo tanto, los programas de utilidad estándar que listan archivos de texto como entradas o como salidas o bien son capaces de procesar los caracteres especiales o bien son capaces de describir explícitamente sus limitaciones dentro de sus secciones individuales.

### **1.1.3.3 Archivos binarios**

Los archivos binarios son archivos normales que contienen información que el sistema puede leer. Los archivos binarios podrían ser archivos ejecutables que indicaran al sistema que ha de realizar un trabajo. Los mandatos y los programas se almacenan en archivos binarios ejecutables. Los programas de compilación especial convierten texto ASCII en código binario.

Los archivos de texto y binarios sólo se diferencian en que los archivos de texto tienen líneas de menos de {LINE\_MAX} bytes, sin ningún carácter NUL, cada una de las cuales termina con un carácter de nueva línea.

### **1.1.3.4 Archivos de directorios**

Los archivos de directorio contienen la información que el sistema necesita para acceder a todos los tipos de archivos, pero los archivos de directorio no contienen los datos reales del archivo. En consecuencia, los directorios ocupan menos espacio que un archivo normal y proporcionan a la estructura de sistema de archivos flexibilidad y profundidad. Cada entrada de directorio representa un archivo o un subdirectorio. Cada entrada contiene el nombre del archivo y el número de referencia de nodo de índice (número de i-nodo) del archivo. El número de inodo apunta al nodo de índice exclusivo que se ha asignado al archivo. El número de inodo describe la ubicación de los datos que se asocian al archivo. Un grupo independiente de mandatos crea y controla los directorios.

### **1.1.3.5 Archivos especiales**

Los archivos especiales definen dispositivos para el sistema o son archivos temporales creados por procesos. Los tipos básicos de archivos especiales son FIFO (primero en entrar, primero en salir), de bloques y de caracteres. Los archivos FIFO también se denominan conductos. Los conductos se crean mediante un proceso para permitir temporalmente las comunicaciones con otro proceso. Estos archivos dejan de existir cuando termina el primer proceso. Los archivos de bloque y los archivos de caracteres definen dispositivos.

## 1.1.4 DOCUMENTO

Un documento es cualquier soporte material en el que se incorpora algún tipo de información. El lenguaje escrito, la música o la matemática necesitan de medios materiales a través de los cuales se transmite algo, lo cual se realiza a través de una modalidad de documento (una notificación, una estadística, una grabación o una redacción).

Al ser un término muy genérico suele ir acompañado de alguna palabra que matiza la modalidad del mismo (documento sonoro, oficial, jurídico...). Tradicionalmente el concepto de documento se encuentra asociado a la escritura, ya que el lenguaje escrito ha sido el dominante durante siglos. La imprenta es la invención que ha permitido difundir documentos de una manera generalizada. Al haber otros medios tecnológicos a nuestro alcance, el concepto de documento se ha ampliado considerablemente (un link con un podcast o un video de you tube serían documentos actuales que equivalen a una carta manuscrita o a un libro de registro). Lo relevante es el contenido de la información y el medio utilizado tiene un papel importante pero secundario. (MX, 25/03/2015)

### 1.1.4.1 Edades y tipos de archivo

En los años treinta tras el establecimiento del Archivo Nacional de Estados Unidos (1934) se hace referencia por primera vez al Ciclo vital de los documentos y a partir de los años 50 comienza a tener más difusión.

Según Antonia Heredia el historiador “**Wyffels** en 1972, planteó la teoría de las tres edades de los documentos, que daría lugar a diferentes categorías de archivos. Dicha teoría está en relación con la idea y realidad de que los documentos no son algo muerto o inactivo, sino que tienen una vida propia” este ciclo vital contempla, a semejanza de cualquier otro, el nacimiento (creación), crecimiento (mantenimiento y uso) y decrecimiento y muerte (expurgo). (MX, 25/03/2015)

El objetivo de esta teoría fue garantizar la presencia del profesional y de los métodos que aplica, para que en cada una de las tres edades los documentos reciban el tratamiento adecuado.

**La teoría de las tres edades analiza el ciclo de vida del documento en tres fases sucesivas:**

#### **1.1.4.2 Edad administrativa**

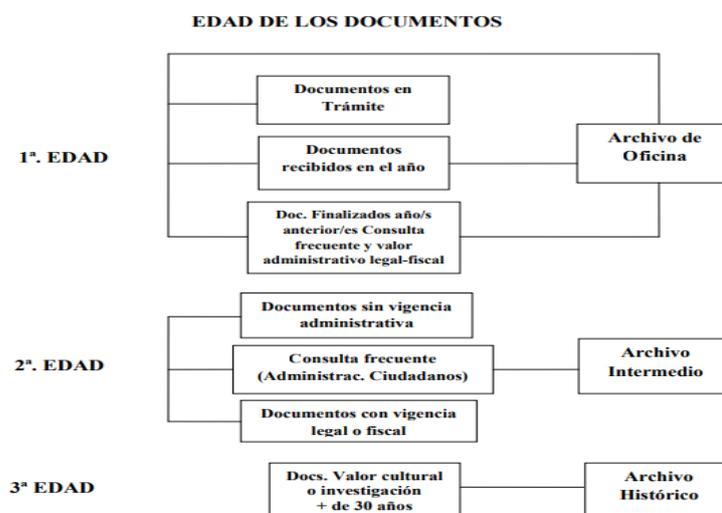
Primera edad, documentos corrientes: En esta primera edad los documentos se encuentran en fase de circulación y tramitación de los asuntos iniciados. Aquí la documentación forma parte de los archivos de gestión, es de uso frecuente y se encuentra bajo la responsabilidad y manejo directo de las unidades administrativas.

#### **1.1.4.3 Edad intermedia**

Los documentos ya han perdido prácticamente la utilidad por la que fueron creados. El documento o el expediente referente a un asunto deben conservarse, siendo objeto de consulta o de uso como antecedente, de manera poco frecuente. Es la fase de archivo intermedio, en el que el valor primario decrece en la misma proporción en que aumenta el valor secundario.

#### **1.1.4.4 Edad histórica**

El documento adquiere valor permanente, de manera que su uso será únicamente por su valor cultural o de investigación. Su conservación será definitiva, en condiciones que garanticen su integridad y transmisión a generaciones futuras.



### **1.1.4.5 Kaisen**

Gonzalo Baca Accionista de la empresa Toyota Casabaca nos enseña que Kaisen es el mejoramiento continuo o es más que una herramienta y una forma de pensar es un estilo de vida, una manera de actuar y vivir en el día a día.

Kaisen es mejoramiento continuo, nos ayuda a identificar desperdicios que son problemas oportunidades de mejora, baja nuestros costos, mejora nuestra calidad y nos permite incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

Kaisen es explotar la creatividad, buscar y encontrar desperdicios y oportunidades de mejora en nuestras áreas de trabajo, eso es la filosofía del Grupo Baca, que nos enseña a mejorar como personas.

Las empresas en el mundo tienen procesos, personal competitivo, recursos y otras herramientas que les permitan mantenerse, pero desarrollar y aplicar día a día el Kaisen es la diferencia para ser mejores.

El instituto Kaisen tiene como objetivo: “Desarrollar en los colaboradores del Grupo Baca un modelo de pensamiento estándar para identificar desperdicios, resolver problemas, aplicar la mejora continua y enseñar”

Es por este motivo que me ha inspirado a realizar este trabajo como proyecto de tesis la cual será aplicada dentro de Toyota Casabaca en el área de vehículos nuevos en agencia matriz, y así tener un mejor control de la documentación por medio de la mejora continua Kaisen, ya que he identificado desperdicios, tengo la necesidad de resolver este problema, aplicar la mejora continua, en este caso el archivo digitalizado y posterior enseñar a otras agencias.

## **1.2 MARCO REFERENCIAL**

### **1.2.1 Reseña histórica de la Empresa Casabaca S.A.**

La vasta historia de Casabaca se remonta a 1835, año en el que José Baca y Torres inauguran el almacén más grande de novedades de su época, siendo la primera empresa en mantener una oficina en París para importación y exportación de mercadería.

La historia de Casabaca no solo hace referencia a la labor comercial de Quito, sino también al apoyo a la comunidad, de esta manera Héctor Baca, uno de los hermanos de la firma Ignacio Baca y Hermanos, junto a su esposa, realizaron la donación del terreno en donde actualmente se encuentra el Hospital de Niños Baca Ortiz.

La familia Baca inició su incursión en la industria automotriz con la compañía Baca Hermanos en 1928, adquiriendo la representación de Ford Motors Company, pese a que también se dedicaban a la comercialización de una amplia variedad de artículos domésticos.

Casabaca S.A. se llega a constituir como empresa en 1959, iniciativa de Juan Francisco Baca y sus hijos Gonzalo y Fausto, iniciando sus labores en el primer rascacielos de Quito, el edificio que desde ese entonces y hasta el momento es la Matriz de Casabaca, ubicado en las calles 10 de Agosto y Carrión.

Casabaca en sus inicios comercializó varias marcas automotrices, tales como Chrysler, Plymouth y camiones Fargo y Skoda. Al mismo tiempo, y luego de confirmar la alta calidad de los vehículos Toyota, marca desconocida en el mercado ecuatoriano, Casabaca consigue la representación de la misma, para que años después, exactamente en 1962 y bajo la gerencia de Gonzalo Baca Moscoso, Casabaca decide vender exclusivamente solo vehículos Toyota.

## **1.2.2 FILOSOFIA**

### **PORQUE**

Estamos convencidos que la calidad es el camino a la excelencia.

### **MISIÓN**

Vivimos con pasión la calidad.

### **VISIÓN**

Liderar el mercado automotor con productos de calidad

- Vender 6000 unidades en el 2020.
- Crecer al 5% en rentabilidad neta en el 2020.
- Contar con el mejor talento humano del país.

### **CULTURA INNOVADORA**

Nos esforzamos por realizar lo que nunca antes se ha hecho, por mejorar permanentemente, ser únicos y operar con los máximos estándares.

Soportados en dos pilares:

Respeto por las Personas y Mejoramiento Continuo.

### **1.2.3 POLITICA DE AMBIENTE, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO**

Amamos la naturaleza y promovemos una actitud de respeto al Ambiente y a las Personas.

#### **1.2.4 GUIAS DE ACCION**

- Definir objetivos, asignar responsabilidades y rendir cuentas respecto a la Gestión Ambiental y SST en Casabaca.
- Promover y concientizar a todos los colaboradores y partes interesadas, que consideren la gestión ambiental, como una responsabilidad prioritaria en la cual todos son partícipes.
- Promover acciones tecnológicas y de Mejora Continua de los procesos, dirigidos a la protección de la naturaleza, colaboradores y partes interesadas, que no afecten al desarrollo sostenible de la empresa.
- Prevenir la contaminación ambiental, accidentes y enfermedades profesionales.
- Promocionar la protección al ambiente, la seguridad y la salud de todos los colaboradores y partes interesadas.
- Cumplir los requisitos legales nacionales e internacionales ambientales y de SST aplicables al sector automotor ecuatoriano.
- Reconocer que la gestión Ambiental, Seguridad y Salud en el Trabajo, son parte de la actividad comercial de Casabaca.
- Capacitar y formar a los colaboradores para garantizar su competencia en la Gestión Ambiental y SST.
- Asignar los recursos necesarios para aplicar el Sistema de Gestión Ambiental y SST sin que afecten al desarrollo sostenible de la empresa.

### **1.2.5 VALORES.**

Partiendo de los dos Pilares de la Filosofía Corporativa, Casabaca tiene establecidos valores que son formas de pensar y de sentir, guían su actitud y la forma de desempeñarse diariamente, estos son:

La Ética: “Mi mejor negocio a largo plazo es decir siempre NO a la corrupción”, en esta Empresa no se paga coimas y sus acciones son transparentes, por ejemplo cuando se reciben obsequiosos regalos como agradecimiento, se los recoge y se hace un sorteo entre todos los colaboradores a fin de año.

Pasión por ser el Mejor Anfitrión: “Mi ideal es que todo funcione bien y con una sonrisa”, poniendo pasión en cada cosa que se hace y recibiendo al cliente como si estuviera en su casa, cumpliendo con los procesos eficientemente y disfrutando al hacerlo.

Pro actividad: “Me hago responsable de los problemas y retos que se presenten. Busco oportunidades de mejora”, la gente de Casabaca se empodera de las cosas, la responsabilidad es de cada uno, se involucran en el momento o la situación hasta el final, buscando superar las expectativas.

## 1.2.6 PRINCIPIOS

Para Casabaca los Principios son directrices que serían el comportamiento de Gerentes y Colaboradores, estos son:

Reconocimiento: “Yo felicito a mis compañeros de equipo”, los líderes y pares están buscando y premiando ideas creativas, frescas, innovadoras y de mejora a los procesos establecidos, el apoyo está abierto para quien quiere mejorar las cosas incentivando diariamente a diversas sugerencias que son estudiadas y analizadas previo su aplicación.

Delegación: “Triunfamos en equipo delegando”, las áreas estratégicas del negocio son grandes y las actividades que se realizan son muchas, los colaboradores y jefes buscan entrenar y apoyar a sus equipos para que se hagan responsables de sus acciones y decisiones, generando confianza y enseñando.

Decisiones de Calidad: “Busco alternativas y elijo la mejor”, potenciando la costumbre de pensar analíticamente en por lo menos tres posibles escenarios antes de tomar cualquier decisión, analizando consecuencias y beneficios en cada uno de ellos y conscientes de que disponen de apoyo y guía oportuna.

Información Transparente: “Mis colaboradores están bien informados, eso los motiva para aportar más”, procurando compartir resultados del negocio mensualmente, nuevos proyectos, actividades diarias que los llame a alinearse con la filosofía y sentirse orgullosos de pertenecer a la Empresa.

Comunicación Asertiva: “Primero entiendo antes de ser entendido”, aplicando la costumbre de escuchar activamente antes de: atender a un cliente, de brindarle una solución, de hacer un requerimiento interno, de emitir un juicio o conclusión, recordando siempre que “Antes de ser un emisor debo ser un receptor de información”

Reuniones Productivas: “Me reúno con agenda clara y pongo en práctica los acuerdos logrados”, para lo cual antes de organizar una reunión se define el objetivo de la misma, los temas a tratar, los involucrados en el tema, se registra un acta con compromisos, tareas y responsables de las posibles acciones a seguir, se hace seguimiento y se procura el cumplimiento de los involucrados hacia el objetivo original.

Respeto: “Uso las palabras mágicas Por Favor y Gracias”, además de evidenciar el respeto hacia el cliente quien merece un trato cordial, amable y honesto, las Empresas del Grupo actúan con respeto a sus colaboradores, los accionistas, los proveedores, las entidades de gobierno, las instituciones bancarias, etc, al cumplir con sus obligaciones y responsabilidades.

Kaizen: “Promueve el uso eficiente de los recursos utilizando PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar)” en las acciones propuestas para mejorar, sin importar el área y los involucrados, todo tiene que ser estudiado y cumplir con el proceso de Calidad Total para aplicarse bajo las directrices de estándares establecidos que han permitido que Casabaca sea una Empresa con las siguientes certificaciones:

- Certificación ISO 9001:2008, para la certificación y aplicación de los requerimientos de la Norma ISO 9001:2008 en la Empresa, válido desde junio del 2013 hasta junio del 2016.

- Certificación 14001: 2004, este certificado valida satisfactoriamente el tema de auditorías de vigilancia en la Empresa, desde junio de 2013 hasta junio del 2016.

- Certificación OHSAS 18001: 2007, certifica que la Empresa ha sido evaluada y certificada en cuanto a cumplimiento de la Norma OHSAS 18001:29007, válido desde junio de 2013 hasta junio del 2016.

Trabajo en Equipo: “Creamos SINERGIA sumando esfuerzos, todo jugador es clave en la cancha”, en esta Empresa la suma de “uno más uno no es dos, es tres o cuatro”, de

acuerdo a la intensidad de la fuerza que cada uno pone en sus actividades el resultado será superior al trabajo de un solo colaborador.

Orientación a Resultados: “Busco superar los objetivos propuestos”, las Empresas del Grupo cuentan con personas que no se conforman con lo que tienen, que son arriesgados y toman retos de manera responsable.

Capacitación: “Busco y aprovecho las oportunidades de capacitación”, en las Empresas del Grupo y en Casabaca se apoya la preparación, el esfuerzo para superarse y ser más, éste es auspiciado a través del préstamo de un porcentaje del costo de los estudios, el cual es descontado de acuerdo al desempeño logrado al final de su capacitación.

Competitividad: “Nuestro reto es crear siempre ventajas competitivas”, evitar quedarse quieto mientras la competencia hace algo, aquí se buscan propuestas innovadoras, diferenciadores del mercado, temas que destaquen de lo cotidiano, se fomenta el entusiasmo y la agilidad en la gestión de nuevas ideas.

SOL: “La calidad inicia teniendo Solo lo necesario, con Orden y Limpieza”, teniendo todo en orden se puede apreciar la eficiencia del funcionamiento de un proceso, por ejemplo con poco stock se evidencia que el proceso fluye y se pueden descubrir posibles errores.

Calidad Total: “Vivo la Cultura de Casabaca que está resumida en los Principios y Valores” aplicados para todos, no solo en las horas de trabajo sino en su entorno familiar y social, lo que permite que las personas crezcan y se afiancen hacia el éxito.

### 1.2.8 Ubicación de la Institución

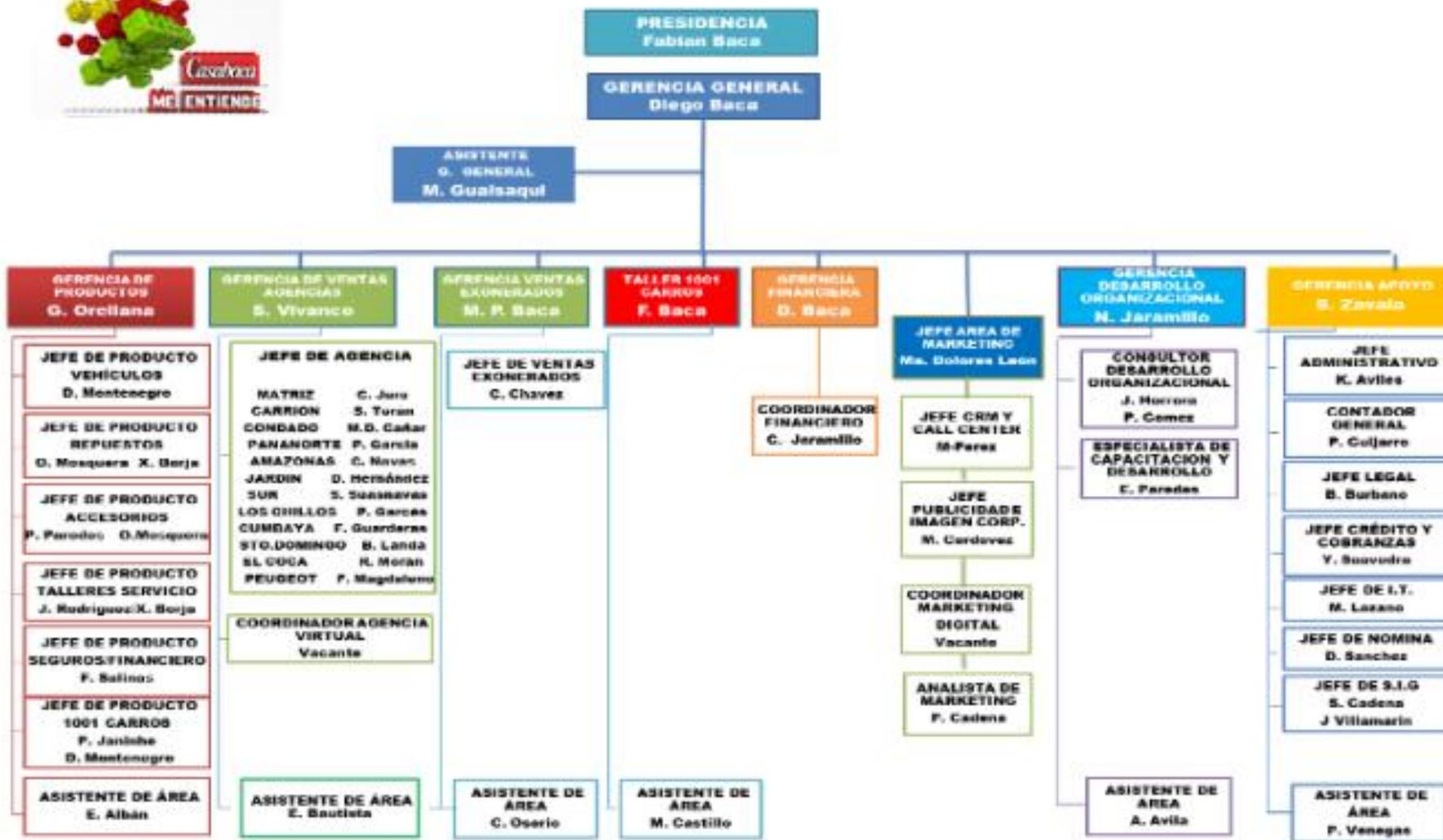
La empresa Casabaca S.A. está ubicada en la Av. 10 de Agosto N21-281 y Jerónimo Carrión, Quito – Pichincha – Ecuador



## 1.2.9 ORGANIGRAMA



### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



## 1.3 MARCO LEGAL

### 1.3.1 La Constitución de la República

En la siguiente tabla se especifica el marco legal en el cual se enmarca la realización del presente proyecto:

CUERPO LEGAL	ARTICULOS APLICABLES
Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial N° 449 del 20 de octubre de 2008	Art. 3 numeral 4 y 5, Art. 14, Art. 15, Art. 66 numeral 27, Art. 71, Art. 72, Art. 73, Art. 83, Art. 263, Art. 264, Art. 276 numeral 4, Art. 395, numeral 3, Art. 411, Art. 412, Art. 413.
Codificación de la Ley de Gestión Ambiental, N° 19, publicada en el Suplemento del Registro Oficial N° 418, de 10 de septiembre de 2004	Art. 1, Art. 6, Art. 28, Art. 29, Art. 39, Art. 40, Art. 41 y Art. 42
Ley de prevención y control de la contaminación ambiental. R. O. Suplemento no. 418 del 10 de septiembre del 2004.	Art. 1, Art. 6, Art. 10 y Art. 17
Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria (TULAS) del Ministerio del Ambiente. Decreto Ejecutivo 3516, publicado en el Registro Oficial N° E 2, de 31 de marzo de 2003	Art. 3. Anexos al Libro VI: De la Calidad Ambiental, Art. 15, Art. 22, Art. 16, Art. 62, Art. 77, Art. 80,
Ley de Aguas, Codificación de la Ley de Aguas. Codificación 2004 – 016. 20 de Mayo del 2004	Art. 5, Art. 20 y Art. 22
Ley Orgánica de la Salud, Ley 67. Registro Oficial Suplemento 63 del 22 de Diciembre del 2006	Art. 6, Art. 7, Art. 8, Art. 9, Art. 10, Art. 11, Art. 12.
Acuerdo Ministerial No. 066, publicado en el Registro Oficial No. 036 del 15 de Julio de 2013, Instructivo al Reglamento de Aplicación de los Mecanismos de Participación Social.	Art. 1 y Art. 2
Acuerdo Ministerial No. 006 Reforma el Título I y IV del Libro VI del Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente, del 18 de Febrero de 2014	Anexo I y Anexo II
Codificación de la Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental, Codificación No. 20 Suplemento del R.O. No. 418, de 10 de septiembre de 2004	Art. 5.
Codificación de la Ley de Defensa contra Incendios, publicada en el Registro Oficial N° 815, de 19 de abril de 1979; y, su Ley Reformatoria N° 6, publicada en el Registro Oficial N° 99, de 9 de junio de 2003.	Art. 23 y Art. 24
Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios, Publicado en el Acuerdo Ministerial No. 01257, Edición Especial N° 114, Registro Oficial del 2 de Abril del 2009	Art. 29 y Art. 325.
Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores, R.O. No. 374, Febrero 4, 1994	Art. 11, Art.14, Art. 53, Num. 4, Art. 62 al 68, Art. 135 al 141, Art. 135, Art. 137, Art. 138, Art. 139, Art. 140, Art. 141, Art. 155, Art. 159, Art. 175, Art. 176, Art. 178, Art. 179, Art. 180.
Acuerdo Ministerial No. 161 Reforma al Libro VI del Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente del 31 de Agosto de 2011	Art. 164, Art. 168, Art. 170, Art. 171, Art. 179, Art. 207, Art. 219.
La Ordenanza Metropolitana reformativa de la Ordenanza Metropolitana No. 213, sustitutiva del Título V, "Del Medio Ambiente" del Libro Segundo del Código Municipal - Ordenanza Metropolitana 404, 04 Junio 2013	Art. II.380.6 – Art. II.380.12 Art. II.380.43 - Art. II.380.46 Art. II.380.64 - Art. II.380.65 Art. II.380.90 - Art. II.380.93 Art. II.380.97 - Art. II.380.99 Art. II.380.112
Instructivo de Aplicación de la Ordenanza Metropolitana No. 404	Numerales: 5.2.2, 5.6.6, 6.3.3, 6.6.2, 6.7.4, 6.8.2

*Ilustración IMARCO LEGAL CASABACA*

## **CAPITULO II**

### **2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

Este diagnóstico de Archivo se llevó a cabo en las instalaciones de Casabaca matriz, teniendo en cuenta todas las ubicaciones internas, distribuidas dentro del área de vehículos nuevos.

Por lo que para poder realizar las mediciones, análisis a la conservación, condiciones y capacidad de almacenamiento, fue necesario clasificar las distintas ubicaciones de archivo en el área, teniendo en cuenta como característica principal el piso, como característica secundaria su tamaño (para identificar como principal o secundario) y, en un tercer nivel los soportes que contienen CD. Para de esta forma distribuir la documentación.

#### **2.1 DISEÑO METODOLOGICO**

La investigación es inductiva deductiva de tipo descriptivo. Dividiéndose en fases:

Fase N° 1: En esta fase se hace un diagnostico al área de vehículos nuevos donde buscaremos la problemática estableciendo el no cumplimiento de un proceso estandarizado. Para la cual se realiza un focus group con todos los colaboradores que intervienen en el proceso de archivo.

Fase N° 2: Se analiza la información recopilada del focus group, realizada con anterioridad, se crea un manual de archivo documental y un debido proceso de gestión que cumpla a cabalidad cada uno de los procesos establecidos.

Fase N° 3: Con el documento final ya evaluado y previamente corregido por la jefe inmediata del área de vehículos y la estudiante de ITSHCPP, que lleva a cabo el proyecto de archivo, mediante el método Kaisen de mejora continua, se procede a un proceso de sociabilización mediante una exposición a los colaboradores que pertenecen al área de vehículos nuevos, para la debida capacitación, manejo correcto de la documentación que pertenece al área.

## **2.3 POBLACIÓN**

“La población siendo un conjunto las cuales se analizan y se realizan observaciones necesarias para el estudio y la distribución de determinadas características en la totalidad de una población, que se determina para obtener un determinado parámetro poblacional”

El focus group está enfocado para el personal involucrado en el área de vehículos nuevos. Área de ventas y clientes.

## **2.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL FOCUS GROUP**

### **2.4.1 INFORME CUALITATIVO**

“Percepciones de la mala utilización del archivo que causan dificultad en la búsqueda de información para resolver inquietudes con el cliente interno y externo producido en el área de vehículos nuevos de la empresa Casabaca en la agencia Matriz”

### **2.4.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La pérdida de tiempo en la búsqueda de documentación de los procesos, ha conllevado a realizar una propuesta para mejorar el archivo en el área de Vehículos-Nuevos en la empresa Toyota Casabaca Agencia Matriz mediante un focus group.

### **2.4.3 Objetivo General**

Determinar cuáles son los factores que desarrollan los inconvenientes al momento de buscar información en documentación física y electrónica y que genera problemas al momento de buscar soluciones que se presentan al momento de un reclamo o queja.

#### 2.4.4 Perfil de Personas Entrevistadas

Este focus group tuvo lugar en la sala de reuniones del área de vehículos nuevos de Toyota-Casabaca, en la Av. 10 de Agosto y Jerónimo Carrión.

Fecha: 05 de Junio del 2019

Hora de inicio: 16:15

Hora final: 17:00

*Ilustración 2* LISTADO DE PERSONAS FOCUS GROUP

N°	NOMBRE	GENERO	EDAD	ACTIVIDAD
1	Mariuxi Perez	Femenino	38 años	Gerente de ventas
2	Daniela Montenegro	Femenino	33 años	Jefe de producto
3	Carmita Jara	Femenino	42 años	Jefe de Agencia
4	Estefania Alban	Femenino	28 años	Asesor Comercial
5	Adela Navarrete	Femenino	26 años	Asesor Comercial
6	Daniel Izquierdo	Masculino	34 años	Asesor Comercial
7	Richard Trujillo	Masculino	38 años	Asesor Comercial
8	Mabel Espinoza	Femenino	31 años	Asesor Comercial
9	Wladimir Andrade	Masculino	34 años	Asesor Comercial
10	Maria Cardenas	Femenino	32 años	Asistente de Área

#### **2.4.5 Diseño de la prueba.**

1. Número de participantes del focus group 10.
2. Se realizó un listado de preguntas para la entrevista donde se tuvieron en cuenta objetivos específicos.
3. Duración de 45 minutos.

#### **2.4.6 Caracterización del Focus Group.**

Buenos días, mi nombre es Maria Jose Cardenas, y al momento formo parte de una investigación cualitativa. Es un placer tenerlos aquí hoy, además de ser de gran ayuda para esta investigación para solucionar el tema del cual nos preocupa que es el archivo.

Para llevar a cabo esta reunión con mucho éxito, es clave que tengan disponibilidad de tiempo aproximadamente de 30 a 45 minutos, por favor apaguen sus celulares para evitar cualquier tipo de distracción externa a la reunión y escuchemos y respetemos las opiniones de todos los participantes.

Quiero dejar claro que no hay respuestas buenas ni malas, negativas o positivas lo que realmente importa es su participación y que tengan presente que todas y cada una de sus aportaciones son muy importantes y válidas.

Para continuar, haremos una dinámica de relajación, para salir del modo tenso para que nos fluyan las ideas y podamos aportar con mucha energía.

(Se realiza dinámica de estiramiento muscular conjuntamente con todos los participantes).

## 2.4.7 Preguntas del tema de interés.

Ilustración 3 PREGUNTAS DE TEMA DE INTERES

PREGUNTA	QUE INFORMACION SE ESTA BUSCANDO
1. ¿Creen ustedes que tenemos un problema al momento que recopilar información o documentación del archivo?	Se busca conocer si realmente existe el problema de la búsqueda de información y archivo.
2. ¿Con que frecuencia se realiza el archivo de los documentos en el área de vehículos nuevos en la Ag. Matriz?	Conocer los horarios y el tiempo de archivo.
3. ¿Los documentos que se busca, se localiza fácilmente?	Conocer el tiempo de perdida que se tiene al buscar la información.
4. ¿Qué tipos de archivos se maneja en la Ag. Matriz?	Conocer que tipos de archivos manejamos
5. ¿La agencia cuenta con áreas destinadas específicamente para el archivo?	Saber en cuantas partes se archivan y como lo hacen.
6. ¿Qué tipo de mobiliario tiene la documentación para el resguardo respectivo que debería tener el archivo?	Saber si entienden donde se debe guardar las carpetas físicas de cada uno de los archivos.
7. ¿Qué tipo de orden se emplea para la organización de los documentos?	Ayuda a la organización de los archivos.
8. ¿Cuentan con manuales de procedimientos archivísticos?	Ayuda a la creación de un manual en el caso de no existir
9. ¿Contamos con algún sistema integral para la gestión archivística?	Conocer si sabemos de existe un programa de archivo.
10. ¿Piensan que estaría bien una mejora en el archivo?	Buscar si realmente necesitamos una mejora
11. ¿Aprobarían el manejo de un archivo digitalizado?	Ver le interés de la mejora para realizar la propuesta.
12. ¿Con la ayuda de un manual archivístico nos comprometeríamos a mejorar el archivo para facilitar la búsqueda y evitar problemas con los procesos?	Ver el compromiso de la mejora de archivo digitalizado para evitar inconvenientes de archivo.

#### 2.4.8 Conclusión Final

Me gustaría saber su opinión final acerca de la sesión el día de hoy, y sus comentarios finales para concluir de tal forma esta mejora que se quiere realizar, agradeciendo sus amables e importantes comentarios.

#### 2.4.9 Despedida

Antes de salir quiero agradecerles a todos ustedes por su participación y por los valiosos aportes que nos pudieron brindar frente a la mejora que se ha decidido realizar.

Igualmente les doy gracias por el tiempo brindado esperando que también haya sido de su agrado esta reunión, muchas gracias y espero que tengan un buen día a nombre de todo el área comercial de Vehículos nuevos.

#### 2.4.10 Recursos empleados

INSTRUMENTOS	FUNCION
Cámara de fotos	Foto Grupal
Cuestionario	Seguimiento de la entrevista
Break	Bocaditos y bebida

*Ilustración 4 RECURSOS EMPLEADOS*

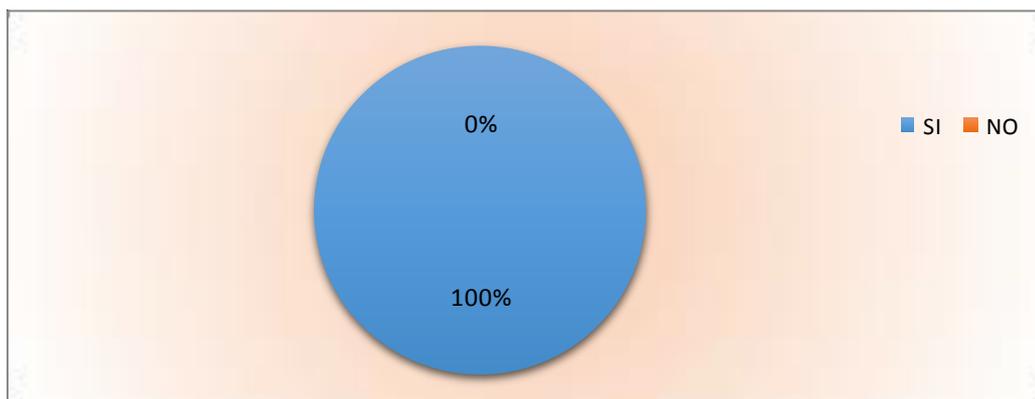
## 2.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL FOCUS GROUP

Los resultados de las encuestas realizadas al personal que labora en el Ag. Matriz de la empresa Toyota Casabaca son las siguientes:

### 1. ¿CREEN USTEDES QUE TENEMOS UN PROBLEMA AL MOMENTO QUE RECOPIRAR INFORMACIÓN O DOCUMENTACIÓN DEL ARCHIVO?

1. ¿CREEN USTEDES QUE TENEMOS UN PROBLEMA AL MOMENTO QUE RECOPIRAR INFORMACIÓN O DOCUMENTACIÓN DEL ARCHIVO?		%
SI	10	
NO	0	100%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Ilustración 5. ¿CREEN USTEDES QUE TENEMOS UN PROBLEMA AL MOMENTO QUE RECOPIRAR INFORMACIÓN O DOCUMENTACIÓN DEL ARCHIVO?

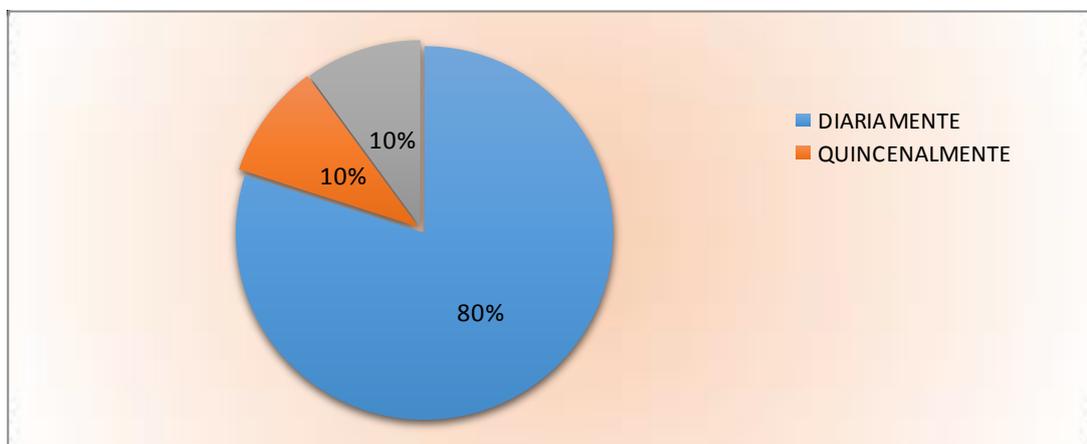


**Análisis.-** El 100% de las personas que estuvieron dentro del focus group, aseguran que hay un archivo totalmente desactualizado y muy desordenado por lo que se dificulta obtener la información de manera rápida

**2. ¿CON QUE FRECUENCIA SE REALIZA EL ARCHIVO DE LOS DOCUMENTOS EN EL ÁREA DE VEHÍCULOS NUEVOS EN LA AG. MATRIZ?**

<b>2. ¿CON QUE FRECUENCIA SE REALIZA EL ARCHIVO DE LOS DOCUMENTOS EN EL ÁREA DE VEHÍCULOS NUEVOS EN LA AG. MATRIZ?</b>		<b>%</b>
DIARIAMENTE	8	
QUINCENALMENTE	1	100%
MENSULAMENTE	1	100%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

*Ilustración 6. ¿CON QUE FRECUENCIA SE REALIZA EL ARCHIVO DE LOS DOCUMENTOS EN EL ÁREA DE VEHÍCULOS NUEVOS EN LA AG. MATRIZ?*

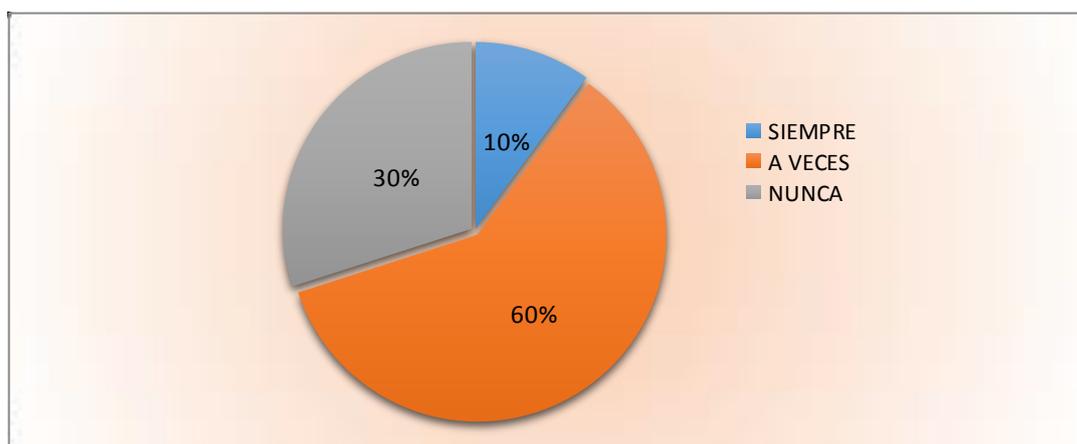


**ANÁLISIS.-** De las 10 personas entrevistadas 8 manifiestan que el archivo de documentación se lo realiza diariamente en varias horas del día, esto corresponde al 80%, 1 persona manifiesta que lo realiza quincenalmente y 1 persona manifiesta lo hace mensualmente con un bajo porcentaje del 20% que nos da un total de 10 personas entrevistadas.

### 3 ¿LOS DOCUMENTOS QUE SE BUSCA, SE LOCALIZA FÁCILMENTE?

3 ¿LOS DOCUMENTOS QUE SE BUSCA, SE LOCALIZA FÁCILMENTE?		%
SIEMPRE	1	10%
AVECES	6	60%
NUNCA	3	30%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Ilustración 7 ¿LOS DOCUMENTOS QUE SE BUSCA, SE LOCALIZA FÁCILMENTE?

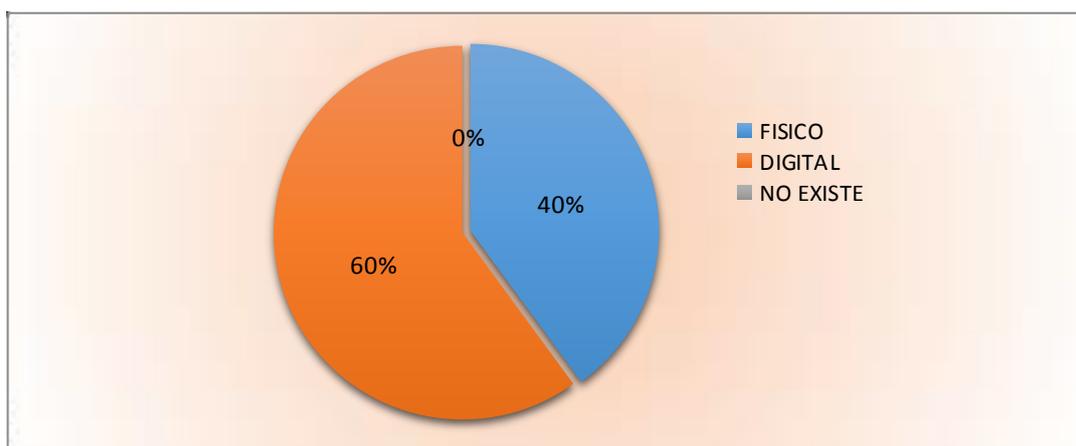


**ANÁLISIS.-** De las 10 personas entrevistadas manifiestan que los documentos que se busca, no se localizan fácilmente, por lo que corresponde: 1 persona el más bajo porcentaje del 9% manifiesta que siempre lograr ubicar la información, mientras 6 personas con un porcentaje del 60% manifiesta que a veces encuentran la información y un porcentaje 30% que corresponde a 4 personas dicen que nunca encuentran la documentación, la cual nos da un total de 10 personas entrevistadas.

#### 4. ¿QUÉ TIPOS DE ARCHIVOS SE MANEJA EN LA AG. MATRIZ?

4. ¿QUÉ TIPOS DE ARCHIVOS SE MANEJA EN LA AG. MATRIZ?		%
FISICO	4	40%
DIGITAL	6	60%
NO EXISTE	0	100%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Ilustración 8: ¿QUÉ TIPOS DE ARCHIVOS SE MANEJA EN LA AG. MATRIZ?

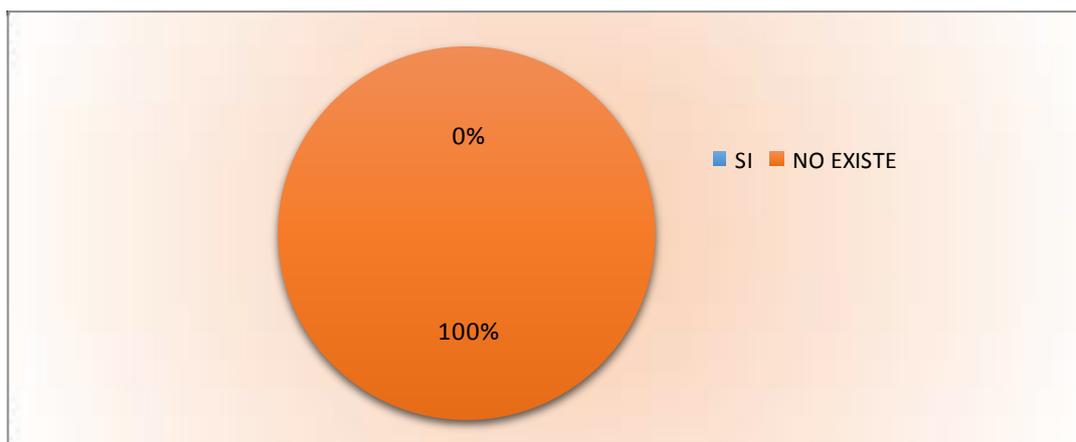


**ANÁLISIS.-** De las 10 personas entrevistadas archivo que se maneja en la Ag. Matriz es el archivo digital como físico, con el 60% asegurando que es archivo digital y el 40% manifiestan que lo manejan físicamente.

**. ¿LA AGENCIA CUENTA CON ÁREAS DESTINADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EL ARCHIVO?**

<b>5. ¿LA AGENCIA CUENTA CON ÁREAS DESTINADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EL ARCHIVO?</b>		<b>%</b>
SI	0	0%
NO	10	100%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

*Ilustración 9 LA AGENCIA CUENTA CON ÁREAS DESTINADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EL ARCHIVO?*

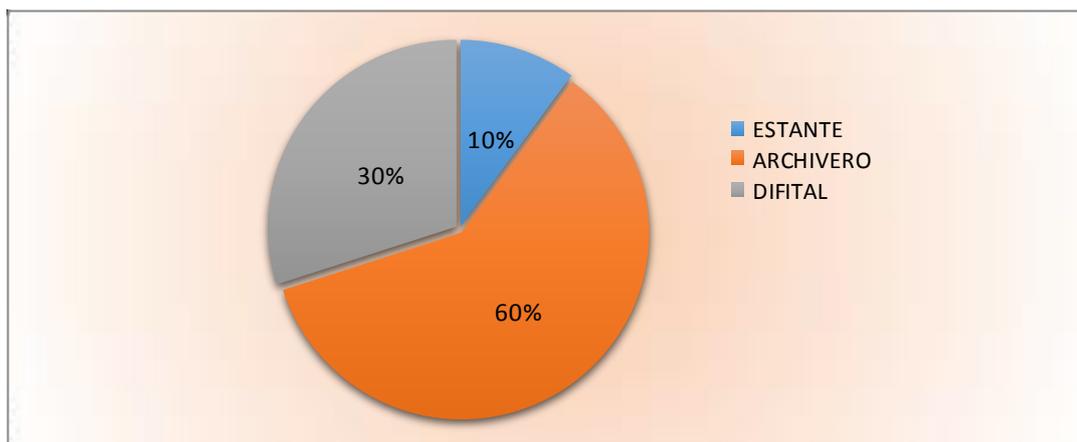


**ANÁLISIS.-** De las 10 personas entrevistadas archivo el 100% manifiestan que no se cuenta con un archivo específico ya que se maneja tanto que se maneja en la Ag. Matriz es el archivo digital como físico, con el 60% asegurando que es archivo digital y el 40% manifiestan que lo manejan físicamente.

**6. ¿QUÉ TIPO DE MOBILIARIO TIENE LA DOCUMENTACIÓN PARA EL RESGUARDO RESPECTIVO QUE DEBERÍA TENER EL ARCHIVO?**

<b>5. ¿LA AGENCIA CUENTA CON ÁREAS DESTINADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EL ARCHIVO?</b>		<b>%</b>
ESTANTE	1	10%
ARCHIVERO	6	60%
DIGITAL	3	30%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

*Ilustración 10: LA AGENCIA CUENTA CON ÁREAS DESTINADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EL ARCHIVO?*

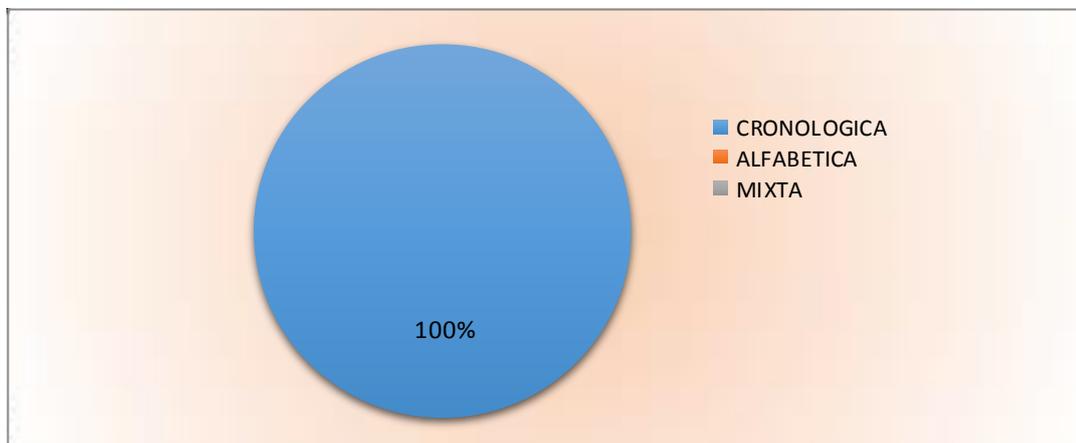


**ANÁLISIS.-** De las 10 personas entrevistadas archivo el 100% manifiestan que no se cuenta con un archivo específico ya que se maneja tanto que se maneja en la Ag. Matriz es el archivo digital como físico, con el 60% asegurando que es archivo digital y el 40% manifiestan que lo manejan físicamente.

**7. ¿QUE TIPO DE ORDEN SE EMPLEA PARA LA ORGANIZACIÓN DEL ARCHIVO DENTRO DEL AREA?**

<b>7. ¿QUE TIPO DE ORDEN SE EMPLEA PARA LA ORGANIZACIÓN DEL ARCHIVO DENTRO DEL AREA?</b>		<b>%</b>
CRONOLOGICO	10	100%
ALFABETICA	0	0%
MIXTA	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

*Ilustración 11. ¿QUE TIPO DE ORDEN SE EMPLEA PARA LA ORGANIZACIÓN DEL ARCHIVO DENTRO DEL AREA?*

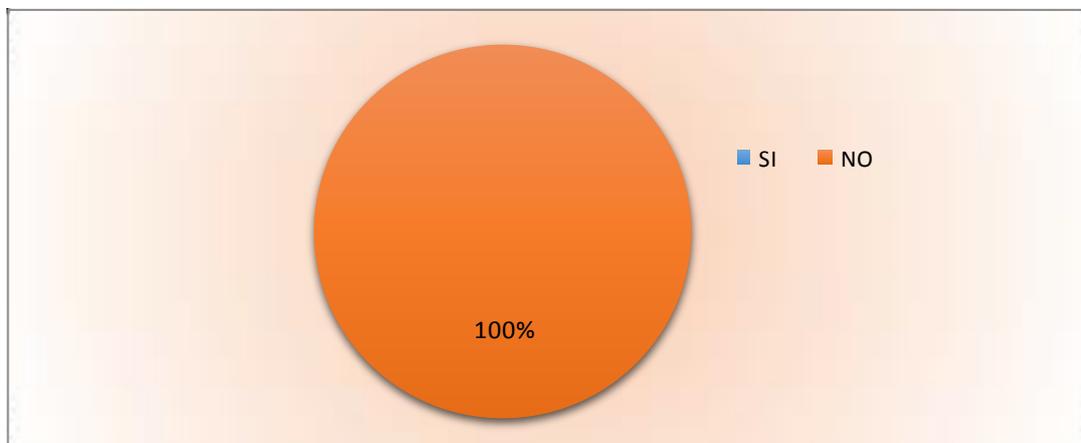


**ANÁLISIS.-** De las 10 personas entrevistadas archivo el 50% manifiestan que él se leva de manera cronológica y el otro 50% de manera alfabética, y por la falta de orden se genera los inconvenientes de archivo.

**8. ¿CUENTAN CON MANUALES DE PROCEDIMIENTOS ARCHIVISTICOS?**

<b>8. ¿CUENTAN CON MANUALES DE PROCEDIMIENTOS ARCHIVISTICOS?</b>			<b>%</b>
SI	0	0%	
NO	10	100%	
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	

*Tabla 1: ¿CUENTAN CON MANUALES DE PROCEDIMIENTOS ARCHIVISTICOS?*



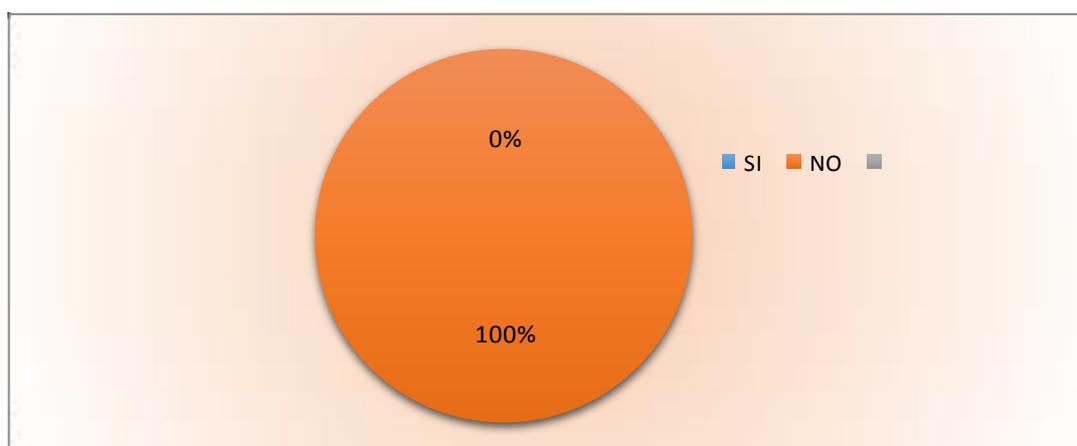
*Ilustración 12: ¿CUENTAN CON MANUALES DE PROCEDIMIENTOS ARCHIVISTICOS?*

**ANÁLISIS.-** De las 10 personas entrevistadas el 100% manifiestan que el área de vehículos nuevos no cuenta con un manual respectivo para el proceso de Archivo.

## 9¿CONTAMOS CON ALGÚN SISTEMA INTEGRAL PARA LA GESTIÓN ARCHIVÍSTICA?

9¿CONTAMOS CON ALGÚN SISTEMA INTEGRAL PARA LA GESTIÓN ARCHIVÍSTICA?		%
SI	0	0%
NO	10	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

*Tabla 2¿CONTAMOS CON ALGÚN SISTEMA INTEGRAL PARA LA GESTIÓN ARCHIVÍSTICA?*



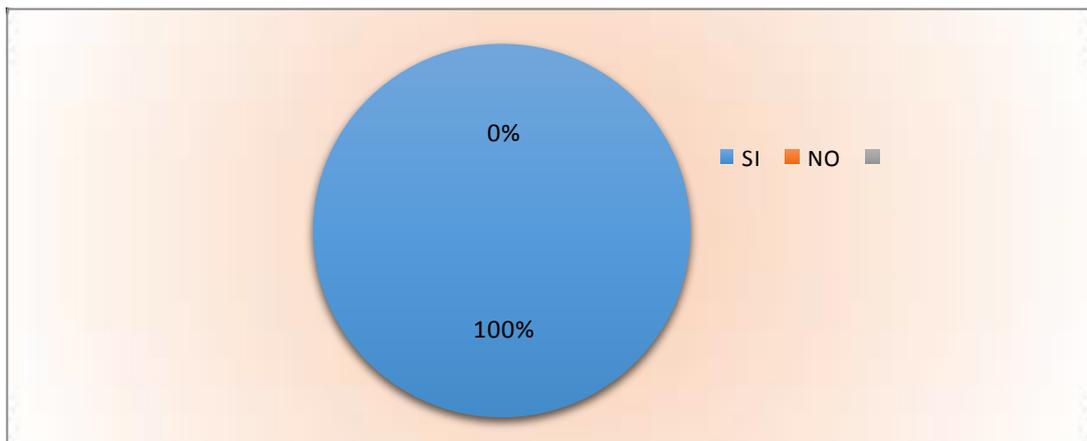
*Ilustración 13¿CONTAMOS CON ALGÚN SISTEMA INTEGRAL PARA LA GESTIÓN ARCHIVÍSTICA?*

**ANÁLISIS.-** De las 10 personas entrevistadas archivo el 100% manifiestan que no se cuenta con un archivo específico ya que se maneja tanto que se maneja en el Ag Matriz es el archivo digital como físico, con el 60% asegurando que es archivo digital y el 40% manifiestan que lo manejan físicamente.

### 10¿PIENSAN QUE ESTARÍA BIEN UNA MEJORA EN EL ARCHIVO?

10¿PIENSAN QUE ESTARÍA BIEN UNA MEJORA EN EL ARCHIVO?		%
SI	10	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Tabla 3¿PIENSAN QUE ESTARÍA BIEN UNA MEJORA EN EL ARCHIVO?

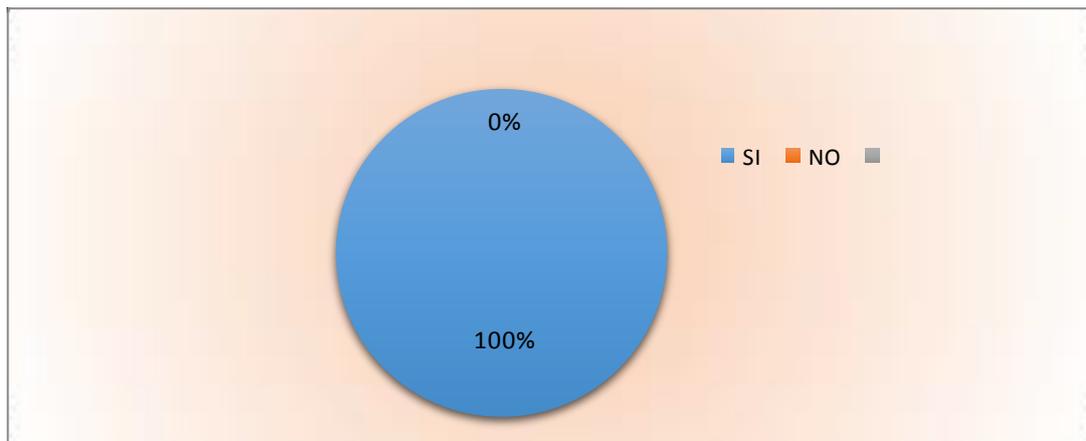


**ANÁLISIS.-** De las 10 personas entrevistadas archivo el 100% manifiestan que es necesaria una mejora en el archivo para solventar los problemas internos que genera el desorden.

## 11¿APROBARÍAN EL MANEJO DE UN ARCHIVO DIGITALIZADO?

11¿APROBARÍAN EL MANEJO DE UN ARCHIVO DIGITALIZADO?		%
SI	10	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Ilustración 14APROBARÍAN EL MANEJO DE UN ARCHIVO DIGITALIZADO?

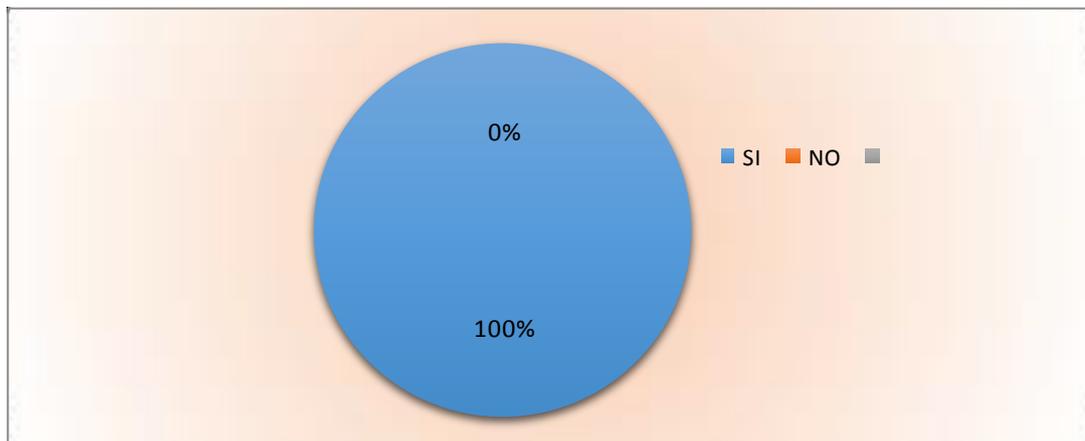


**ANÁLISIS.-** De las 10 personas entrevistadas el 100% manifiestan que están de acuerdo con la aprobación de una propuesta para la mejora continua que requiere el archivo del área de vehículos nuevos de la empresa Toyota Casabaca.

**12 ¿CON LA AYUDA DE UN MANUAL ARCHIVISTICO NOS COMPROMETERIAMOS A MEJORAR EL ARCHIVO PARA FACILITAR LA BUSQUEDA Y EVITAR PROBLEMAS EN LOS PROCESOS?**

<b>12 ¿CON LA AYUDA DE UN MANUAL ARCHIVISTICO NOS COMPROMETERIAMOS A MEJORAR EL ARCHIVO PARA FACILITAR LA BUSQUEDA Y EVITAR PROBLEMAS EN LOS PROCESOS?</b>		<b>%</b>
SI	10	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

*Ilustración 15 ¿CON LA AYUDA DE UN MANUAL ARCHIVISTICO NOS COMPROMETERIAMOS A MEJORAR EL ARCHIVO PARA FACILITAR LA BUSQUEDA Y EVITAR PROBLEMAS EN LOS PROCESOS?*



**ANÁLISIS.-** De las 10 personas entrevistadas archivo el 100% manifiestan que están de acuerdo en una propuesta para realizar la mejora continua y posterior se lo pueda añadir a la mejora Kaisen la cual está dentro de una proceso interno de la empresa.

### **2.5.1 Diagnóstico de Necesidades**

Luego de realizar las el focus group a los colaboradores del área comercial que intervienen en el área de vehículos nuevos de Ag matriz de la empresa Toyota Casabaca, luego de un análisis se pudo identificar que hubieron 2 preguntas muy claras las cuales nos toman damos cuenta que tenemos una MUDA (desperdicio) las preguntas detalladas son:

1. ¿CREEN USTEDES QUE TENEMOS UN PROBLEMA AL MOMENTO QUE RECOPIRAR INFORMACIÓN O DOCUMENTACIÓN DEL ARCHIVO?

9¿CONTAMOS CON ALGÚN SISTEMA INTEGRAL PARA LA GESTIÓN ARCHIVÍSTICA?

La pregunta numero 1 nos ayuda para establecer como una problemática dentro del área.

La pregunta numero 9 nos ayudó e inspiro a buscar una solución a dicha problemática como una oportunidad de mejora para la empresa y los procesos que se manejan internamente.

Por estas razones a continuación presentamos la propuesta archivística mediante el proceso Kaisen que pertenece a Casabaca, realizado conjuntamente con la aprobación del gerente de ventas y la colaboración de los colaboradores del área, los cuales sirven de fundamento para la elaboración de la Propuesta Archivística digital para el manejo de documentación del área de vehículos nuevos de la Ag Matriz de la empresa Toyota-Casabaca.

## **CAPITULO III**

### **PROPUESTA ARCHIVISTICA PARA EL MANEJO DE DOCUMENTACIÓN DE LA EMPRESA TOYOTA CASABACA EN EL AREA DE VEHICULOS NUEVOS AGENCIA MARIZ.**

#### **3.1 INTRODUCCIÓN**

La siguiente propuesta archivística para el manejo de documentación de la Agencia Matriz de la Empresa Toyota Casabaca, contribuye de manera fundamental a la mejora del Sistema de Gestión Documental que se maneja en la agencia de esta manera mejoraremos la conservación y búsqueda rápida de cada uno de los documentos de manera eficaz y oportuna.

Sin lugar a dudas, la materia prima de los archivos son los documentos, ellos son reflejo de las funciones y actividades del personal que labora en la Agencia Matriz, producto y labor de la gestión que se realiza a diario.

Por tal motivo todos los colaboradores que estamos dentro del área somos los responsables de manipular de manera correcta cada documento que ingresa al archivo de área de vehículos nuevos, ya que de eso depende la obtención de manera exitosa la gestión documental que requiere el proceso administrativo correcto.

## **3.2 OBJETIVOS**

### **3.2.1 Objetivo General**

Desarrollar una propuesta archivística para el manejo de la documentación de la Empresa Toyota Casabaca en la agencia Matriz.

### **3.2.2 Objetivo Especifico**

- Constituir un centro de información disponible en todo momento. Para el uso correcto de la documentación.
- Asegurar una perfecta conservación de los documentos. La documentación debe permanecer dentro de las máximas medidas de seguridad para que no se deteriore y evitar su pérdida.
- Satisfacer eficazmente las exigencias de consulta e información. Si los documentos están bien archivados, no se pierde tiempo al buscar el documento solicitado, y se proporcionan los datos en forma oportuna.

## **3.3 INDICADORES**

Los indicadores planteados para la presente propuesta son:

1. Proceso Kaisen Casabaca (ingreso de idea de mejoramiento continuo).
2. Recopilar información sobre la empresa.
3. Realizar una medición y muestra de los archivos de la empresa.
4. Implementar al sistema Kaisen el programa ACCESS, para realizar un plan piloto de la mejora continua.
5. Establecer el proceso como innovador e inédito de la empresa.

### **3.3.1 METODOLOGÍA**

A continuación se da a conocer el proceso a seguir para el desarrollo de la presente investigación, los procedimientos se llevara a la práctica a partir de la metodología escogida con el fin de que los indicadores se cumplan con el objetivo direccionado al progreso requerido para realizar la propuesta archivística, la cual estará orientada al cumplimiento de este requerimiento.

### **3.3.2 BENEFICIARIO**

La propuesta archivística posteriormente será aplicada por medio de un círculo de calidad, manejada por el área de Kaizen en la Empresa Toyota Casabaca en la Agencia Matriz. La cual deberá estar aprobada por el jefe inmediato del investigador del presente proyecto.

### **3.3.3. RESPONSABILIDAD**

El personal responsable del cumplimiento de esta propuesta archivística para su ejecución será:

- Los Colaboradores del área comercial y administrativo del área de Vehiculos Nuevos de la agencia matriz de la empresa Toyota Casabaca.

### **3.3.4 DURACIÓN**

Tendrá una duración de un año la propuesta archivística. Se elabora anualmente un plan de acción, con su correspondiente cronograma de implementación, el mismo deberá tener seguimiento, control, evaluación y si es necesaria una retroalimentación, esto permitirá cumplir con la mejora continua de la gestión documental propuesta.

Este consta de varios pasos para realizar la propuesta archivística para mejorar la gestión documental en la Empresa Toyota Casabaca Agencia Matriz:

### **3.4 PROCESO KAISEN CASABACA (INGRESO DE IDEA DE MEJORAMIENTO CONTINUO).**

**3.4.1 Objetivo:** Asegurar el compromiso de los colaboradores con la Filosofía de Mejoramiento continuo en la organización.

#### **3.4.2 Descripción del proceso:**

La siguiente información documentada tiene como propósito servir de base al proceso del desarrollo de Mejora Continua que la organización promueve.

La descripción del proceso se lo realiza identificando las actividades que el proceso de KAIZEN conlleva para asegurar el compromiso de los colaboradores con la Filosofía de Mejoramiento Continuo, a través de: Capacitación, Participación y Seguimiento.

#### **3.4.3 Capacitación de herramientas Kaizen**

El punto inicial para que los colaboradores se comprometan con la Filosofía de mejoramiento continuo es participando en una Capacitación de herramientas Kaizen. Esta capacitación es organizada y planificada para realizarla en el primer semestre del año, procurando para las fechas de capacitación alcanzar a aquellos colaboradores que hayan superado su periodo su prueba, excepcionando colaboradores que están realizando trabajos temporales en la organización o que tienen condiciones especiales. La capacitación Kaizen abarca dos Talleres, en el primero se dictan 3 herramientas Kaizen: Justo a tiempo, Nivelación de la carga de trabajo y Círculos de calidad, y en el segundo taller se dictan las siguientes herramientas: Estandarización, Gestión visual y Jidoka. A partir de 2019, se llevará el control de las capacitaciones de Kaizen mediante un registro de soporte de asistencia.

### **3.4.4 Participación de colaboradores en Kaizen**

Los colaboradores se pueden involucrar en Mejora continua a través de las siguientes actividades: Registro de ideas de mejora continua y participación en Círculos de calidad.

Para el seguimiento de círculos de calidad se ha creado el módulo de Kaizen el mismo que ha entrado en funcionamiento el mes de Mayo de 2019, y está programado ajustes hasta el mes de junio de 2019 y a partir de julio de 2019 tenerlo implementado al 100%. Este módulo implementado en su totalidad constará con las siguientes fases.

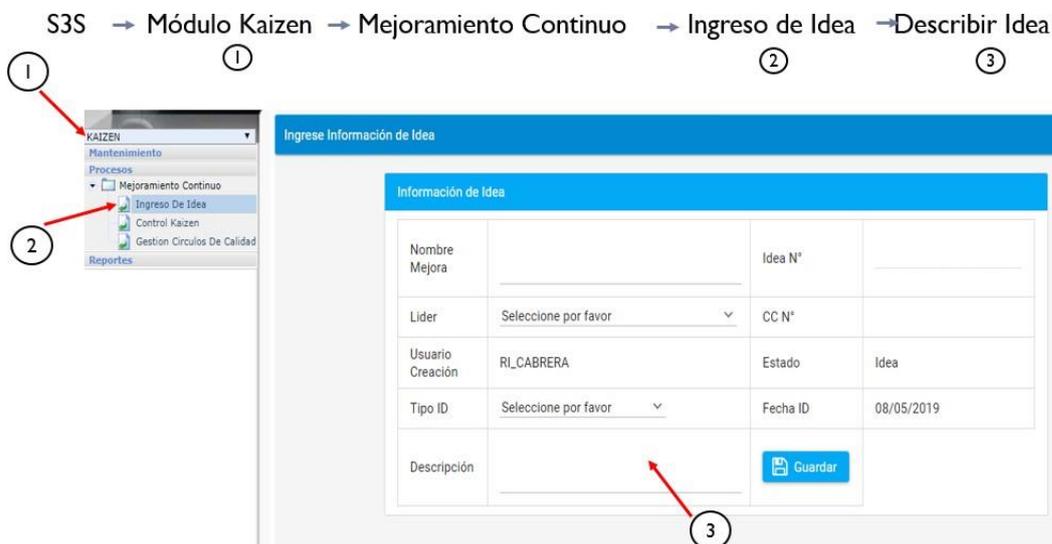
### **3.4.5 Registro de idea de mejora continua.**

El proceso inicia con la necesidad de trabajar en una mejora de los procesos ya establecidos o creación de uno nuevo para las diferentes áreas de la organización.

Cuando se presenta la necesidad de una mejora, el colaborador realizará el registro de su idea de mejora en el Proceso “Ingreso de idea” del módulo Kaizen del S3S, donde describirá la mejora a realizar.

El colaborador recibe un correo electrónico de notificación acerca de su idea generada.

### 3.4.6 INGRESO DE IDEAS DE MEJORA CONTINUA EN S3S



### 3.4.7 Evaluación de factibilidad de idea para Círculo de Calidad

La fase de evaluación inicia una vez se haya culminado con el registro de la idea de mejora por parte del colaborador, la cual se tiene conocimiento por medio de un correo electrónico.

El Coordinador Kaizen valida la factibilidad de la idea registrada, tomando en cuenta la posibilidad de su ejecución en base a ideas existentes o mejoras en ejecución. Las posibles respuestas a las ideas generadas que pueden suscitarse son las siguientes:

Respuesta positiva: Revisión de proceso a mejorar para apertura de Círculo de Calidad.

Respuesta negativa: Se genera cuando la idea registrada tiene contenido similar a otras ideas anteriormente generadas, Círculos de Calidad en acción, ideas no alineadas al enfoque de la organización o a la filosofía Kaizen.

### **3.4.8 Revisión de idea por dueño de proceso y generación de comentarios**

Una vez que la idea ha sido validada por el Coordinador Kaizen, se realiza la revisión de la idea por parte del dueño del proceso para conocer sus comentarios con respecto a la idea de mejora. Las posibles respuestas a las ideas generadas que pueden suscitarse son las siguientes:

Respuesta positiva: Inscripción de círculo de calidad.

Respuesta negativa: Se genera cuando el dueño del proceso concluye que la idea de mejora no procede como círculo de calidad, considera que la mejora propuesta no es una prioridad en su área, o que al momento no se encuentran en capacidad de gestionarla.

### **3.4.9 Inscripción de Círculo de Calidad**

El Coordinador Kaizen con la validación del dueño del proceso, procede a inscribir el Círculo de Calidad a través del sistema S3S, módulo Kaizen, proceso “Control Kaizen”, definiendo junto con el líder de la idea de mejora los siguientes campos: la línea de supervisión, área asignada, enfoque, proceso, alcance, objetivos, integrantes y plan sugerido.

### 3.4.10 Inscripción de Círculo de calidad

El colaborador recibe un correo electrónico de aprobación de su idea de mejora en el que se informa también al líder del círculo de calidad inscrito acerca de los integrantes y el plan sugerido para la gestión del círculo.

### 3.4.11 Correo de aprobación de idea de mejora

Estimado(a)

MS\_SALVADOR,

Nos complace informarle que su idea ha sido aprobada como Círculo de Calidad. será liderado por: MS\_SALVADOR - SANTIAGO SALVADOR

Invitamos al Líder de ese Círculo, iniciar con el proceso de Calidad, en el Módulo Kaizen, Gestión Círculos

Sugerimos la siguiente estructura

#### Integrantes Sugeridos

MS\_SALVADOR

LG\_BOADA

CE\_GOMEZ

Plan Sugerido	
Actividad	Fecha Sugerida
Solicitud de requerimiento	08/03/2019
Pruebas de validación	05/04/2019
Pruebas finales	10/04/2019

Le invitamos a iniciar este proceso de Calidad en el módulo Kaizen - Gestión Círculos.

Saludos Cordiales.

### **3.4.12 Seguimiento de avance Círculo de Calidad**

El equipo desarrolla el círculo de calidad planificando actividades a partir de una situación actual para llegar a una situación ideal, las cuales requieren de seguimiento para validar su ejecución y cumplir los tiempos establecidos como duración del desarrollo de la mejora.

El Coordinador Kaizen realiza seguimiento con los líderes de las mejoras en gestión para conocer el avance de las actividades planificadas.

### **3.4.13 Cierre de Círculo de Calidad**

Una vez culminadas las actividades planificadas en el Círculo de Calidad, estas son documentadas en una la plantilla de presentación para cierre de Círculos.

Esta presentación es enviada al Coordinador Kaizen para su validación en relación al cumplimiento de los objetivos propuestos, esta presentación puede ser regresada al equipo del círculo de calidad con sugerencias de cambio o puede ser aceptada para el posterior cierre del círculo de calidad.

El Coordinador Kaizen cerrará el círculo de calidad cargando la presentación de cierre del círculo en el sistema a través del proceso “Control Kaizen” del módulo “Kaizen” del S3S.

### 3.4.14 Cierre de círculo de calidad

The screenshot shows a software interface for closing a Kaizen circle. On the left, a navigation menu includes 'KAIZEN', 'Mantenimiento', 'Procesos', 'Mejoramiento Continuo', 'Ingreso De Idea', 'Control Kaizen', 'Gestion Círculos De Calidad', and 'Reportes'. The 'Cierre Círculo de Calidad' button is highlighted. The main area contains a list of attachments: 'Presentación Final' (Subir Archivo), 'Análisis' (Subir Archivo), and 'Comentarios Finales'. Below this is a dropdown for 'Estado Círculo' set to 'Seleccione por favor'. At the bottom, there are two sections for 'Archivos de Cierre Kaizen', both showing '(1 of 1)' and a page number '6'.

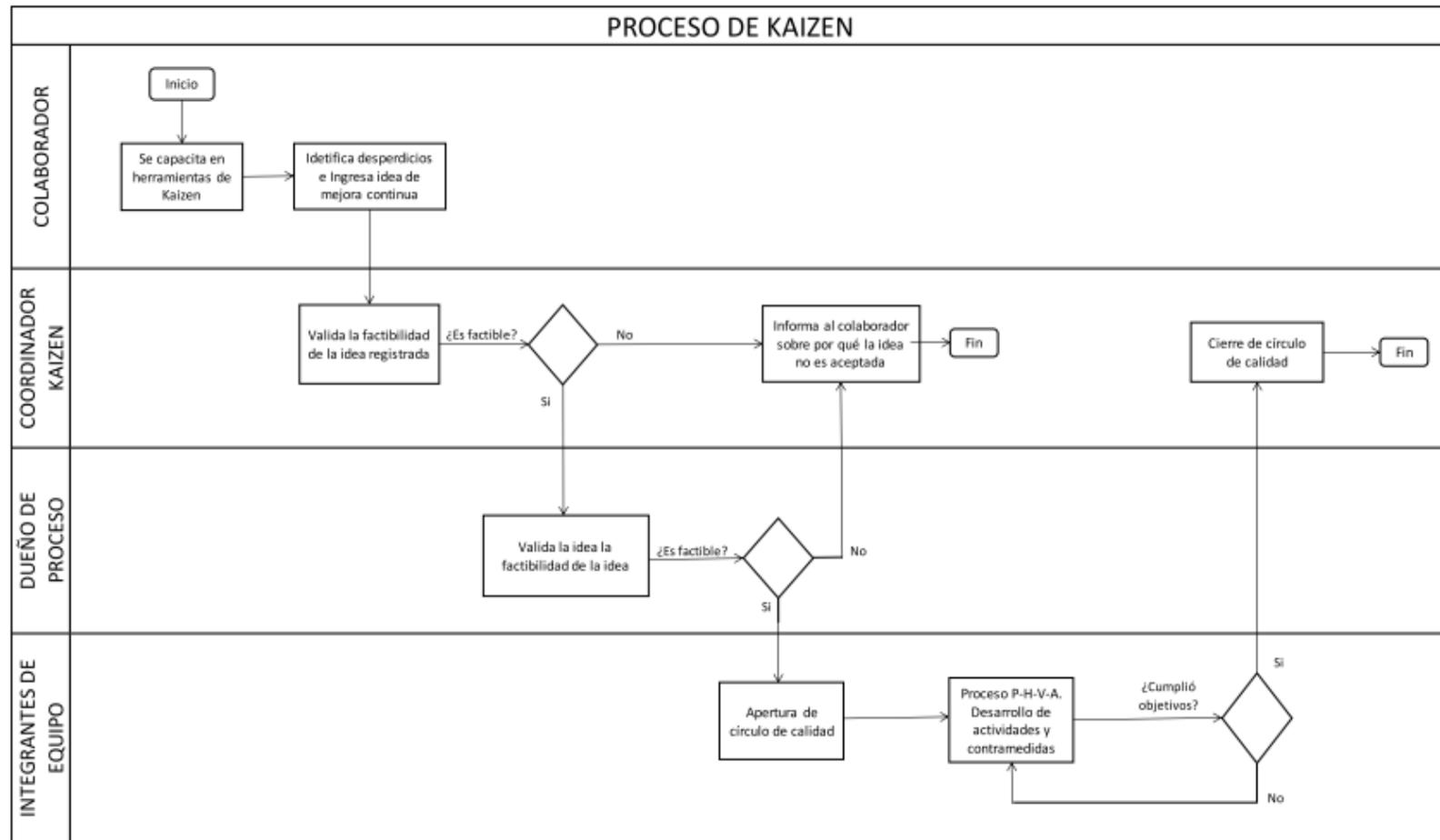
### 3.4.15 Soporte y seguimiento Kaizen

El Coordinador Kaizen realiza un reporte semanal y un reporte mensual sobre la gestión Kaizen realizada. Estos reportes son presentados tanto al Gerente de Postventa y Kaizen como al Comité de Operaciones de la organización con el objetivo de incentivar la Filosofía de mejoramiento continuo.

### 3.4.16 Riesgo Kaizen

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN DE RIESGO U OPORTUNIDAD	DESCRIPCIÓN DE LAS CAUSAS DEL RIESGO	CONSECUENCIA DEL RIESGO	PROBABILIDAD	CONSECUENCIAS		Nivel de Riesgo (-)	Nivel de Riesgo (+)
					(+)	(-)		
Registro de idea de mejora en módulo Kaizen en el Sistema S3S	OPORTUNIDAD - Oportunidad de trabajar en mejoras propuestas por colaboradores	Colaboradores participan en mejoras de sus procesos y de otros	Hay mejora continua de los procesos	5	4			20
	RIESGO - Falta de conocimiento sobre proceso de ingreso de idea de mejora	Desconocimiento del proceso por ejecutores	Baja participación de colaboradores en ingreso de ideas de mejora continua	2		4	8	
Evaluación de factibilidad de idea para Círculo de Calidad	OPORTUNIDAD - Respuesta positiva para ejecución de Círculo de Calidad / Proyecto	Revisión de proceso a mejorar	Eliminar mudas	5	2			10
	RIESGO - Respuesta Idea de contenido similar a otras ideas registradas se estén trabajando	Desconocimiento del proceso por ejecutores	Duplicación de mejora en un mismo proceso	3		1	3	
	RIESGO - Respuesta de Idea no sea factible para ejecución de Círculo de Calidad	Idea no alineada al enfoque de la organización	Limitación en generación de nuevas ideas	3		2	6	
Revisión de idea por dueño de proceso y generación de comentarios	RIESGO - Distorsión del alcance y enfoque del proyecto cuando no es revisado por el dueño del proceso	Falta de revisión y aprobación de idea por parte de dueño de proceso	Demora en ejecución del proyecto y daños a procesos subsiguientes	3		3	9	
	RIESGO - Desconocimiento sobre los comentarios de la idea de mejora	Los comentarios sobre la idea de mejora no quedan registrados en el sistema	Desmotivación de colaboradores para participar en generación de nuevas ideas	4		2	8	
Inscripción de Círculo de Calidad	OPORTUNIDAD - Búsqueda de solución a una problemática	Mejora de proceso	Involucramiento de colaboradores de diversas áreas de la organización en proyectos de mejora	5	3			15
Seguimiento de avance Círculo de Calidad		Percepción de actividades extras que demandan tiempo	Atraso de mejoras en las áreas de la organización	4		2	8	
	RIESGO - Retraso en la implementación de Círculo de Calidad	Desorganización en Círculo de Calidad	Demora en ejecución del proyecto	4		3	12	
		No aplicación de proceso fundamental de Círculo de Calidad	Demora en ejecución del proyecto	4		3	12	
	RIESGO - Bajo porcentaje de participación de colaboradores	Bajo compromiso con cultura de mejora continua	Fracaso en manejo de mejora de proceso	3		3	9	
Cierre de Círculo de Calidad	RIESGO - Dar de baja el Círculo de Calidad	No asignación de recursos para llevar a cabo la mejora	No implementación de ideas propuestas por los colaboradores	3		2	6	
Seguimiento y Control de Círculos de Calidad	RIESGO - La mejora no se mantiene en el tiempo	No existió un plan de aseguramiento de mejora en el tiempo	Duplicación de mejora en el futuro	3		3	9	

### 3.4.15 Anexo N° 1: Flujograma del proceso Kaizen



### **3.5 Estructura Organizacional**

La estructura organizacional parte del Grupo Baca, Empresa que actualmente es la dueña de las siguientes empresas:

- Casabaca S.A
- Mansuera
- Inmobiliaria BMV
- Hacienda Yanahurco
- Reencauchadora Ecocaucho
- JHF Asesoría Contable
- Zuauto (Perú)

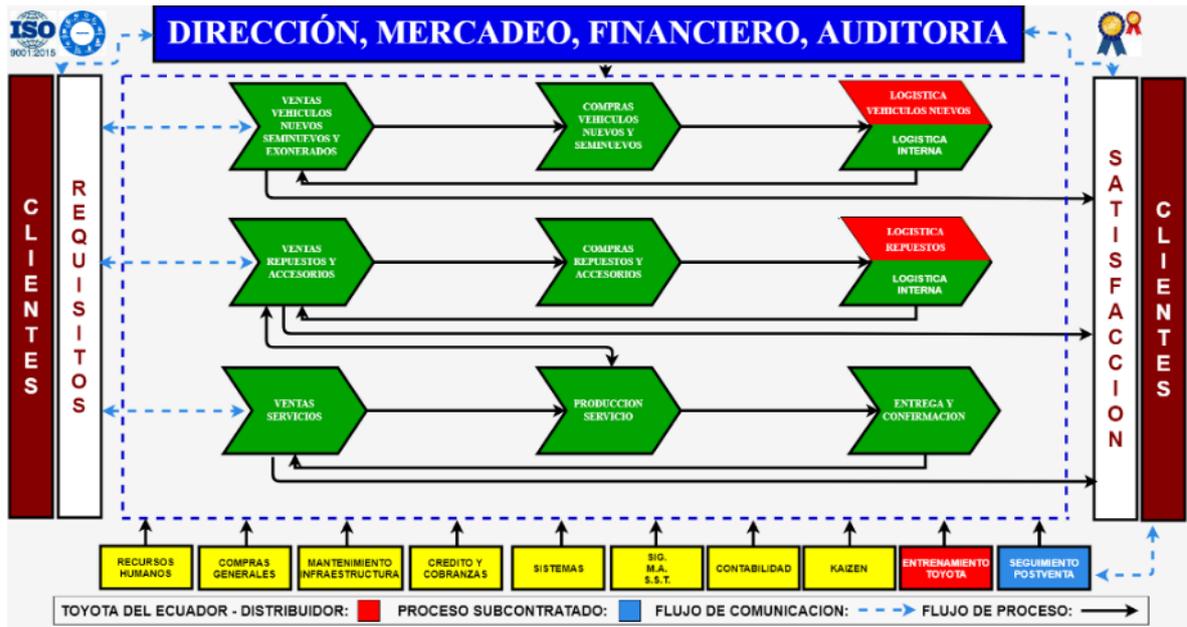
Casabaca S.A. está distribuida actualmente de acuerdo a las áreas de negocio, que son: Áreas de Apoyo, Área Comercial, Área de Postventa, Área de Kaizen (Mejoramiento Continuo). Estas son dirigidas por la Gerencia General, que a su vez reporta al directorio establecido por la Junta General de Accionista que conforman el Grupo Baca.

#### **Sistemas de gestión**

El desarrollo de todas las actividades establecidas se encuentra en el Sistema Integrado de Gestión, que es una herramienta que utiliza la empresa para el control de sus procesos, esta automatizado y puedes ser utilizado por todos los colaboradores en el sistema de Casabaca S3S, a continuación el mapa de proceso que ubica la esencia del negocio, este fue implementado para monitorear los procesos, verificar su correcta aplicación y funcionamiento; de acuerdo ala premiso de los colaboradores también tienen la

posibilidad de poner cambios y mejoras a los mismos que una vez analizados son aprobados por la Gerencia General.

### 3.5.1 Mapa de procesos Casabaca



### 3.5.3 Portafolio de productos y servicios de Vehículos

CASABACA ha venido comercializando gran cantidad de vehículos a través de los años, clasificados en cuatro grupos de modelos que se detallan a continuación:

#### Automóviles

Diseño exterior sobrio pero innovador que permanece llamativo por mucho tiempo. Un revolucionario espacio interior enfocado en el usuario: confort, espacio, visibilidad, silencio y seguridad forman un lugar placentero donde querrá permanecer mucho tiempo.

La mejor tecnología en motores, suspensión, frenos y dirección completan los vehículos más reconocidos por su calidad, confiabilidad y economía de operación.

Los más conocidos son el YARIS.

## **Camionetas**

Las camionetas Toyota son herederas de la capacidad y durabilidad características de la marca. Son herramientas de trabajos eficientes y confiables con tecnologías que logran niveles de desempeño óptimos.

Su diseño combina la practicidad con el confort, permitiendo conducir las placenteramente por muchas horas sin cansancio y con mucha seguridad.

Sin lugar a duda se destaca la emblemática HILUX Todo Terreno. La larga historia de Toyota está íntimamente ligada al 4X4 por más de 55 años, la leyenda del LAND CRUISER, el mejor todo terreno del mundo, ha sido heredada a todos los modelos de nuestros vehículos deportivos utilitarios.

El imponente desempeño fuera de los caminos y en los barrios más elegantes hacen de este grupo las máquinas ideales para convertir en realidad sus sueños de aventura.

Podemos citar dentro de los todo terreno a: RAV, PRADO, FORTUNER y LAND CRUISER.

## **Comerciales**

A la hora de invertir en un compañero de trabajo, buscar un costo de operación bajo, durabilidad, respaldo, facilidad de funcionamiento y seguridad entre sus atributos importantes encontramos este grupo de autos.

Toyota se ha concentrado en desarrollar sus productos comerciales para que entreguen estos atributos durante una larga vida útil.

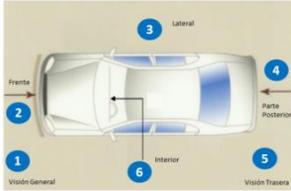
### 3.5.4 MANUAL DE PROCESOS DE GESTION DE VEHICULOS

<i>Documento</i>	<i>Manual de Procesos</i>	<b>PROCESO VENTA DE VEHICULOS NUEVOS</b>	<i>Fecha emission:</i>	18-12-2018
<i>Código Documento</i>	<i>MPVVN</i>		<i>Responsables de Ejecución:</i>	Conserje, Anfitriona, Asesor Comercial, Cajero, Coordinadores de Franquicia.
<i>Responsable Proceso</i>	<i>Jefe Ventas</i>			
<i>Elaborado por:</i>	<i>Departamento Comercial</i>		<i>Fecha actualización:</i>	18-12-2018
<i>Aprobado por</i>	<i>Jefe Ventas</i>			

Ilustración 16 MANUAL DE PROCESOS GESTION VEHICULAR

<b>Proceso:</b>	<i>Proceso de venta de vehículos nuevos</i>
<b>Propósito:</b>	Cumplir de manera eficiente el proceso de venta vehículos nuevos.
<b>Alcance:</b>	Procesos de pre-venta, venta de vehículos nuevos en Casabaca S.A.
<b>Objetivo:</b>	Disponer de una guía práctica para el manejo correcto de los procesos de ventas de vehículos nuevos.

Paso	Dónde?	Qué?	Quién?	Operación	Observaciones	Tiempo
1	<b>Puerta de ingreso</b>	<b>Dar bienvenida</b>	<b>Conserje</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saludar y recibir al prospecto/cliente</li> <li>2. Indicar la zona de parqueo</li> <li>3. Direccionar hacia Anfitriona</li> </ol>	Si no hay disponibilidad de parqueadero indica una alternativa de estacionamiento.	
2	<b>Showroom</b>	<b>Saludar y recibir al cliente</b>	<b>Anfitriona</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saludar y recibir al prospecto/cliente</li> <li>2. Realizar protocolo de bienvenida al concesionario.</li> </ol>	Anfitriona debe estar ubicada en la puerta de ingreso, de pie.	

				<p>3. Llenar los siguientes datos del prospecto/cliente en PCT (Planilla de Control de Tráfico)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hora de entrada</li> <li>- Visita tipo</li> <li>- Efectividad de medios</li> <li>- Nombre del prospecto/cliente</li> <li>- Email del cliente</li> <li>- Cédula</li> <li>- Teléfono (convencional o celular)</li> <li>- Asesor disponible</li> </ul>	<p>Documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- PCT.</li> <li>- Hoja de opciones.</li> </ul>	
3	Showroom	Bienvenida e indagación	Asesor Comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saludar y recibir al prospecto/cliente.</li> <li>2. Identificar las necesidades del prospecto/cliente.</li> <li>3. Ofrecer producto acorde a sus necesidades.</li> </ol>		
4	Showroom	Presentación estática del vehículo	Asesor Comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar presentación personalizada al prospecto/cliente de las características, atributos, y beneficios del vehículo (Walk-around).</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Presentación del Vehículo</b></p>  <p style="text-align: center;">- <b>Visión General</b> Diseño, concepto del auto y personalidad, estética, silueta, líneas aerodinámicas, capot,</p>		

				<p>faros, parrilla.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Frente del vehículo</b> Tecnología, tamaño del motor, potencia, caballos de fuerza, etc; Tecnología Toyota VVT-i.</li> <li>- <b>Lateral</b> Confort accesibilidad, asientos, espacio interior.</li> <li>- <b>Parte Posterior</b> Versatilidad y capacidad de carga, kit de herramientas, estilo o tipo del área de carga (hatchback, sedán, etc), iluminación del área de carga, facilidad de apertura interior del área de carga.</li> <li>- <b>Visión Trasera</b> Seguridad, sistemas de frenos, sistemas de control, suspensión delantera y trasera, carrocería GOA, desempañador del vidrio trasero, neumáticos, aros, luces traseras, limpiador trasero.</li> <li>- <b>Interior</b> Aborde los elementos visibles en el panel de la puerta, ajuste del asiento, etc.</li> </ul>		
5	Showroom	Test Drive	Asesor Comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Confirmar disponibilidad de vehículo de prueba.</li> <li>2. Confirmar disponibilidad del tiempo del prospecto/cliente para realizar Test-drive.</li> <li>3. Invitar al prospecto/cliente a realizar Test-drive</li> </ol>	En el caso de no contar en ese momento con el vehículo demo para realizar la prueba de manejo el Asesor Comercial ofrece programar una cita.	

				<p>(prueba de manejo).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Generar guía de remisión (S3S).</li> <li>5. Entregar guía de remisión al Conserje al momento de salir, para que registre en su bitácora la salida.</li> <li>6. Conducir el vehículo; resaltar los puntos claves del motor, frenos, suspensión y la funcionalidad del interior tratando de medir el grado de interés del prospecto/cliente.</li> <li>7. Permitir que el prospecto/cliente maneje el vehículo.</li> <li>8. Regresar a la agencia y estacionar vehículo de prueba en el lugar correspondiente.</li> <li>9. Entregar guía de remisión a la coordinadora de franquicia con el KM actualizado y si hubiera alguna novedad.</li> <li>10. Regresar al escritorio del Asesor Comercial.</li> </ol>	<p>Documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Guía de remisión.</li> </ul>	
6	Showroom	Negociación	Asesor Comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Completar hoja de opciones con el cliente ofreciéndole las alternativas de financiamiento pre-establecidas.</li> <li>2. Comentar como alternativa de pago la aceptación de un vehículo usado; explicar proceso de avalúo técnico del vehículo.</li> <li>3. Archivar Hoja de Opciones por 30 días para respaldo de la gestión.</li> </ol>	<p><b>Alternativas de Funcionamiento.</b></p> <p><b>Plan A</b> con el 25% de entrada a 60 meses.</p> <p><b>Plan B</b> con el 60% de entrada a 36 meses; calculada con instituciones financieras y crédito directo a 6 meses.</p> <p><b>Plan C</b> financiamiento acorde a la medida del prospecto, mismo que será ingresado a Sugar para elaborar la cotización definitiva que será firmada por el prospecto o cliente.</p> <p>Documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoja de opciones.</li> </ul>	

7	Showroom	Elaborar Cotización	Asesor Comercial	<p>1. Elaborar cotización en el sistema de acuerdo a las necesidades del cliente con la siguiente información:  Datos informativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cédula de ciudadanía.</li> <li>- Apellidos y nombres</li> <li>- Teléfonos (convencional y celular).</li> <li>- Email del cliente</li> <li>- Dirección</li> </ul> <p>Datos generales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seleccionar la línea de negocio</li> <li>- Escoger el vehículo a ser cotizado y el año</li> <li>- Escoger el medio informativo (cómo el cliente llegó a Casabaca)</li> </ul> <p>Financiamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seleccionar el financiamiento de acuerdo al elegido por el cliente.</li> </ul> <p>2. Grabar información, imprimir cotización y solicitar firma al cliente para la verificación en el buró.</p> <p>3. Entregar cotización y explicar catálogo del vehículo.</p> <p>4. Calificar al cliente según categoría A, B o C.</p> <p>5. Agendar cita para seguimiento</p>	<p>Cuando la opción escogida por el cliente es crédito directo, se tendrá que registrar los siguientes datos del garante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cédula de ciudadanía.</li> <li>- Apellidos y nombres.</li> <li>- Cedula de Ciudadanía Cónyuge.</li> <li>- Apellidos y nombres cónyuge.</li> <li>- Dirección.</li> <li>- Provincia y Ciudad.</li> <li>- Teléfonos (Convencional o Celular).</li> </ul> <p>Si existe alguna modificación en la cotización el Asesor Comercial puede actualizar la misma.</p> <p><b>Calificación de los Clientes.</b>  <b>A = Cliente caliente, listo para comprar, alta posibilidad de compra:</b>  El cliente se encuentra listo para la compra; esto en un lapso de 15 días desde la fecha de la cotización.</p> <p><b>B = Cliente tibio, seguimiento para venta:</b> Se realiza el seguimiento para la venta durante tres meses, en este lapso de tiempo se realiza mínimo tres llamadas para diagnosticar si el cliente va a comprar el vehículo o no.</p>	

					<p><b>C = Cliente frío, va al archivo electrónico:</b> Se ingresa el comentario del cliente C en el Sugar y se realiza el procedimiento de “no compra”.</p> <p>Documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cotización</li> <li>- Catálogo.</li> </ul>	
8	Showroom	Seguimiento Pre-venta	Anfitriona	<p>Los siguientes campos se llenan luego que el cliente ha sido atendido por el asesor. La anfitriona es la encargada de los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo requerido</li> <li>- Demo estática</li> <li>- Prueba de manejo</li> <li>- Reservo</li> <li>- Crédito</li> <li>- Información de auto actual</li> <li>- Intervenio Coach</li> <li>- Potencialidad</li> <li>- Comentarios</li> <li>- Próxima visita fecha y hora.</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Identificar a un Asesor Comercial disponible. Si no hay asesor disponible invitar a pasar al área de costumer lounge y ofrecer algo de tomar.</li> <li>5. Dirigir al Asesor Comercial.</li> <li>6. Presentar al Asesor Comercial.</li> <li>7. Crear una PCT digital en Sugar con los datos tomados en la PCT física.</li> <li>8. Grabar información e imprimir hoja de</li> </ol>		

				opciones. 9. Entregar hoja de opciones al Asesor Comercial.		
9	Showroom	Realizar Seguimiento Pre-venta	Asesor Comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llamar al prospecto/cliente de acuerdo a la fecha y hora acordada.</li> <li>2. Ingresar comentarios del seguimiento del prospecto/cliente al sistema S3S</li> <li>3. Agendar nueva fecha y hora para próximo seguimiento o cambiar categoría de prospecto/cliente de A o B, a C.</li> <li>4. Al cambiar la categoría el Asesor Comercial debe indicar el motivo de “no compra”</li> </ol>		
10	Showroom	Comunicar decisión	Cliente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicar al Asesor Comercial decisión de comprar un vehículo en Casabaca indicando modelo, color y forma de pago.</li> </ol>		
11	Showroom	Actualizar cotización	Asesor Comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Verificar datos del cliente en el sistema S3S.</li> <li>2. Actualizar información del cliente que se necesite.</li> <li>3. Actualizar cotización de acuerdo al modelo, color y forma de pago.</li> <li>4. Imprimir cotización y solicitar firma al cliente constancia de su conformidad con lo detallado en la cotización.</li> <li>5. Solicitar al cliente que realice el ingreso del dinero de la reserva en Caja.</li> </ol>	<p>La reserva puede realizarse mediante las siguientes formas de pago:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transferencia bancaria</li> <li>- Tarjeta de crédito</li> </ul> <p>Documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cotización</li> </ul>	

12	Caja	Realizar cobro	Cajero	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cajero Ingresar dinero como anticipo de vehículos nuevos y entrega el "comprobante de ingreso a Caja", original al cliente y la copia archiva el Departamento de Cobranzas.</li> </ol>	<p>Documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cotización</li> <li>- Comprobante ingreso a caja.</li> </ul>	
13	Showroom	Reservar y facturar vehículo	Asesor Comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solicitar "comprobante de ingreso a Caja" al cliente.</li> <li>2. Verificar disponibilidad de vehículos en el sistema S3S.</li> <li>3. Si hay disponibilidad, procede a facturar, según el caso.</li> <li>4. Enviar escaneada la cotización firmada por el cliente al Jefe de Logística para que se realice la reservación del vehículo</li> <li>5. Llenar formulario "Conozca a su Cliente".</li> </ol> <p><b>Tipo de venta:</b> <b>Venta Contado:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solicitar al cliente cancelar la diferencia.</li> <li>2. Realizar en el sistema la cotización definitiva, solicita firmar al cliente su aceptación, luego se emite la factura la cual firma el Jefe de Agencia.</li> </ol> <p><b>Venta Crédito:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El Asesor Comercial emite la proforma definitiva haciéndole firmar al cliente su aceptación, luego le pide los documentos de respaldo necesarios para el Proceso de Aprobación de Crédito, los mismos que son: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitud de Crédito Casabaca o Institución Financiera.</li> <li>• Documentos de deudores y garantes:</li> <li>• Fotocopias de cédulas de ciudadanía y</li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si el vehículo está en tránsito se reserva confirmándole al cliente la fecha tentativa de llegada o de ser el caso se le coloca en una lista de espera.</li> <li>- De no tener comprobante de Ingreso el Asesor Comercial se acercará donde el Jefe de Agencia a quien mostrará el respaldo sea Orden de Compra, Avalúo del vehículo Usado o Licitación y la cotización actualizada debidamente firmada por el cliente.</li> </ul>	

				<p>papeleta de votación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotocopias de matrículas de vehículos (si tienen otros).</li> <li>• Fotocopias de último pago predial (si tienen bienes inmuebles).</li> <li>• Certificados bancarios (cuentas corrientes).</li> <li>• Certificados comerciales.</li> <li>• Referencias personales.</li> <li>• Otros documentos adicionales que solicite el Departamento de Crédito y Cobranzas o la Institución Financiera.</li> </ul> <p>2. El Asesor Comercial verifica que todos los datos y documentos estén completos, entrega al Asistente de Crédito para iniciar el Proceso de Calificación de Crédito y si es Crédito con Institución Financiera se envía directamente a dicha institución.</p> <p style="text-align: center;"><b>Crédito Directo.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El departamento de Crédito y Cobranzas califica al cliente y registra la aprobación o la negación en el sistema.</li> <li>2. Si la solicitud es negada informa al Asesor Comercial y el mismo se encarga de aplicar el Crédito con otra entidad Financiera.</li> <li>3. Si la solicitud se aprueba el Asesor Comercial verifica en el sistema y con este dato elabora la Factura.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Crédito Institución Financiera.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La institución financiera realiza su proceso de calificación de crédito, si la solicitud es negada termina el proceso; si la solicitud es aprobada notifica al Asesor Comercial con carta de Aprobación de Facturación, elabora la factura,</li> </ol>	<p><b>Documentos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprobante ingreso caja.</li> <li>- Cotización.</li> <li>- Formulario "Conozca a su Cliente"</li> <li>- Adicional los que se detalla según el tipo de crédito.</li> </ul>	
--	--	--	--	--	---	--

				<p>solicita la firma al Gerente Comercial o Jefe de Agencia y envía el documento escaneado por mail al banco para que este a su vez emita las Retenciones, Contratos, Documentos de Crédito y Seguro.</p> <p>2. La institución financiera envía la documentación a la Asistente Comercial o Asesor, quienes hacen firmar al cliente y garantes, luego al Jefe de Agencia y se colocan los sellos; adjunta la solicitud original con los Documentos de Soporte y fiel copia del original de la Factura, y envía nuevamente a la institución financiera.</p> <p>3. La institución financiera recibe y verifica si la documentación está completa, luego notifica al Asistente Comercial o Asesor para que con la Carta de Autorización de Entrega del Banco se inicie el Proceso de Entrega de Vehículos y Garantía. Este documento se envía al Coordinador de Franquicia de la Agencia.</p>		
14	Showroom	Iniciar proceso de matriculación vehículo	Asesor Comercial	<p>1. Entregar copia de la factura al cliente para que con esta realice en el banco el pago de la Matrícula, pago revisión técnica vehicular e impuesto al rodaje y placas.</p> <p>2. Reunir los siguientes documentos para matricular vehículo y entregar a los Coordinadores Franquicia.</p> <p><b>Personas Naturales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Factura Original firmada.</li> <li>- Pago de Matrícula original.</li> <li>- Pago de Revisión Técnica Vehicular</li> <li>- Pago de Placas</li> <li>- Pago de Impuesto al Rodaje</li> <li>- Certificado de imponentas</li> </ul>	<p>Documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentos requeridos para matricular el vehículo según sea el caso.</li> <li>- Matrícula</li> </ul>	

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Improntas (Motor y Chasis).</li> <li>- Copias de Cédula a Color.</li> <li>- Copia Papeleta Votación.</li> <li>- Registro de multas y pagos</li> </ul> <p><b>Personas Jurídicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Factura Original firmada.</li> <li>- Pago de Matrícula original.</li> <li>- Pago de Revisión Técnica Vehicular</li> <li>- Pago de Placas</li> <li>- Pago de Impuesto al Rodaje</li> <li>- Certificado de improntas</li> <li>- Improntas (Motor y Chasis).</li> <li>- Registro de multas y pagos</li> <li>- Copias de Cédula del Representante Legal a Color.</li> <li>- Copia Papeleta Votación del Representante Legal.</li> <li>- Copia del RUC actualizado.</li> <li>- Copia Nombramiento del Representante Legal actualizado.</li> <li>- Check List</li> </ul> <p>3. Luego de 7 días laborables, los Coordinadores Franquicia de Agencia entregan al Asesor Comercial la matrícula lista del vehículo.</p>		
15	Showroom	Preparar vehículo	Asesor Comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entregar a Auxiliares de Servicio las moquetas y llaveros para colocar en el vehículo.</li> <li>2. Auxiliares de Servicio verifica la nitidez del vehículo, limpieza y nivel de combustible.</li> </ol>		

16	Showroom	Preparar documentación para entrega del vehículo	Asesor Comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solicitar los siguiente documentos al cliente: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicitar copia de cédula al cliente (persona natural) o copia de Ruc y copia de cédula del Representante Legal, funcionario de alto Nivel de la Empresa o persona responsable por la compra (persona jurídica).</li> </ul> </li> <li>2. Elaborar los siguiente documentos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Certificado de Entrega-Recepción.</li> <li>- Requerimiento de Instalación de Accesorios.</li> <li>- Llenar Manual de Garantía con los datos de modelo, motor, chasis, etc.</li> </ul> </li> <li>3. Solicitar firma al cliente en estos documentos.</li> <li>4. Entregar copias de la factura correspondiente a cada departamento y documentos firmados por el cliente a los Coordinadores de Franquicia.</li> </ol>	<p>Los trámites internos y documentación deben ser revisados por lo menos 3 horas antes de la hora de entrega pactada.</p> <p>Si quien retira el vehículo no es el comprador, el Asesor Comercial solicita una copia de la cédula de ciudadanía y la carta de autorización firmada por el comprador, con estos documentos se elabora a nombre del dueño el Certificado de Entrega-recepción, el Requerimiento de Instalación de Accesorios según el requerimiento del cliente y llena el Manual de Garantía; explica y revisa detalladamente las condiciones del vehículo y hace la entrega.</p>	
17	Showroom	Generar Orden Salida	Asesor Comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los Coordinadores de Franquicia emiten la Orden de Salida del sistema siempre y cuando se cuente con toda la documentación completa y de acuerdo al proceso.</li> <li>2. Entregar una copia de la Orden de Salida al conserje y/o guardia de turno para que permita la salida del vehículo.</li> </ol>	<p>Documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Orden de Salida</li> </ul>	
18	Showroom	Entregar vehículo	Asesor Comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Revisar y explicar en forma conjunta con el cliente todas las características, condiciones y accesorios del vehículo, términos de garantía, chequeos y costos de mantenimiento.</li> </ol>		

19	Showroom	Archivar documentación	Coordinadores de Franquicia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Archivar las siguiente documentación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Copia de cédula de ciudadanía o RUC según sea el caso.</li> <li>• Carta de autorización (si no retira el comprador),</li> <li>• Copia de la factura.</li> <li>• Copia de la matrícula,</li> <li>• Orden de salida,</li> <li>• Cotización de reserva y final para facturación debidamente firmadas.</li> <li>• Certificado de Entrega-Recepción,</li> <li>• Requerimiento de Instalación de Accesorios</li> <li>• Copias firmadas del registro garantía.</li> <li>• Check del Certificado de Entrega-Recepción</li> </ul> </li> <li>2. Copia de la factura se entrega al Departamento de Contabilidad, Departamento de Crédito y Cobranzas.</li> </ol>		



### **3.6 REALIZAR LA MEDICIÓN Y MUESTRA DE ARCHIVOS DE LA EMPRESA**

1. Identificar todos los lugares de la agencia en donde se encuentran los documentos.
2. Ubicar los depósitos en los que la agencia alberga documentos y que sean debidamente organizados o todo lo contrario, como un fondo acumulado.
3. Aplicar tanto a los archivos de gestión (las oficinas) como en los archivos digitales donde se guardan documentación.
4. Usar un método sencillo de medición, consiste en crear pilas de documentos y medir de forma vertical por su lomo.
5. Tomar la primera medida estándar como base en los archivadores metálicos verticales y aplicarlo en cada una de las gavetas siempre que se cumplan los mismos requisitos, como el volumen documental.
6. Indagar la medición de los documentos electrónicos, es claro que la unidad de medición no sería en metros lineales sino en medidas como megabytes o gigabytes.

**3.6.1 Toma fotos que evidencien como encuentras todo antes de hacer el Diagnóstico de Archivo.**



### **3.7 Implementar en el sistema Kaisen el programa ACCESS, para realizar un plan piloto de la mejora continua.**

Plasmar la herramienta ACCESS para mejora continua dentro del sistema Kaisen, el cual es una herramienta de mejora que se trata de encontrar desperdicios para buscar una solución al problema que se esté generando para de esta manera manejar la Gestión Documental de la Ag. Matriz, aplicando las exigencias que en materia de Archivística y Gestión Documental se deben de tener.

- **Preparación para la Gestión de Archivos**

- a) Capacitar de forma periódica a los responsables de la gestión de archivos.

- b) Para la Gestión del Archivo de la agencia se debe contar tener recopilada la información física y digital para el almacenamiento de la documentación.

- **Preparación de la documentación**

- a) La persona responsable del archivo que se genere dentro de la agencia, maneje periódicamente el sistema Access el cual está vinculado dentro del sistema Kaisen.

- b) Previo al envío de la documentación, las personas que elaboran los documentos serán los encargados de:

1. **Depurar:** Separar la documentación que debe guardarse y la que ya no es necesaria, solo se debe almacenar la documentación que legalmente debe mantenerse durante determinado tiempo. La documentación deberá ser depurada sacando grapas, clips, ligas, vinchas de carpeta y se debe colocar en sobre de manila sin carpetas.

2. **Clasificar:** Se clasificarán respetando la procedencia del documento y en relación a la función que cumple.

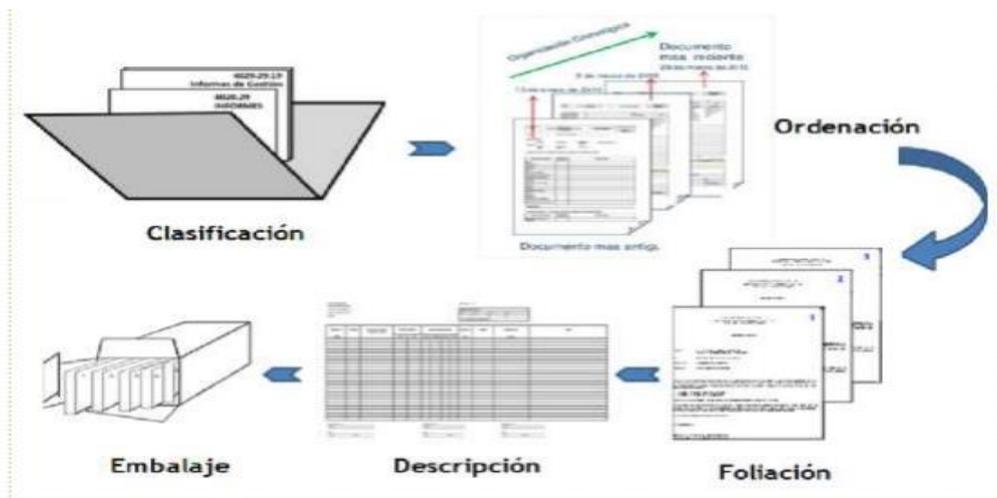
Los archivos de la agencia se clasificarán de acuerdo a la estructura que generan los documentos.

3. **Ordenar:** Se establecerán los siguientes criterios de ordenación

Los documentos se ordenarán respetando el orden cronológico, numérico y alfabético de forma descendente.

Los documentos se clasificarán y ordenarán en series documentales.

Todos los documentos se clasifican, ordenan, ubican y describen el archivo para ser dispuesto a su inmediata consulta.



- **Recepción y digitalización de la documentación en el programa ACCESS**

Microsoft Access es un gestor de base de datos relacionales (SGBD) para Windows. Proporciona un entorno gráfico de fácil manejo que permite el diseño y la gestión de bases de datos sin necesidad de aprender complicados lenguajes de programación.

### **¿Qué es una base de datos?**

Una base de datos es un programa que permite gestionar y organizar una serie de datos. Un gestor de base de datos es un programa que permite introducir, almacenar, ordenar y manipular datos, así como organizarlos de manera significativa para que se pueda obtener información no visible como totales, tendencias o relaciones de otro tipo.

- **Estudio previo y diseño de la base de datos**

La base de datos se construye mediante un conocimiento amplio de la actividad que realiza la agencia matriz de esta manera podemos trabajar en el diseño de acuerdo a la documentación que se maneja dentro de la misma.

### **Creación de la base de datos**

#### **Creación de Tablas**

Trabajar con una base de datos de Access implica dos modos distintos o fases de funcionamiento: la fase de diseño y la fase de administración de datos. Las tablas son lo

primero que debe de existir en una Base de Datos, estás permitirán guardar los datos de una manera más estructurada. En las tablas se incluyen datos que hablan sobre algún mismo tema o aspecto y los datos se almacenan en forma de una cuadrícula, es decir en Filas (llamadas registro) y columnas (llamados campos). Algo que se debe de tomar en cuenta es que, durante la creación de tablas de una Base de datos es necesario especificar el nombre de cada uno de los campos que tendrá la tabla y además las características de estos, adelante se detalla.

Al momento de diseñar una base de datos, se deben de tomar en cuenta los siguientes ítems: Nombre del Campo: Es un nombre genérico que se asigna a cada uno de los campos para identificarlos. Este nombre preferentemente tiene que ser corto para que sea fácil de identificarlo (el nombre puede tener hasta un máximo de 64 caracteres).

Tipo de Dato: Determina qué tipo de datos se almacenará en el campo creado, por ejemplo: Números, Letras, etc. Esto depende de la naturaleza del campo y los propósitos de éste; por omisión aparecerá siempre que el campo es de tipo Texto.

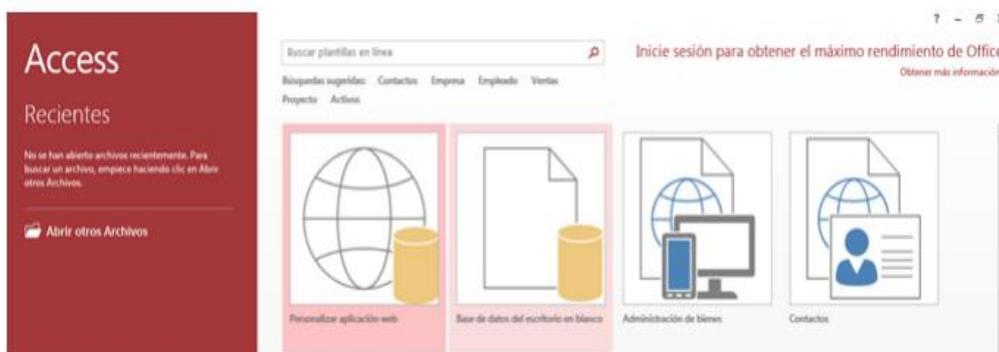
La siguiente tabla describe algunos de Tipos de Datos con los que se trabajará:

Valor	Tipo de datos
Texto Corto	Permite registrar hasta 255 caracteres alfanuméricos, es decir que es posible ingresar texto y números que no sean utilizados para un cálculo, por ejemplo, números de teléfono y de documento.
Texto Largo	Similar a la anterior, pero sin límite en la cantidad de caracteres.
Número	Solo admite números, que pueden ser usados en cálculos, por ejemplo, cantidad de horas trabajadas y cantidad de productos vendidos, entre otras posibilidades.
Fecha/Hora	Se utiliza para registrar fechas y horas, por ejemplo, las fechas de las ventas o los horarios de trabajo de los empleados.
Moneda	Representa valores monetarios, como, por ejemplo, salarios, precios de venta, costos, totales.
Si/No	Genera una casilla en la tabla, que se debe activar para indicar valores positivos o desactivar para valores negativos.
Objeto OLE	Para almacenar archivos, imágenes, sonidos y videos.
Autonumeración	Genera, de manera automática, números enteros correlativos o aleatorios.
Hipervínculo	Vincula archivos y elementos de una base de datos a direcciones URL y de correo electrónico.
Datos adjuntos	Para adjuntar archivos a un campo, por ejemplo, una tabla que posea datos de los empleados puede llevar adjunto el curriculum correspondiente, en el registro de cada uno de ellos.

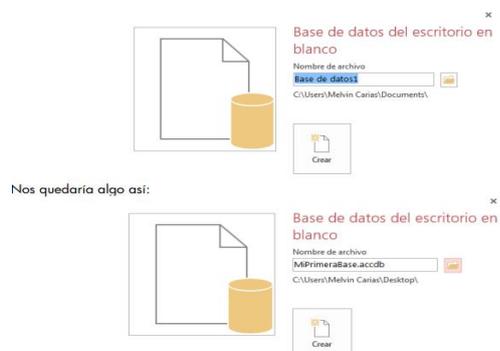
### 3.7.2 Procedimiento

Iniciar el trabajo con Access.

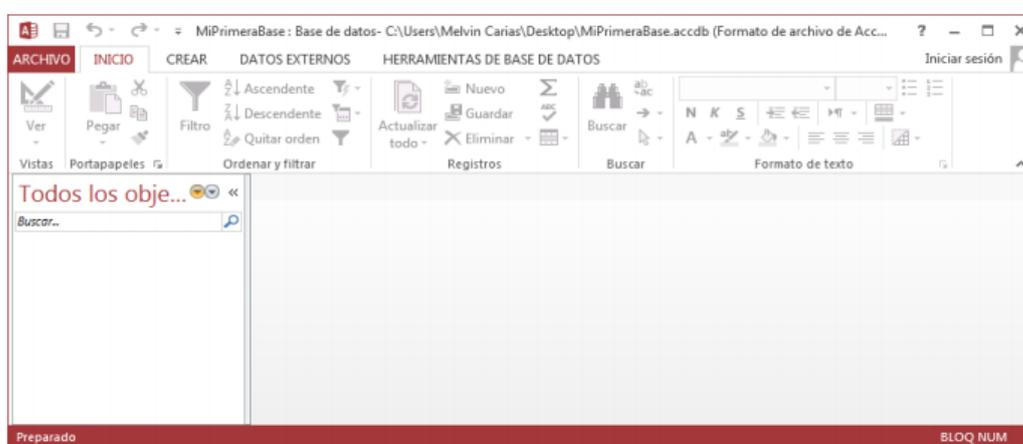
1. Dar clic al botón de INICIO.
2. Del menú seleccionar la opción TODOS LOS PROGRAMAS.
3. Dar clic en Microsoft Office.
4. Seleccionar con un clic el icono de Microsoft Access.
5. Clic en la base de datos del escritorio en blanco



6. Nos aparece la pantalla para colocarle el nombre a nuestra base de datos. Aquí digitaremos Mi Primera Base, no olvidar darle clic al foldercito para seleccionar el Escritorio de nuestra computadora y le damos clic en Crear.



Ahora debemos de cerrar el programa de Access y nos vamos al Escritorio de la computadora para ver si se ha creado la base de datos. Si está bien, entonces le damos doble clic a nuestro archivo para continuar con la práctica y nos debe de aparecer una pantalla como la siguiente:



7. El siguiente paso es la creación de cada una de las tablas que posee nuestra base de datos, pero antes de seguir con ese paso, debemos de conocer como es el diseño en papel de cada una de ellas. Esto se presenta a continuación:

8. La base de datos a crear llevara el control de documentos de los servicios nuevos de la Agencia Matriz, con la idea de ir determinando a los clientes. Dicha información se controlara de la siguiente manera.

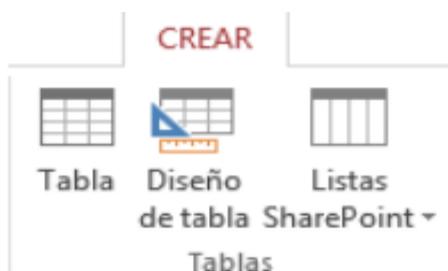
- Clientes: Almacenar la información de los clientes.

- Fecha de solicitud por cliente
- N° de cuenta contrato creada
- Apellidos
- Nombres
- Cedula de identidad
- N° celular
- Teléfono convencional
- N° de orden
- Adjuntos (Contrato firmado por el cliente)

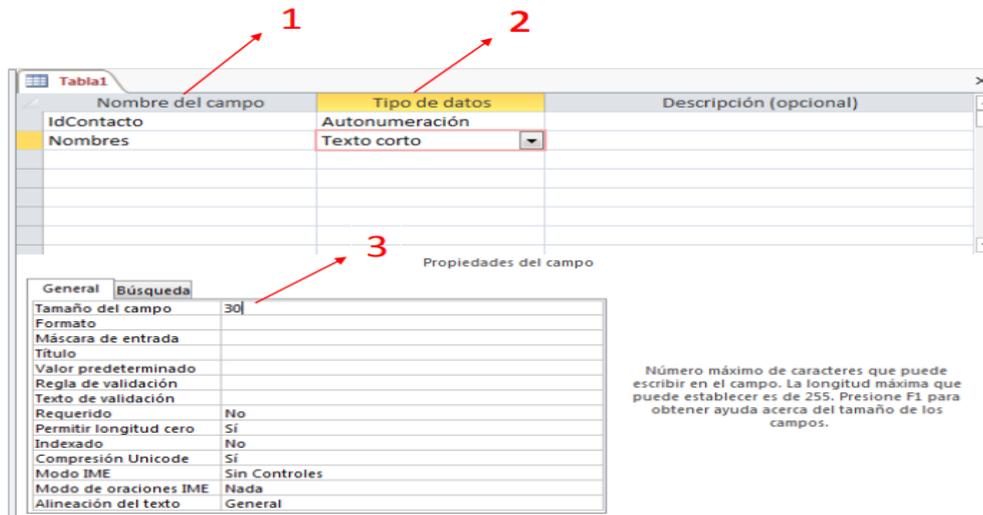
9. Bueno ya conocimos cada una de las tablas, ahora seguiremos los pasos para crearlas una por una.

### 3.7.3 CREACIÓN DE UNA TABLA EN UNA BASE DE DATOS

1. Nos iremos al menú principal del programa y le damos un clic a la opción de Crear y a continuación un clic en Diseño de tabla



2. Ahora tenemos que ir digitando cada uno de los campos que posee la tabla.



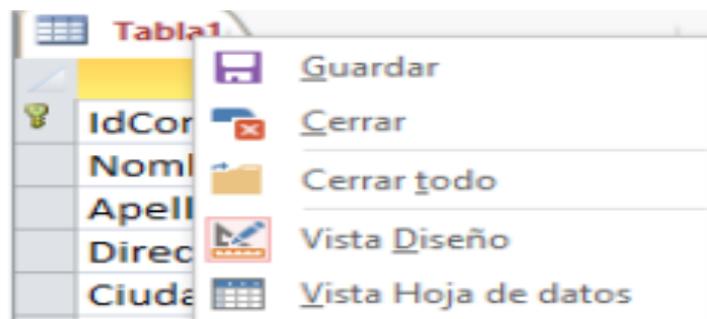
Eso quiere decir que en ellos hay que tener cuidado. A digitar los datos.

Cuando hemos digitado todos los campos, es necesario que algunas tablas posean una Llave principal, que para esta tabla es el campo Id Cliente. Para ser esto le damos un clic al nombre de Id Cliente y en el menú le damos clic al botón de Clave principal y se le colocara una llavecita al lado izquierdo del nombre.

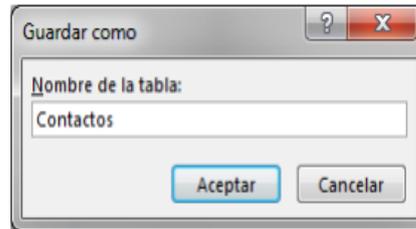


3. Ahora que terminamos de digitar debemos de guardar nuestra tabla en la base

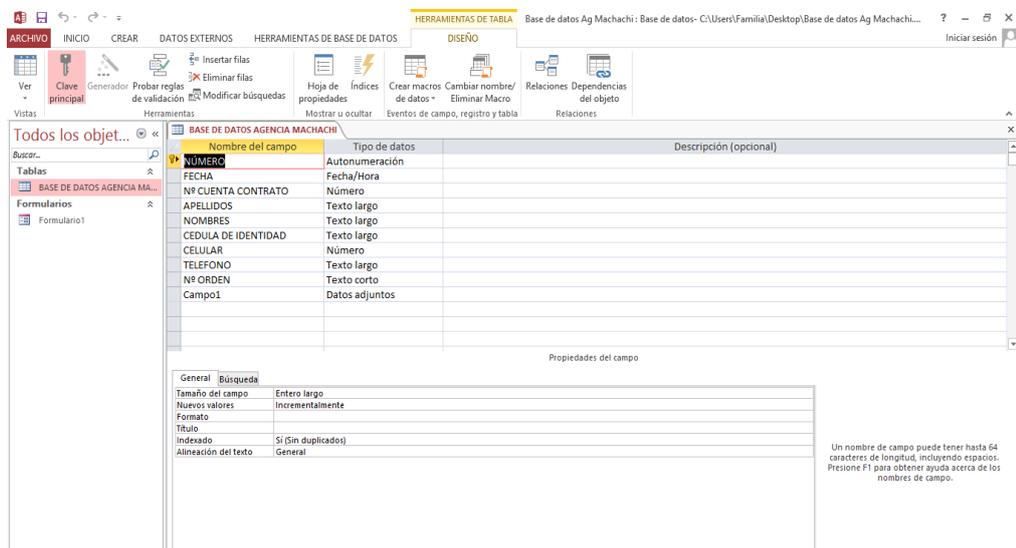
de datos, para ello le damos un clic derecho donde se muestra la palabra Tabla1



4. Y le damos clic en Guardar, digitamos el nombre de la tabla que es Base de datos Agencia Matriz.

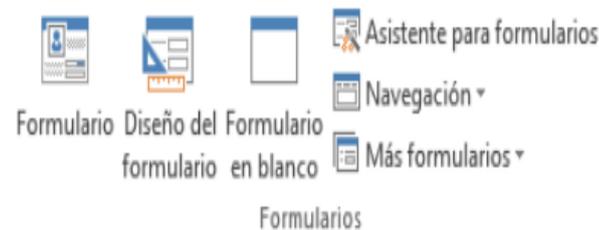


5. Y clic en Aceptar. Al final nos debe quedar así:



### 3.7.4 CREACIÓN DEL FORMULARIO

Para crear un formulario lo más rápido posible, debemos darle un clic a la opción de Crear y un clic al botón de Asistente para formularios.



1. Nos aparece esta pantallita:



2. Seleccionamos la tabla de Clientes y después tenemos que pasar todos los campos de la izquierda hacia la derecha con el botón de, después clic en Siguiete

En la siguiente pantallita elegimos la distribución de los campos, color logotipo adjuntos, utilización de controles etc.

### 3.7.5 Ciclo vital del documento

Son los pasos sucesivos por las que atraviesan los documentos desde su producción o recepción en la oficina, trámite, distribución, organización, consulta, conservación temporal hasta su eliminación o integración a un archivo permanente.



### **3.7.6 Evaluar una muestra real de los documentos**

Es necesario que tomar una muestra representativa de los documentos.

¿Con qué objetivo?

Plasmar en el sistema Kaisen como una herramienta de mejora continua para llegar a la satisfacción de los procesos y del cliente.

Evaluar los principios y métodos archivísticos de organización de documentos.

Tomar en cuenta con dicha muestra, sí se está llevando a cabo las exigencias normativas en cuanto al tratamiento y seguridad de la documentación.

## CONCLUSIONES

- 1) El Programa Kaisen implementado por la empresa Casabaca S.A. Ha contribuido eficientemente en el control y administración de documentos técnicos y proceso que recepcionó y emitió la empresa; esto fue posible con el apoyo y participación de todas los colaboradores y jefes inmediatos, quienes influyen directamente en la eficiente y efectiva implementación de este proyecto de archivo.
  
- 2) La organización documental que se está empleando en este proyecto de archivístico, permitió una selección eficiente de los documentos generados en el área de trabajo.
  
- 3) El proyecto Access dentro del programa Kaisen brinda grandes beneficios en la organización, administración y control de toda la información física y digital, pues permite ahorrar tiempo y recursos en tareas innecesarias, y se puede detectar qué procesos pueden ser simplificados.

## **RECOMENDACIONES**

- Es recomendable que las empresas empiecen con esta iniciativa diseñando y aplicando un Programa de Gestión Documental o Archivo que les permita controlar y organizar todos los documentos que ingresan y salen de dichas instituciones, ya que ello contribuye al logro de sus objetivos empresariales.
  
- Todo proceso que esté vinculado con la planificación y desarrollo de un Programa de archivo debe incorporar flujos de trámite documentario que permitan eliminar procedimientos innecesarios y orienten al personal de la empresa sobre los procedimientos que se debe cumplir.
  
- Para garantizar el éxito en la aplicación del sistema Access en el Programa Kaisen, este debe estar bajo la dirección de un profesional en el área de la Administrativa con experiencia en el manejo de archivos empresariales; también es recomendable que este profesional cuente con un equipo de trabajo que incluya a otros profesionales del mismo rubro y a personal auxiliar, con conocimientos básicos de archivística, para la recepción y selección de los documentos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

(s.f.). Obtenido de Google Maps.

“Wyffels. (1972). *Edades y Tipos de Archivos*.

Alberch, R. (2007). *Concepto de Archivo*.

Ecuador, C. d. (2018). <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>.

Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>

*Empresa Casabaca, Matriz Quito*. (s.f.).

*Empresa Toyota del Ecuador, Quito*. (s.f.).

Herrera, S. A. (1991). *Archivística General Teórica Práctica*. 5ta edición actualizada y aumentada.

Público, L. O. (2013).

## **PÁGINAS WEB**

<https://alexavidal.files.wordpress.com/2015/07/archivisticageneralteoriaypractica-antonia-heredia-herrera.pdf>

<https://www.bibliopos.es/ciclo-vital-de-los-documentos-teoria-de-las-3-edades/>

<https://www.eeq.com.ec:8443/documents/10180/226153/organigrama+2018/19942484-2482-4869-bd2e-5f67313b9bbb?t=1523416360591>

<https://www.google.com/maps>

<file:///C:/Users/Familia/Downloads/764-1262-1-PB.pdf>

<https://www.monografias.com/trabajos98/propuesta-mejorar-plan-gestion-control-documentos/propuesta-mejorar-plan-gestion-control-documentos.shtml>

[http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/IT-GAF-GCD-GDA-01\\_Gesti%C3%B3n-de-Archivos.pdf](http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/IT-GAF-GCD-GDA-01_Gesti%C3%B3n-de-Archivos.pdf)

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/LOTAIP/2015/DIJU/enero/LA3\\_ENE\\_DIJU\\_ArchivoGeneral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/LOTAIP/2015/DIJU/enero/LA3_ENE_DIJU_ArchivoGeneral.pdf)